

AssCompact

Das Fachmagazin für Risiko- und Kapitalmanagement

Asscompact-Kurzumfrage

Auswirkungen der Corona-Pandemie auf den Versicherungsvertrieb

Prof. Dr. Matthias Beenken

26.3.2020

Hinweis:

Diese Studie ist urheberrechtlich geschützt und darf nicht ohne Zustimmung der Urheber kommerziell genutzt werden. Sie ist nur für Ihre persönlichen Informationszwecke gedacht.

Die Inhalte wurden mit großer Sorgfalt erstellt. Dennoch übernehmen wir keine Haftung für die Richtigkeit.

Ziel

- Kurzüberblick über die Auswirkungen des seit 16.3.2020 andauernden Shutdowns vieler öffentlicher Einrichtungen und privatwirtschaftlicher Unternehmen sowie der bereits seit Anfang März spürbaren Einschränkungen im Zuge der Corona-Pandemie (Covid-19-Virus) auf den Versicherungsvertrieb

Hinweis: Im Weiteren wird aus Gründen der Lesbarkeit darauf verzichtet, alle Genderformen aufzuführen.

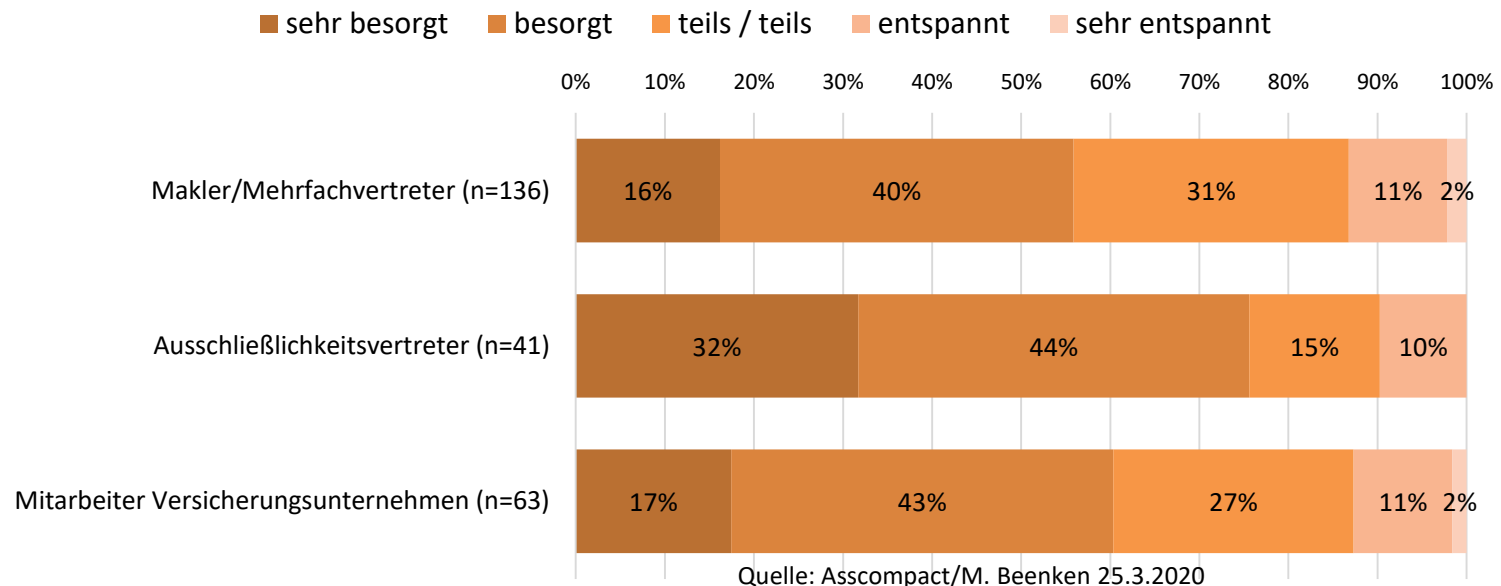
Methodik

- Online-Umfrage unter Versicherungsvermittlern und Mitarbeitern von Versicherungsunternehmen vom 23.2.2020 – 25.3.2020 durch die Zeitschrift Asscompact
- Idee und Fragebogenentwicklung durch Prof. Beenken, FH Dortmund
- Teilnehmer:
 - 136 Versicherungs- und Finanzmakler und Mehrfachvertreter
 - 41 Ausschließlichkeitsvertreter
 - 63 Mitarbeiter von Versicherungsunternehmen, davon
 - 29 Außendienstmitarbeiter
 - 35 Innendienstmitarbeiter

Persönlicher Umgang mit der Pandemie

- Die große Mehrheit der Teilnehmer ist zwar besorgt, aber nicht panisch

Wie gehen Sie persönlich mit der Corona-Pandemie um?

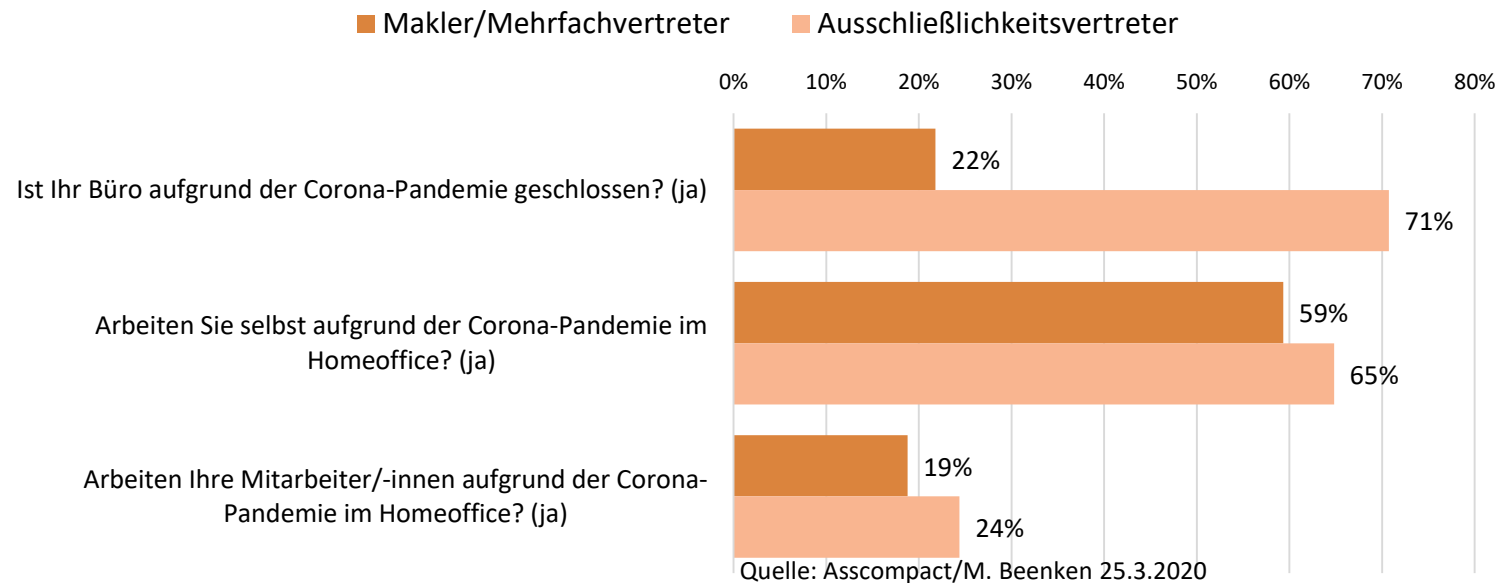


Versicherungsvermittler

Auswirkungen der Pandemie auf Vermittlerbüros

- Ausschließlichkeitsagenturen sind mehrheitlich geschlossen, Maklerbüros nicht
- Die Arbeit im Homeoffice ist weit verbreitet

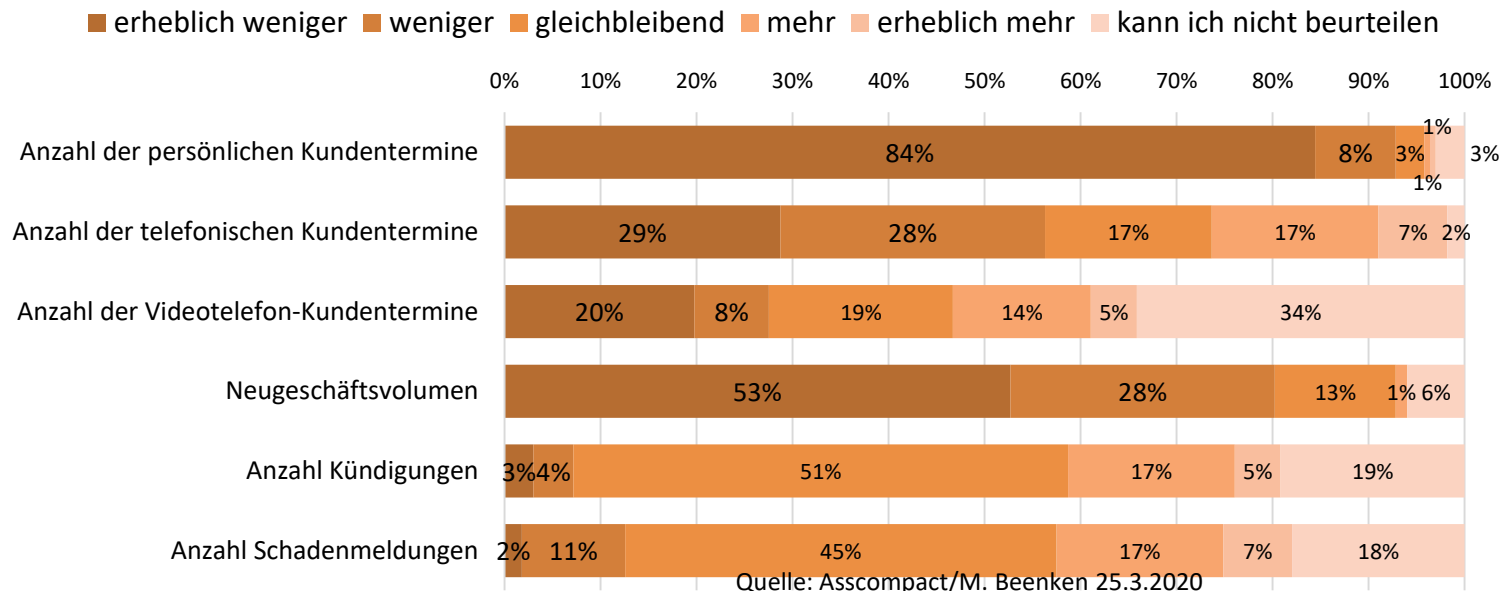
Auswirkungen der Pandemie auf das Büro



Auswirkungen der Pandemie auf die Arbeit mit den Kunden

- Persönliche Kundentermine finden kaum noch statt, ein Ersatz durch telefonische oder Video-Termine ist nicht erkennbar
- Das Neugeschäftsvolumen bricht ein

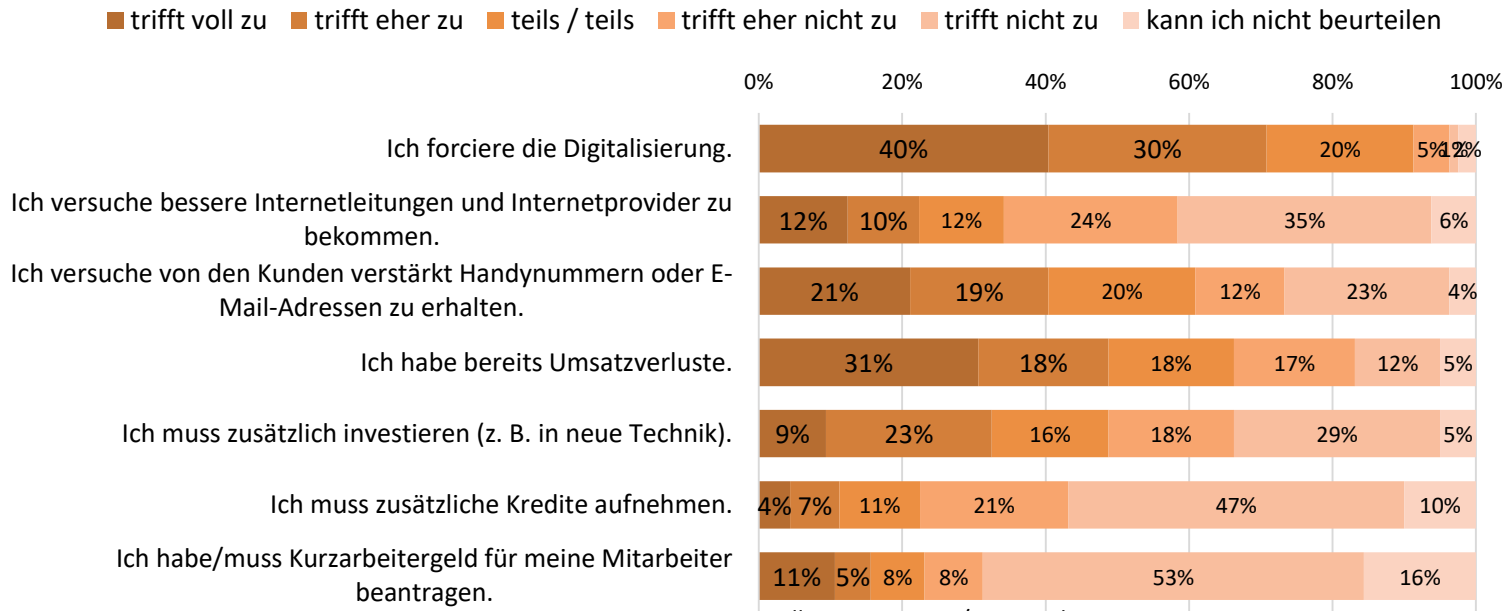
Auswirkungen der Pandemie auf die Arbeit mit den Kunden (Makler, Mehrfach-, Ausschließlichkeitsvertreter)



Auswirkungen der Pandemie auf Arbeitsweise und Finanzen

- Die Digitalisierung wird vorangetrieben, Umsatzverluste sind deutlich erkennbar

Auswirkungen der Pandemie auf die Arbeitsweise und Finanzen (Makler, Mehrfach-, Ausschließlichkeitsvertreter)

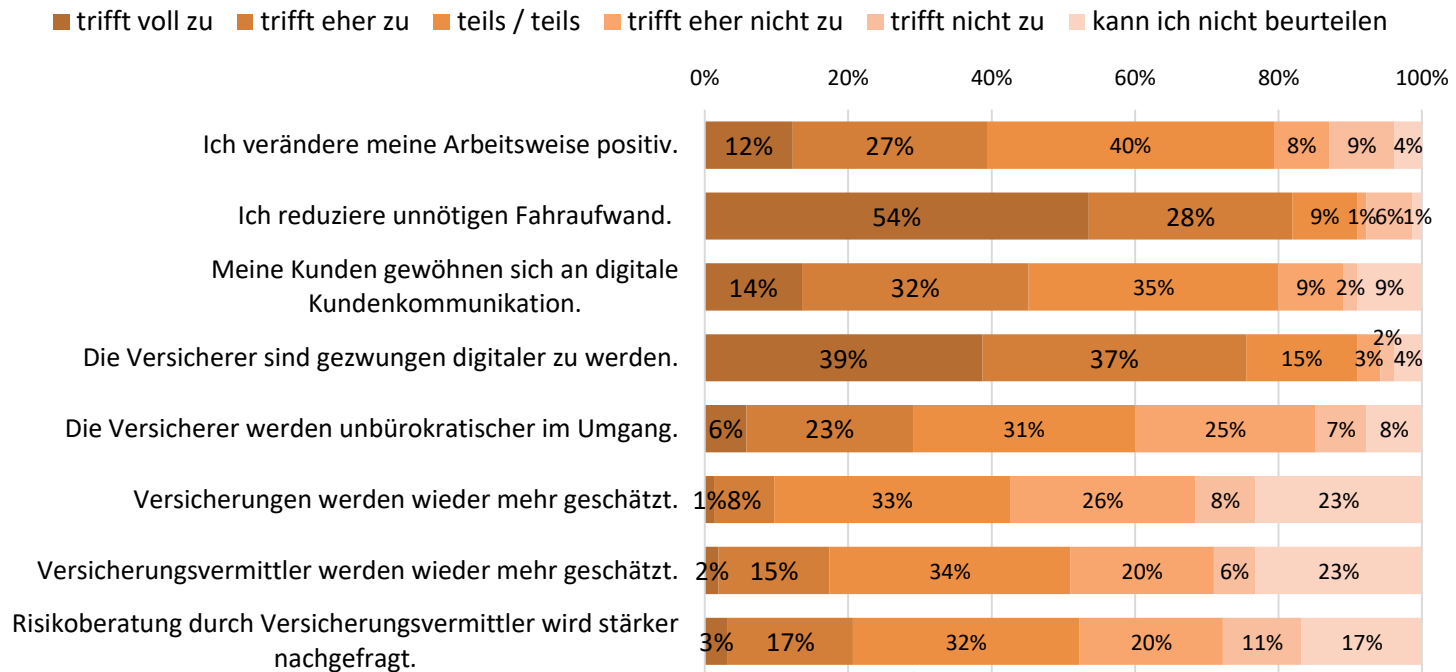


Quelle: Asscompact/M. Beenken 25.3.2020

Chancen der Pandemie für Vermittler

- Der Fahraufwand sinkt, und Versicherer könnten digitaler werden

Chancen der Pandemie (Makler, Mehrfach-, Ausschließlichkeitsvertreter)



Quelle: Asscompact/M. Beenken 25.3.2020

Was beeinflusst die Stimmung wie stark?¹

Kitische Veränderungen	Korrelation	Signifikant?	N
Anzahl der persönlichen Kundentermine ²	0,13	Nein	162
Anzahl der telefonischen Kundentermine ²	0,24	Ja	164
Anzahl der videotelefonischen Kundentermine ²	0,19	Nein	110
Neugeschäftsvolumen ²	0,31	Ja	157
Anzahl Kündigungen ²	-0,32	Ja	135
Anzahl Schadenmeldungen ²	-0,09	Nein	137

Pearson-Korrelation; Signifikanz zweiseitig mindestens auf dem Niveau 0,05.
Lesebeispiel: Sinkt das Neugeschäftsvolumen, sinkt in einem gewissen Maß die Stimmung.

¹Skala: 1= sehr besorgt; 5 = sehr entspannt

²Skala: 1= erheblich weniger; 5= erheblich mehr

Was beeinflusst die Stimmung wie stark?¹

Kritische Veränderungen	Korrelation	Signifikant?	N
Ich forciere die Digitalisierung ²	-0,02	Nein	157
Ich versuche bessere Internetleitungen... ²	0,10	Nein	151
Ich versuche Handynummern ... zu erhalten ²	0,08	Nein	155
Ich habe bereits Umsatzverluste ²	0,35	Ja	152
Ich muss zusätzlich investieren ²	0,08	Nein	152
Ich muss zusätzliche Kredite aufnehmen ²	0,26	Ja	144
Ich muss Kurzarbeitergeld beantragen ²	0,19	Ja	144

Pearson-Korrelation; Signifikanz zweiseitig mindestens auf dem Niveau 0,05.

Lesebeispiel: Je mehr Umsatzverluste eingetreten sind, desto schlechter ist in einem gewissen Maß die Stimmung.

¹Skala: 1= sehr besorgt; 5 = sehr entspannt

²Skala: 1= trifft voll zu; 5= trifft nicht zu

Was beeinflusst die Stimmung wie stark?¹

Chancen der Pandemie	Korrelation	Signifikant?	N
Ich verändere meine Arbeitsweise positiv ²	-0,22	Ja	149
Ich reduziere unnötigen Fahraufwand ²	0,13	Nein	153
Meine Kunden gewöhnen sich an Digitalisierung ²	-0,13	Nein	141
Versicherer werden digitaler ²	-0,11	Nein	149
Versicherer werden unbürokratischer ²	-0,13	Nein	143
Versicherungen werden mehr geschätzt ²	-0,11	Nein	119
Vermittler werden mehr geschätzt ²	-0,13	Nein	119
Risikoberatung wird stärker nachgefragt ²	-0,21	Ja	129

Pearson-Korrelation; Signifikanz zweiseitig mindestens auf dem Niveau 0,05.

Lesebeispiel: Je weniger die Chance auf eine steigende Nachfrage nach Risikoberatung gesehen wird, desto schlechter ist in einem gewissen Maß die Stimmung.

¹Skala: 1= sehr besorgt; 5 = sehr entspannt

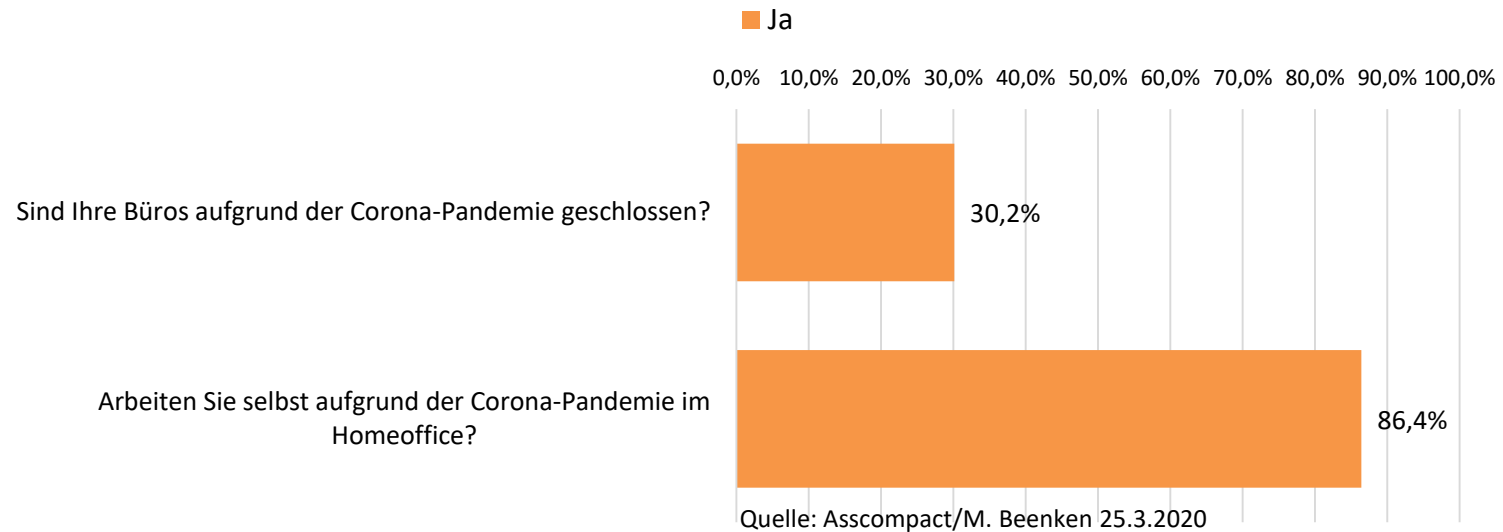
²Skala: 1= trifft voll zu; 5= trifft nicht zu

Mitarbeiter von Versicherungsunternehmen

Auswirkungen der Pandemie auf Versicherer

- Die Büros sind mehrheitlich nicht geschlossen
- Arbeit im Homeoffice ist noch stärker verbreitet als bei Vermittlern

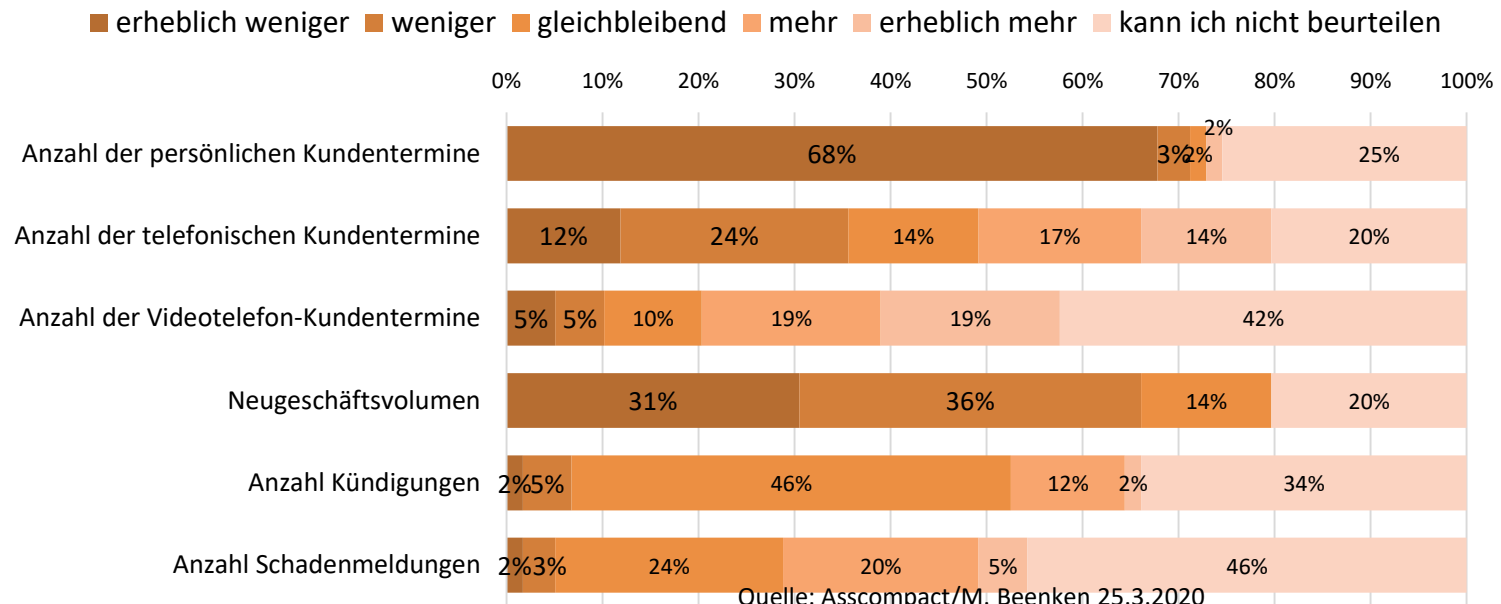
Auswirkungen der Pandemie auf das Büro (Versicherungsmitarbeiter/-innen)



Auswirkungen der Pandemie auf die Arbeit mit den Kunden

- Analog den Vermittlern fallen die Kundentermine aus und werden kaum auf anderem Weg ersetzt
- Das Neugeschäftsvolumen bricht ein

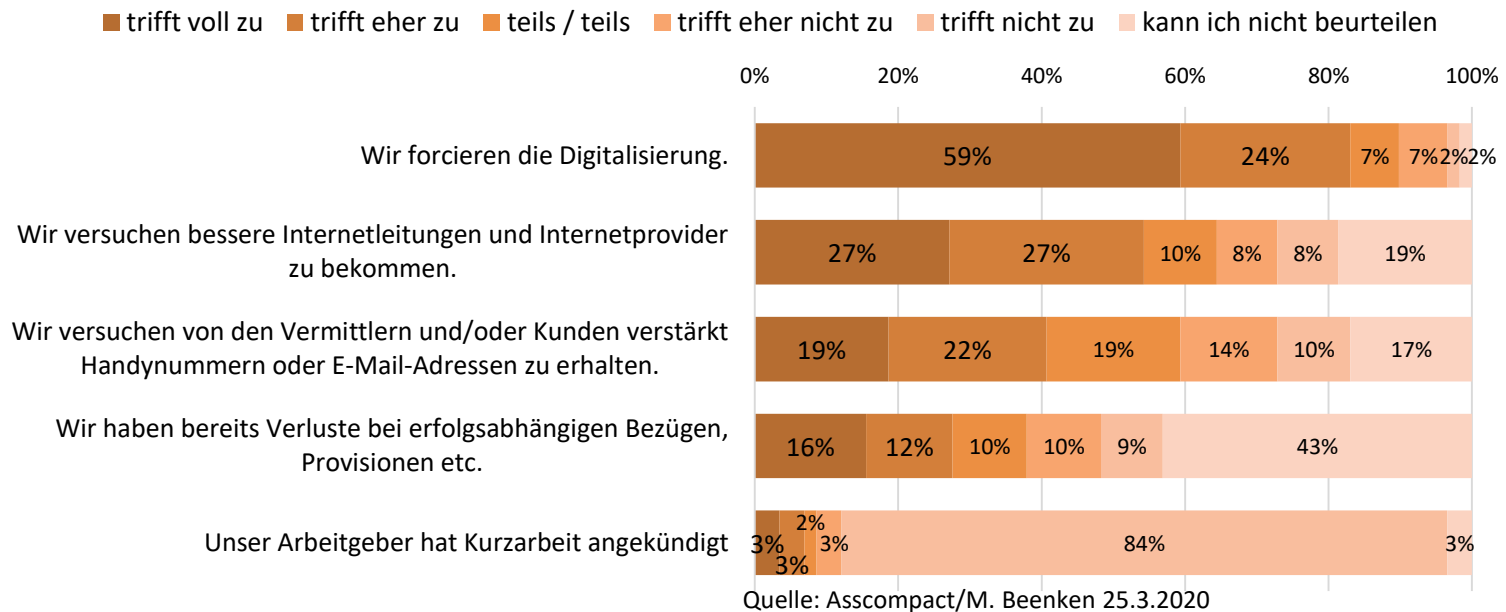
Auswirkungen der Pandemie auf die Arbeit mit den Kunden (Makler, Mehrfach-, Ausschließlichkeitsvertreter)



Auswirkungen der Pandemie auf Arbeitsweise und Finanzen

- Die Digitalisierung wird noch stärker als bei Vermittlern vorangetrieben, ebenso die Verbesserung der Internetleitungen

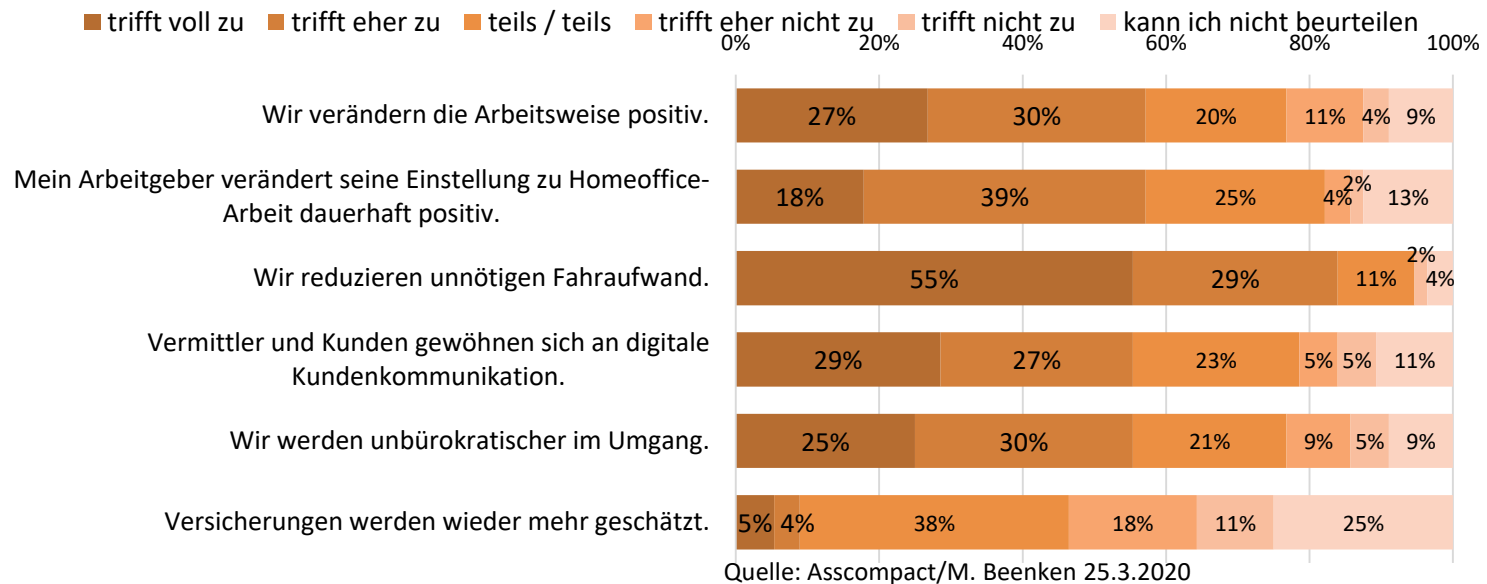
Auswirkungen der Pandemie auf die Arbeitsweise und Finanzen (Makler, Mehrfach-, Ausschließlichkeitsvertreter)



Chancen der Pandemie für Versicherer

- Analog den Vermittlern wird vor allem ein sinkender Fahraufwand gesehen
- Vorsichtig positiv werden auch die Veränderung der Arbeitsweise und die Einstellung der Arbeitgeber zum Homeoffice gesehen

Chancen der Pandemie (Makler, Mehrfach-, Ausschließlichkeitsvertreter)



Was beeinflusst die Stimmung wie stark?¹

Kitische Veränderungen	Korrelation	Signifikant?	N
Anzahl der persönlichen Kundentermine ²	0,38	Ja	59
Anzahl der telefonischen Kundentermine ²	0,21	Nein	59
Anzahl der videotelefonischen Kundentermine ²	0,25	Nein	59
Neugeschäftsvolumen ²	0,19	Nein	59
Anzahl Kündigungen ²	-0,02	Nein	59
Anzahl Schadenmeldungen ²	-0,03	Nein	59

Pearson-Korrelation; Signifikanz zweiseitig mindestens auf dem Niveau 0,05.

Lesebeispiel: Sinkt die Anzahl persönlicher Kundentermine, sinkt in einem gewissen Maß die Stimmung.

¹Skala: 1= sehr besorgt; 5 = sehr entspannt

²Skala: 1= erheblich weniger; 5= erheblich mehr

Was beeinflusst die Stimmung wie stark?¹

Kritische Veränderungen	Korrelation	Signifikant?	N
Wir forcieren die Digitalisierung ²	-0,17	Nein	59
Wir versuchen bessere Internetleit... ²	-0,19	Nein	59
Wir versuchen Handynummern... ²	0,12	Nein	59
Verlust von erfolgsabhängigen Bezügen ²	0,46	Ja	58
Kurzarbeit wurde angekündigt ²	0,18	Nein	58

Pearson-Korrelation; Signifikanz zweiseitig mindestens auf dem Niveau 0,05.
Lesebeispiel: Je mehr Verluste bei erfolgsabhängigen Bezügen und Provisionen eingetreten sind, desto schlechter ist in einem gewissen Maß die Stimmung.

¹Skala: 1= sehr besorgt; 5 = sehr entspannt

²Skala: 1= trifft voll zu; 5= trifft nicht zu

Was beeinflusst die Stimmung wie stark?¹

Chancen der Pandemie	Korrelation	Signifikant?	N
Wir verändern die Arbeitsweise positiv ²	-0,21	Nein	56
Veränderte Einstellung zum Homeoffice ²	-0,21	Nein	56
Reduzierung unnötiger Fahraufwand ²	-0,01	Nein	56
Gewöhnung Vermittler/Kunden an Digitalisier. ²	-0,14	Nein	56
Wir werden unbürokratischer im Umgang ²	-0,27	Ja	56
Versicherungen werden mehr geschätzt ²	-0,25	Nein	56

Pearson-Korrelation; Signifikanz zweiseitig mindestens auf dem Niveau 0,05.

Lesebeispiel: Je weniger eine unbürokratische Umgangsweise erwartet wird, desto besorgter ist die Stimmung.

¹Skala: 1= sehr besorgt; 5 = sehr entspannt

²Skala: 1= trifft voll zu; 5= trifft nicht zu

Mit freundlicher Unterstützung von:

AssCompact

Das Fachmagazin für Risiko- und Kapitalmanagement

Prof. Dr. Matthias Beenken

Professur BWL, insbes. Versicherungswirtschaft
Fachhochschule Dortmund

Emil-Figge-Str. 38

44227 Dortmund

E-Mail Matthias.Beenken@fh-dortmund.de

Redaktionsbüro

Op de Veih 61

44869 Bochum

Tel. 0 23 27/99 44 83

E-Mail Matthias.Beenken@t-online.de

www.MatthiasBeenken.de

**Fachhochschule
Dortmund**

University of Applied Sciences and Arts