

AssCompact

Fachmagazin für Risiko- und Kapitalmanagement

Austria

(Link http://asscompact.at/rss/135_61019_rss_feed.xml)

24. April 2014



Link http://www.myasscompact.at/direct-link/RtW00cCXwwlHaMBmlAGjK4DDktp__2bhZVTfkMbd8tNwQc__3d

Im Blickpunkt 18. März 2014

Onlinevertrieb von Versicherungen: Amerikanische Internetkonzerne in den Startlöchern?

(ac) „Der Tag wird kommen, an dem amerikanische Internetkonzerne auch in Österreich in unser Kerngeschäft eindringen werden.“ Dieses Szenario skizziert Andreas Büttner, geschäftsführender Gesellschafter der ARISECUR Versicherungs-Provider GmbH, im AssCompact Interview. Büttners Fazit: Auf moderne Kommunikationsstrategien und starke Verbündete setzen.

Welche Entwicklungen kommen auf den Providermarkt zu, was sind die größten Herausforderungen? „In Deutschland bricht der Markt gerade auf breiter Fläche ein. Der Markt verteilt sich in atemberaubender Geschwindigkeit neu und wird zunehmend von online abwickelnden Vertrieben übernommen“, so Andreas Büttner. ARISECUR-Partner und Mehrheitseigentümer blau direkt setze daher auf einen überproportionalen Wachstumskurs um gegenüber weltweit operierenden Großkonzernen wie Amazon und Google konkurrieren zu können.

„Der Tag wird kommen, an dem amerikanische Internetkonzerne auch in Österreich in unser Kerngeschäft eindringen werden“, so Büttner, „wir in Österreich belächeln solche Vorstellungen von Google & Co als Gefahr für unseren Markt zwar als unwahrscheinlich, doch schauen wir nur nach Großbritannien wo Google bereits mit der Dienstleistung „Compare“ tätig ist! Über die Vergleichsplattform können so unterschiedliche Versicherungs- und Finanzprodukte miteinander verglichen werden. Auch die Tatsache, dass Google für den britischen Markt bereits seit 2011 eine Banklizenz hat und damit über eine Eintrittskarte zum europäischen Finanzmarkt verfügt, dürfte den wenigsten bekannt sein. Es ist bereits heute absehbar, dass automatisierbare und vergleichende Dienstleistungen in Zukunft verstärkt von Online-Anbietern bereitgestellt werden.“

Büttners Antwort auf diese Herausforderungen: Prozessoptimierung im Vermittlungsverfahren und moderne Kommunikationstechnologie: „Prozessoptimierung denkt in Arbeitszeit. Hast Du viel davon für Deine Kunden

zur Verfügung, machst Du mehr Geschäft. Wer zwei Arbeitstage pro Woche einspart, schafft den Raum für 40% mehr Einnahmen.“

Wenn mehr Menschen auf der Welt ein Handy besitzen als eine Zahnbürste, dann zeige dies, wie wichtig Kommunikation ist. „Das Vertrauen zwischen Kunde und Makler wird niemals ein Auslaufmodell. Die Art, wie dieses Vertrauen aufgebaut und gepflegt wird, wird sich aber ändern. Ein Makler wird anders arbeiten, anders beraten und anders verkaufen müssen als heute oder eben durch moderne Anbieter verdrängt werden“, so Andreas Büttner.

Ein ausführliches Interview mit dem ARISECUR-Geschäftsführer lesen Sie in der April-Ausgabe von AssCompact.

(Link <http://www.facebook.com/share.php?u=www.asscompact.at/article/onlinevertrieb-von-versicherungen-amerikanische-internetkonzerne-in-den-startloechern/im-blickpunkt/y/contentpool/55203>)

Tweet

0