

PRAXIS

## Und plötzlich ist die Zukunft da

In Ausnahmesituationen ist Kundennähe besonders wichtig – mehr denn je auf digitalen Kanälen. Deshalb hat die Versicherungskammer Bayern in den vergangenen Wochen ihre mediale Beratung beschleunigt ausgebaut. Das stärkt auch die Volksbanken und Raiffeisenbanken – nicht nur in der Corona-Krise, sondern langfristig.

*Gastautorin: Nicole Schmieder, Versicherungskammer Bayern*

*Foto: imago images / photothek*



Mit Covid-19 wurde die Welt in eine tiefe Krise gestürzt, die vieles zum plötzlichen Stillstand brachte. Die Frage, wie man mit der neuen Situation und den damit

verbundenen Veränderungen umgeht, stellen sich dieser Tage viele Kollegen im Vertrieb der Banken und Versicherungen: eingeschränkter Kundenkontakt an den Bankenshaltern, weniger persönliche Kundentermine, weniger Besuche beim Firmenkunden vor Ort. So ungewohnt das aktuelle Arbeitsumfeld derzeit ist, gilt es jetzt, räumliche Trennung in emotionale Nähe umzuwandeln. Die Digitalisierung hilft dabei.

Wie schnell sich bislang kritisch beäugte Kulturtechniken des Digitalen in der Praxis bewähren, zeigen die vielen Telefon- und Videokonferenzen der vergangenen Wochen. Sie laufen nicht immer ohne technische Hindernisse ab, sind aber durchaus produktiver und geschätzter als erwartet. Da ist die vierteilige Wohnungseigentümergeinschaft, die räumlich weit voneinander entfernt per Videochat mit ihrem Versicherungsberater eine ganzheitliche Beratung zur Gebäudeabsicherung erfährt. Da ist der Familienvater, der in einer ausführlichen Beratung ganz entspannt vom Sofa aus nicht nur sein neues Haus vom Berater einschätzen lässt, sondern auch gleich noch gemeinsam mit seiner Frau alle relevanten Unterschriften leisten kann. Und da ist der junge Mann, der per Onlineberatung nicht nur sein Moped-Kennzeichen beantragt, sondern auch gleich noch seine Fragen zum Zahntarifwechsel stellt.

## Ganzheitliche Beratung über alle Bereiche hinweg

Die Versicherungskammer Bayern hat bereits in 2018 das Ziel des personellen digitalen Vertriebs ausgerufen und zahlreiche Initiativen im Rahmen ihres „Fan-Projekts“ für die Volksbanken Raiffeisenbanken ins Leben gerufen („Profil“ 12/2019). Damit wird die Digitalisierung nicht nur innerhalb des Unternehmens vorangetrieben, sondern vor allem für die Vertriebspartner in den Volksbanken und Raiffeisenbanken nutzbar gemacht.

Mit der medialen Beratung wird das digitale Management von Versicherungen noch

stärker in der Praxis verankert. Dabei sind nicht nur die Onlineberatung des Kunden per Telefon oder Videochat gemeint, sondern auch digitale Beratungstools wie der so genannte „Alles Sicher Planer“, der systemisch eine ganzheitliche Beratung des Kunden über alle Versicherungsbereiche hinweg unterstützt. Gemeint sind aber auch die Möglichkeit zur elektronischen Kundenidentifikation, das Teilen von Inhalten und Dokumenten über Co-Browsing sowie das Einholen der digitalen Unterschrift.

## Nutzerfreundliche Angebote



Frank Götz, Vertriebsdirektor des Genossenschaftsvertriebs bei der Versicherungskammer Bayern. Foto: VKB

Frank Götz, Vertriebsdirektor des Genossenschaftsvertriebs bei der Versicherungskammer Bayern, sagt: „Nicht nur, aber besonders in Krisenzeiten

zeigt sich, wie wichtig es ist, mit den Kunden in Kontakt zu bleiben. Denn auch jetzt wollen unsere Kunden ihre Anliegen nicht nur platzieren, sondern vor allem lösen.“ Deshalb hat die Versicherungskammer Bayern in den vergangenen Wochen noch einmal – und angesichts der Pandemie schneller als geplant – viel Aufwand in den Ausbau der medialen Beratung gesteckt. Denn: „In der Zukunft werden die Anforderungen an alle Verkäufer vor Ort steigen. Dabei können persönliche und digitale Beratungselemente kombiniert werden, um die Nähe zu unseren Kunden herzustellen.“

Doch was heißt das nun konkret? Die Versicherungskammer Bayern hat ein umfangreiches Angebot zur medialen Beratung eingeführt, das die Berater nicht nur dabei unterstützt, digital per Telefon und Video zu beraten, sondern noch viel mehr kann: Gemeinsam mit den Kunden können alle Unterlagen angesehen und so die Inhalte des Gesprächs sehr viel transparenter gemacht werden. Ein Vertrag lässt sich online abschließen und die notwendige Unterschrift wird elektronisch geleistet. Frank Götz betont: „Unsere digitalen Angebote sind besonders nutzerfreundlich. Die Kunden müssen beispielsweise keinerlei Software auf ihren Endgeräten installieren und sie können sicher sein, dass wir die hohen Standards der Datenschutzvorgaben einhalten.“



Beratungsgespräch: Die Kombination persönlicher und digitaler Elemente sorgt in jeder Situation für Kundennähe. Foto: GVB

Der Rollout der medialen Beratung erfolgt kontinuierlich. Seit April 2020 werden alle aktiven Verkäufer der Versicherungskammer Bayern, die heute bereits in den Banken vor Ort arbeiten, ausgestattet. Darüber hinaus stehen mehrere hundert Lizenzen für Berater und Mitarbeiter der Banken zur Verfügung. Bereits heute können Kundenberater ihre Termine auf die Verkäufer der Versicherungskammer Bayern überleiten und gemeinsam mit ihnen die digitalen Kundenberatungen durchführen – schnell und effektiv. Zugleich können Kundenberater und Verkäufer vom Wissen und Vorgehen des anderen profitieren. Und gemeinsam gelingt es noch viel besser, emotionale Nähe zum Kunden auch im digitalen Raum herzustellen.

## Räumliche Trennung in emotionale Nähe umwandeln

Für die Banken hat die mediale Beratung weitere Vorteile: Berater sparen viel Zeit, da der digitale Weg zum Kunden viel kürzer ist als der reale. Sie werden schneller und flexibler und können auch Kunden beraten, die weiter weg wohnen. „Doch es darf nicht ausschließlich der Produktivitätsgewinn im Vordergrund stehen. Vielmehr geht es darum, räumliche Trennung in emotionale Nähe umzuwandeln und damit die scheinbare Distanz des digitalen Raums zu überwinden“, erklärt Götz. „Dass es dabei auch noch schneller geht und mehr Kunden beraten werden können, zahlt natürlich direkt auf die Wertschöpfungskette der Bank ein. Für die Kunden bleibt mehr qualitativ hochwertige Beraterzeit und die digitale Professionalität ist auch ein Imagegewinn für die beratende Bank.“

Mit der medialen Beratung der Versicherungskammer Bayern kommt es somit zu einer Neuorganisation der Beziehungen – beschleunigt durch Covid-19. Berater werden ihre Kundenverbindungen qualitativ neu gestalten. Kunden werden die neuen digitalen Möglichkeiten zu schätzen lernen. Denn räumliche Distanz ist nicht gleichbedeutend mit minderwertiger Kundenberatung oder fehlender Kundennähe. Nähe im digitalen Raum bedeutet vielmehr eine flexiblere Konzentration und

trotzdem Fokussierung auf die individuellen Kundenanliegen. Schneller reagieren zu können und vor allem in Zeiten von Krisen uneingeschränkt für die Kunden da zu sein. Darauf kommt es an: heute und morgen.

*Nicole Schmieder arbeitet bei der Versicherungskammer Bayern in der Vertriebskommunikation.*

#### **WEITERFÜHRENDE LINKS**

- [Die Versicherungskammer Bayern](#)