

22.12.2021 – IT Finanzmagazin

„Amazon hat anfangs auch nur Bücher verkauft“ ... über die Bancassurance der Zukunft!

Thinksurance und JDC haben eine Bancassurance-Partnerschaft geschlossen, denn Kunden wollen Mehrwerte – und die müssen intelligent nach Bedarf zum richtigen Zeitpunkt vermittelt werden. Christopher Leifeld (Geschäftsführer Thinksurance) und Stefan Bachmann (Vorstand JDC Group) erklären, warum sie an „Beyond Banking“ glauben – und was die Partnerschaft bringen wird.

Herr Leifeld, Herr Bachmann, „Beyond Banking“ ist doch ein Buzzword – was meinen Sie damit wirklich?

Christopher Leifeld: Banken und vor allem auch Sparkassen haben einen riesigen Schatz: einen langjährigen, vertrauensvollen und breiten Kundenstamm. Jedoch müssen sich auch neu erfinden, denn Erträge aus klassischem Bankgeschäft gehen zurück und die digitale Konkurrenz ist auf dem Vormarsch. In dieser Lage macht es Sinn, auf die eigenen Stärken zu schauen. Ein Ansatzpunkt dabei ist, den Kundenstamm mit einem erweiterten und smart durchdachten Leistungsportfolio zu binden, das über das klassische Bankgeschäft hinausgeht – „Beyond Banking“ also im wörtlichen Sinne. Von Buchhaltung bis Steuerberatung gibt es viele Ansätze. Hier werden hybride Beratungsmodelle auf Sicht relevant bleiben, die Margen sind auskömmlich und der Markt ist noch wenig umkämpft. Zudem gibt es für viele Angebote bereits etablierte Technologiepartner, die die Eintrittsbarriere in die Beyond-Banking-Welt deutlich senken können.

Stefan Bachmann: Das stimmt. Ich möchte noch einen wichtigen Erfolgsfaktor für „Beyond Banking“ hinzufügen: Es geht nicht nur um Partnerschaften und Kooperationen. Und einfache Weiterleitungen über das Frontend oder Klickstrecken reichen hier sicher nicht aus. Denn solche allein schaffen noch keine Skaleneffekte in den Plattformprozessen. Dagegen ist bei unserer JDC-Plattformtechnologie alles auf Wertschöpfung und integrierte Prozesse ausgelegt. Denn nur über eine umfassende Daten- und Prozessintegration und eine effiziente Prozess-Engine, unser „Maschinenraum“, liefern Kooperationen Mehrwerte.

Welche Services umfassen Ihre Bancassurance-Plattformen?

Bachmann: Auf unserer Plattform werden alle Prozesse erledigt, die für ein erfolgreiches Beyond-Banking-Geschäft nötig sind und tatsächlich Mehrwerte schaffen. Banken haben erkannt, dass wir als Digitalplattform diese kompletten Dienstleistungen erbringen und die gesamte Wertschöpfungskette abdecken können. Wir sichern die Provisionsflüsse und machen die komplette revisionssichere Abrechnung in den Systemen. Zudem sind wir mit einem Berater-CRM für Versicherungsspezialisten oder auch über Schnittstellen in die Banksysteme eingebunden. Und das sowohl als Makler, als MFA-Modell oder mit einem Ankerversicherer in Kombination. Diese Wertschöpfungstiefe in Kombination mit unserer jahrzehntelangen Erfahrung im Finanz- und Versicherungsvertrieb können andere Anbieter nicht selbst liefern, sondern müssen sich vieler anderer Subdienstleister bedienen. Nur wie klärt man dann die Datenintegrität? Wir haben ein System, eine Abrechnung, eine App und ein CRM. Also alles aus einer Hand.

Leifeld: Wir denken mit unserer Plattform einen Beyond-Banking-Bereich ab, nämlich das Versicherungsgeschäft für Firmenkunden. Bankberater oder eben auch Versicherungsmakler,

Vertreter und viele mehr können mithilfe unserer Technologie Gewerbe- und Industrierversicherungen ganzheitlich, digital und effizient beraten, abschließen und dokumentieren. Da spielen zahlreiche Services mit rein, angefangen von einer dynamischen Risikoanalyse, Tarifrrechnern, der Ausschreibung komplexer Risiken, auf Wunsch auch durch unsere Gewerbeexperten, sowie eine digitale Kundenakte oder eine DIN-77235-konforme Beratung. Das Ganze gestützt durch Künstliche Intelligenz, die dem Nutzer hilft, reflektierter Entscheidungen zu treffen. Hinzu kommt ein breites Leistungsangebot für Versicherer, darunter unter anderem auch der Bereich Data Analytics.

Welche Mehrwerte bieten dabei Plattformen wie die von Thinksurance und welche Technologien stecken dahinter?

Leifeld: Neben dem zusätzlichen Ertragskanal tragen Beyond-Banking-Leistungen im Gewerbe- und Industrierversicherungsgeschäft vor allem zur besseren Kundenbindung bei. Aber mitunter lassen sich damit auch völlig neue Kundengruppen erschließen. Besonders hilfreich ist für Banken und Sparkassen auch, dass Plattformen einen strukturierten Prozess für die Kundenberatung anbieten. Damit wird der Einstieg ins immer noch als komplex bezeichnete Gewerbe- und Industriegeschäft so leicht wie noch nie. Und weil die meisten Digitalpartner Technologieunternehmen sind, denken sie auch Schnittstellen mit Bestands- und Kernsystemen von Banken konsequent mit. Das stellt dann automatischen Datenaustausch und eine medienbruchfreie Nutzung sicher. Auch technologisch gehen wir modernste Wege. Wir setzen mittels AWS auf eine cloudbasierte Infrastruktur mit deutschen Servern. Das System ist in Microservices und auf Basis modernster Frameworks wie React, Node.js oder Golang aufgebaut. Im Data-Analytics-Bereich arbeiten wir unter anderem mit Hive, Hadoop, Spark, Python und Tableau.

Arbeitet die Plattformtechnologie der JDC Group auf Basis von KI? Wenn ja, mit welcher, und welcher Tiefe?

Bachmann: KI ist heute ja ein strapazierter Begriff. In abgespeckter Form haben wir Künstliche Intelligenz in Form von smarten Algorithmen bei unserer WebApp allesmeins bereits im Einsatz, wenn es zum Beispiel um die Bedarfsanalyse im Versicherungsbereich geht. Das ist aber nicht das, was andere dann mit tatsächlichen „Machine Learning“ oder Künstlicher Intelligenz á la Google verstehen sollten. Bei uns werden personenbezogene Daten des Kunden mit seinen bestehenden und eventuell benötigten Versicherungen verknüpft und abgeglichen. So können wir aus den reinen Big Data herauslesen, welchen Vorsorge-, Absicherungs- oder Investmentbedarf ein Endkunde hat, damit Kunden mehr Transparenz und Handlungsempfehlungen erhalten und unsere Vertriebspartner proaktiv auf ihre Kunden zugehen können. Daher haben wir in unsere WebApp allesmeins auch eine PSD2-Schnittstelle integriert, mit der – wenn vom Kunden gewünscht – alle bestehenden Versicherungen erkannt und übertragen werden können. Unsere Vertriebspartner können dann schnell erkennen, wo der Kunde Optimierungsbedarf oder vielleicht sogar Absicherungslücken hat. Andere nennen dies werbewirksam Künstliche Intelligenz, meist sind es eher Algorithmen, die helfen, Daten zu strukturieren und damit für den Endkunden, aber auch für Banken und Versicherungen wertvoll zu machen. Wir machen also aus Big Data bereits Smart Data und wollen aber natürlich Schritt für Schritt weiter gehen.

Sie sprachen von Big Data, also auch unstrukturierten Daten. Welche Daten nimmt die KI auf und baut Sie zu verwertbaren Daten um?

Bachmann: Wie zuvor bereits erwähnt, analysieren wir vielfältige, persönliche Kundendaten danach, welchen Vorsorge-, Absicherungs- oder Investmentbedarf der Kunde haben könnte. *Diese Big Data vergleichen wir mit bereits bestehenden Versicherungs- oder Investmentlösungen, um daraus den*

potenziellen Kundenbedarf oder Optimierungsmöglichkeiten zu erkennen. DAS sind dann die Smart Data, mit denen unsere Vertriebspartner ein nächstes Kundengespräch führen kann.

Stichwort strukturierter Prozess: Wie bewerten Sie die neue DIN-Norm 77235?

Leifeld: Mit der Risikoerfassung im Rahmen unserer Beratungsplattform haben wir in den vergangenen Jahren schon viel in Richtung einer professionellen und standardisierten Risikoerfassung unternommen. Wir haben schon früh hunderte Fragebögen für zahlreiche Sparten analysiert und daraus unsere dynamische und spartenspezifische Risikoerfassung entwickelt. Für uns ist eine fundierte Risikoanalyse der Dreh- und Angelpunkt einer guten Beratung, insbesondere im Gewerbe- und Industriegeschäft. Von ihr profitieren nämlich alle: Der Vermittler berät haftungssicher und mit mehr Erfolg, Kunden bekommen eine Versicherungslösung, die ihr Risiko auch wirklich abdeckt und Versicherer die Informationen, die sie benötigen, um eine risikogerechte Prämie zu berechnen. Deshalb ist für uns die neue DIN-Norm 77235 für Firmenkunden ein wichtiger Baustein in der kundenzentrierten Beratung. Wir waren auch Teil des Arbeitsausschusses, der die Norm entwickelt hat. Oberstes Ziel war es, eine transparente und vor allem einheitliche Basis für die Risikoerfassung zu schaffen und somit die Beratung im Gewerbebereich zukünftig professioneller sowie haftungssicher zu gestalten. Der standardisierte Prozess sorgt dafür, dass alle Risiken direkt von Beginn an unabhängig, übersichtlich und ganzheitlich erfasst werden. Das erhöht das Vertrauen in die Beratung und erlaubt zudem, Cross-Selling-Potenziale zu entdecken und typische Fehlerquellen zu vermeiden. Insgesamt steigen dadurch Effizienz und Beratungserfolg. Die neue DIN-Norm bietet also insbesondere im Beyond-Banking-Bereich große Potenziale.

Bancassurance ist ja nicht wirklich neu – früher nannte man es Allfinanz. Bankberater verkaufen gerne Versicherungen – Stichwort Provision. Aber sieht der Vertrieb von Finanzprodukten in fünf Jahren noch genauso aus?

Bachmann: Ich bin mir sicher, dass die Bereiche Geldanlage und Versicherungen immer mehr zusammenwachsen werden. Die Frage ist doch, wie man aus Big Data, die die Banken und Versicherungen für sich haben, wirklich Smart Data macht, von denen auch der Kunde profitiert. Amazon hat anfangs auch nur Bücher verkauft. Jetzt erhalten Sie über diesen Online-Kanal fast alles. Außerdem sind weite Teile der Services und Wertschöpfung entlang der Dienstleistungen mit in Amazon-Hand. Im Bank- und Versicherungsbereich ist Bancassurance der richtige Weg dorthin. Denn im digitalen Zeitalter reicht ein einziges Online-Konto aus, auf das das Einkommen überwiesen wird, und über das der Kunde auch Versicherungs- oder Absicherungslösungen abschließen kann. Es braucht dann keine extra Bank oder Versicherung – eine einzige Bancassurance-Plattform reicht also, wenn sie so gut ist, dass sie zum „Financial Home“, also zur digitalen finanziellen Heimat des Kunden wird. Alles aus einer Hand zusammen mit einem Backoffice und Clearing-Anbieter, der all dies im Hintergrund auch aus einer Hand administriert. Diese Lösung muss sowohl Bank- als auch Versicherungsleistungen abdecken. Ich glaube allerdings, dass es trotz aller technologischen Fortschritte immer kompetente Berater und Vermittler geben muss und wird, die den Menschen bei komplizierten Finanz- und Versicherungsentscheidungen im persönlichen Gespräch Orientierung geben können. Hat der Berater eine digitale Plattform zur Hilfe, die alles in seiner Übersicht wie auch der Übersicht des Kunden vereint, laufen auch diese Prozesse für alle effizienter.