

Herausgeber:
Hamburger Gesellschaft
zur Förderung des Versicherungswesens mbH
Abteistraße 15
D-2000 Hamburg 13

**STRATEGISCHE VERTRIEBSKONZEPTE IN DER
VERSICHERUNGSWIRTSCHAFT UNTER BERÜCKSICHTIGUNG
DES VERBUNDES VON DIENSTLEISTUNGEN DER
VERSICHERUNGSUNTERNEHMUNGEN UND DER BANKEN**

**von
MICHAEL THIEMERMANN**

Köln 1985

GLIEDERUNGSÜBERSICHT

	<u>Seite</u>
1. Einleitung	1
1.1 Problemstellung und Gang der Untersuchung	1
1.2 Begriffliche Abgrenzung	1
1.2.1 Versicherungswirtschaft	1
1.2.2 Banken	3
1.2.3 Vertriebskonzept	4
1.2.4 Dienstleistung	5
1.3 Berührungspunkte zwischen Bank- und Versicherungswirtschaft	6
1.3.1 Gemeinsamkeiten	6
1.3.2 Unterschiede	7
2. Rahmenbedingungen der Vertriebspolitik im Versicherungsunternehmen	8
2.1 Interne Einflußfaktoren	8
2.1.1 Unternehmensziele als Ausgangspunkt der Unternehmenspolitik	8
2.1.2 Unternehmensstruktur	11
2.1.3 Unternehmensressourcen	12
2.1.4 Arteigenheiten des Gutes Versicherungsschutz	13
2.2 Externe Einflußfaktoren	14
2.2.1 Rechtliche Einflußfaktoren	14
2.2.2 Gesamtwirtschaftliche Einflußfaktoren	16
2.2.3 Kundenbezogene Einflußfaktoren	17
2.2.4 Einflußfaktor Konkurrenz	19
3. Vertriebspolitik in der Versicherungswirtschaft	21
3.1 Begriff und Bedeutung des Vertriebs im Versicherungsunternehmen	21
3.1.1 Begriff	21
3.1.2 Das Funktionssystem des Versicherungsunternehmens	21
3.1.3 Vertrieb als wichtigste Funktion im Versicherungsunternehmen	21
3.2 Vertriebsinstrumente des Versicherungsunternehmens im Überblick	22
3.2.1 Programmpolitik	22
3.2.2 Prämienpolitik	22
3.2.3 Kommunikations- und Werbepolitik	22

	<u>Seite</u>
3.2.4 Vertriebsverfahrenspolitik	22
3.2.5 Provisionspolitik	23
3.2.6 Instrumentenmix	23
3.3 Gestaltung der Programm- und Vertriebsverfahrenspolitik	23
3.3.1 Programmpolitik	23
3.3.2 Vertriebsverfahrenspolitik	29
4. Exkurs: Bankvertriebsverfahren	50
4.1 Überblick	50
4.2 Dezentrale Vertriebssysteme	50
4.2.1 Initiative geht von der Bank aus	50
4.2.2 Initiative geht vom Kunden aus	52
4.3 Zentrale Vertriebssysteme	55
4.3.1 Initiative geht von der Bank aus	55
4.3.2 Initiative geht vom Kunden aus	55
4.4 Zusammenfassung	56
5. Veränderungen der Umweltfaktoren der Versicherungsunternehmen	57
5.1 Gesamtwirtschaftliche Veränderungen	57
5.1.1 Allgemeine Wirtschaftsentwicklung	57
5.1.2 Soziodemographische Entwicklung	62
5.1.3 Fazit	64
5.2 Veränderungen im Konsumentenverhalten	64
5.2.1 Privatkunden	64
5.2.2 Firmenkunden	67
5.2.3 Fazit	68
5.3 Veränderungen der Konkurrenzsituation	69
5.3.1 Verdrängungswettbewerb innerhalb der Versicherungswirtschaft	69
5.3.2 Substitutionskonkurrenz	70
5.3.3 Druck nimmt an allen Fronten zu	75
5.4 Fazit	76
6. Entwicklung und Tendenzen im Versicherungs- und Finanzwesen der USA	77
6.1 Vorbemerkungen	77
6.2 Entwicklungen im Umfeld amerikanischer Versicherungsunternehmen	77

	<u>Seite</u>
6.2.1 Rechtliche Aspekte	77
6.2.2 Wirtschaftliche Aspekte	82
6.2.3 Veränderungen der Nachfrage	83
6.2.4 Konkurrenz	83
6.2.5 Technologische Entwicklung	85
6.3 Einfluß der Umweltveränderungen auf Programm- und Vertriebsverfahrensgestaltung	87
6.3.1 Produkt- und Sortimentsgestaltung	87
6.3.2 Vertriebsverfahren	90
6.4 Übertragbarkeit der Verhältnisse auf den deutschen Markt	94
7. Strategische Optionen	94
7.1 Kundengruppenorientierung als Ausgangspunkt strategischer Optionen	94
7.1.1 Ansatzpunkte einer Kundengruppenorientierung	95
7.1.2 Differenzierung der Kunden in Gruppen	95
7.1.3 Abstimmung der Vertriebspolitik auf die Kundengruppe	97
7.2 Programmpolitische Optionen	98
7.2.1 Strategische Grundüberlegungen	98
7.2.2 Produktgestaltung	100
7.2.3 Sortimentsgestaltung	110
7.3 Vertriebsverfahrenspolitische Optionen	117
7.3.1 Das "Wheel of Retailing" als Erklärungsmodell für strategische Veränderungen der Vertriebswege in der Versicherungswirtschaft	117
7.3.2 Strategien bei einzelnen Vertriebsverfahren	123
7.3.3 Vertriebsverfahrensmix	134
7.4 Schlußfolgerungen	137
8. Probleme und Gefahren einer Integration im Finanzdienstleistungsbereich	138
8.1 Personal	138
8.1.1 Personalqualifikation	138
8.1.2 Personalvergütung	138
8.2 Tie-in-sale	138
8.3 Verlagerung von Risiken	139
8.4 Machtkonzentration im Finanzsektor	139
8.5 Aufsichts dualismus	139
Literaturverzeichnis	140