

SOFTWARE

# Großes Angebot, aber wenig Qualität

Der Großteil der Makler und Assekuradeure setzt neben klassischen Office-Anwendungen auch branchenspezifische Programme ein, um Unternehmensprozesse und Geschäftsabläufen zu realisieren. Das diesbezügliche Angebot am Markt ist sehr groß, aber die Qualität der Produkte lässt laut einer Studie zu wünschen übrig.

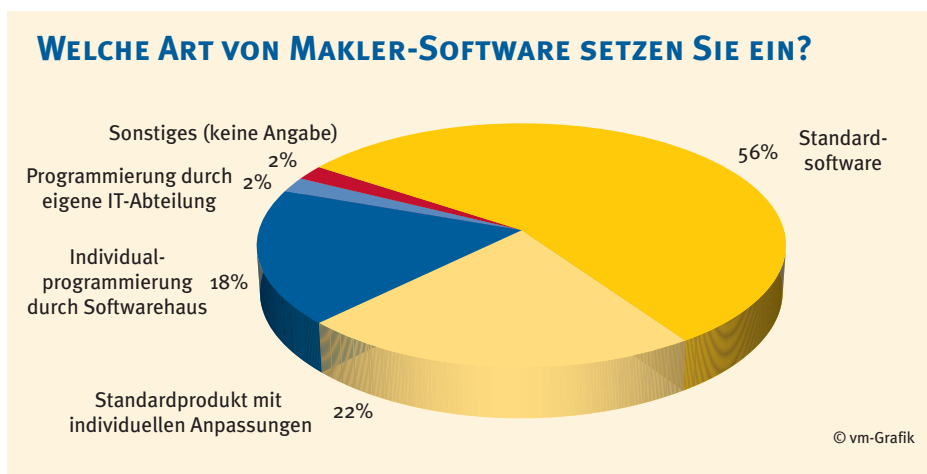
len Punkten nicht die Wünsche der Nutzer erfüllen. Daher verlässt sich nur die Hälfte der Anwender zur Gänze auf die Standardlösung eines derartigen Programms. Etwa ein Fünftel der Makler und Assekuradeure lassen Standardprodukte an ihre Bedürfnisse anpassen und etwa die gleiche Anzahl –

**S**owohl große Software-Hersteller als auch kleine spezialisierte Unternehmen bemühen sich, Marktanteile zu ergattern und darum, Nischen zu besetzen. Um so erstaunlicher ist es, dass in diesem umkämpften Markt angebotene Softwarelösungen oftmals nicht den Bedürfnissen der Anwender entsprechen.

## Wünsche bleiben zu oft unerfüllt

Die Wünsche der Nutzer bleiben größtenteils unberücksichtigt. Das ist das Ergebnis einer Studie, die das Frankfurter Marktforschungsinstitut MR&S Market Research & Services GmbH für die in Bochum ansässige Genesis-Software GmbH durchgeführt hat. Ziel des Herstellers war es, einen Überblick hinsichtlich der Nutzung von Softwarelösungen bei Assekuradeuren und Maklern zu erhalten, um diesen künftig ein breiteres Angebot und einen besseren Service bieten zu können.

„Bei umfassenden Recherchen, die der Studie vorausgingen, haben wir festgestellt, dass der Markt spezieller Softwarelösungen für Assekuradeure und Makler bisher kaum beleuchtet wurde“, so Dirk Butterweck, Sprecher und Senior Partner des Marktforschungsinstitutes. „Um ein genaues Ergebnis zu erhalten, wurden im März dieses Jah-



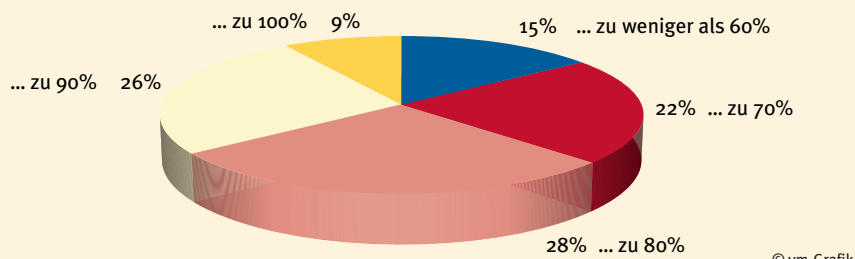
res etwa 700 Versicherungsmakler kontaktiert. Verantwortliche wurden gefragt, ob sie Standard- oder Individuallösungen nutzen, ob die Applikationen den Anforderungen der Branche an umfassenden, zukunftsorientierten Anwendungen Rechnung tragen und wie hoch der Zufriedenheitsgrad mit dem bestehenden Softwareangebot ist.“

Das Ergebnis der Studie: Kaum ein Unternehmen setzt auf Excel, Word & Co. Lediglich elf Prozent der Befragten versuchen, sämtliche Unternehmensprozesse mit klassischen Office-Lösungen zu bewältigen. 89 Prozent der befragten Firmen setzen spezielle Maklerprogramme ein, die aber in vie-

18 Prozent – setzt komplett auf Individualprogrammierungen durch ein Softwarehaus. Dennoch verfügen nur neun Prozent der Befragten über eine Softwarelösung, die den gestellten Anforderungen voll und ganz entspricht. Insbesondere die Anwender von Standardprogrammen sind mit diesen nicht zufrieden.

Knapp 25 Prozent der Makler, die eine „Software von der Stange“ einsetzen, bewerten die Bereitstellung neuer Produktfeatures durch den Anbieter als nicht befriedigend. Noch schlechter steht es um den Faktor „Weiterentwicklung“ der Programme. 16 Prozent der Befragten vergaben hier die No-

## WIEWEIT ERFÜLLT DIE VON IHNEN EINGESETZTE SOFTWARELÖSUNG ALLE ANFORDERUNGEN IHRES UNTERNEHMENS?



te „mangelhaft“. „Ein Großteil der Makler und Assekturadeure bemängelt die Umsetzung neuer Produktfeatures nach den Vorschlägen und Wünschen der Anwender“, so Hermann F.W. Banse, Inhaber und Geschäftsführer der Genesis-Software GmbH. „Dies ist erstaunlich, denn gerade dieser Personenkreis kennt die Stärken und Schwächen des Programms. Nutzer können die Leistungsfähigkeit eines Programms am besten einschätzen und liefern wichtige Hinweise für die Weiterentwicklung einer Software. Zudem wissen sie, mit welchen Services sie die Wünsche ihre Kunden erfüllen können und welche technischen Voraussetzungen dafür gegeben sein müssen.“

### Maklersoftware lässt zu Wünschen übrig

Laut der Studie äußern die Nutzer, dass die Benutzerfreundlichkeit der Programme optimiert werden müsste. Zwar seien einige Programme sehr flexibel, ohne gute EDV-Kenntnisse jedoch nicht in vollem Umfang zu nutzen. Selbst um die Individualisierungsfunktionen der Produkte wie Layout- und Funktionsanpassung oder der Integration einer Corporate Identity ist es schlecht bestellt. Nur etwa 50 Prozent der Unternehmen finden die vorhandenen Möglichkeiten gut oder sehr gut.

Dagegen werden die angebotenen Lösungen hinsichtlich der Bedienbarkeit, zum Beispiel bei der Einarbeitung neuer Mitarbei-

ter, als überwiegend positiv beurteilt. Über 90 Prozent sind mit dieser zufrieden oder sehr zufrieden.

### Kundenservice der Hersteller – ein uneinheitliches Bild

In punkto Kundenservice hat die Studie zu einem uneinheitlichen Bild geführt. Die meisten Befragten sind mit den Hotlines der Softwareanbieter durchaus zufrieden. Verfügbarkeit, Reaktionszeit und Leistung wurden durchschnittlich mit der Schulnote „gut“ bewertet. Auch die Verfügbarkeit und Qualität von Updates sowie Patches durch den Support schnitt gut ab.

Im Umgang mit Kunden müssen einige Softwareanbieter nach Meinung der Makler

und Assekturadeure noch dazulernen. Viele der Befragten haben nicht das Gefühl, dass sie und ihre Wünsche oder Anregungen ernst genommen werden. „Oftmals treffen die Anrufer auf arrogante Sachbearbeiter, obwohl man von diesen erwarten sollte, dass sie guten Service bieten und zuvorkommend reagieren“, so Banse weiter. „Die Softwarebranche ist gefordert, im direkten Dialog mit den Anwendern leicht zu bedienende, flexible und individuell an die Kunden- und Marktbedürfnisse anpassbare Software bereitzustellen.“

So hat Genesis kürzlich ein so genanntes Webinterface entwickelt, über das Kunden direkt auf ihre beim Makler gespeicherten Daten zugreifen und sich tagesaktuell ihren Versicherungsstatus oder ihre Schadensquote anzeigen lassen können.

### Anbieter in der Pflicht

Das Fazit lautet: Insgesamt bietet der Markt zwar eine Reihe von Lösungsangeboten, sie erfüllen aber nicht die Anforderungen der Versicherungsmakler und Assekturadeure. Die Botschaft an die Lösungsanbieter ist klar: Eine Software muss einfach zu handhaben sein, sich an die Bedürfnisse der Makler anpassen und über die „richtige Mischung“ aus Standardfunktionalitäten und unternehmensspezifischen Anpassungen verfügen.

THORSTEN DÜCHTING  
HFN KOMMUNIKATION GMBH, FRANKFURT AM MAIN

## WIE BEWERTEN SIE DIE UNTERSTÜTZUNG DURCH DEN SOFTWAREANBIETER?

(Verfügbarkeit, Reaktionszeit und Qualität der Hotline)

