

Entwicklung der Versicherungsagentur der Zukunft: Provinzial im Spannungsbogen aktueller Herausforderungen

Dr. Jürgen Fassbender, Provinzial
Regionalvorstand Vertrieb Westfalen-Lippe

Münster, 20.05.2026

Ein Blick in die Zahlen.



PROVINZIAL

5,3 Mio.

betreute Kunden

TOP 10

Versicherungs-
gruppe

7,3 Mrd.

Bruttobeiträge
in 2025

19 Mio.

Versicherungs-
verträge

6.000

Mitarbeitende an
Standorten

2.200

Zusammenarbeiten
mit Maklern

1.300

Agenturen in
den Regionen

102

Sparkassen

Die Provinzial als einer der großen Versicherungskonzerne Deutschlands agiert aus einer Position der Stärke.

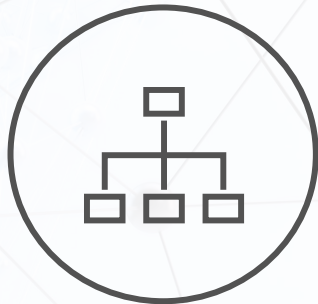
PROVINZIAL 

Provinzial feiert 350 Jahre aktiv & kreativ.
„Die Provinzial als ältestes Start-up der Welt.“



Mit unserem öffentlichen Auftrag betreiben wir Daseinsvorsorge für die Menschen in unserer Region.

Entwicklung der Versicherungsagentur der Zukunft: Provincial im Spannungsbogen aktueller Herausforderungen



Einordnung des
Themas in das
Motto der
Veranstaltung



Entwicklung der
Versicherungs-
agentur der Zukunft
in Zeiten der
Transformation



Spannungsfelder
und ihre Heraus-
forderungen



Der Provinzial-Weg



Einordnung des
Themas in das
Motto der
Veranstaltung

Die Wahrnehmung von Kommunikation & Beratung hat den größten Einfluss auf die Gesamtzufriedenheit.

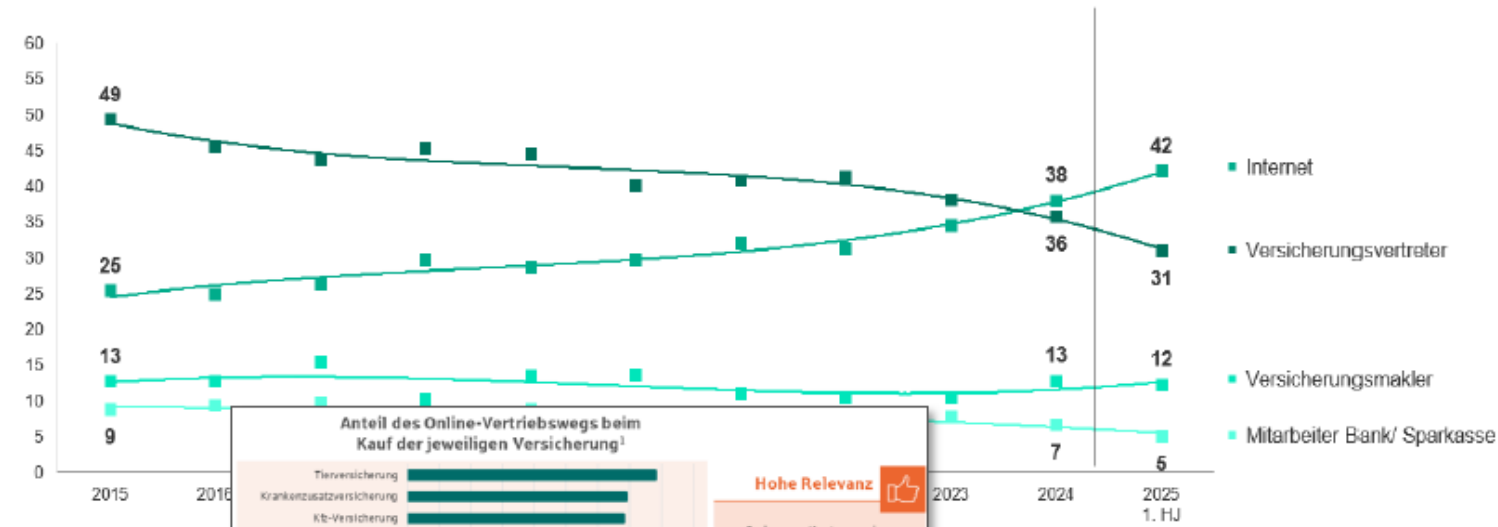
Informationen über Neuheiten sollten aus Kundensicht bevorzugt per E-Mail (am liebsten durch den Vermittler) oder persönlich (am liebsten in der Agentur) übermittelt werden.

Frauenspezifische Beratung ist vor allem für jüngere Frauen ein Thema.

Kundenzugang | Versicherungen werden zunehmend digital gesucht und abgeschlossen (Vergleicher, Vermittlerseiten etc.)

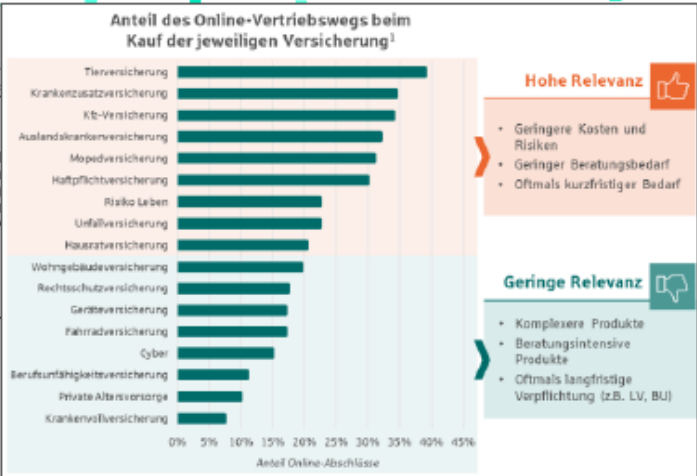
Der Vertriebsweg „online“ gewinnt im Betrachtungszeitraum an Relevanz

Versicherungsneugeschäft nach ausgewählten Vertriebskanälen



Hinweise: Änderung der Grundgesamtheit
Versicherungsvertreter wird ab 2025 nicht mehr
Quelle: Kantar, Bevölkerungs-FMD/5 21
Grundgesamtheit: Deutschsprachige N

KANTAR



Hohe Relevanz

- Geringere Kosten und Risiken
- Geringer Beratungsbedarf
- Oftmals kurzfristiger Bedarf

Geringe Relevanz

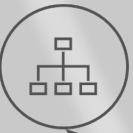
- Komplexere Produkte
- Beratungsintensive Produkte
- Oftmals langfristige Verpflichtung (z.B. LV, BU)

Mit zunehmendem Generationswechsel und digitalem Push durch AI wird der digitale Vertrieb zum etablierten Vertriebskanal – insbesondere transparente Märkte (Makler, Digital) gewinnen dazu.



Einordnung des
Themas in das
Motto der
Veranstaltung

Der Grad der Kundenzufriedenheit ist ein zentraler Indikator für den Unternehmenserfolg von Versicherungsunternehmen & –agenturen.



Einordnung des
Themas in das
Motto der
Veranstaltung

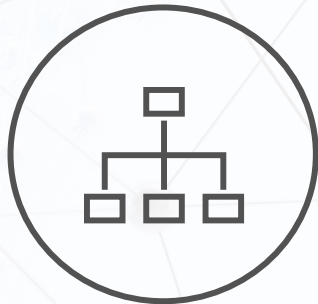
**Es geht nicht vordergründig um die Reduzierung von Kosten,
sondern vor allem um wohl überlegte Investitionsentscheidungen.**

183.102

154.178

245.5

Entwicklung der Versicherungsagentur der Zukunft: Provinzial im Spannungsbogen aktueller Herausforderungen



Einordnung des
Themas in das
Motto der
Veranstaltung



Entwicklung der
Versicherungs-
agentur der Zukunft
in Zeiten der
Transformation



Spannungsfelder
und ihre Heraus-
forderungen



Der Provinzial-Weg



Entwicklung der
Versicherungs-
agentur der
Zukunft in Zeiten
der Transformation

**These: Es macht keinen Sinn, die Idee von der
Versicherungsagentur der Zukunft zu entwickeln.**



Entwicklung der
Versicherungs-
agentur der
Zukunft in Zeiten
der Transformation

PROVINZIAL 

**Unsere Welt verändert sich tiefgreifend.
Sie wird komplexer, schneller und radikaler.
Was gestern gut war, ist morgen vielleicht zu wenig.**



Entwicklung der
Versicherungs-
agentur der
Zukunft in Zeiten
der Transformation

**Umso wichtiger ist es, sich an die neuen
Umweltbedingungen anzupassen.
Transformation ist kein Ziel, sondern eine Fähigkeit.**



Entwicklung der
Versicherungs-
agentur der
Zukunft in Zeiten
der Transformation

PROVINZIAL

**Damit die Versicherungsagentur eine Zukunft hat,
muss sie ihre Kunden begeistern und
ihre Bestände ausbauen können.**



Kommunikation & Einfachheit

Schadenregulierung

**Preis-Leistungs-
Wahrnehmung**

**Proaktivität &
Reaktivität**

Einflussfaktoren von Kundenzufriedenheit



**Beratungsqualität &
Vertrauen**

**Erreichbarkeit &
Reaktionsgeschwindigkeit**

**Beziehung &
persönliche Beratung**

Emotionale Faktoren

Veränderte Kundenerwartungen

*Die Versicherungsagentur der Zukunft
... agiert mit einer digitalen Kundenschnittstelle.*

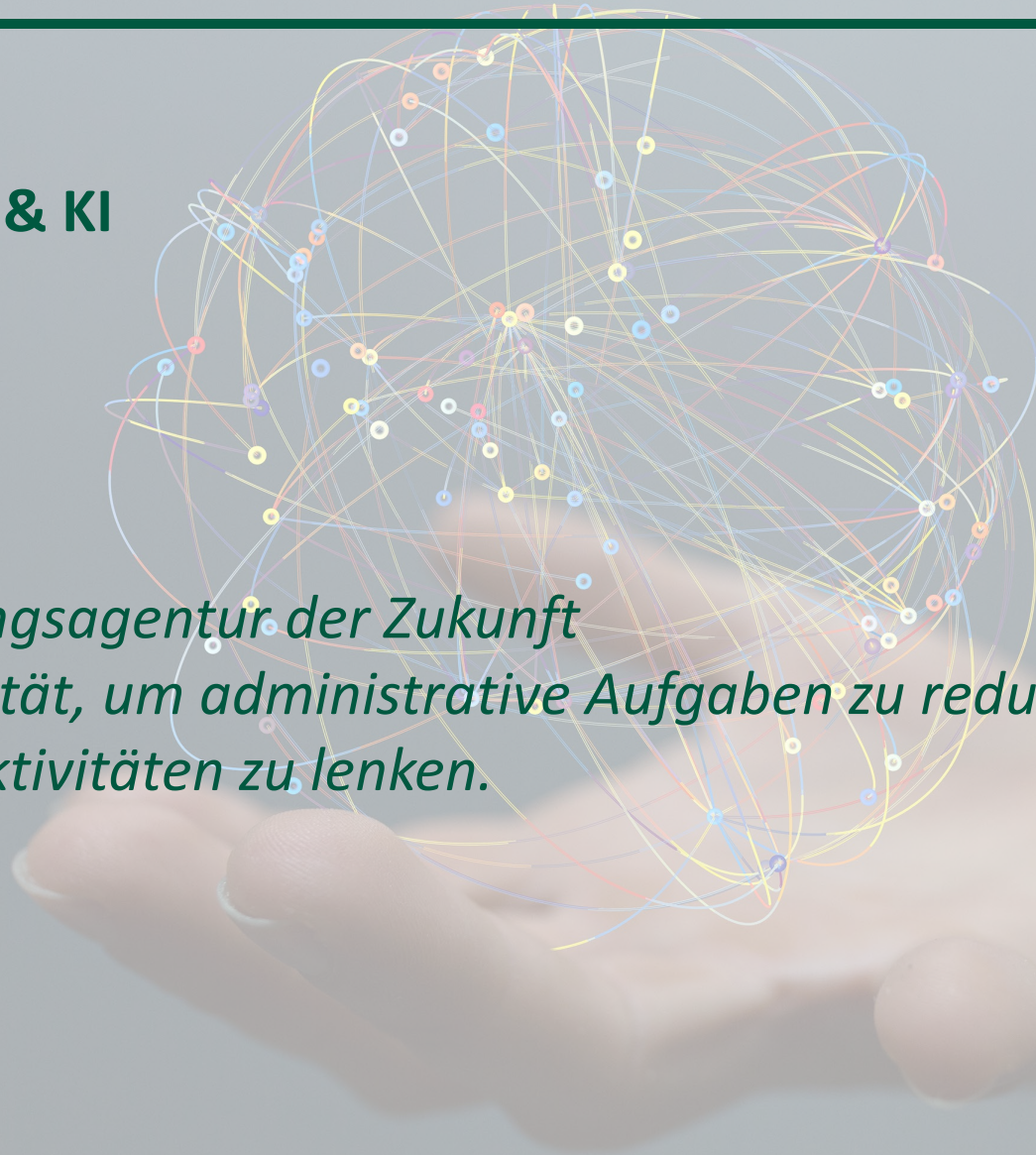
... ist Vertrauensberater, Risikomanager, Lebensbegleiter und Serviceplattform.

... bedient den Wunsch nach persönlicher Beratung in komplexen Versicherungsfragen.

Veränderte Kundenerwartungen

Digitalisierung & KI

*Die Versicherungsagentur der Zukunft
... nutzt Digitalität, um administrative Aufgaben zu reduzieren und damit den Fokus auf
vertriebliche Aktivitäten zu lenken.*



Veränderte Kundenerwartungen
Digitalisierung & KI

Kunden- & Versicherungsbestand

*Die Versicherungsagentur der Zukunft
... nutzt das Potenzial tendenziell höherer Durchschnittsbestandsgrößen zur
Professionalisierung und Spezialisierung.*



Fachkräftemangel & Arbeitswelten

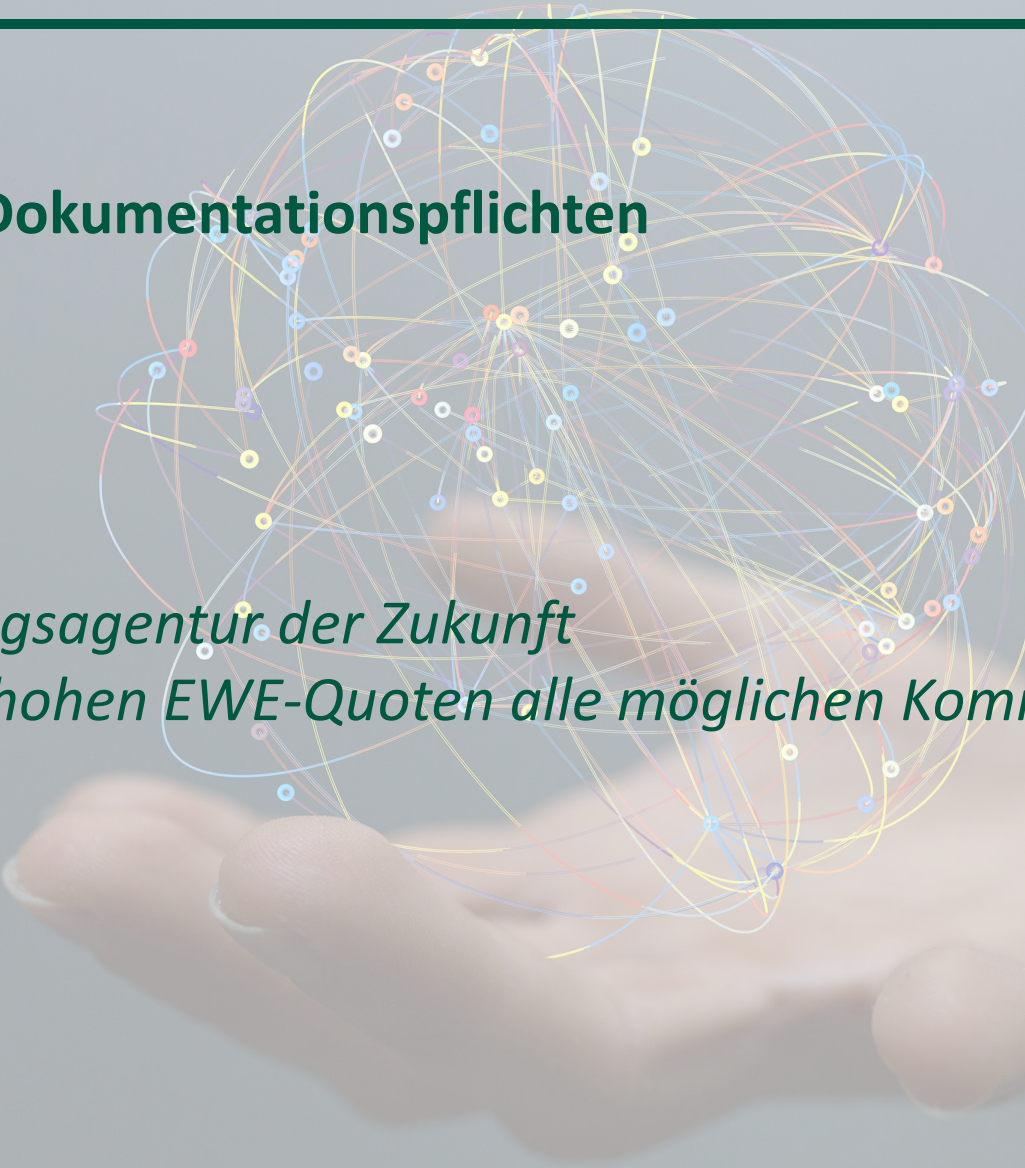
Veränderte Kundenerwartungen
Digitalisierung & KI
Kunden- & Versicherungsbestand

*Die Versicherungsagentur der Zukunft
... agiert in der Region mit einer modernen und attraktiven Arbeitgebermarke.*



Regulatorik & Dokumentationspflichten

Veränderte Kundenerwartungen
Digitalisierung & KI
Kunden- & Versicherungsbestand
Fachkräftemangel & Arbeitswelten



*Die Versicherungsagentur der Zukunft
... hält sich mit hohen EWE-Quoten alle möglichen Kommunikationswege in Richtung
Kunden offen.*

Wettbewerb durch Plattformen

Veränderte Kundenerwartungen
Digitalisierung & KI
Kunden- & Versicherungsbestand
Fachkräftemangel & Arbeitswelten
Regulatorik & Dokumentationspflichten



*Die Versicherungsagentur der Zukunft
... differenziert sich am Markt über Vertrauen, individuelle Beratung vor allem in den
beratungsintensiven Sparten, über Nähe und persönliche Begleitung sowie schnelle Hilfe
im Schadenfall.*

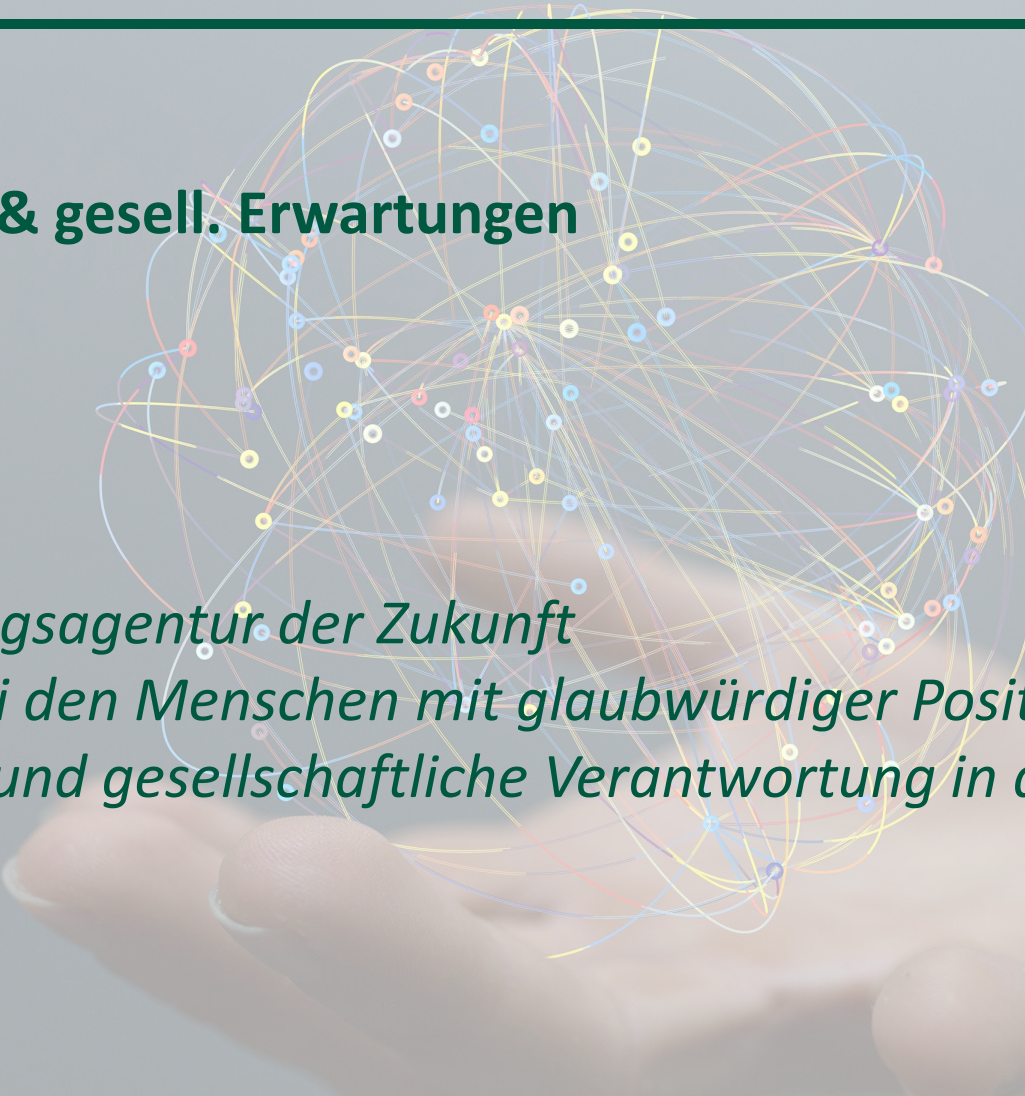
Lokale Präsenz

*Die Versicherungsagentur der Zukunft
... ist physisch vor Ort und virtuell im Netz bei allen Menschen präsent und begeistert als
Anziehungspunkt und Begegnungsstätte.*



Veränderte Kundenerwartungen
Digitalisierung & KI
Kunden- & Versicherungsbestand
Fachkräftemangel & Arbeitswelten
Regulatorik & Dokumentationspflichten
Wettbewerb durch Plattformen

Nachhaltigkeit & gesell. Erwartungen



- Veränderte Kundenerwartungen
- Digitalisierung & KI
- Kunden- & Versicherungsbestand
- Fachkräftemangel & Arbeitswelten
- Regulatorik & Dokumentationspflichten
- Wettbewerb durch Plattformen
- Lokale Präsenz

*Die Versicherungsagentur der Zukunft
... überzeugt bei den Menschen mit glaubwürdiger Positionierung zu den Themen
Nachhaltigkeit und gesellschaftliche Verantwortung in der Region.*

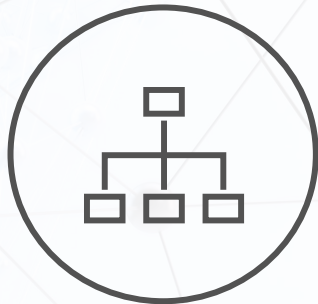
Starkes Versicherungsunternehmen

*Die Versicherungsagentur der Zukunft
... hat ein starkes Versicherungsunternehmen als Partner an der Seite.*



- Veränderte Kundenerwartungen
- Digitalisierung & KI
- Kunden- & Versicherungsbestand
- Fachkräftemangel & Arbeitswelten
- Regulatorik & Dokumentationspflichten
- Wettbewerb durch Plattformen
- Lokale Präsenz
- Nachhaltigkeit & gesell. Erwartungen

Entwicklung der Versicherungsagentur der Zukunft: Provinzial im Spannungsbogen aktueller Herausforderungen



Einordnung des
Themas in das
Motto der
Veranstaltung



Entwicklung der
Versicherungs-
agentur der Zukunft
in Zeiten der
Transformation

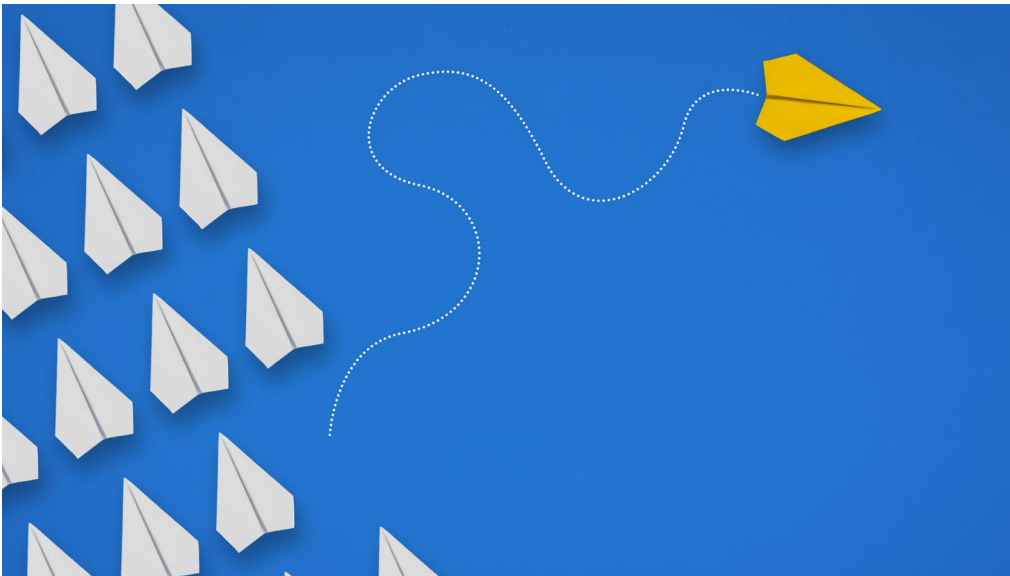


Spannungsfelder
und ihre Heraus-
forderungen



Der Provinzial-Weg

Unternehmeragentur vs. Einheitsagentur



Im Zeitalter der Transformation sind Unternehmer:innen mit ihrer Kreativität und Agilität Antreiber und Erfolgsgaranten.

Gleichförmigkeit vs. Diversität



Es gibt keine Versicherungsagentur der Zukunft ohne Zukunft in unseren Köpfen. Und die Zukunft ist divers.

Tradition vs. Moderne



Die Versicherungsagentur der Zukunft ist hybrid. Vertrauen geht nicht nur persönlich, sondern auch digital.

Starke Präsenz in den Regionen vs. Kompetenzbündelung



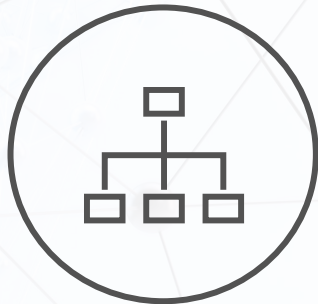
Kundenerwartungen erfordern eine Kompetenzbündelung und Variabilität in den Versicherungsagenturen.

Mensch vs. Maschine



Es kommt auf die optimale Balance zwischen Mensch und Maschine an. Dort, wo Technologie skaliert, was sie soll, und Menschen bewahren, was nur sie können.

Entwicklung der Versicherungsagentur der Zukunft: Provinzial im Spannungsbogen aktueller Herausforderungen



Einordnung des
Themas in das
Motto der
Veranstaltung



Entwicklung der
Versicherungs-
agentur der Zukunft
in Zeiten der
Transformation



Spannungsfelder
und ihre Heraus-
forderungen



Der Provinzial-Weg



**Gelebte Vertriebspartnerschaft auf
Augenhöhe**

**Provinzial als starker Partner
unserer Versicherungsagenturen**

**Unternehmer:innen als starke Partner
der Provinzial**

**Vielen Dank für
Ihre Aufmerksamkeit**

PROVINZIAL

A stylized graphic of two yellow wings, positioned behind the end of the word 'PROVINZIAL'.