

Webinar «Zukunft im Vertrieb»

#future#SalesZukunft#FutureOfSales#VertriebNeuDenken#DigitalerVertrieb#
SalesTransformation#NextGenSales#VertriebDerZukunft#SalesInnovation



Facts and Figures des Instituts für Risk & Insurance



Motiviertes Team mit viel Versicherungserfahrung

20 Mitarbeitende mit diversem beruflichem und akademischem Hintergrund, inkl. Doktoranden

Eng vernetzt mit Praxis



“State-of-the-Art” mit angewandter Forschung

Diverse Studien und Praxisbeiträge zu aktuellen Fragestellungen der Branche

Internationale Fachpublikationen (peer-reviewed journals)

Kooperationen mit Versicherern

Bachelorstudium & Weiterbildungen in Versicherung

Ca. 200 Studierende / in den verschiedenen Insurance Studiengängen

Ca. 2500 Unterrichtsstunden / in Mathematik für Betriebsökonom:innen ZHAW



Solides, organisches Wachstum

Solide Nachfrage nach Weiterbildungen

Zukunftsorientiertes Projekt-Portfolio

Wachsende Anzahl Teilnehmende an div. Events



Start 28. August 2026

CAS Vertriebsmanagement (HS 2026)

Auf einen Blick

CAS Vertriebsmanagement in Versicherungsunternehmen

Bringe die Versicherungs-PS auf den Boden

Jetzt anmelden unter:
www.zhaw.ch/iri/cas-vwu



Heutige Referenten und Moderator



Dr. Pirmin Mussak

Dr. oec. HSG,
Dozent am Institut für Risk &
Insurance, Studienleitung CAS
Vertrieb von Versicherungs-
unternehmen
Fokus: **Vertrieb, Marketing,
Customer Insights, Strategie**



Marco Luzzatto
Associate Partner

Leiter Insurance Competence
Center «Future of Sales &
Distribution»



Asim Kalkinc
Senior Consultant

Studienverantwortung «Thesen
zum Vertrieb der Zukunft»

synpulse

zh
aw

synpulse

Studiengangleiter Vertriebsmanagement

CAS Vertriebsmanagement in
Versicherungsunternehmen | ZHAW
School of Management and Law



Dr. Pirmin Mussak

Dr. oec. HSG
ZHAW Zurich University of Applied Sciences

- **5 Jahre Management Consultant** (Strategieberatung bei KPMG und Horváth)
- **2 Jahre Strategische Distribution** bei AXA Schweiz

- **12 Jahre diverse Tätigkeiten** in Lehre, Forschung, Dienstleistung und Weiterbildung an ZHAW und HSG (besonderer Fokus Vertrieb, Marketing und Insurance)
- **Dozent an der ZHAW seit 2023**

Weitere Informationen

<https://www.zhaw.ch/de/ueberuns/person/muss/>



ZHAW-Studie «Pulse Check»

HZ Insurance «Der Versicherungsvertrieb steht auf der Sonnenseite»




zhaw School of Management and Law

Pulse Check: Aktuelle Stimmung im Versicherungsvertrieb

Umfrageergebnisse von Schweizer Versicherern und Krankenversicherern

Eine Studie des Instituts für Risk & Insurance

Dr. Pirmin Mussak



AACSB ACCREDITED EQUIS ACCREDITED ASSOCIATION OF AMBA ACCREDITED

ZHAW-UMFRAGE

Der Versicherungsvertrieb steht auf der Sonnenseite

Trotz Digitalisierung und KI: Die Stimmung im Aussendienst der Versicherer ist positiv - das zeigt eine aktuelle Umfrage des ZHAW.

🕒 Lesezeit: 4 Minuten

Teilen Merken Drucken Kommentare



Digitalisierung ersetzt nicht die persönliche Beratung, sondern unterstützt sie.

Quelle: Adobe Stock

Abg. ZHAW-UMFRAGE

Der Versicherungsvertrieb steht auf der Sonnenseite

Trotz Digitalisierung und KI: Die Stimmung im Aussendienst der Versicherer ist positiv - das zeigt eine aktuelle Umfrage des ZHAW.

🕒 Lesezeit: 4 Minuten



Digitalisierung ersetzt nicht die persönliche Beratung, sondern unterstützt sie.

Quelle: Adobe Stock

Von Bernd de Wall
am 04.11.2025 - 06:16 Uhr

Hoher Verkaufsdruck, fortschreitende Digitalisierung, hybride Kundinnen und Kunden: Die Herausforderungen für den Vertrieb von Versicherungsleistungen steigen immer weiter. Das schlägt den Zigtausenden Beraterinnen und Beratern in der Schweizer Assekuranz aber offensichtlich nicht aufs Gemüt, wie der «Pulse Check: Aktuelle Stimmung im Versicherungsvertrieb» des Instituts für Risk & Insurance der ZHAW School of Management and Law zeigt. Dafür wurden schweizweit 100 Mitarbeitende aus dem Vertrieb von Erstversicherern und Krankenversicherern per Onlineinterviews befragt.

Hohe Zufriedenheit

Auch wenn die Umfrage keinen Anspruch auf Repräsentativität erhebt, zeigt sich doch ein deutliches Bild: Mit 78 Prozent zeigte sich die grosse Mehrheit der Befragten zufrieden oder sehr zufrieden mit ihrer Arbeitssituation, nur eine Minderheit (2%) ist unzufrieden. Interessant dabei: Die höchste Zufriedenheit findet sich bei den ab 45-Jährigen (38%), während die 25-34-Jährigen eher in der neutralen oder kritischen Gruppe zu verorten sind (50%). Und die Mitarbeitenden bei den

<https://digitalcollection.zhaw.ch/handle/11475/34346>



39% : unter 34 Jahre
25% : 35 - 44 Jahre
23% : 45 - 54 Jahre
13% : 55 und älter



80 % Vertriebsmitarbeitende
16 % Führungskräfte im Vertrieb
4% andere Funktionen




59%: mehr als 10 Jahre Erfahrung
28%: 4-10 Jahre Erfahrung
13%: weniger als 4 Jahre Erfahrung



84 % Männer
15% Frauen
1 % Divers



 **Pulse Check**



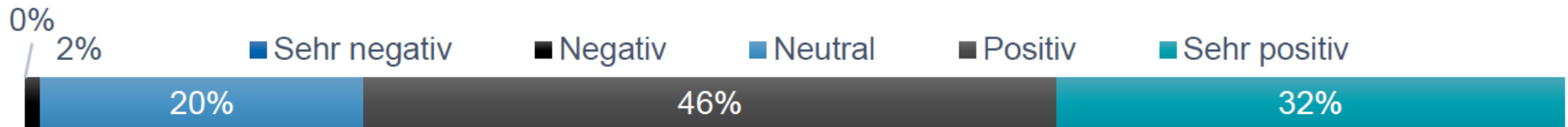
42 % haben in den letzten 12 Monaten darüber nachgedacht, das Unternehmen zu verlassen



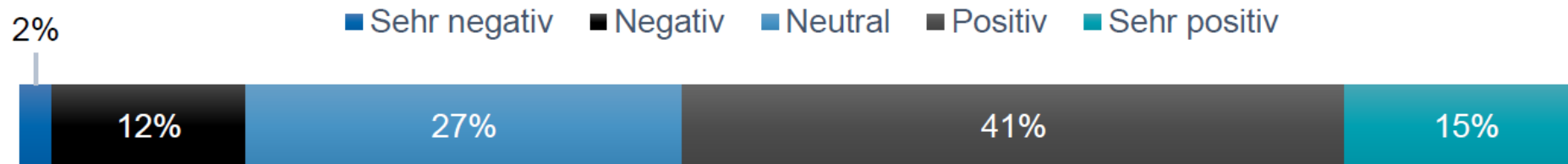
58% Sach- und Haft
10 % Lebensversicherung
27% Krankenversicherung

Hohe Zufriedenheit im Job – ebenso positive Bewertung der Vergütung

Wie zufrieden sind Sie mit der Arbeitssituation im Vertrieb?

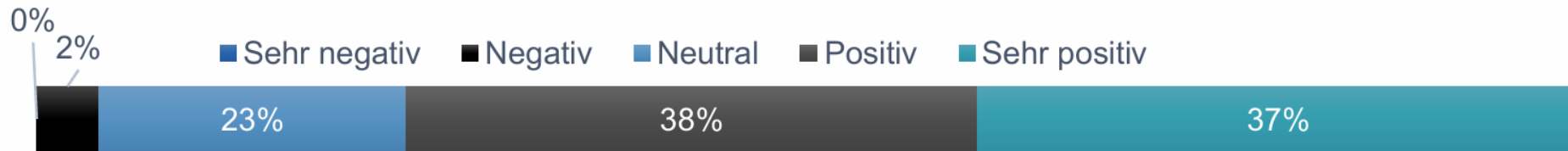


Zufriedenheit mit der Vergütung

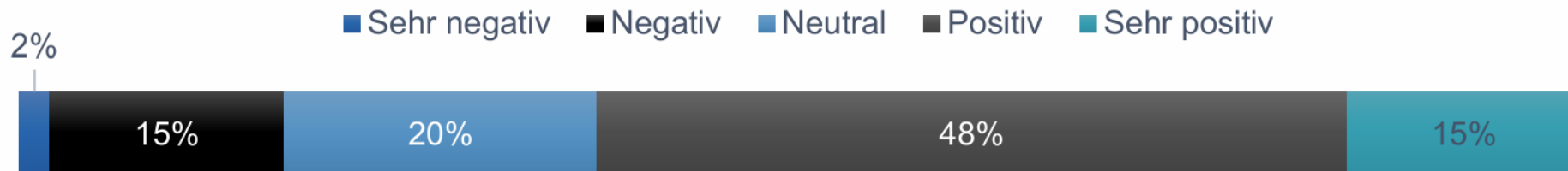


Unternehmenskultur des Arbeitgebers und Work-Life-Balance

Wie bewerten Sie die Unternehmenskultur ihres Arbeitgebers?

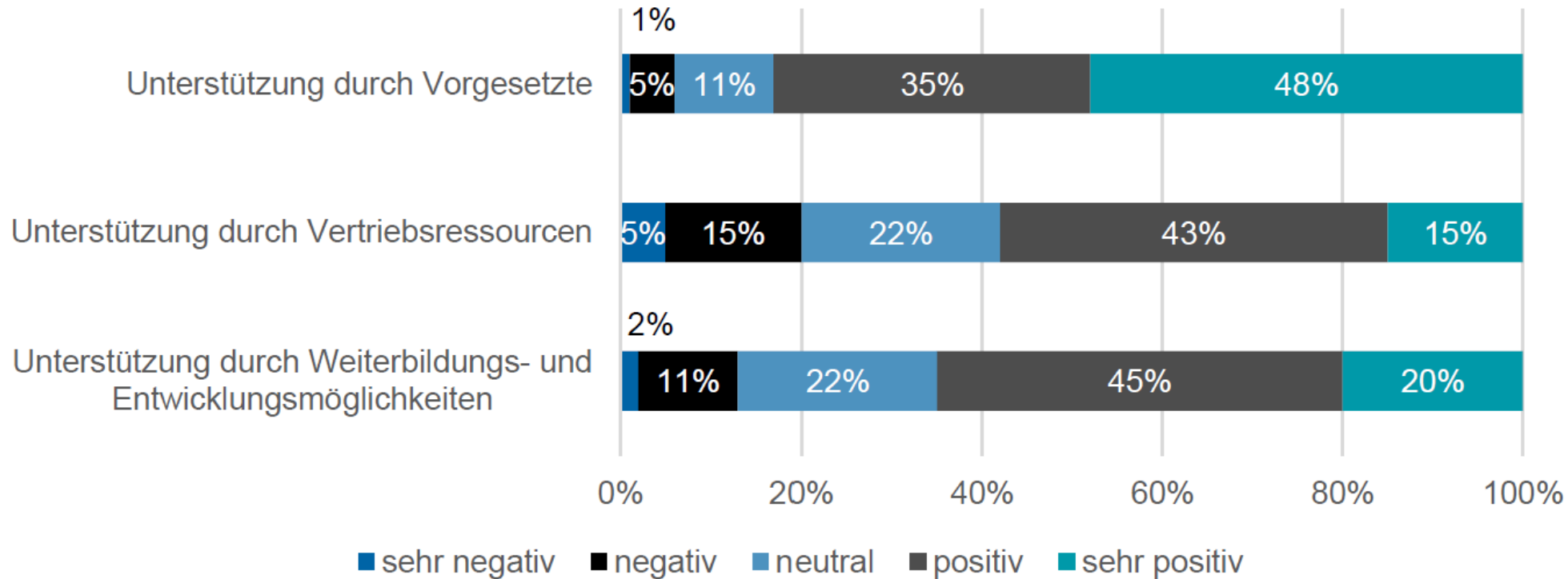


Work-Life-Balance



Unterstützung im Vertrieb

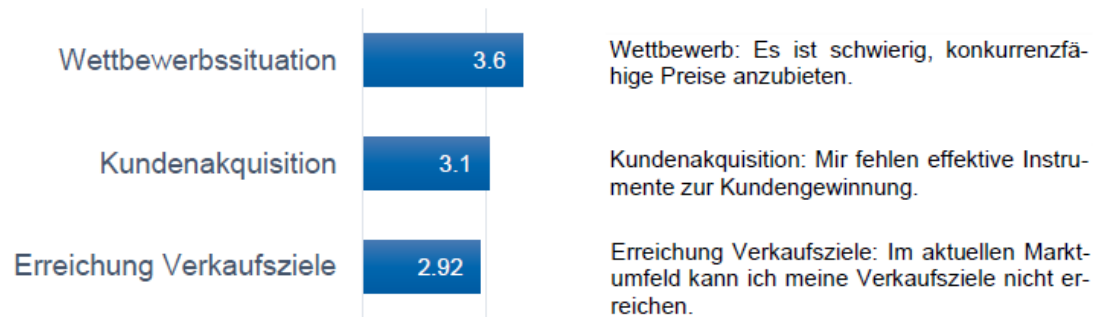
Unterstützung im Vertrieb



Herausforderungen im Vertriebsalltag – welche Belastungen bestehen?

Was sind die grössten Herausforderungen, denen Sie in Ihrem Arbeitsalltag begegnen ?

Herausforderungen im Vertriebsalltag



Legende: 1= Stimme ich überhaupt nicht zu, 5 = Stimme ich stark zu.



Was sind die grössten Herausforderungen, denen Sie in Ihrem Arbeitsalltag begegnen?

Belastungen entlang des Verkaufsprozesses	Themenfeld	Beispielaussagen
Akquise	Markt & Struktur: Breite Konkurrenz, vielfältige Kundengruppen	<ul style="list-style-type: none"> „Es gibt viel mehr Konkurrenz; klassische wie früher auch: andere Gesellschaften, Versicherungsunternehmen, Broker, Autogaragen und auch neue Anbieter wie Telefonanbieter, Möbelhäuser, Banken, Apps, Onlineversicherer.“
	Wettbewerb & Preis: Starker Preisdruck; Preisfokus dominiert	<ul style="list-style-type: none"> „Unsere Produkte haben zwingend im Preis zu gestalten. Wir sind oft die Teuersten oder offerieren gar nicht erst.“ „Konkurrenz, Preis, viele Personen schauen heute immer mehr auf den Preis und nicht mehr auf die versicherte Leistung.“
	Regulatorik & Datenschutz	<ul style="list-style-type: none"> „Datenschutzgesetz und Regulatoren.“ „Der Vertrieb wird zunehmend durch das Risikomanagement/Underwriting gesteuert.“
Beratung & Abschluss	Leadgenerierung; zielgruppenspezifische Ansprache komplex	<ul style="list-style-type: none"> „Identifizierung und Erreichung der Zielgruppe, Generierung und Qualifizierung von Leads, Kundengewinnung generell und Preis-Leistungslevel gegenüber Mitbewerbern.“
	Digitalisierung: Fehlender Support; Schulung und Akzeptanz nötig	<ul style="list-style-type: none"> „Als grösste Herausforderung sehe ich, die Vertriebsmannschaft zu motivieren neue Technologien zu nutzen und die neuen Prozesse korrekt anzuwenden.“ „Fehlende technische Unterstützung (Digitalisierung).“
Betreuung	Administrative Belastung & Prozesse	<ul style="list-style-type: none"> „Ich verbringe zunehmend viel Zeit für administrative Aufgaben, anstelle beim Kunden zu sein.“
	Ziele & Motivation: Hohe Zielkonflikte	<ul style="list-style-type: none"> „Die Balance zwischen Kundenorientierung und unternehmerischen Zielen zu halten.“
	Kundenbindung: Sinkende Loyalität; Akquise	<ul style="list-style-type: none"> „Kundentreue zu erhalten auch in Zeiten der jährlichen Tarifanpassungen.“ „Potentielle Neukunden zu finden / akquirieren.“
Betreuung	Provisions- & Vergütung: Motivation leidet.	<ul style="list-style-type: none"> „Durch diverse Anpassungen [...] ist die Provisionierung extrem gesunken ohne Perspektiven zu schaffen. Im Vertrieb ist das kontraproduktiv.“
	Fachkräftemangel & Ressourcen	<ul style="list-style-type: none"> „Fachkräftemangel.“

Qualitative Statements

Herausforderungen im Vertriebsalltag – welche Belastungen bestehen?

Was sind die grössten Herausforderungen, denen Sie in Ihrem Arbeitsalltag begegnen ?

«Es gibt viel mehr Konkurrenz; klassische wie früher auch: andere Gesellschaften, Versicherungsunternehmen, Broker, Autogaragen und auch neue Anbieter wie Telefonanbieter, Möbelhäuser, Banken, Apps, Onlineversicherer.»

«Datenschutzgesetz und Regulatoren.»

«Als grösste Herausforderung sehe ich, die Vertriebsmannschaft zu motivieren neue Technologien zu nutzen und die neuen Prozesse korrekt anzuwenden»

«Potenzielle Neukunden zu finden / akquirieren.»

«Fachkräftemangel.»

Welche Stellhebel werden vorgeschlagen?

Vier strategische Stellhebel für einen leistungsfähigen Vertrieb

1. Effizienzsteigerung durch Digitalisierung – inkl. KI



2. Kundenzentrierung



3. Motivation, Leistungsbereitschaft und Vergütung



4. Unterstützende Unternehmenskultur



Vielen Dank.

*Wie wird daraus konkrete Praxis?
«Welche Antworten gibt uns die Studie zum ‚Vertrieb der Zukunft‘ ?»*

synpulse

