



Bild: stockphoto

Die digitale Revolution in der Assekuranz könnte den traditionellen Vertrieb hinwegfegen. Gibt es Vermittler künftig nur noch per Apps über das Handy? Wie Makler Vorsorge in eigener Sache betreiben können.

Mit einer App zur Verwaltung von Versicherungsverträgen will das Schweizer Startup „Knip“ den Makler ersetzen. Kunden könnten bald per App ihre Versicherungsverträge über das Smartphone managen und Schadensmeldungen abgeben. Knip beschafft sich vom Verbraucher mit seiner digitalen Unterschrift den Maklerauftrag und fordert dann die Vertragsdaten vom Versicherer an. Nach der Datenübermittlung kann der Nutzer per App auf alle Versicherungsdokumente zugreifen. Fragt sich nur, was er damit soll. Verbraucher beklagen eher nicht einen Mangel an Informationen, sondern ein Zuviel. Hat das etwas an der Absicherungsmisere und Versorgungslücken geändert?

Knip ist kein Einzelfall, sondern signalisiert, dass die digitale Revolution im Finanzbereich Fahrt aufnimmt. An die Namen und Angebote der Finanztechnologieunternehmen, kurz: Fintechs, muss man sich noch gewöhnen. Sie heißen „Getsafe“, „Clark“ oder „Friendsurance“ und wollen den klassischen Finanzvertrieb in Rente schicken. Mangelndes Interesse und Fachwissen der meisten Deutschen in Finanzdingen sprechen zwar dagegen, doch die zunehmende Digitalisierung definiert früher oder später auch den Vertrieb der Versicherer und Banken neu. Dies betrifft

die Kommunikationswege ebenso wie Aufgabenspektrum, Beratungsqualität und Aufteilung der Wertschöpfungskette (siehe auch das Interview ab Seite 18 dieser Ausgabe). Gerade hier schlummern zahlreiche Konfliktherde, mit denen die Old Economy derzeit nur sehr schwer umgehen kann. Daher ist die erste Reaktion der Platzhirsche auch typisch: Angst. Kürzlich gaben 41 Prozent von 150 befragten Führungskräften der Assekuranz an, dass Onlinevergleichsportale eine große Bedrohung für ihr Geschäftsmodell seien. Die Studie stammt von der Business- und IT-Beratung Q_perior. Mit 23 Prozent stellen reine



„Versicherer müssen bei der Realisierung digitaler Geschäftsmodelle deutlich aktiver sein und kalkulierte Risiken eingehen.“

Walter Kuhlmann, Q_perior

Online-Direktversicherer die zweithäufigste Bedrohung dar. „Versicherer tun sich schwer, konsequent und nachhaltig auf das veränderte Kundenverhalten und die Diversifizierung von Produkten und Geschäftsmodellen einzugehen“, sagt Walter Kuhlmann, Partner und Versicherungsexperte bei Q_perior.

Um sich der Konkurrenz zu stellen, ergreifen einige Versicherer gewissermaßen die

Flucht nach vorn und engagieren sich selbst auf dem Gebiet der Vergleichsportale. Rund ein Drittel der Befragten gab laut Q_perior an, 2016 eine Kooperation mit einem Vergleichsportale eingehen zu wollen. 18 Prozent erwägen eine Beteiligung, weitere elf Prozent ein Eigeninvestment. Insgesamt zeigten die Versicherer im deutschsprachigen Raum „aber ein verhaltenes Interesse“ an der Einführung digitaler Geschäftsmodelle. Das Abwarten kann fatal sein. „Um zu bestehen, müssen sich die Verantwortlichen den Herausforderungen durch digitale Wettbewerber stellen, bei digitalen Geschäftsmodellen deutlich aktiver sein und kalkulierte Risiken eingehen“, warnt Kuhlmann.

Angst vor den Kosten

Selbst wenn viele Versicherer Fintechs als Bedrohung empfinden, dürfte weniger die Angst vor der Vertriebskonkurrenz dominieren, sondern die Ungewissheit, ob die Herkulesaufgabe gelingt, physische und digitale Kanäle intelligent zu vernetzen, weil damit die vorhandenen Strukturen im Vertrieb aufgebrochen werden müssen. Das kostet viel Geld und bringt zunächst nicht einen einzigen Kunden mehr. Langfristig hilft es aber, neue Produkte zu entwickeln. „Doch im Moment haben die Neuen nicht viel mehr als eine knackige App zu bieten“, sagt Oliver Pradetto, Geschäftsführer des Maklerpools Blau Direkt. Es fehle an der Basistechnologie. „Hinter der modernen Kulisse läuft alles manuell, für Service ist keine Zeit“, hat Pradetto beobachtet. Dennoch rüstet die Assekuranz technologisch nach und schaut sich auch die

Vergleichsportale genauer an. Allerdings hat der klassische Makler davon im Moment sehr wenig. Er muss sich selbst gegen die Konkurrenz zur Wehr setzen, denn Onlinevergleichsportale und Apps kommen oft im Gewand des Versicherungsvermittlers daher und wollen im Prinzip nur „klassischen Maklern die Verträge abgreifen, ohne den Kunden weitere Leistungen anzubieten“, findet Poolchef Pradetto. Er

nennt das Geschäftsprinzip „Vertragsklau gegen Provisionsabgabe“. Dabei bedienen sich die Fintechs zunehmend auch der Maklerpools, um Bestandsübertragungen durchzusetzen. Auch einige Versicherer geben sich doppelzüngig. Dabei schaffen Fintechs die Kundenabwerbung in aller Regel nur dann, wenn der Vermittler seine Arbeit vernachlässigt hat.

Den Maklern dämmert, dass sie selbst aktiv werden müssen. Das geschieht derzeit vor allem an zwei Fronten. Man sucht die wettbewerbsrechtliche Auseinandersetzung mit den Fintechs und den Aufbau digitaler Maklerbüros. Was die juristische Seite betrifft, so hat der Bundesverband Deutscher Versicherungskaufleute (BVK) den Marktführer der Onlinevergleichsportale, Check24, verklagt (siehe Artikel auf Seite 6 dieser Ausgabe). Portale sollen dieselben Mindestanforderungen an Beratung und Dokumentation erfüllen müssen wie Versicherungsvermittler. Gerade die individuelle Leistungs- und Bedarfsanalyse dürfte den Portalen schwerfallen, obwohl sie, wie Check24, oft als Makler zugelassen sind. Die Einhaltung der gesetzlichen Mindestforderungen sehen Makler auch im Fall des

Makler-Fintechs Moneymeets unterlaufen. Die Onlineplattform verspricht Rabatt für Versicherungskunden, die auf Beratung verzichten, und macht damit die gesetzliche Ausnahme zum Geschäftsmodell.

Das ist fragwürdig, weil das Unternehmen auch als Versicherungsmakler registriert ist, aber gerade keine umfassende Marktanalyse und individuelle Beratung bietet. Daher hat Versicherungsmakler Harald Banditt (Hoppegarten) die Moneymeets Community GmbH (Köln), an der die Handelsblatt-Mutter Dieter von Holtzbrinck Medien GmbH beteiligt ist, vor dem Landgericht Köln verklagt. Banditt wird von seinem Berufsverband IGVM, Interessengemeinschaft Deutscher Versicherungsmakler, unterstützt.

Gesetzestreue vor Gericht eingefordert

Der Ausgang des Prozesses war bei Redaktionsschluss noch offen. Der Richter ließ aber keinen Zweifel daran, dass er den Beratungs- und Haftungsverzicht per AGB für unzulässig hält. Das könnte das Moneymeets-Geschäftsmodell ins Wanken bringen, denn nur der „Verzicht“ auf Beratung und Haftung dürfte dem

Unternehmen das notwendige Geld aus Betreuungscourtage einsparen, mit dem die Kundschaft bedient werden soll. Ob Moneymeets weiter als Makler auftreten und Betreuungscourtage kassieren darf, wird demnächst in Köln geklärt.

Was den Aufbau des digitalen Maklerbüros betrifft, so gehört ein eigener Internetauftritt zum Pflichtprogramm. Die Firma Cybermatic Homepage-Systeme bietet schon lange ein Homepage-Baukastensystem speziell für Versicherungsmakler an. Die neue Tochter Expertenhomepage GmbH greift Maklern nun mit digitalen Marketingtools, Vertriebswerkzeugen und Services unter die Arme. „Onlineberatung und -abschluss sowie interaktive Signaturen senken den Zeitaufwand und fördern das Geschäft“, sagt Geschäftsführer Jürgen Zäch. So wird der Internetauftritt zum digitalen Maklerbüro. Interessenten können sich jederzeit informieren oder einen Beratungstermin vereinbaren. Zudem ist Expertenhomepage Plattform für Newsletter, E-Mail-Marketing, Social-Media-Services und Kundenbewertungen. „Was für Kunden gut ist, kann für Makler nicht schlecht sein“, so Zäch. *Detlef Pohl*

Bei der Stuttgarter findet jeder seinen Platz.

Arbeitskraftsicherung für alle Berufe.

Vier verlässliche Lösungen zum Schutz des Einkommens bei Berufs- und Erwerbsunfähigkeit.



Zukunft machen wir aus Tradition.



Die Stuttgarter
Der Vorsorgeversicherer

Jetzt informieren unter www.stuttgarter.de/arbeitskraftsicherung