

Die wichtigste „App“ für Ihren Kunden heißt „MAKLR“! – Ein paar Gedanken zu InsureTechs, Digitalisierung und die Angst, zum alten Eisen zu gehören...

„Eine Studie warnt vor Verdrängung durch InsureTechs“, konnte man kürzlich in einem der für die Branche wichtigen Fachmagazine lesen. Die digitalen Marktteilnehmer würden wohl die „wahrscheinlichen Gewinner“ der Versicherungsbranche werden. Auch war zu lesen, wieviel Millionen US-Dollar diese Firmen inzwischen durch Investoren eingesammelt hätten.

Vom Erfolg beim Endkunden hingegen las man nichts. Dafür, dass InsureTechs künftig die besseren Produkte liefern würden. Nun ja, Knip hat jetzt immerhin eine Unfallversicherung für Pokémon Go – Spieler im Angebot, wie man an anderer Stelle jüngst lesen konnte.

Unter den deutschen InsureTechs hat Knip mit großem Fernsehwerbungsaufwand den Rang des Marktführers errungen. Um die 350.000 Mal wurde die App inzwischen heruntergeladen. Das Internet spricht allerdings von „nur“ rund 20.000 Kunden, die Knip inzwischen hätte. Wie kann man diesen Unterschied erklären? Womöglich mochten die meisten Kunden, nachdem sie herausgefunden hatten, dass sie sich da nicht nur einen digitalen Versicherungsordner umsonst runtergeladen hatten, ihren aktuellen Versicherungsbetreuer gar nicht wechseln? Die Verweigerung erster Versicherer, Bestandsübertragungen für Knip und Co durchzuführen, weil der interne Aufwand des Hin- und kurz darauf wieder Zurückübertragens auf den Ursprungsvermittler zu hoch sei, spräche für diese These.

Insgesamt geschieht trotz des vielen Medien-Tamtams bei den Versicherungsapps offenbar aber sehr wenig. Bei unseren diesjährigen VEMAtagen im April gab es keinen einzigen anwesenden Partner, der bereits Kunden verloren hatte, und auch sonst hören wir nur von vereinzelt Fällen. Für das oft prophezeite „Ende der Finanzdienstleistung, wie wir sie kennen“, scheint dies alles etwas zu dünn.

Die ganze Situation erinnert ein wenig an die frühen 2000er Jahre, als Onlineversicherer und Vergleichsportale plötzlich sehr präsent waren. Inzwischen haben auch die Onlineversicherer bemerkt, dass man Versicherungsschutz nicht verschenken kann und die Preise sind in den meisten Bereichen auf einem Niveau angekommen, das auch normale Serviceversicherer aufrufen. Und trotz des inzwischen 15jährigen Bestehens, sind immer noch nicht alle Versicherungskunden bei Check24 gelandet. Der Untergang „des Vermittlerabendlandes“ wurde damals jedenfalls auch nicht eingeleitet.

Verstehen Sie uns bitte nicht falsch, auch die VEMA nimmt die ständige Medienpräsenz der Fin- und InsureTechs durchaus ernst. Wir möchten jedoch nicht in die selbe Panik verfallen, die wir derzeit bei Versicherern und manchen Vermittlern verspüren. Der laute Ruf nach einer App für Makler wird auch von uns nicht überhört. Stellt man aber die Frage, was so eine App können soll, haben nur wenige konkrete Vorstellungen. App - der App wegen - kann nicht der richtige Weg sein. Auch der Neukundensegen, den sich mancher von einer App erhofft, wird sich nicht automatisch einstellen können. Seien wir realistisch: Ob mit oder ohne App - Versicherungen stehen normalerweise nicht in den Top Ten, der Dinge, für die sich ein Kunde interessiert. Eine App ändert daran in der breiten Masse der Bevölkerung gar nichts. Vor allem dann nicht, wenn man seine sonstige digitale Eigendarstellung nicht auf den Bedarf des Kunden abstimmt. Eine zeitgemäße Homepage mit Informationen, die den Kunden interessieren (z. B. Informationen zu den Menschen in der Firma), Landingpages, ein Blog, etc... - es gibt so viele Möglichkeiten, den Kunden zu erreichen und Interesse bei ihm zu wecken und meistens wird so gut wie nichts angegangen. Das kostet Zeit, da braucht man Ideen, da braucht man jemanden, der

gewissenhaft dahinter ist und dafür sorgt, dass nichts durch Untätigkeit versandet. Sowa braucht ein Makler nicht? Hat bisher auch alles so geklappt? Der Mensch steht im Mittelpunkt? Warum dann jetzt aber eine App?

Die wichtigste Versicherungs-App für Ihren Kunden, das sind Sie selbst! Sie kann er angehen, Sie helfen, Sie erklären, Sie berechnen, Sie sind für ihn da und genau das schätzt Ihr Kunde an Ihnen. Und genau deshalb wird er Sie auch weiterempfehlen! Das dürfen Sie nie vergessen und keinesfalls durch ein falsches Digitalisierungskonzept gefährden. Wenn Sie bzw. Ihre Firma nur noch eine Homepage oder App sind, werden Sie über kurz oder lang auch nur noch so wahrgenommen. Je weniger Mensch, je weniger Bindung, desto mehr Bereitschaft zu wechseln oder sich „abzuknipen“. Digitalisierung kann auch ganz böse nach hinten losgehen, wenn man nicht aufpasst.

Die aktuelle Digitalisierungsdebatte dreht sich natürlich nicht nur um Kunden, sondern auch um die Optimierung interner Prozesse, um betriebswirtschaftlicher zu arbeiten. Das LVRG mit seinen Auswirkungen auf Courtagehöhen hat nicht wenige Makler getroffen. Neue Geschäftsfelder als Alternativ- oder ergänzendes Einkommen bauen sich nicht über Nacht auf. Da ist es absolut nachvollziehbar, wenn man interne Abläufe prüft und geschmeidiger machen möchte.

Die Frage ist allerdings, ob Digitalisierung hier wirklich helfen können wird.

Digitalisierung lebt von der Standardisierung und Gleichschaltung. Nehmen wir den Datenaustausch zwischen Versicherer und Maklerverwaltungsprogramm als Beispiel her. Hier müssen mehr als zwei Dutzend verschiedene Softwarehäuser, mehr als hundert verschiedene Versicherer und mehr als 46.000 verschiedene Versicherungsmakler mit all ihren Anforderungen und Bedürfnissen unter einen Hut gebracht werden, damit ein digitaler Austausch klappt. Das kann nur funktionieren, wenn sehr viel Individualisierung von allen Beteiligten aufgegeben wird. Das wird für manchen schon des Prinzips wegen schwierig werden.

Erreicht man den Idealzustand tatsächlich und man muss nur noch das Verwaltungsprogramm starten, Daten und Unterlagen werden automatisch auf aktuellen Stand gebracht, muss der betriebswirtschaftliche Effekt auch erst noch realisiert werden. Ansonsten haben Sie einfach nur mehr Technik ohne Mehrwert. Die Kraft im Maklerbüro, die bisher scannte und Eingaben machte, wird nun gar nicht mehr benötigt. Was macht man mit dieser Person, die vielleicht schon seit vielen Jahren Teil des Teams ist? Einfach vor die Tür setzen? Darauf hoffen, das bislang verborgenes Vertriebspotential in ihr schlummert? Und wenn doch nicht? Will man Mensch bleiben, ist das an dieser Stelle alles gar nicht so einfach mit der Digitalisierung.

Insgesamt können wir das Fazit ziehen, dass Digitalisierung in der Gesellschaft stattfindet und zumindest auch in Teilen noch stärkeren Einzug ins Maklerbüro halten wird. Wir können ebenso feststellen, dass einzelne Bausteine für sich alleine wenig Effekt bringen. Sie brauchen eine konkrete Digitalisierungsstrategie für Ihr Unternehmen, in dem Sie festlegen, was Sie eigentlich wollen, wie sie es erreichen können und wie Sie mit den Auswirkungen umgehen wollen. Nur dann kann am Ende etwas herauskommen, was Sie und Ihr Unternehmen tatsächlich weiterbringt. Schnellschüsse aus Angst, zum alten Eisen zu gehören, bringen Sie nicht weiter. Eine Sache muss erst einmal fertig gedacht werden, bevor man sie beginnen sollte. Ohne ein fertiges Konzept können Sie nur Stückflückerei betreiben.

Wir unterstützen unsere Partner mit unseren Diensten bereits seit Jahren dabei, sinnvolle Digitalisierung nutzen zu können. Kernstück sind hier zweifellos unsere verschiedenen Tarifrechner für das private und gewerbliche Sachgeschäft. Online zugänglich, auch wenn man beim Kunden ist, gelangt man rasch zum Angebot. Die Eindeckung erfolgt – wo es Versicherungspartner möglich machen – via BiPRO direkt in die Dunkelverarbeitung, was eine

rasche Policierung ermöglicht. Die an sich aufwändige Erstellung der Dokumentation erfolgt bei uns im Regelfall „en passant“. Damit haben wir einen großen Teil des Beratungsprozesses soweit automatisiert, wie es die Individualität der Kundenberatung aus unserer Sicht zulässt. Komplexere Problemstellungen können mit wenigen Klicks über unsere Ausschreibungsplattform bei geeigneten Versicherungsunternehmen vorgestellt werden. In übersichtlichen Vorgängen abgelegt, kann der Weg von Anfrage bis zum Angebot mit allen Kommunikationsschritten nachvollzogen werden. Alles automatisch ohne weiteres Zutun – und immer nachvollziehbar, falls eines Tages die Haftungsfrage gestellt wird. Mit der Möglichkeit, eigene Seiten zu erstellen, können schnell und unkompliziert, Formulare und Projekte an zentraler Stelle für alle Mitarbeiter eines Maklerbetriebs bereitzustellen – egal, von wo aus, sie zugreifen. Dies nur beispielhaft für sinnvolle Digitalisierung, wie wir Sie als maklerförderlich empfinden.

Auch weiterhin sind wir bestrebt, unser Angebot für unsere Partner auszubauen und zu diversifizieren. Wir wollen weiterhin echte Mehrwerte schaffen – das gebietet uns schon unser Satzungszweck. Schnellschüsse wird es von uns daher nie geben. Kommt eine App? Lassen Sie sich mal überraschen... So oder so sollten Sie Ihren Status, als wichtigste Versicherungs-App Ihres Kunden pflegen und den Menschen immer im Zentrum allen Handelns stehen zu lassen.

Pressekontakt:

Eva Malcher
Telefon: 0921/7869483-843
E-Mail: eva.malcher@vema-eg.de

Unternehmen

VEMA Versicherungs-Makler-Genossenschaft e.G
Unterkonnorsreuth 29
95500 Heinersreuth

Internet: www.vema-eg.de