

Versicherungsmakler als die „neuen Insurtechs“?

Makler sollten sich von den digitalen Neueinsteigern im Versicherungsvertrieb inspirieren lassen und den Vorteil des bereits bestehenden Kundenstocks nutzen, sagt Andreas Büttner, Arisecur-Geschäftsführer und Mitglied im IT-Arbeitskreis des Fachverbands. Kernbestandteile seines Konzepts sind bidirektionaler Austausch und die Überzeugung, dass es sinnlos sei, wenn jeder seine eigene App macht.



Andreas Büttner, Arisecur-Geschäftsführer und Mitglied im Arbeitskreis Technologie des Fachverbands der Versicherungsmakler (Foto: Arisecur)

Digitalisierung – ein neues Thema für die Branche? Keineswegs, meint Andreas Büttner, Mitglied des Arbeitskreises Technologie im Fachverband der Versicherungsmakler (<http://wko.at/versicherungsmakler>) und Geschäftsführer der Arisecur Versicherungs-Provider GmbH (<http://www.arisecur.com/>). Immerhin sei bereits 1994 der erste Datensatz nach OMDS-Format generiert worden, rief er letzten Donnerstag beim Expertentreffen der Versicherungsmakler in Alpbach in Erinnerung.

Auch wenn heute unter „Digitalisierung“ häufig vorrangig verstanden werde, Daten auf einen digitalen Datenträger zu bannen: „Das wichtigste Wort ist ‚Kommunikation‘.“ Büttner sieht in ihr einen wesentlichen Faktor für Vertrieb, Kundenbindung und Kostenersparnis.

Audiokassetten, CDs, DVDs ... und Insurtechs

In den vergangenen 20 Jahren hat sich bekanntlich sehr vieles in Sachen Multimedia und Digitales verändert. Büttner veranschaulichte dies am Beispiel der Audiokassette: In den 80ern und 90ern noch Standard, wurde sie von CDs, DVDs und letztlich „trägerlosen“ Audiodateien wie MP3s verdrängt.

Büttner sprach in diesem Zusammenhang von „disruptiven Technologien“, das heißt von Technologien, die ihre „Vorgänger“ verdrängen und ablösen – eingeführt von „neuen, innovativen Marktteilnehmern“.

Eine Situation, der sich auch der Versicherungsvertrieb heute gegenübersteht. Im Mittelpunkt stehen dabei das Internet und sogenannte „Insurtechs“ (<https://de.wikipedia.org/wiki/Versicherungstechnologie>): Anwendungen, die der Verwaltung und dem Abschluss von Versicherungen durch die Kunden dienen.

Sich inspirieren lassen

Wie kann man mit dieser Herausforderung – sowohl durch neue Technologien als auch potenziell neue Mitbewerber – umgehen? „Indem wir sie als Inspiration für uns selber sehen“, lautet Büttners Antwort.

Dabei könne sich der Makler nicht nur der gleichen Technologien bedienen, sondern „noch eins draufsetzen“. Der Makler sei gegenüber Neueinsteigern nämlich in der vorteilhaften Lage, bereits Kunden zu haben, und könne diesen dann Anwendungen bieten, die jenem Bedienungskonzept folgen, mit dem sie bereits von anderen Apps wohlvertraut sind.

Ringbuch-Ordner „nicht mehr das, was der Kunde erwartet“

Insurtechs sind in Büttners Augen „die neue Gründerszene“. Sie könnten den Kunden „insurance on demand“ bieten. Mit anderen Worten: Der Kunde nutzt genau dann eine Versicherung, wenn er sie braucht, und genau so lange, wie er sie braucht.

Als ein Beispiel für ein derartiges Angebot nannte er Trov (<http://www.trov.com/>): Kunden können dort per Smartphone quasi „mit einem Wisch“ Versicherungsschutz für bestimmte, in der App erfasste Gegenstände ein- und ausschalten. Trov ist derzeit in Australien verfügbar und kommt 2017 in die USA. „Wir geben unseren Kunden analoge Ringbuch-Ordner. Das ist nicht mehr das, was der Kunde erwartet“, meinte Büttner.

Dabei muss man gar nicht in die Ferne schweifen, wies Büttner auf Schutzklick.at (<http://www.schutzklick.at/>) hin. Die 2012 gegründete Berliner Simpleurance GmbH (<http://www.schutzklick.de/>) hatte das Angebot vor rund zwei Jahren auf den österreichischen Markt gebracht (VersicherungsJournal 28.10.2014 (<http://www.versicherungsjournal.at/unternehmen-und-personen/neuer-anbieter-fuer-online-versicherungen-14599.php>)). „Das können wir als Makler per App bewerkstelligen – wir dürfen unseren Vorsprung nicht abgeben“, so Büttner.

Er rechnet damit, dass große Internetfirmen wie Google oder Amazon irgendwann plötzlich als Versicherer auftreten werden – und, wie er hinzufügte, den etablierten Versicherern die schlechten Risiken überlassen werden.

Beratung mit digitalen Helfern

Elektronische Helfer in der Beratung würden in Zukunft das Bindeglied zwischen digitalen Dienstleistungen und Kunden sein, sagte Büttner. Diese könnten den Makler etwa in der Erstellung von Risikoprofilen, Analysen und Protokollen entlasten. „Sie sind schon ausgereift und lernen bei jeder Beratung dazu.“

Gleichwohl sei die „letzte Entscheidung“ aber mit der Person des (menschlichen) Beraters und der Sympathie des Kunden zu dieser Person verbunden. Deshalb werde der Berater aus Fleisch und Blut nicht vollständig durch Elektronik ersetzt werden.

Dreh- und Angelpunkt Makler-Verwaltungsprogramm

Basis einer entsprechenden Strategie für Versicherungsmakler sei das Makler-Verwaltungsprogramm, „mit dem alles steht und fällt“. Es gelte, „digital und vernetzt“ zu sein, zwecks Kommunikation, aktueller Befüllung und der Möglichkeit, die Daten dem Kunden zur Verfügung zu stellen.

„Wo sparen wir uns Zeit und Fehler? Beim bidirektionalen Austausch, ohne Medienbrüche.“ So könne ein abgeglicher Datenbestand

gewährleistet werden, auch könnten Tarifrfragen direkt aus dem System des Versicherers erfolgen, die Polizze innerhalb von Sekunden zurückkommen und dem Kunden per Push-Mitteilung mitgeteilt werden, dass die Polizze hinterlegt ist. „In Deutschland gibt es das bereits.“

Büttner sprach auch die Bipro (<http://www.bipro.net/>)-Standards an. Der überwiegende Großteil der deutschen Versicherungsunternehmen verwende sie schon.

Eine App von allen (Maklern) für alle (Kunden)?

Büttner hält es für „sinnlos“, wenn „jeder eine eigene App macht“. In den App-Stores würden Apps nach Anzahl der Downloads und Qualität gereiht. Auch dürfe eine App, die ein Makler seinen Kunden anbietet, den Vergleich mit anderen Versicherungs-Apps nicht scheuen müssen.

Die App müsse können, was ein Verwaltungsprogramm kann, „alles zeigen und einfach zu bedienen sein“. Sinn mache dies aber nur, wenn das, was der Kunde angezeigt bekommt, permanent auf aktuellem Stand ist. Andernfalls werde das Vertrauen des Kunden in die Kompetenz des Maklers wohl Schaden nehmen.

Der Schlüssel dazu ist für Büttner zum einen der „bidirektionale Austausch“, der die Aktualität sicherstellen soll, zum anderen ein gemeinsamer Auftritt mit einer einzigen App. „In der Masse sind wir genauso stark wie Insurtechs.“

Emanuel Lampert (e.lampert@versicherungsjournal.at)

Das VersicherungsJournal ist urheberrechtlich geschützt. Das bedeutet für Sie als Leserin bzw. Leser: Die Inhalte sind ausschließlich zu Ihrer persönlichen Information bestimmt. Für den kommerziellen Gebrauch müssen Sie bitte unsere ausdrückliche Genehmigung einholen. Unzulässig ist es, Inhalte ohne unsere Zustimmung gewerbsmäßig zu nutzen, zu verändern und zu veröffentlichen.

Kurz-URL: <http://vjournal.at/-16827>