

DASINVESTMENT

Blaudirekt-Chef Oliver Pradetto

„Missstände und Aufgaben bei Digitalisierung der Versicherungsbranche“

Die Chefs der wichtigsten Versicherungs-Fintechs Deutschlands planen derzeit eine gemeinsame Erklärung zur „Insurtech“-Branche. Über ihre Einschätzungen sprechen sie aber bereits jetzt in einer exklusiven Interview-Reihe. Den Anfang macht Oliver Pradetto, der die Makler-App Simplr vertritt.



DAS INVESTMENT

„Misstände und die wichtigsten Aufgaben bei der Digitalisierung der Versicherungsbranche“, benennen die Unterzeichner der „Berliner Digitalerklärung“, die am 13. Januar der Öffentlichkeit vorgestellt wird. Mit ihrer gemeinsamen Erklärung appellieren die rund zwei Dutzend teilnehmenden Online-Vermittler an Deutschlands Versicherer und Politiker, „sich Hand in Hand mit der Insurtech-Szene an der Modernisierung zu beteiligen“, erklärt Mitinitiator Oliver Pradetto (Foto). Das sei notwendig, „damit Deutschlands Versicherungswirtschaft nicht den Anschluss verliert“.

Im Interview erklärt der Geschäftsführer des Lübecker Maklerpools Blaudirekt, wie man bei der von ihm mitverantworteten [Makler-App Simplr](#) auf die Vorbehalte vieler Verbraucher gegenüber den Versicherungs-Fintechs reagiert. [Die wichtigsten Kritikpunkte an den Apps zur digitalen Verwaltung der eigenen Policen haben wir im vorigen Jahr anhand der Kommentare von Nutzern ermittelt](#), die ihren Unmut nach dem Download im „Google Play Store“ per Kommentar kundgetan haben. Demnach sind die sechs wichtigsten Sorgen von Insurtech-Kunden:

- Bedenken um den Datenschutz
- Datenabfrage vor Test-Nutzung
- Technische Fehler und Mängel
- Wenige Versicherer verfügbar
- Maklermandat oft notwendig
- Misstrauen gegenüber Betreiber

DAS INVESTMENT.com: Welche der sechs wichtigsten Bedenken von Insurtech-Kunden halten Sie für unberechtigt?

Oliver Pradetto: Bei Simplr nehmen wir die Bedenken von Kunden grundsätzlich ernst, auch wenn die meisten der genannten Bedenken auf uns nicht zutreffen. Simplr war von Beginn an auch ohne Maklermandat nutzbar.

Gleichzeitig blieb aber der vertraute Makler des Kunden sein Ansprechpartner. Das sorgte frühzeitig für Vertrauen. Wir hatten in den ersten Wochen vier Reklamationen wegen kleinerer technischer Mängel, die sich noch in den Bewertungen finden. Wir haben damals sofort reagiert.

Bei welchen dieser sechs Top-Themen Ihrer potenziellen Kunden besteht Ihrer Meinung nach am meisten Nachholbedarf für Ihr Unternehmen beziehungsweise für die gesamte Insurtech-Branche?

Die genannten Themen haben wir gut im Griff. Ich glaube da sind wir durchaus führend. Was uns

DAS INVESTMENT

Sorge bereitet ist die Nutzerführung und unser „Onboarding“.

Es geht hierbei darum, den Kunden richtig in die Anwendung hineinzuziehen. Der Kunde soll spielerisch geführt werden, seine Daten zu erfassen, leicht und bequem die Nutzung lernen und sich von Beginn an wohl fühlen, um ihn gleich ab Beginn dauerhaft „an Bord zu holen“.

Kunden tun sich aber schwer, alle Möglichkeiten zu erkennen und den vollen Nutzen aus unserem Angebot zu ziehen. Das kann man moderner und einfacher darstellen. Wir wollen sexier werden.

Und bei welchen dieser sechs Top-Themen Ihrer potenziellen Kunden hat Ihr Unternehmen beziehungsweise hat die gesamte Insurtech-Branche in den vergangenen Monaten Fortschritte gemacht?

Viele Kritikpunkte stammen noch aus den Kinderkrankheiten. Die Lernkurve der Anbieter ist aber extrem hoch. Die Leistung der meisten Anbieter ist inzwischen sehr gut.

Warum werden Verbraucher Ihrer Meinung nach beim Benutzen Ihrer Versicherungs-App besser über das Thema Versicherungen beraten als bei klassischen „Offline“-Vermittlern?

Ich glaube, darum geht es gar nicht. Der Vorteil eines PIM - eines personal information managers - liegt eher darin, dass der Kunde einfache Verwaltungsvorgänge bequem und schnell selbst erledigen kann. Er hat alles transparent im Blick und jederzeit dabei. Das gibt Sicherheit. Das ist gelebter Service.

Die Beratung selbst erfolgt immer noch durch Menschen. Keiner der relevanten Anbieter kann hier aktuell mit technischen Beratungslösungen glänzen, die dem klassischen Makler überlegen wären. Bis das der Fall ist, werden sicher noch zwei bis drei Jahre ins Land gehen.

DAS INVESTMENT



Viele Insurtech-Betreiber haben mit Misstrauen der Kunden gegenüber den Unternehmen zu kämpfen. Wie gewährleisten Sie als App-Betreiber maximalen Datenschutz für Ihre Kunden?

Die App bietet auf dem Smartphone des Kunden einen zusätzlichen Zugriff auf die Daten. Wenn der Kunde sein Smartphone mit einem Passwort schützt, ergeben sich keine zusätzlichen Risiken für ihn.

Alle Prozesse und Speichervorgänge finden in einer Hochsicherheits-Infrastruktur statt. Für Simplr ist ein Dekra-zertifizierter Datenschutzbeauftragter im Einsatz, der unsere Arbeit unter modernen Datenschutzanforderungen überwacht.

Viele Kunden vermissen in den Insurtech-Programmen die Anbieter ihrer Versicherungen. Könnten Sie uns bitte auflisten, mit welchen Gesellschaften Sie derzeit oder künftig

DASINVESTMENT

kooperieren?

Der Kunde kann bei uns alle am deutschen Markt verfügbaren Versicherer in der App administrieren. Es gibt keinerlei Einschränkungen. Wenn ein Kunde etwas nicht findet, hift unser Support unverzüglich.

Dieser Artikel erschien am **03.01.2017** unter folgendem Link:

<http://www.dasinvestment.com/blaudirekt-chef-oliver-pradetto-misstaende-und-aufgaben-bei-digitalisierung-der/>