

Dienstag, 22. Dezember 2015

[Berater](#) | [Kolumnen](#) | [Versicherungen](#)

Schreckgespenst Roboberatung

Die Zeit der 'Roboberatung' – also die Finanz- und Versicherungsberatung über Algorithmen – ist noch nicht gekommen. Doch eine Entwarnung für den Vermittler mag ich nicht geben. Er fühlt sich allzu oft aus den falschen Gründen sicher, glauben doch viele an die Bedeutung des eigenen Fachwissens.

Die Pradetto-Kolumne



[1]

“Kluge Vermittler wägen sich nicht leichtfertig in Sicherheit.”

Nur weil man Computerprogramme auch als App herausbringen kann, verändert dies nicht gleich die Nutzungsgewohnheiten des Menschen.

Ambitioniertes Projekt gescheitert

Vor gut 15 Jahren scheiterte diesbezüglich bereits ein gewaltiges Projekt. 'Avanturo', finanziert mit 23 Millionen Euro durch die Telekom und einen Versicherer, sollte dem Kunden umfassende Bedarfsanalysen im Netz bereitstellen.

Das ambitionierte Projekt scheiterte nicht an den technischen Rahmenbedingungen, sondern an der irrigen Annahme, dass irgendein Mensch aus freien Stücken hören möchte, welche Versicherungen er braucht.

Daran ändert sich nichts, nur weil das gleiche Angebot per App einfacher verfügbar ist.

Mehr zum Thema Fintechs



- [MLP kooperiert mit Fintech massUp](#) [2]

Keine Entwarnung

Doch eine [Entwarnung für den Vermittler](#) [3] mag ich nicht geben. Er fühlt sich allzu oft aus den falschen Gründen sicher, glauben doch viele an die Bedeutung des eigenen Fachwissens.

Tatsächlich lässt sich jedes noch so ergiebige Fachwissen unkompliziert, fehlerfrei und jederzeit reproduzierbar erfassen. Geschah dies zu früheren Zeiten in Büchern, sind es heute eben Datenbanken.

Auch mit der individuellen Bereitstellung des Fachwissens ist es kein Hexenwerk. Die richtigen Fragen an den Mandanten? Die Selektion der hierzu passenden Informationen, sprich Ratschläge? Nichts was sich nicht über einen ausgeklügelten Algorithmus zuverlässiger als durch einen Menschen ausliefern ließe.

Seite zwei: [Bauch statt Kopf](#) [5]

Technisch ist die '[Roboberatung](#) [6]' kein Problem. Allein: Der Mensch ist keine Maschine. Er entscheidet nicht nach rationalen Gesichtspunkten, sondern nach emotionalen. Bauch statt Kopf.

In dieser Beziehung braucht es noch den Menschen. Soll der Kunde an einen Bedarf glauben, den er noch nicht empfindet, braucht es Sympathie und Vertrauen.

Meistgelesen im Ressort Berater



- [Versicherungen auf Facebook verkaufen](#) [7]

Doch die Zeit des Menschen läuft auch in kommunikativen Berufen ab. Wenn die Technik den Bedarf in der Sekunde erkennt, in welcher der Kunde ihn spürt, kann eine Roboberatung zum Erfolg führen, dann gewinnt die Maschine auch ohne Emotionalität Vertrauen. So wie wir beispielsweise mittlerweile eher dem Navi als dem Beifahrer vertrauen.

Emotionale Kundenbindung

Kluge Vermittler wägen sich daher nicht leichtfertig in Sicherheit. Sie bauen jetzt daran, ihre [Kunden emotional an sich zu binden](#) [10]. Dabei sollten Sie sich offensiv der technischen Möglichkeiten bedienen, mit denen andere sie überflüssig machen wollen.

Autor Oliver Pradetto ist Kommanditist und Mitbegründer des Maklerpools [Blau direkt](#) [11].

Foto: Anne-Lena Cordts

Artikel gedruckt von Finanznachrichten auf Cash.Online: <http://www.cash-online.de>

URL des Artikels: <http://www.cash-online.de/versicherungen/2015/roboberatung/296685>

URLs in this post: