

Noch sind die klassischen Makler vor den Fintechs

Posted By *boehne* On 19. August 2016 @ 12:17 In Berater,Kommentare,Versicherungen | [No Comments](#)

Dennis Just, Gründer und CEO des Fintechs Knip, verteidigt sich in einer Pressemitteilung gegen Vermutungen, Knip habe Probleme. Er proklamiert, Makler hätten den Anschluss verpasst. Damit trifft er ins Schwarze und liegt dennoch falsch.

Kommentar von Oliver Pradetto, Blau direkt



[1]
"Vorübergehende Downloads sind nicht das Gleiche wie dauerhafte Installationen."

Dennis Just [2] hat mit fast allem recht: Er weist auf die stark wachsenden Downloadzahlen hin. Ein starkes Indiz für das Interesse des Kunden an Apps zur Versicherungsverwaltung. Ein Hinweis darauf wie groß die Zukunft für Fintechs [3] sein kann. Dennis legt seinen Finger in die Wunde: Die Pool-Apps Asuro [4], "allesmeins" [5] oder "simplr" können aktuell nicht bei den Downloadzahlen mithalten.

Doch Dennis zieht das falsche Fazit, wenn er daraus schließt, dass der klassische Versicherungsmakler den Anschluss schon verpasst hat. Denn was Dennis mit Downloadzahlen zu beweisen sucht, sind Nebelkerzen für Wagniskapitalgeber. Ein klassischer Makler weiß: Es zählt nicht die Anzahl guter Kundengespräche, sondern die unterschriebener Aufträge.

Downloadzahlen sagen nichts über aktive Nutzer

So verhält es sich auch im Bereich der digitalen Betreuung [6]: Vorübergehende Downloads sind nicht das Gleiche wie dauerhafte Installationen. Wie viele Downloads werden unmittelbar nach dem ersten Öffnen wieder gelöscht? Selbst dauerhafte Installationen sind nicht so aussagekräftig wie aktive Nutzungen mit unterzeichneten Maklerverträge.

[Mehr zum Thema Fintechs](#)



[Knip: "Digitale Makler bieten mehr Transparenz"](#) [2]

Wie sieht der Vergleich von Knip und [simplr](#) [9] hier aus? Wie viele Downloads verwandeln Knip & Co. in Vertragskunden? Von den 18.000 Downloads in simplr sind 12.000 mit unterzeichneten Maklerverträgen aktiv und wertschöpfend. Die Zahl der aktiven und wertschöpfenden Kunden dürfte damit sehr nahe an den Zahlen von Knip sein.

Seite zwei: [Die Schlacht um den digitalen Kunden hat gerade erst begonnen](#) [10]

Doch selbst wenn [Knip](#) [11] hier die Nase vorn hat, so müssen Einnahmen auch Ausgaben gegenübergestellt werden, wenn man Erfolg messbar machen will. Den Unterschied machen hier die Akquisitionskosten. Hier kommt ein Fintech, welches mit Fernsehwerbespots und Ads arbeitet, schnell auf viele hundert Euro je Kunde. Da liegt der Return of Investment manchmal Jahrzehnte in der Zukunft und es muss noch eine Menge Wagniskapital eingesetzt werden, um diese Zeiträume zu überbrücken.

Mehr zum Thema Digitalisierung



[Rechtsfragen zur Digitalisierung, Teil 3: "Annahme des Verkaufsdrucks vermeiden"](#) [12]

Entscheidend wird sein, ob es Knip gelingt die Akquisitionskosten zu senken, indem man Empfehlungskaskaden auslöst, Skalierbarkeit in der Kundenbetreuung erreicht und wertschöpfend zu arbeiten. Es ist eine große Herausforderung, genügend Venture-Kapital einsammeln zu können, um diesen Zeitraum zu überbrücken. Gelingt dies nicht sind [Knip & Co.](#) [15] Geschichte: Von Downloads lassen sich keine Gehälter zahlen.

Klassischer Makler muss sich bewegen

Trotzdem legt der Hinweis von Dennis den Finger in die Wunde. Noch gelingt es dem [klassischen Makler](#) [16] nicht, sich zu bewegen. Wenn gerade mal 12.000 Kunden zur aktiven Nutzung von simplr motiviert werden könnten, obwohl Millionen von Kunden sich bereitwillig entsprechende Apps downloaden, gibt es offenkundig ein Problem auf Seiten des Maklers.

Er scheint mental tatsächlich noch keinen Anschluss an die digitale Welt gefunden zu haben, verhält sich abwartend. Das ist sehr gefährlich: Denn wenn der Kunde sich nicht simplr – die App seines Maklers – herunterlädt, dann lädt dieser eben Knip. Im Verwaltungssystem von simplr verbergen sich 950.000 bereits aktive Kunden. Finden wir einen Weg diese für die App zu aktivieren – und das werden wir – drehen sich die Verhältnisse schnell. Die Schlacht um den digitalen Kunden hat gerade erst begonnen.

Autor Oliver Pradetto ist Kommanditist und Mitbegründer des Maklerpools [Blau direkt](#) [17].

Foto: Anne-Lena Cordts
