

Nachricht aus Unternehmen & Personen vom 26.1.2016

Eine App für alle Maklerpools

Der Maklerpool Blau Direkt rüstet sich und die angeschlossenen Partner für den Eintritt der großen US-Internetunternehmen in den deutschen Versicherungsmarkt. Das ist beim diesjährigen Auslandskongress, der Network Convention vom 24. bis 27. Januar in Warschau, eines der wichtigsten Themen. Daneben wurde über die Geschäftsentwicklung und die Trends bei den Courttagen berichtet.



V.l. Lars Drückhammer, Oliver Pradetto (Bild: Meyer)

Die Blau Direkt GmbH & Co. KG (<http://www.blaudirekt.de/>) bietet ihre Kunden-App mit Namen „simplr“ (VersicherungsJournal 16.11.2015 (<http://www.versicherungsjournal.de/vertrieb-und-marketing/eine-weitere-vertriebs-aufruestungsrunde-der-assekuranz-124075.php>)) nun anderen Pools und auch Versicherungs-Gesellschaften zur Mitnutzung an.

Das erklärte Oliver Pradetto, Gesellschafter und Geschäftsführer des Maklerpools, im Rahmen der seit Samstag laufenden Network Convention 2016 (<http://www.network-convention.de/>) in Warschau.

Wenn jeder Anbieter in Deutschland seine eigene Lösung anbiete und sich diese gegenseitig Konkurrenz machten, bekäme jede einzelne für sich nicht genügend Relevanz, um gegen große Anbieter wie Amazon, Apple oder Google zu bestehen.

Diese seien zwar hierzulande in der Versicherungsbranche noch nicht ernsthaft in Erscheinung getreten. Pradetto hält es jedoch für sehr wahrscheinlich, dass sie ihre Zurückhaltung in den nächsten Jahren aufgeben werden.

Zusammenarbeit gegen die Internetriesen aus den USA

Das bekämen dann auch die Fintechs wie Knip (<https://www.knip.de/>) zu spüren, die jetzt noch über ihre Anwendungen für Mobiltelefone Kunden gewinnen. Die Budgets dieser Unternehmen seien gemessen an den finanziellen Möglichkeiten der Internetriesen aus den USA allesamt winzig.

Um besser dagegen gewappnet zu sein, überrollt zu werden, setzt Blau Direkt auf eine Zusammenarbeit innerhalb der Branche. Je mehr Unternehmen „simplr“ nutzten, desto weniger würden sich die deutschen Anbieter gegenseitig schwächen.

Pradetto zeigte auf, dass die Sichtbarkeit von Anwendungen in den Appstores von Apple und Google sehr stark von der Zahl der Downloads und den Bewertungen abhängt. Je weniger Nutzer oder je schlechtere Beurteilungen ein Unternehmen vorzuweisen hat, desto schlechter wird das Programm gefunden.

Blau Direkt hat 6.000 App-Nutzer

Die App von Bau Direkt wird mit 4,7 von fünf Sterne bei Google vergleichsweise sehr hoch bewertet. Die Zahl der Nutzer gibt das Unternehmen mit knapp 6.000 an. Darunter sind etwa 400 Blau Direkt-Partner und Mitarbeiter sowie ungefähr 4.900 von deren gut 850.000 Bestandskunden.

Zudem haben sich nach Pradettos Angaben circa 700 Neukunden als Anwender registriert. Denen wird angeboten, sich von einem Blau-Direkt-Partner betreuen zu lassen.

Von der bisherigen Resonanz in den eigenen Reihen ist Pradetto enttäuscht. Er appellierte an die Versicherungsmakler, sich nicht von Fintechs verdrängen zu lassen. Dazu könne die App einen wichtigen Beitrag leisten, denn sie nehme den Wettbewerbern den Wind aus den Segeln. Zudem spare sie dem Vermittler auch Arbeit,

zum Beispiel weil Kunden ihre Daten selbst online pflegen könnten.

Sie sollten die Anwendung herunterladen und sie mit der Höchstnote bewerten, forderte er seine Zuhörer auf.

Neue Wettbewerber setzen auf den besseren Service

Wer mit seinem Makler zufrieden sei und dort mindestens den gleichen Service erhalte, wie bei Knip & Co., der habe keinen Grund zu wechseln. Blau-Direkt-Partner könnten mit „simplr“ teilweise mehr bieten. Als Alleinstellungsmerkmal nannte der Poolchef die Möglichkeit, dass Kunden zu ihren Bestandsverträgen online Vergleiche selbst rechnen könnten.

Versicherungsmakler sollten sich ihrer Kunden nicht zu sicher sein, warnte Pradetto. Anbieter wie Knip seien nicht nur einfach technikgetriebene Internetseiten. Sie hätten vielmehr das Ziel, durch Service zu begeistern und Kunden zu Fans machen.

Wer dem nichts entgegensetzen habe, werde es zukünftig sehr schwer haben, ist der Pool-Geschäftsführer überzeugt.

Situative Versicherungen

Pradetto hat konkrete Visionen, wohin sich „simplr“ entwickeln könnte. So sei es denkbar, dass die App unaufgefordert eine Reise-Krankenversicherung anbietet, sobald das Handy Deutschland verlässt und kein entsprechender Schutz vorhanden ist.

Mobiltelefone seien inzwischen mit so guten Bewegungssensoren sowie Navigations- und Wetterdaten ausgestattet, dass eine Autoversicherung möglich erscheint, die nach den tatsächlich gefahrenen Kilometern, dem Fahrstil, der Tageszeit und den Wetterbedingungen differenziert abgerechnet wird.

Als Beispiel für bereits heute vorhandene innovative Lösungen nannte Pradetto den „Drittfahrerschutz“ (<https://www.appsichern.de/drittfahrerschutz.html>) der Situative GmbH (<https://www.appsichern.de/>) (VersicherungsJournal 25.7.2013 (<http://www.versicherungsjournal.de/vertrieb-und-marketing/neue-losungen-fuer-den-mobilen-vertragsabschluss-116125.php>)). Der könne zum Beispiel günstiger sein als die klassische Lösung, wenn Kinder gelegentlich Papas Auto fahren sollen.

Starker Umsatzzuwachs in 2015

Zum Geschäftsverlauf im abgelaufenen Jahr sagte Pradetto, er rechne mit einem Jahresumsatz von etwa 21 Millionen Euro. Das entspricht einem Zuwachs zum Vorjahr (VersicherungsJournal 2.2.2015 (<http://www.versicherungsjournal.de/vertrieb-und-marketing/die-schmerzhaften-auswirkungen-des-lvrg-kommen-erst-noch-121405.php>)) von gut 30 Prozent.

Dazu habe die österreichische Mehrheitsbeteiligung Arisecur Versicherungs-Provider GmbH (<https://www.arisecur.com/>) etwa drei Millionen Euro beigetragen. Die kürzlich begonnene Zusammenarbeit mit der Finanz-Zirkel GmbH (<http://www.finanz-zirkel.de/>) (VersicherungsJournal 21.7.2015 (<http://www.versicherungsjournal.de/vertrieb-und-marketing/allerlei-neues-aus-dem-vertrieb-und-fuer-den-vertrieb-122946.php>)) habe zwischen 300.000 und 400.000 Euro Anteil am Umsatz. Als weitere Erlöse wurden 1,4 Millionen Euro Beiträge und Lizenzen sowie gut 200.000 Euro der Finanz- und Versicherungsverlag FVV GmbH (<http://www.provision-online.de/>) genannt.

Für 2016 peilt der Poolchef einen Umsatz von 30 Millionen Euro an. Davon soll Finanz-Zirkel im ersten vollen gemeinsamen Jahr drei bis vier Millionen Euro beitragen.

Die aktuelle Zahl der angeschlossenen Versicherungsmakler gibt er mit 1.028 an, etwa 100 mehr als vor einem Jahr. Diese hätten ungefähr 5.000 Untervermittler.

Wir sollten uns alle auf weiter sinkende Courtagen einstellen.

Lars Drückhammer, Geschäftsführer von Blau Direkt

Courtage weiter unter Druck

Zur Entwicklung der Vermittlungscourtage sagte Lars Drückhammer, Gesellschafter und Geschäftsführer von Blau Direkt, dass zahlreiche Lebensversicherer die Provisionssätze abgesenkt hätten. Die seien allerdings mit

Umsatzeinbußen bestraft worden.

Die Makler würden eher eine Verlängerung der Stornohaftungsdauern akzeptieren als ein Umschwenken von der einmaligen zur laufenden Vergütung.

Drückhammer riet: „Wir sollten uns alle auf weiter sinkende Courtagen einstellen.“ Diese Rückgänge sollten durch effizientere Arbeitsweisen kompensiert werden. Pradetto ergänzte, es komme darauf an, die Leistungen zu skalieren, um mehr Kunden bestmöglich zu bedienen. Blau Direkt wolle mit seinen Dienstleistungen entsprechende Unterstützung bieten.

Nächste Network-Convention in Istanbul

Die Network-Convention mit fast 500 Teilnehmern umfasst ein Schulungsprogramm, eine Messe mit 42 Ausstellern und eine Abendgala.

Im nächsten Jahr wird die Veranstaltung für die Blau-Direkt-Partner vom 22. bis 25. Januar in Istanbul stattfinden.

Claus-Peter Meyer (<http://www.cpmeyer.de>)

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.de/-124656>