

“Bezahlung für fortlaufende Betreuung nicht ausreichend”

www.cash-online.de/berater/2016/insurtechs-makler/354055

19. Dezember 2016, 08:50

Insurtechs wollen mit neuen Konzepten den Versicherungsvertrieb umkrempeln. Auf der diesjährigen DKM diskutierten am Cash.-Stand vier Marktexperten über das Spannungsfeld zwischen Maklern und Insurtechs.



Messe-Talk zum Thema Insurtech – die Diskutanten (von links): Oliver Pradetto, Blau direkt; Peter Przybilla, Hengstenberg und Partner; Moderatorin Julia Böhne, Cash.; Karl Grandl, Getsafe und Christopher Oster, Clark.

Cash.: Die Digitalisierung geht nur sehr langsam voran. Wurde sie von der Branche zunächst verschlafen?

Pradetto: Die Branche schläft noch immer. Die meisten haben noch gar nicht verstanden, worum es eigentlich geht. Wenn viele Kunden unzufrieden sind, dann liegt das schlicht und einfach daran, dass Vermittler sich zu wenig um die **Bestandskunden** kümmern – schon aus rein finanziellen Gründen. Es fließt zwar eine Bestandscourtage, aber eben auch, wenn man nichts tut. Ich mache den Vermittlern keinen Vorwurf, sie werden für eine fortlaufende Betreuung nicht ausreichend bezahlt und können diese auch gar nicht leisten. Und genau deswegen brauchen wir die digitale Betreuung. Wir als Vermittler denken in Abschlüssen und Provisionen. Die **Insurtechs** denken dagegen in **Touchpoints**. Sie versuchen zunächst einmal, Kunden von sich zu begeistern, etwa durch die Technik, die ein Gefühl von ständiger Erreichbarkeit vermittelt. Hier haben die Insurtechs einen entscheidenden Vorteil: Während Berater nicht für jede Kleinigkeit zum Kunden fahren können, bietet eine App die Möglichkeit, Informationen und Angebote

jederzeit auf das Handy des Kunden zu schicken. Ein cleverer Makler sollte sich diese Technik zunutze machen. Bis zum Markteintritt der Insurtechs hat die Branche diese Chance der **Digitalisierung** vernachlässigt – ein Großteil tut es immer noch.

Przybilla: Also, wir fahren tatsächlich nicht zu unseren Kunden, unsere Kunden kommen eher zu uns. Es besteht ja bereits eine Kundenbeziehung, sodass man sich nicht sehen “muss”. Unsere Kunden werden fortlaufend über alle Vorgänge informiert, unter anderem auch digital. Wir haben 2.500 **Maklervollmachten** und wenn wir ein Mailing an unsere Kunden rausschicken, erhalten wir höchstens drei Fehlermeldungen. Wir stehen also auch digital unseren Kunden nah. Dazu brauchen wir keine App.

“Bezahlung für fortlaufende Betreuung nicht ausreichend”

 www.cash-online.de/berater/2016/insurtechs-makler/354055/2

19. Dezember 2016, 08:50

Wie sieht Ihre Kundenbetreuung aus?

Grandl: Noch einmal kurz zur Kommunikation: Hier erkenne ich einen deutlichen Unterschied zwischen Insurtechs und Maklern. Wir nutzen in unserer [Kundenkommunikation](#) beispielsweise keine E-Mails mehr, da sie meist im Spam-Ordner untergehen. Unsere Kunden nutzen eher [WhatsApp](#) oder einen In-App-Chat. Zur Kundenbetreuung möchte ich betonen, dass sehr viele Vorbehalte gegen [Insurtechs](#) existieren. Wir beschäftigen derzeit zwölf Versicherungskaufleute, die in einem sehr modernen Du-Stil mit den Kunden kommunizieren und sie betreuen. Einen Vorteil sehe ich zudem darin, dass jeder “Lead” in der App, der bei einem unserer Berater landet, vorqualifiziert ist. Wir wissen also schon, dass echtes Interesse beim Kunden besteht. Das vereinfacht den Beratungsprozess und erhöht die “Schlagzahl”.

Oster: Wir haben derzeit sechs Berater in der Kundenbetreuung, da bei uns unheimlich viel automatisiert ist. Es gibt kein “Richtig” und “Falsch” in der Betreuung. Es ist genauso legitim, ausschließlich eine Offline-Betreuung zu bieten, wie Kunden über eine App mit Servicecenter zu betreuen. Wichtig ist, dass die Kunden zufrieden sind. Jemand, der regelmäßigen Kontakt zu seinem Berater hat, kommt überhaupt nicht auf die Idee, unsere App herunterzuladen oder unsere Berater zu beauftragen. Wenn aber der Kunde nicht zufrieden ist, weil es sich für den Makler einfach nicht lohnt, ihn zu betreuen, dann kommt er zu uns.

Das Gespräch führte Julia Böhne.

Foto: Cash.