

Liebe Fintechs, Verbraucherschutz geht anders!

Posted By *bohne* On 20. September 2016 @ 09:00

Ihr Fin- und Insurtechs seht Euch als Innovatoren. Mit kreativen Ideen und neuen Ansätzen wollt Ihr die Branche umkrempeln und die Bedürfnisse der Kunden ins Zentrum rücken. Aber auch wenn man sich im Lager des Kunden wähnt, muss man sich an die Regeln des Verbraucherschutzes halten. *Die Pradetto-Kolumne*



[1]

“Wenn Insurtechs nicht anfangen, Verbraucher- und Datenschutz ernst zu nehmen, kommt eines schönen Tages eine Bafin, ein arglistiger Wettbewerber oder eben ein Verbraucherschützer daher und terminiert einfach mal das ganze Geschäftsmodell.”

Ich mag Euch Fin- beziehungsweise Insurtech [2]-Teams! Ihr seid meistens ein Haufen cooler junger Leute – unverkrampft, locker und voll sprühender Ideen. Man kann viel von Euch lernen. Am liebsten mag ich Eure Einstellung zum Kunden: Für ihn soll alles einfacher werden. Ihr wollt dem Kunden dienen. Es gibt aber auch eine Kehrseite: Eure Fintech-Welt träumt von der Disruption und besüft sich an ihrem ach so innovativen Wesen, macht dabei aber jeden einzelnen Fehler neu.

Statt von Erfahrungen profitieren zu wollen, wischt Ihr sie herablassend zur Seite. Einer dieser alten Fehler ist die Einstellung zum Verbraucherschutz [3]. Den haltet Ihr für überflüssig, weil ihr ja selbst eigentlich der größte und beste Verbraucherschützer seid. Ich kenne das von Maklern. Sie sehen sich als Sachwalter des Mandanten auf der Seite des Kunden und – so viel muss man zugestehen – leben diesen Gedanken wirklich leidenschaftlich.

Schutz für den Kunden ist wichtig

Das geht so weit, dass manche Makler den Kampf des Kunden um eine großzügige Schadenregulierung oder eine aufschlagslose Risikoannahme mit ihren eigenen Interessen verwechseln. Fast beleidigt reagieren Makler deshalb, wenn Verbraucherschützer die Leistung von Maklern kritisieren. Da wird dem Verbraucherschutz die Kompetenz abgesprochen, ihm sogar Parteinahme und eigene monetäre Interessen unterstellt. Das mag teilweise durchaus zutreffen, nur ändert das rein gar nichts an der Aufgabe der Verbraucherschützer.

Es ist ein Irrtum wenn Makler [4] glauben, das Kritik der Verbraucherschützer unangemessen wäre, da sie sich selbst auf Seiten des Verbrauchers wännen. Aufklärung, Schutz und Wachsamkeit für den Kunden sind wichtig. Diese Aufgabe gibt dem Verbraucherschutz eine Bedeutung, die nahezu eine institutionelle Funktion für die Gesellschaft rechtfertigen und niemand erhebt zu Recht den Anspruch der bessere Kundenschtzer zu sein. Denn auch wenn die Verbraucherschützer einmal falsch liegen – und das tun sie ganz sicher nicht selten –, ist es nun einmal ihre Aufgabe den Kunden gerade dort vor Anbietern zu schützen, wo diese durch einen voreingenommenen Blick Kunden bevormunden oder benachteiligen.

Jetzt kommt dann also Ihr und glaubt, die größten Kunden-Interessenvertreter zu sein, weil Ihr verkrustete Strukturen aufbricht, den Kunden in den Mittelpunkt stellt und guten Service anbietet. Dabei habt Ihr zweifelsohne mit vielem Recht. Greift etablierte Gedanken an! Nur weil etwas seit 300 Jahren eingespielt ist, bedeutet dies nicht, dass dies angesichts neuer technischer Möglichkeiten immer noch der sinnvollste Weg ist. Allerdings wischt Ihr Revoluzzer dabei auch gerne alles weg, was Kundenschutz ausmacht.

Seite zwei: Der Zweck heiligt die Mittel? [5]

Die Fingerunterschrift ist so toll einfach, was spielt es für eine Rolle, dass kaum eines Eurer Tools den Vorschriften für rechtssichere Signaturen entspricht? Mal ganz abgesehen davon, stehen über Euren Unterschriftsfeldern bestenfalls zwei umgangssprachliche Sätze mit einer marketinggerechten Erklärung, warum der Kunde unterschreiben soll. Das Dokument selbst? Fehlanzeige! Kann man irgendwo aufrufen – will doch eh kein Kunde!

Geldanlagen ohne Abfrage nach der Anlagehistorie, Abschlüsse in einem Chat oder Telefongespräch ohne Dokumentation und vernünftige Bedarfsanalyse – wer die Apps der Digitalmakler öffnet, findet Verstöße gegen Verbraucherschutzvorschriften in Minuten. Alles zu kompliziert, meint Ihr. Kunden lesen Aufklärungen ohnehin nicht. Außerdem: "Wenn der Kunde ein Problem hat, lösen wir das immer in seinem Sinne."

Der Zweck heiligt die Mittel?

Genau hier ist das Problem: Ihr haltet Euch für die größten Kundenfreunde und meint, deshalb besser entscheiden zu können, wie der Kunde geschützt werden muss. Dabei überseht Ihr aber einen ganz wesentlichen Faktor: Ihr seid voreingenommen. Ihr lasst den Vertrag vor der Kundenunterschrift nämlich nicht weg, weil den kein Kunde lesen will – dann würde er ja nicht stören –, sondern weil lange Texte die Conversion runterbringen. Ihr unterschlägst Produktinformationsblätter und Bedingungswerkübergabe nicht der Belanglosigkeit halber, sondern weil es die Monetarisierung eures Geschäftsmodell behindert. Datenschutz – was war nochmal Datenschutz? Nee, die Daten sind ja Eure Schatzkästchen, die es reichlich zu füllen gilt. Der Zweck – die Revolutionierung des Kundenservices – heiligt die Mittel?

Hey Fintechs ^[6], Ihr wollt der alten verkrusteten Branche mal zeigen wo es langgeht? Klasse. Aber was ist so herrlich innovativ daran, genau das gleiche fehlende Verständnis gegenüber gesellschaftlich erkämpften Verbraucherschutz zu zeigen wie mancher 08/15-Makler? Der klassisch arbeitende Makler findet die ganzen Vorschriften auch nicht schön, aber er bemüht sich wenigstens, das geforderte umzusetzen. Da ist nicht leicht. Es ist nicht billig und manchmal ist es ausgesprochen unfair.

Verbraucher- und Datenschutz ernst nehmen

Doch es liegt eine gefährliche Arroganz darin zu glauben, alles Althergebrachte gelte nun nicht mehr. Es gibt ja – ganz abgesehen davon das Gesetze nur einmal Gesetze sind – einen tiefer liegenden Grund für jede einzelne dieser von Euch ver- und missachteten Regeln. Ich bin sehr dafür, manches zu hinterfragen. Manchmal kann man einfach ein Risiko einkalkulieren. Das Schlimmste was passieren kann ist, dass der Kunde ein einseitiges Rücktrittsrecht hat? Ok, das kann ich berechnen und meinen Kapitalgebern als stille Kosten belasten. So what?

Nur tut Ihr weit mehr: Niemand erhebt sich auf Dauer über juristische Pflichten. Wenn Insurtechs ^[7] nicht anfangen, Verbraucher- und Datenschutz ernst zu nehmen, kommt eines schönen Tages eine Bafin, ein arglistiger Wettbewerber oder eben ein Verbraucherschützer daher und terminiert einfach mal das ganze Geschäftsmodell. Das wäre tragisch, denn unsere Branche braucht frischen Wind!

Autor Oliver Pradetto ^[8] ist Kommanditist und Mitbegründer des Maklerpools Blau direkt ^[9].

Foto: Anne-Lena Cordts
