

App-solution?

Maklerpool-Apps - Zwischen Aufbruchstimmung und Ernüchterung

Viele Maklerpools kooperieren mit Insurtechs und bieten ihren angeschlossenen Maklern spezielle Apps für den Kundendienst. Doch dabei zehren sie auch von einer Ernüchterung auf dem deutschen Insurtech-Markt: Viele Anbieter hatten nicht den erhofften Erfolg. Eine Bestandsaufnahme.

Im Jahr 2015 begann die Blüte der digitalen Vertragsordner. Damals sammelten junge Unternehmer mit ehrgeizigen Zielen teilweise Millionen Euro ein. Allein das Start-Up Knip bekam 14 Millionen Euro von seinen Geldgebern. Im Zuge dessen wuchs die Angst innerhalb der Branche. Viele Vermittler fürchteten um ihre Bestände. Auch Versicherer bangten um gut gehegte Stücke vom Kuchen.

Anno 2018 ist der große Run vorbei. The Hype's over. So oder so ähnlich lässt sich die gegenwärtige Entwicklung der Insurtechs und insbesondere der digitalen Vertragsordner im Versicherungsbereich beschreiben. Zwar steigt die Zahl der Tech-Firmen weiter an. Waren Mitte 2016 noch etwas mehr als 50 Insurtechs auf dem deutschen Markt aktiv, so stieg ihre Zahl bis zum Jahresende 2017 auf 110 Anbieter. Das geht aus der Studie „Insurtech-Radar 2017“ von Policen Direkt und Oliver Wyman hervor.

Trend geht zu digitalen Versicherungen - und Nischen

Doch die Welt der versicherungsnahen Jung-Unternehmen verändert sich zunehmend. Der Fokus in der ersten Welle lag vor allem darauf, mehr Transparenz in die Branche zu bringen und gezielt Privatkunden zu erreichen. Dafür wurden Plattformen und Vertragsmanager hochgezogen. Inzwischen haben sich die Schwerpunkte in Richtung Nischensegmente, enge Zielgruppen sowie in den Produktbereich verschoben.

Mittlerweile widmen sich mehr Unternehmen dem Aufbohren klassischer Produkte. In diesen Bereich fallen beispielsweise die neue Berufsunfähigkeitsversicherung von Getsurance oder die Krankenversicherung von Ottonova. Der Trend geht klar in Richtung digitale Versicherungen. Zuletzt hatten unter anderem die digitalen Versicherer Frieda, Nexible, One und Element den Betrieb aufgenommen.

Generell scheint eine Phase der Sättigung einzutreten. Der Markt der Vertragsmanager, die ohne Kooperation auskommen wollen, tritt nahezu komplett auf der Stelle. Diese kämpfen vor allem mit den sinkenden Download-Zahlen und hohen Kosten.

Fakt ist, dass sich viele junge Unternehmen mit ihren Versicherungs-Apps mittlerweile in der harten Realität wiedergefunden haben. Als Beispiel sei hier Knip genannt. Das Insurtech verschlang erst Millionen und fusionierte im Juli 2017 mit dem niederländischen Anbieter für Vergleichssoftware Komparu. Die neu geschaffene Plattform tritt seither als Digital Insurance Group auf und arbeitet seit März 2018 mit dem Maklerpool Blau Direkt zusammen. Der Knip-Gründer Dennis Just ist beim neuen Projekt übrigens nicht mehr an Bord.

Mit der Neuausrichtung der Geschäftsmodelle, Produkte und Services haben die Start-Ups auf die Veränderungen am Markt reagiert. Auch die Trägheit der Versicherer machte den jungen Unternehmen zu schaffen. Diese konn-

ten notwendige Neuheiten anscheinend nicht so schnell umsetzen, wie es der Markt verlangt.

Maklerpools nutzen Chance, dass Insurtechs Kooperationspartner brauchen

Für die Riege der digitalen Vertragsordner wurde also die Luft langsam dünn. Während sich Knip, Getsafe & Co. lange Zeit über rasant ansteigende Download-Zahlen freuen konnten, scheint die Zahl der wirklich erhaltenen Vollmachten bei den meisten Apps zu stagnieren. Einige Marktteilnehmer sind bereits wieder verschwunden und andere konnten sich in Partnerschaften retten. Generell wird das Thema Kooperationen für diesen Bereich immer interessanter.

Genau an diesem Punkt haben bereits zum Beginn des Insurtech-Booms diverse Maklerpools angesetzt. Denn bereits im Februar 2016 arbeiteten einige Pools mit der vermeintlichen Konkurrenz zusammen. Die Insurtech-Szene war damals offiziell noch verpönt. Doch bereits damals lieferten die digitalen Makler Clark, Knip oder Myfelix Geschäft an Maklerpools. Dabei nutzten die Pools auch aus, dass sie über Know-how verfügten, welches den neuen Wettbewerbern fehlte: zum Beispiel im Kundenservice und bei der Vertragsverwaltung.

Ende 2015 gingen auch die ersten Maklerpool-Apps an den Start. So sollten beispielsweise angeschlossene Partner von Jung, DMS & Cie. mit dem

Finanzordner „allesmeins“ Verträge in den Bestand holen können, die vorher nicht von ihnen betreut wurden. Damit könnte es jeder Vertriebspartner den Fintechs um Knip, Clark & Co. gleich tun, warb man damals offensiv. Inzwischen sind wieder zwei Jahre an dieser Front vergangen und mittlerweile haben viele Vertriebe einen eigenen digitalen Versicherungsordner gebaut. Während einige Unternehmen erst kürzlich starteten oder ihr Baby bald auf den Markt bringen wollen, haben andere Pools inzwischen mehrere Updates sowie weitere Apps aktiviert.

Doch die App-Welt der Maklerpools steckt in manchen Bereichen noch in den Kinderschuhen. Denn die Zahl der Downloads sowie der aktiven Nutzer ist durchaus überschaubar. Der Grund liegt hier aber schlichtweg in der eigenen Begrenzung der App. Denn viele Unternehmen lassen nur Bestandskunden in den Genuss der App kommen. Damit schneiden sich die Vertriebe wenigstens die Chance auf mögliche Neukunden ab. Gleichzeitig sind sie auf die Begeisterung der Vermittler angewiesen. Schließlich müssen diese ihre Kunden von der digitalen Spielerei überzeugen. Dass einige Unternehmen keine offiziellen Nutzer-Zahlen haben oder veröffentlichen, ist an der Stelle nicht ganz verwunderlich.

Einige Angebote haben sich seit dem Start behaupten können. So kann beispielsweise die App von Netfonds aus Hamburg über 5.000 Downloads vorweisen. Bei der Lübecker Blau Direkt sind es 45.000 Downloads über iOS und Android sowie knapp 300.000 via Web-App. Bei diesen Zahlen kann es wohlgerne Spaß machen - allerdings nur, wenn die Nutzer auch mit der App interagieren. An dieser Stelle wird es knifflig. Denn die App muss für alle Beteiligten einen Mehrwert bieten und darf nicht zur Sammelstelle von Daten verkommen.

Für den Kunden und den Vermittler muss mindestens eine organisatorische Verbesserung geschaffen werden. Zum einen durch einen verbesserten Überblick über die vorhandenen Policen sowie zum anderen eine zeitliche Ersparnis, die via schneller App-Abfragen bei der Ermittlung des

Kundenbedarfs erreicht werden kann. Prinzipiell müssen die vorhandenen Informationen von allen Seiten gehegt und gepflegt werden. Denn aus diesem Datenschatz können automatisiert Angebote platziert werden. Schnelle Änderungen der Verträge oder deutlich schnellere Abwicklung von Schäden sind fast schon selbstverständlich.

Daten werden oft noch händisch eingepflegt

Als positives Beispiel kann hier die Wüstenrot & Württembergische-Gruppe (W&W) genannt werden. Durch die Übernahme des Insurtechs Treefin sollen Kunden alle Verträge einfacher überblicken und optimieren können. Möglich macht das ein Finanzassistent, der Versicherungsdaten aus Kontoumsätzen auslesen kann. Dieser soll Nutzern in Echtzeit anlassbezogene und personalisierte Empfehlungen aussprechen können. So erkenne die App beispielsweise lebensverändernde Situationen des Kunden wie Berufseinstieg oder Umzug und legt dem Nutzer auf Wunsch seinen individuellen Versicherungs-Vertragspiegel automatisch an.

Bisher haben jedoch die wenigsten Anwendungen auf dem Markt eine Anbindung an ein Bankkonto. Ergo basieren die meisten Daten auf den händisch ins System gebrachten Informationen. Ein Punkt, an dem einige Anbieter sicher noch nachziehen werden. In Zeiten des Wandels ist blinder Aktionismus jedoch das falsche Rezept. Denn die beste Technologie nützt nichts, wenn sie an den Bedürfnissen der Kunden vorbei zielt. Wer das falsche Kundenbedürfnis und somit den falschen Prozess digitalisiert, hat nachher einen digitalisierten, falschen und folglich schlechten Prozess.

Anwendungen können aber perspektivisch eine sehr spannende Geschichte werden. Wenn Finanzvertriebe diese Möglichkeiten erkennen und sich nicht in eigenen Grenzen verlieren, dann kann die App-Welt der Pools eine Erfolgsgeschichte werden. Doch dafür müssen Vermittler noch stärker ins Boot geholt werden. Auch via App erzeugter Umsatz muss sich für Makler rechnen. Denn: Wenn Makler ihre Kunden vom Mehrwert einer App

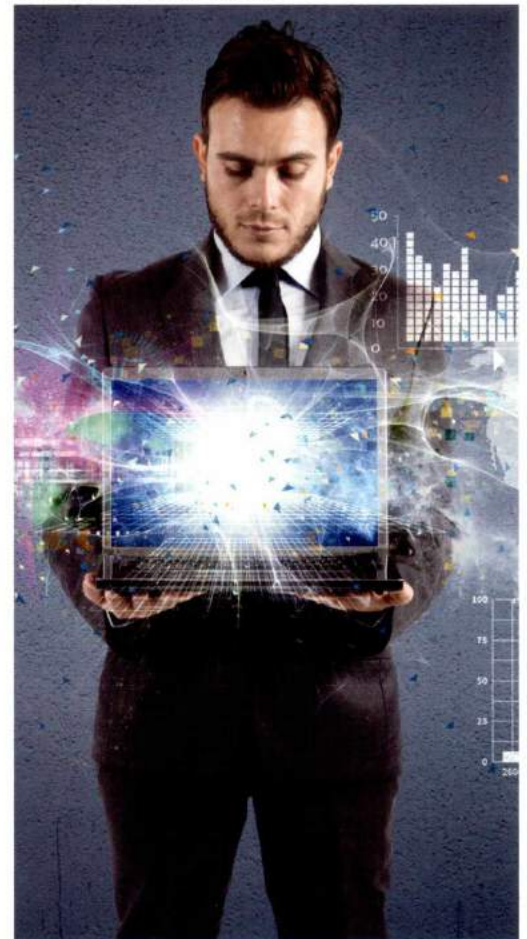
überzeugen, können Bestände langfristig gesichert werden. Schließlich wird die persönliche Beratung auch in Zukunft eine große Rolle spielen und das nicht nur bei komplexen Produkten wie etwa BU- oder Rentenpolicen.

Ein Kommentar von
Björn Bergfeld

Die Versicherungsbo- te-Maklerpool-Umfrage

Der Versicherungsbo- te hat mehrere Maklerpools befragt, welche Apps sie ihren angeschlossenen Maklern zur Verfügung stellen, was diese können, ob sie was kosten und wie auch der Kunde davon profitieren kann. Mehrere Pools konnten nicht antworten, teils aus terminlichen Gründen - etwa der Marktführer Fonds Finanz.

Neun Finanzdienstleister haben geantwortet. Wir präsentieren die Ergebnisse auf den nächsten Seiten in tabellarischer Form.





Oliver Pradetto,
GF





Philipp von
Wartburg, GL
Technologie & IT



Bernhard Bahr,
Prokurist Bereichs-
leiter Vertrieb



Dr. Sebastian
Grabmaier, Vor-
standsvorsitzender

| Firma | blau direkt GmbH & Co. KG | Deutsche Gesellschaft für RuhestandsPlanung mbH (DGfRP) | FiNet Financial Services Network AG | Jung, DMS & Cie. AG |
|---|---|---|--------------------------------------|--|
| Fragen | | | | |
| Haben Sie eine eigene App für ihre Kunden? | ja | ja | ja | ja |
| Name | simplr  | Quixx App  | Finsurance | allesmeins |
| Wann war der Start? | Dezember 2015 | Februar 2018; alte Version Januar 2014 | März 2018 | Februar 2016 |
| Auf welchen Betriebssystemen läuft Ihre App (IOS, Android)? | iOS, Android, Amazon, Web | iOS, Android | iOS, Android, Browser | iOS, Android |
| Auf welchen Oberflächen läuft Ihre App (Handy, Tablet, PC)? | Auf allen gängigen Oberflächen sowie auf einigen SmartWatches & Multimedia-Displays in Automobilen. | auf allen gängigen Oberflächen | auf allen gängigen Oberflächen | auf allen gängigen Oberflächen |
| Wie viele Downloads hat ihre App? | ca. 45.000 über iOS & Android, sowie ca. 300.000 über die Web-App | unter 100; alte Version hatte mehrere tausend Downloads | noch keine Daten vorhanden | etwa 15.000 Downloads über AppStore und Google Play Store; Die Mehrheit der User kommt inzwischen über die Web-App |
| Wie viele Kunden nutzen Ihre App aktiv? | ca. 45.000 über iOS & Android, sowie ca. 200.000 regelmäßige jährliche Nutzer über die Web-App | keine Daten vorhanden | noch keine Daten vorhanden | mehr als 7.500 Nutzer haben Verträge über die App übertragen |
| Kann die App auch von Kunden genutzt werden, wenn diese vorher nicht bei einem Makler aus Ihrem Haus waren? | ja | nein | nein | ja, bei erteiltem Maklermandat |
| Welche Bereiche werden unterstützt (Versicherung, Finanzen, Investment, ...)? | Versicherungen, Finanzierungen, Fonds, sonstige Investments, Stromverträge, Abos. | Versicherungen, Investment, Finanzen, Vollmachten | Versicherungen, Finanzen, Investment | Versicherungen, Investmentfonds, Riefter-Verträge, Bausparverträge, Immobilien |
| Bietet die App Einsicht auf das Bankkonto des Kunden? | nein | ja | nein | geplant in 2018 |
| Unterstützt die App auch Online-Banking? | nein | nein | nein | nein |

| Firma Fragen | blau direkt GmbH & Co. KG | Deutsche Gesellschaft für RuhestandsPla- nung mbH (DGfRP) | FiNet Financial Ser- vices Network AG | Jung, DMS & Cie. AG | n s d |
|--|---|---|---|---|-------------|
| Welche Informatio- nen zu den Verträgen sehen Kunden in der App (Tarifname(n), Beitrag, Beginn, Zahlweise, versicherte Leistungen, ...)? | Alle relevanten Vertrags- daten und alle zugeordne- ten Vertragsunterlagen. | Alle relevanten Vertrags- daten und alle zugeordne- ten Vertragsunterlagen. | Alle relevanten Vertrags- daten und alle zugeordne- ten Vertragsunterlagen. | Alle relevanten Vertrags- daten und alle zugeord- neten Vertragsunterlagen. | |
| Gibt es Möglichkeiten zur direkten Kom- munikation zwischen Kunde und Makler? | keine Angabe | Ja, ähnlich WhatsApp. | Ja, in Form einer Push-Funktion für Nach- richten innerhalb der App. | Ja, per Direkt-Mail in der App. | |
| Können Termine vereinbart werden? | ja, aber nur über Nach- richten; kein eigen- ständiges Feature | ja | ja, aber nur über Nach- richten; Kein eigen- ständiges Feature | ja | |
| Können Makler gezielt Informationen von Kunden abfragen (z.B.: Änderungen der Lebenssituation oder Fragen zur Terminvorbereitung)? | ja | keine Angabe | Ja, aber nur über Nach- richten; kein eigen- ständiges Feature | ja | |
| Stehen die Daten auch offline zur Verfügung? | ja | nein | nein | ja, bei erteiltem Maklermandat | |
| Planen Sie die Inte- gration von Block- chains in Zusammen- hang mit der App? | nein | nein | nein | Nein, aber vorstell- bar bzw. angedacht. | |
| Ist der Branchenstan- dard BiPro relevant für ihre App? | ja | ja | nein | ja | |
| Kann der Kunde mit der App Verträge in die Betreuung des Maklers übertragen? | ja | ja | ja, aber nur über Nach- richten; kein eigen- ständiges Feature | ja | |
| Welche Kosten müssen Makler für die Nutzung der App entrichten? | kostenfrei | kostenfrei | kostenfrei | kostenfrei | |

| Firma Fragen | blau direkt GmbH & Co. KG | Deutsche Gesellschaft für RuhestandsPlanung mbH (DGfRP) | FiNet Financial Services Network AG | Jung, DMS & Cie. AG |
|--|---|---|---|--|
| Wer ist für die Pflege der in der App hinterlegten Daten zuständig? | Für die Pflege der Daten ist der Makler zuständig. | DGfRP sowie der Makler | FiNet, der Makler hat die Möglichkeit Daten anzupassen/zu korrigieren | Das Vertragsteam bei Jung, DMS & Cie. |
| Gibt es eine Schnittstelle zu einem MVP? | ja | ja, zu Quixx Office | ja, eigenes CRM | ja, zum Kundenmanagementsystem iCRM |
| Kann der Kunde Daten senden, die automatisch in ein MVP übernommen werden? | ja | ja | ja | ja |
| Wie sicher ist die Übertragung und Speicherung der Daten? | Höchstmöglicher Standard gem. aktuell verfügbarer Sicherheitsmetrik. | Die Daten werden mit erhöhten Sicherheitsanforderungen verschlüsselt übertragen. Gespeichert werden sie in einem eigenen Rechenzentrum und sind daher sehr sicher. | Die Übertragung aller Daten findet ausschließlich über HTTPS (TLS, Keysize 2048 bit) statt. | Die Datenübertragung und -speicherung basiert auf den neuesten Technologien und Standards für Datenübertragung und -speicherung. Die Sicherheit ist mehrfach geprüft und zertifiziert. |
| Wie werden die Anforderungen an den Datenschutz berücksichtigt? | Geprüfte deutsche Datenschutzstandards, die bereits den Anforderungen der neuen EU-Datenschutzverordnung, sowie dem BDSG, den ergänzenden Ländergesetzen und den Verordnungen der jeweiligen Landesdatenschutzbehörden entsprechen. | Datenschutz ist uns extrem wichtig: Wir haben eine Datenschutzerklärung und Auftragsdatenverarbeitung, ein gesichertes Rechenzentrum, Audits, einen externen Datenschutzbeauftragten und nicht zuletzt permanente Mitarbeiterschulungen, um den Datenschutz zu gewährleisten. | umfassend | Vollständig. Jung, DMS & Cie. als Betreiber von allemens beachtet selbstverständlich sämtliche rechtlichen Vorgaben zum Datenschutz nach dem Bundesdatenschutzgesetz und dem Telemediengesetz. Daneben bereiten wir uns intensiv auf die neue Datenschutz-Grundverordnung vor. |