

Knip, Clark & Co.: Neue Bedrohung für die Maklerbestände

www.cash-online.de/berater/2017/versicherungsapp/359197

24. Januar 2017, 06:25

Das Geschäftsmodell von Insurtechs ist faktisch tot. Das ist ein gut gehütetes, aber dem Grunde nach trotzdem offenes Geheimnis. Weniger bekannt ist die Tatsache, dass die App-Anbieter dies erkannt und ihre Strategie modifiziert haben. Deren Sprengkraft ist noch bedrohlicher.

Die Pradetto-Kolumne



"Die Bestandsübertragung wird in ihrer Bedeutung zunehmen. Fast zwangsläufig werden sich immer mehr Dienstleister auf diesen Ansatz stürzen."

Die Idee klingt so schön um wahr zu sein: Man macht eine App in der der Kunde seine Verträge sehen kann und weil er das unbedingt will, überschreibt er mit einer [Maklervollmacht](#) alle Verträge. Dies begeistert ihn so sehr, dass er nur noch über seine App kauft. Ach ja: Freunde und Familie schleppt er auch noch an.

Doch das hat nicht funktioniert. Zwar haben die [Kunden-App](#)-Anbieter in weniger als einem Jahr eine beeindruckende Million an Downloads gesammelt – das Interesse ist also da. Doch nicht einmal hunderttausend Kunden bringen alle Anbieter zusammen auf die Waage.

Übliche Reaktionsmuster

Natürlich sind die Reaktionsmuster die üblichen. Schuld sind andere. In diesem Fall die Versicherer: [Bestandsübertragungen](#) dauern viel zu lange, verlaufen chaotisch oder der Kundenwille wird gleich komplett ignoriert. Der Kunde sieht das Versprechen des App-Anbieters als nicht erfüllt und kündigt der App, obwohl diese machtlos ist.

Jeder einzelne Kritikpunkt stimmt: Tatsächlich hat die Versicherungswirtschaft den Bedarf einer standardisierten und schnellen technischen Lösung für die Bestandsübertragung viel zu spät erkannt.

Der neue Trend zur Übertragung, der auch auf Vermittlerebene floriert, hat die [Versicherer](#) weitgehend unvorbereitet getroffen. Sie lassen sich immer neue Vorwände einfallen, um dem Kunden neue Insurtech-Services vorzuenthalten.

Wahre Ursache des Scheiterns

Doch die Wahrheit ist: Selbst wenn alle Bestandsübertragungen schnell und effizient verliefen, änderte dies nur wenig am Erfolg. Denn die wahre Ursache des Scheiterns liegt an einer Fehleinschätzung.

Knip, Clark & Co.: Neue Bedrohung für die Maklerbestände

 www.cash-online.de/berater/2017/versicherungsapp/359197/2

24. Januar 2017, 06:25

Die **Akquise eines Kunden** ist viel zu teuer. Durchschnittlich geben die Anbieter 1.500 Euro aus, um einen Kunden, beispielsweise über Fernsehwerbung, zu gewinnen. Da ist jeder Leadkauf erheblich billiger. Auch die Hoffnung, dass sich die Apps nach der Initialzündung über Mund-zu-Mund-Propaganda – quasi von selbst – weiterverteilt, hat sich als trügerisch erwiesen.

Den Anbietern schwant: Das Problem lässt sich auch mit zahlreichen Verbesserungen der Apps nicht ändern. Versicherungen sind schlicht nicht sexy genug, als dass man eine solche App orgiastisch im Bekanntenkreis zelebriert.

Der Makler hat's immer schon gewusst

Übertroffen wird die Reaktion jedoch vom **klassischen Makler**. Der hat das nämlich schon immer gewusst. Selbstgefällig legt er sich wieder schlafen und fühlt sich darin bestätigt, dass man oftmals am besten aussitzt, was ärgert.

Eine fatale Reaktion, die viele Makler ihrer Existenz berauben wird. Wenn die Erde etwas rüttelte ohne ernsthafte Schäden zu verursachen, sollte man nicht in Erwägung ziehen, dass es sich nur um ein Vorbeben gehandelt haben könnte?

Altes Insurtech-Geschäftsmodell gescheitert

Das alte Geschäftsmodell ist zwar gescheitert. Daran kann es keinen vernünftigen Zweifel geben. Die Grundidee jedoch, sich auf dem Smartphone des Kunden festzusetzen, ihm ein paar coole Services anzubieten und dafür allzu leicht die benötigten **Vollmachten** zu entlocken: Diese Idee ist und bleibt brilliant. Sie mag nicht besonders innovativ klingen, aber das sind disruptive Ideen eigentlich nie. Sie bestechen durch ihre Schlichtheit.

Wo der Vermittler durch Technologie, Regulierung, **Provisionsbegrenzung** und eine vergreiste Demographie zurückgedrängt wird, gilt es den vorhandenen Kuchen zu sichern statt noch mehr Kuchen zu backen. Die Bestandsübertragung wird in ihrer Bedeutung zunehmen. Fast zwangsläufig werden sich immer mehr Dienstleister auf diesen Ansatz stürzen.

Knip, Clark & Co.: Neue Bedrohung für die Maklerbestände

 www.cash-online.de/berater/2017/versicherungsapp/359197/3

24. Januar 2017, 06:25

Die Knips und Clarks, die Friendsurances und Feelixe haben das schon längst erkannt. Als innovationsgetriebene Unternehmen haben sie ihre Ursprungsstrategie bereits modifiziert.

Wenn das Problem die Kundenakquise ist, muss man seinen Service anbieten, wo der Kunde bereits ist. Wo der Kunde beispielsweise voller Begeisterung eine [Banking-App](#) nutzt, ist es ein Leichtes ihn davon zu überzeugen, dass er mit einer Unterschrift noch mehr Services kostenfrei nutzen kann.

Mit Kooperationen zum Erfolg

[N26](#) hat 200.000 begeisterte Kunden. 100.000 davon könnten über Nacht auch ihre [Versicherungsverträge](#) so einfach im Zugriff haben wollen.

Wir werden sehen, mit welchem Insurtech die Banking-Jungs aus Berlin in Kürze kooperieren. Getsafe arbeitet für eine Bank aus Frankfurt. Felix hat ein Bankenhaus gewinnen können. Friendsurance ist mit Abo-Alarm im Boot. Einfachsparen24 verhandelt mit Bonify. Die Liste ließe sich ewig fortsetzen.

Was wenn diese Ansätze funktionieren? Allein die Sparkassen-App hat 6,5 Millionen (!) Nutzer.

Totgesagte leben länger

Die [Insurtechs](#) haben die Gründe ihres ersten Fehlschlags längst analysiert. Sie gehen in die nächste Runde, danach in die übernächste und notfalls eben in die überübernächste. In jeder Runde werden sie ein bisschen besser. Es mag noch ein Weilchen dauern, bis der Erste soweit ist, dass seine Idee zündet, aber wenn sie es tut: Dann dreht der Markt schnell, hart und endgültig.

Makler sollten ihre Kunden daher besser heute dicht machen. Offene Kundenwünsche mit einem eigenen App-Angebot befriedigen bevor der Kunde den Wunsch bewusst entwickelt. Agieren ist besser als reagieren.

Knip, Clark, Friendsurance, Felix mögen in ihrer alten Form tot sein, aber: Totgesagte leben manchmal nicht nur sprichwörtlich: Länger!

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

Foto: [Anne-Lena Cordts](#)