

Freitag, 6. November 2015
[Berater](#) | [Kolumnen](#) | [Versicherungen](#)

Fintechs, Makler und das Missverständnis

Makler fühlen sich durch Fintechs ihrer Courtage beraubt – dies sollte allerdings nicht ihre Hauptsorge sein: Ist bei einer Fintech-App die kritische Masse an Nutzern erstmal erreicht, kann mit perfekt zugeschnittenen "On-Demand"-Angeboten ein Riesengeschäft gemacht werden und der klassische Vertrieb ist Leidtragender.

Die Pradetto-Kolumne



[1]

“Wer auf dem Handy des Kunden ist, kann feststellen wann der Kunde welchen Bedarf entwickelt. Überschreitet er beispielsweise die Landesgrenze, kann sich der Onlinemakler melden und Auslandskrankenschutz anbieten.”

Neulich schrieb ein befreundeter Makler, er mache sich nicht viele Sorgen wegen der [Fintechs](#) [2]. Diese würden für viele übertragenen Verträge – beispielsweise Rahmenverträge – gar keine Courtage, sondern oft nur die Korrespondenzmaklerschaft erhalten.

Er ging davon aus, dass diese als Folge vermutlich falsche Margen je Vertrag kalkuliert hätten. Die Fintechs würden daher wohlmöglich sehr bald in wirtschaftliche Schwierigkeiten geraten.

Ansatz der Fintechs ist Maklern unklar

Erst als ich das las wurde mir so richtig klar, dass die allermeisten Maklerkollegen den Ansatz der Fintechs noch gar nicht verstanden haben. Der Makler nimmt wahr, dass die [Startups](#) [3] den Kunden ermuntern, seine Verträge einzugeben, ihm dann eine Unterschrift unter einem [Maklervertrag](#) [4] abluchsen und den Ursprungsvermittler anschließend seiner Courtage berauben.

Mehr zum Thema Fintechs



- [Fintech asuro setzt auf Technologie und Beratungskompetenz](#) ^[5]

Es liegt auf der Hand, dass der so geschädigte Makler vor allem seinen Courtageverlust im Fokus hat. Zwangsläufig geht er davon aus, dass das Geschäftsmodell der [Onlinemakler](#) ^[8] auf der Vereinnahmung von Bestandsprovisionen basiert. In Wahrheit geht es um etwas völlig anderes.

Kampf um Investorengelder

Dem aus der Schweiz stammendem [Fintech Knip](#) ^[9] war beispielsweise von Anfang an klar, dass es für die meisten in der App erfassten Verträge niemals mehr als die reine Korrespondenzmaklerschaft erhalten würde. Die Schweizer Versicherungswirtschaft ist in Bezug auf Online-Märkte nämlich erheblich konservativer als es beispielsweise in Deutschland der Fall ist.

Eine courtagepflichtige Übertragung auf einen Onlinemakler war und ist dort für viele Versicherer kaum vorstellbar. Mit Einnahmen aus Bestandsübertragungen hat man seitens Knip daher vermutlich gar nicht gerechnet.

Seite zwei: [Knackpunkt kritische Masse](#) ^[10]

Vielmehr geht es dem Schweizer Startup, das nun auch in Deutschland aktiv ist, vornehmlich um die Verbreitung der App. Je mehr Kunden die App auf ihrem Handy installieren, desto reichlicher fließen die Investorengelder.

14 Millionen Euro konnte der Newcomer erst kürzlich in der zweiten Finanzierungsrunde auf diese Weise erhalten. Das reicht um den Markteintritt in Deutschland zu finanzieren.

Knackpunkt kritische Masse

Natürlich mag sich der Makler fragen, warum Investoren Geld in ein Unternehmen pumpen sollten, dessen Geschäftsmodell scheinbar nicht auf Erträge abzielt. Warum investiert man in Unternehmen, die ihr Geld munter für Marketing verpulvern?

Mehr zum Thema Digitalisierung



- [Big Data vs. Datenschutz: Verbraucher fürchten um ihre Daten](#) ^[11]

Der Trick liegt in der kritischen Masse. Je größer die Verbreitung der App ist, desto attraktiver wird sie in den Stores von Apple und Google gelistet und umso mehr Medien berichten über die Dienstleistung des Fintechs.

Irgendwann ist die kritische Masse erreicht und die App verbreitet sich über eine Art Domino-Effekt wie von selbst – ohne dass es weiterer Marketing-Investitionen bedarf. Mit der Masse kommt dann auch das Geld.

Denn wer auf dem Handy des Kunden ist, kann feststellen wann der Kunde welchen Bedarf entwickelt. Überschreitet der Kunde beispielsweise die Landesgrenze, kann sich der Onlinemakler melden und Auslandskrankenschutz anbieten.

Seite drei: ["On-Demand"-Angebote schalten klassischen Vertrieb aus](#) ^[14]

Erreicht der Kunde die vereinbarte Kilometerleistung seiner [Kfz-Versicherung](#) ^[15], bietet ihm seine App Subsidiär-Schutz für höhere Kilometerleistungen an. Solche Angebote sind extrem leistungsfähig, exakt auf die Kundensituation zugeschnitten und bedarfsgerecht im besten Moment verfügbar.

Der klassische Vertrieb kann mit Hilfe solcher "On-Demand"-Angebote fast vollständig ausgeschaltet werden. Er ist für alle Versicherungs-Kategorien möglich.

Meistgelesen im Ressort Berater



- ["Provisionsfreie Beratung ist Teil unserer Philosophie"](#) [16]

Investoren stehen Schlange

Das ist der Grund, warum Investoren – nicht selten klassische Versicherer – Schlange stehen, um in die neuen Fintechs zu investieren. Das ist auch der Grund, warum Makler sich keine Arroganz leisten sollten. Die scheinbare Sicherheit, dass die Auswirkungen der Fintechs auf den Markt überschaubar sind, ist trügerisch.

Clevere Makler sehen daher zu, mit eigenen App-Angeboten dem Kunden selbst entsprechend starke Onlineservices zu bieten. Ein zufriedener Kunde wechselt nicht und wenn es einer Maklergemeinschaft gelingt, selbst die kritische Masse zu übersteigen, stärkt der beschriebene Effekt den klassischen Vermittler, statt ihn zu verdrängen. Wer ein Wettrennen gewinnen will, sollte sich bewusst sein, dass er in einem steckt.

Autor Oliver Pradetto ist Kommanditist und Mitbegründer des Maklerpools [Blau direkt](#) [19].

Foto: Anne-Lena Cordts

Artikel gedruckt von Finanznachrichten auf Cash.Online: <http://www.cash-online.de>

URL des Artikels: <http://www.cash-online.de/versicherungen/2015/fintech-2/286746>

URLs in this post:

- [1] Image: <http://www.cash-online.de/wp-content/uploads/2015/02/honorarberatung-pradetto.jpg>
- [2] Fintechs: <http://www.cash-online.de/tag/fintechs>
- [3] Startups: <http://www.cash-online.de/berater/2015/fintechs-start-ups/278675>
- [4] Maklervertrag: <http://www.cash-online.de/versicherungen/2015/maklerpflichten-sind-streng-mandatsbezogen/284286>
- [5] Image: <http://www.cash-online.de/versicherungen/2015/versicherungs-fintech/286646>
- [6] Image: <http://www.cash-online.de/maerkte/2015/fintechs-2/285930>
- [7] Image: <http://www.cash-online.de/berater/2015/fintech-inkubator-gegrundet/285783>
- [8] Onlinemakler: <http://www.cash-online.de/versicherungen/2015/fintechs/273505>
- [9] Fintech Knip: <http://www.cash-online.de/versicherungen/2015/knip-interview-2/280189>
- [10] Knackpunkt kritische Masse: <http://www.cash-online.de/versicherungen/2015/fintech-2/286746/2>
- [11] Image: <http://www.cash-online.de/versicherungen/2015/big-data-vs-datenschutz/286283>
- [12] Image: <http://www.cash-online.de/versicherungen/2015/digitalisierungsansatz/286014>
- [13] Image: <http://www.cash-online.de/berater/2015/jdc-app/284178>
- [14] "On-Demand"-Angebote schalten klassischen Vertrieb aus: <http://www.cash-online.de/versicherungen/2015/fintech-2/286746/3>
- [15] Kfz-Versicherung: <http://www.cash-online.de/tag/Kfz-versicherung>
- [16] Image: <http://www.cash-online.de/versicherungen/2015/knip-interview/280154>
- [17] Image: <http://www.cash-online.de/versicherungen/2015/soziale-netzwerke-4/283068>
- [18] Image: <http://www.cash-online.de/versicherungen/2015/kfz-policen/281715>
- [19] Blau direkt: <https://www.blaudirekt.de/>