

blau direkt begleitet MyLucy-Start / Unaufhaltsam drängen neue Anbieter für digitale Makler-Apps in den Markt. Mit „MyLucy“ startet nun ein weiterer Anbieter – mit einem völlig neuen Ansatz.

Schon seit längerem versetzen digitale Makler wie Knip und GetSafe den Markt in Aufruhr. Mit ihrem Angebot die Bestandsbetreuung zu übernehmen und mittels einer App zu leisten, haben die Anbieter beachtliches Interesse bei Kunden geweckt. Gleichwohl blieb der wirtschaftliche Erfolg bislang eher bescheiden. So steuert Marktführer Knip zwar auf eine dreiviertel Million Downloads zu, konnte daraus aber bislang nur rund 20.000 Kunden generieren.

„Die Idee der Anbieter sich über das Smartphone ganz nah am Kunden zu platzieren und dabei statt dem Neuabschluss die Bestandspflege zu fokussieren war ebenso trivial wie brilliant“, schwärmt Oliver Pradetto, Geschäftsführer des Maklerpools blau direkt. „Die Idee scheitert jedoch am Zugang zum Kunden. Um einen Kunden zu gewinnen investieren die Anbieter aktuell im Schnitt 1.500 Euro und das sind nur die unmittelbaren Werbungskosten. Die laufenden hohen Investitionen in Technik und Innendienstaufbau erhöhen den Bedarf an Venture-Capital zusätzlich.“ So komme man niemals auf einen grünen Zweig. Selbst wenn es gelänge der Betreuung über Apps eine allgemeine Kunden-Akzeptanz zu geben, so würden die Kosten auf diesem Weg nicht weit genug sinken können, um eine ausreichende Monetarisierung der Idee zu erreichen.

Trotzdem probiert es mit „MyLucy“ (<https://mylucy.com/>) nun ein weiterer Anbieter. Zeitgleich startet die App am 15.11.2016 in Deutschland und Österreich. Die Schweiz – Herkunftsland des neuen StartUps – soll in Kürze folgen. Bis zu 50 Millionen Euro Risiko-Kapital wollen die Schweizer in den ersten 3 Jahren einsetzen, um den Markt aufzumischen.

Anders als bei den bisherigen Insuretech-Anbietern wird das Unternehmen jedoch nicht von Brancheneulingen aufgezogen. Vielmehr beteht das Team aus erfahrenen Versicherungsexperten und Marketingprofis. Die Fehler der Firstmover will man vermeiden. „Wir konzentrieren uns im Management auf die originäre Idee dem Kunden mit Hilfe von MyLucy erstklassigen Service zu bieten“, erklärt Patrick Ziegler, Verwaltungspräsident des neuen StartUps. „Wir versuchen dabei aber nicht gleichzeitig die gesamte Branche neu zu erfinden. Wo es bereits erstklassige Prozesse gibt, setzen wir diese ein und verkürzen den Weg zur Wertschöpfung.“

Die Macher von MyLucy lassen die gesamte Abwicklung des Versicherungsgeschäfts durch einen BackOffice-Service des Maklerpools blau direkt abwickeln. „Statt das Management 2 Jahre lang mit Anbindungen und Konditionenverhandlungen zu beschäftigen, kann sich MyLucy nun sofort damit beschäftigen Kunden zu gewinnen“, so Pradetto. „MyLucy braucht keinen Innendienst einzustellen und keine Verwaltungssysteme entwickeln. Das spart Kosten und vor allem Zeit. Wo die meisten Insuretechs bislang fast nur coole Oberflächen haben, kann man hier sofort und mit voller Wucht in den Markt einsteigen.“

Davon zeigt sich auch Ziegler überzeugt: „blau direkt ist ja bereits mit allen Versicherern technisch vernetzt. Warum müssen wir alles selbst neu entwickeln, statt es uns einfach vom Technologiemarktführer zu holen?“ Wo die InsureTech-Wettbewerber Jahre verschwendeten, um Bestandsübertragungen und Datenaustausch zu automatisieren, fände man bei blau direkt bereits die aktuell höchstmögliche Umsetzungsquote vor. Bestandsübertragungen seien erheblich schneller durchführbar, als dies bei Mitwerbern der Fall wäre.

Bei blau direkt glaubt man, dass die neue Kooperation ein Gewinn für alle Partner des Pools sei, denn man erhalte von den innovativen Machern viele Impulse, die sich in konkreten Verbesserungen für die Partner des Pools niederschlagen. „Wir geben unseren InsurTech-Partnern viel Unterstützung, aber wir lernen auch extrem viel. Im Ergebnis verfügen unsere Partner über eine fast vollständige Datensynchronisation mit der gesamten Versicherungswelt. Sie nutzen eine bislang jeden Test gewinnende Kunden-App und dazu einen Dokumentenaustausch, der innerhalb von 30 Minuten jedes Dokument nach Erzeugung durch den Versicherer bereitstellt“, legt Pradetto einige der Vorteile dar, die sich aus der führenden Technologie des Pools ergäben. „Technologievorsprung wächst wenn man ihn teilt.“

Pressekontakt:

Franziska Pohl
Telefon: 0451-87201-172
E-Mail: presse@blaudirekt.de

Unternehmen

blau direkt GmbH & Co. KG
Fackenburger Allee 11

23554 Lübeck

Internet: www.blaudirekt.de

Über blau direkt GmbH & Co. KG

blau direkt ist der Maklerpool für Prozessoptimierung und Internetmarketing. Mit über 100 Mitarbeitern erleichtert blau direkt als Versicherungsmaklerpool Versicherungsmaklern und Vertrieben die Arbeit. Prozessoptimierung im gesamten Vermittlungsverfahren unterscheidet blau direkt wesentlich von anderen Maklerpools, da blau direkt umfangreiche Back-Office-Dienstleistungen für Makler erledigt. blau direkt unterstützt Versicherungsmakler in der Nutzung der neuen Medien und sozialen Netzwerke für mehr Verkaufserfolg.