

AssCompact

Das Fachmagazin für Risiko- und Kapitalmanagement

Anzeige



Sie haben gewählt.



12. September 2016

InsurTechs und Makler: Kooperation statt Konfrontation

InsurTech ist nicht gleich InsurTech und es ist oft schwer, die Geschäftsmodelle einzuordnen. Einige neue Anbieter wollen den klassischen Beratungsprozess „revolutionieren“. Immer öfter jedoch wird kooperiert, sodass auch Versicherungsmakler profitieren können. Versicherer allerdings bleiben skeptisch: Über die Hälfte sieht Risiken für den klassischen Vermittler.

Vertragsverwaltung und Beratung über das Smartphone – diese Entwicklung hat die deutsche Finanz- und Versicherungsbranche in Aufruhr versetzt: InsurTechs sind – oftmals mit einem riesigen Werbebudget – in das Versicherungsgeschäft eingezogen. Die Start-ups versuchen sich seitdem als Vertriebsweg der Zukunft zu etablieren. Für die klassischen Vermittler ist plötzlich ein völlig neuer Wettbewerb am Markt entstanden und viele Vermittler wissen noch nicht, wie sie damit umgehen sollen. Auch die Versicherer haben spät reagiert. Laut einer aktuellen Studie der Strategie- und Managementberatung zeb beobachten nur 52% der Versicherer den InsurTech-Markt näher. Trotzdem gehen 56% der befragten Versicherer davon aus, dass die Risiken für Vermittler durch die InsurTechs den Nutzen für Vermittler überwiegen. Studien-Autor Jakob Baron von zeb erklärt dazu: „Die Versicherer gehen offenbar davon aus, dass klassische Vermittler gegenüber Aggregatoren und digitalen Maklern Kunden verlieren werden.“

Konkurrenz im Sachbereich wird größer

Dagegen will die Maklerschaft im Großen und Ganzen von einer Bedrohung ihres Geschäftsmodells durch InsurTechs nichts wissen. Lediglich im privaten Sachgeschäft werde man laut der aktuellen AssCompact TREND-Studie Marktanteile einbüßen, so die befragten Makler. Über die Hälfte von ihnen sieht in den InsurTechs in diesem Produktbereich eine sehr große bzw. große Konkurrenz. In allen anderen Bereichen – insbesondere bei den beratungsintensiven Produkten – erwarten Vermittler keine Konkurrenz durch die neuen Marktteilnehmer. Weiter werden laut Studie in den digitalen Angeboten kaum Mehrwerte für die Kunden gesehen. Auch in Sachen Innovationsgrad schneiden die neuen Angebote bei den Vermittlern nicht gerade gut ab. So stufen beispielsweise gerade einmal 22,7% der Vermittler das Unternehmen GetSafe als innovativ ein.

Neue Angebote für Makler

Viele Vermittler sehen in den InsurTechs auch Chancen – für sich und ihre Kunden. Denn immer mehr Plattformen, Apps und White-Label-Versionen wollen die bisherige Vermittlung und Beratung nicht aus den Angeln heben, sondern sie unterstützen. Die Angebote kommen entweder von Start-ups, etablierten Softwarehäusern oder auch von Maklerpools. Aber selbst bei einigen Start-ups mit sogenannten disruptiven Geschäftsmodellen zeigt sich der Wille zur Kooperation wie einige Beispiele aus den vergangenen Wochen zeigen – unter anderem [blau direkt](#) und [feelix öffnen Kooperation für Makler](#).

So können wohl langfristig Vermittler von InsurTechs und InsurTechs von Vermittlern lernen. Auf der DKM 2016 etwa wird – unterstützt von der Unternehmensberatung zeb – der konstruktive Dialog gesucht. Denn genau wie in den Vermittlerbüros müssen die neuen Wettbewerber sich mit Regulierung, Administration und digitalen Prozessen hin zu den Versicherern beschäftigen. Die Probleme scheinen sich hier nicht groß zu unterscheiden. (kb)