

Für Technik und Kundenschutz: InsureTechs unterzeichnen Digital-Erklärung

finanzwelt.de/fuer-technik-und-kundenschutz-insuretechs-unterzeichnen-digital-erklaerung/

16/01/2017



Die Hauptstadt beherbergt nicht nur viele FinTech und Insure Tech Start-Up Firmen. Hier wird auch Politik gemacht und (Versicherungs) Geschichte geschrieben Bildnachweis: Blaudirekt www.berliner-digital-erklaerung.de

Knapp 30 Insure-Techs diskutieren um den Entwurf zur „Berliner Digital-Erklärung“. Alle sind einer Meinung, das Maklermandat von der Bereitstellung von Versicherungsdaten lösen zu wollen und fordern Versicherungen und Politik auf, die technischen und gesetzlichen Weichen für mehr Kundenservice zu stellen.

Freitag der 13.1.17 war kein Unglückstag für die Versicherungsbranche. Trotz des abergläubischen Datums und den Schneemassen von Tief Egon erschienen Vertreter von 25 Insure-Techs in Berlin im Amano Hotel, um die Berliner Digital Erklärung zu diskutieren. Zwei weitere ließen sich von Veranstalter blau direkt als Mandatsträger vertreten. Die Teilnehmerliste liest sich wie das who is who der Fin- oder Insure-Techs. Knip, finanzen.de, Asuro, moneymeets, FinanceFox, IDnow, TED, Simpleurance, einfachsparen24, um nur einige zu nennen. Alle einte das Ziel, mittels einer gemeinsamen Erklärung die Weichen für mehr Kundentransparenz zu stellen. Kunden sollen in Zukunft die Beratung und Administration ihrer Finanz- und Versicherungsprodukte frei und unabhängig voneinander wählen können. So könne der Kunde frei wählen, wie und wo er seine Daten einsehen beziehungsweise verwalten kann und losgelöst davon, wen er als Berater eingesetzt sehen möchte. Der Initiator der Veranstaltung blau direkt freut sich über das Engagement der Insure Techs und deren zahlreiches Erscheinen. Oliver Pradetto, Geschäftsführer von blau direkt: „Es ist kein Zufall, dass sich auch klassisch geprägte Unternehmen wie Netfonds, Expertenhomepage oder Bürgschaft24 selbst als InsurTechs sehen und die Erklärung unterstützen. In der Praxis sind InsurTech-Unternehmen ja selbst Vermittler und nutzen die Chancen der Technik für modernisierten Kundenservice und mehr unternehmerische Skalierbarkeit.“ Was sie dabei erleben, könne für die ganze Branche ein Beispiel sein. Fortschritt lebt von Kooperation, deswegen leben InsurTechs die Kooperation mit allen Marktteilnehmern.

Digital versus analog

Um die Digitalisierung kommt niemand mehr herum. Vergleichsportale, Versicherungs-Apps, Online-Schadensmeldung: Versicherer, Kunden und Dienstleistungen werden zunehmend digital. Der Kunde hat die Wahl, wie und über wen er mit seiner Versicherung in Kontakt tritt und das ist auch gut so. Wer die Presse des letzten Jahres aufmerksam verfolgt hatte, dem fiel auf, dass oft um den Kundenbestand gestritten wurde und wer der bessere Dienstleister sei. Um den Kunden schien es dabei nie oder nur vordergründig zu gehen. Das sollte nun anders sein. Und so wurde viel über die Freiheit der Kunden, den Datenschutz und technische Lösungen diskutiert, mit dem Ziel, Versicherungen und die damit verbundenen Dienstleistungen so flexibel,

kundenfreundlich und schnell wie möglich zu gestalten. „Insgesamt bedeutet guter Kundenservice, dass der Kunde alles versteht und gut heißt was geschieht“, erklärt Oliver Pradetto, vom Maklerpool blau direkt. Dazu gehöre sicher auch mehr Aufklärung für den Kunden. „Das ist eine Herausforderung, die alle mir bekannten InsurTechs gerne annehmen“ so der Initiator der Veranstaltung weiter. Alle Teilnehmer sahen die Verbesserung der digitalen Schnittstellen und Trennung von Mandat und Vertragsdaten als klaren Vorteil für alle Beteiligten. Die win-win-win Situation komme allen zu Gute, Kunden, Dienstleistern und Versicherern. Der Kunde erhält nicht nur mehr Freiheit und Transparenz, sondern profitiert auch von besseren und schnelleren Service. Dienstleister, ob InsureTech, Pool oder Makler haben klare Dienstleistungsaufträge vom Kunden und die Technik beschleunige die Abläufe. Versicherer profitieren durch weniger Arbeitsaufwand, schlankere Prozesse, weniger Storno oder fehlerhafte Daten.

Was der Kunde will

Die Versicherer haben längst erkannt, dass sie in sich ändernden Zeiten Initiativen zur Digitalisierung des Geschäfts vorantreiben müssen um ihre eigene Zukunftsfähigkeit sicher zu stellen. Manuel Kester, Managing Director von simplesurance erklärt: „Die Berliner Erklärung kann hier Entscheidungshilfe geben, wo zu beginnen sein könnte und gleichzeitig Sicherheit und interne Argumentationshilfe schaffen im Sinne dessen was die Marktpartner wünschen und nach Umsetzung auch nutzen werden.“ Auch auf der Veranstaltung am Freitag fielen immer wieder die Worte „Der Kunde möchte...“, „der Kunde verlangt...“ Sowohl die Versicherer, die Makler, als auch die Insurtechs erzählen immer, was der Kunde will. Dabei solle der Kunde entscheiden, erklärt Tobias Krauß, Founding Member von flexperto: „Der Kunde sollte mehr einbezogen werden. Warum legen wir ihm denn Worte in den Mund? Warum lassen wir ihn nicht auf solchen Veranstaltungen lebendig werden live sprechen und fragen, was er wirklich möchte?“ Willi Ruopp, CMO von FinanceFox, ergänzt: „Wir sollten zu allererst den Kunden in den Mittelpunkt stellen und fragen, was dieser möchte.“

Vier Punkte für mehr Transparenz und Service

Die [Berliner Digital Erklärung](#) umfasst folgende Punkte: Erstens soll die Datenauskunft vom Vermittlerstatus getrennt werden. Der Kunde müsse die Wahl haben, welche Dienstleistung er bei welchem Unternehmen in Anspruch nehmen kann. So wäre es möglich Vertragsdaten zu beziehen ohne die Betreuung des Kunden zu übernehmen und dem Vermittler die Vergütung zu entziehen.

Zweitens wird der Verbesserung der digitalen Infrastruktur gefordert. So soll datenbezogenen Dienstleistungen digital erfasst und bearbeitet werden, so dass Bearbeitungszeit und – aufwand auf ein Minimum reduziert werden können. Drittens wurde sich für die Implementierung der BiPRO-Standards stark gemacht. Es wurde die Forderung an die Versicherer gestellt, bis Ende 2019 alle für die Kundenwünsche relevanten BiPRO-Standards spartenübergreifend zu implementieren und für externe Dienstleister wie freie Makler, Pools und Insure Techs bereitzustellen.

Viertens wurde an die Politik appelliert, diese Eigeninitiative gesetzlich zu untermauern. Denn die informationelle Selbstbestimmung des Kunden, aber viel mehr noch die gesetzlich geforderte umfassende Beratung des Kunden erfordere die Verfügbarkeit seiner Daten beim dem von ihm gewünschten Beraters.

Wie soll es weiter gehen

Blau direkt hat als Initiator den Ball ins Rollen gebracht. Oliver Pradetto will, dass es möglichst offen für alle weiter geht: „Die Berliner Digital-Erklärung ist kein Dokument der Abgrenzung. Wir wollen klassische Vertriebsstrukturen motivieren mit uns gemeinsam Wege für einen noch besseren Kundenservice zu suchen.“ Die Initiative, den Stein ins Rollen zu bringen, findet Tobias Krauß klasse. Es müsse ein nachhaltiges, geschlossenes Engagement aufzubauen, um wirklich Wirkung zu erzielen. „Dazu müssen alle an einen Tisch“, so Krauß. Denn wenn alle Parteien nur unter sich reden, verstärke dies nur die Grüppchen Bildung. Einigen Teilnehmer genügt das jedoch nicht. Willi Ruopp: „Ein Papier allein führt nicht zum Handeln. Wir wissen, dass Gesellschaften und Politik handeln wollen. Denn am Ende sind es die Kunden und die Vermittler, die durch neue technologische Rahmenbedingungen einen Wandel herbeiführen und diesen auch erwarten. In direkten Gesprächen mit den Erstversicherern wollen wir dafür Interesse wecken und Lösungen aufzeigen. Dieser Ansatz ist aus unserer Sicht zielführender.“

Der Trend zur Digitalisierung hat in vergleichbaren Branchen schon zu einschneidenden Veränderungen geführt. Denkt man nur an das Aussterben der Bankfilialen aufgrund von Onlinebanking und – trading. Was genau im Markt geschehen wird, ist derzeit noch nicht vollständig absehbar und hängt auch stark von den zu beschreitenden Wegen der Marktteilnehmer ab. „Sicher ist, dass der Fortschritt in einer sich stetig digitalisierenden Welt nicht aufzuhalten sein wird“, erklärt Manuel Kester. Da Fortschritt immer auch Veränderung bedeute, müsse sich die Branche zwingend verändern. „Wie stark die Veränderung schlussendlich ist und wie vor- oder nachteilhaft für den Einzelnen sich darstellt, hängt stark von der individuellen Adaption sich ändernder Rahmen- und Marktbedingungen ab“, so Kester. In so fern hänge es auch von der Politik ab, wie in Zukunft der Markt sich gestalte.