



Drückerkolonne FinTech?

Vor ein paar Tagen bezeichnete der Chef der quirin-Bank Karl Mattha#us Schmidt die Start-ups im Finanzbereich als „digitale Drückerkolonnen ähnlich herkömmlichen Strukturvertrieben“ und prophezeite das baldige Ende. Der experten Report bat einen der erfolgreichsten Fintech-Gründer, Dominik Groenen, um einen Kommentar. Und der hat es in sich.

Auch dass das auf Provisionen basierende Geschäftsmodell ein Auslaufmodell wäre - von dem viele Fin- bzw. InsurTechs ja leben - glaubt Groenen nicht: „Da wo es Vertrieb gibt, wird es immer auch eine erfolgsabhängige Vergütung geben. Nennen Sie es Provision, Fee oder wie auch immer. Versicherer und Banken werden immer Provisionen zahlen für neue Kunden - oder eben eine Fee. Wenn man mit einem Fintech / Insurtech ein paar Jahre lang eine dreistellige Millionenbewertung bekommt, ist das doch alles OK. Dann switcht man halt von Provision auf Fee, Honorar, Abo oder sonst was... für ein junges, agiles und schnelles Unternehmen kein Problem.“

Gründer-Geist ist nicht romantisch

Schmidt ist der Meinung, dass die Start-up-Romantik schnell verfliegen wird: „In den kommenden beiden Jahren werden wir viele Start-ups im Finanzsektor scheitern sehen.“ Groenen sieht das gelassen. Natürlich gebe es immer Unternehmen, die auftauchten und wieder verschwänden, aber das gelte schließlich auch für alle anderen Bereiche. Er nennt als Beispiele StudiVZ und My Space: einer oder wenige sind dann aber erfolgreich „und stellen die Branche auf den Kopf wie z.B. mein eigenes Insurtech massup, das gerade

international zum [besten InsurTech](#) beim Startupbootcamp in London gewählt wurde“, so Groenen. „Wir werden sowohl die Banken als auch die Versicherer damit sehr unterstützen und als B2B Insurtech rocken.“ Und weiter: „Die Fintechs und Insurtechs sind einfach schneller und haben ein ganz anderes Tempo als die herkömmlichen Banken und Versicherer ... Wir sind einfach schnell, sexy und wissen genau, was wir erreichen wollen - eine Branche und einen Markt nachhaltig verändern.“

Finanzierung - kein Problem

Die von Schmidt nachdrücklich geforderte „solide Finanzierung“ sieht Groenen nicht als das Problem der jungen Unternehmen. Aktuell könnten sich die Gründer kaum vor Finanzierungsanfragen retten. Als Beispiele nennt er [KNIP](#) (15 Millionen Euro), LEMONADE - in das Unternehmen hat gerade der WhatsApp-Investor 13 Millionen Dollar investiert ([experten Report berichtete](#)) - sowie [Number 26](#), in das Investor Peter Thiel im Frühjahr 10,6 Millionen Euro investierte. Letzteres Unternehmen bietet einen Service, mit dem man ein Konto in Minuten schnelle direkt vom Smartphone aus erstellen kann. Der Kunde erhält eine traditionelle Kreditkarte sowie eine ganze Serie weiterer

Services wie Push Notifications für finanzielle Transaktionen und andere Tools fürs Finanzmanagement.

Vermittler gleich Drücker?

Schmidt kritisiert auch, dass einzelne FinTechs so auftra#ten, als erbra#chten sie eine Bankdienstleistung, wobei sie in Wirklichkeit nur als Mittler agierten und die eigentliche Leistung woanders erbracht werde. „Hier wird versucht, Geld zu verdienen, indem man dem Kunden ein hu#bsches Gesicht hinha#lt, ihn einwickelt und dann an einen klassischen Produktanbieter weiterleitet“, so Schmidt. „Damit sind sie nichts anderes als digitale Dru#ckerkolonnen a#hnlich herko#mmlichen Strukturvertrieben - und die sind schon in der realen Welt zu Recht gescheitert.“ Auf diese Kritik stellt Groenen die berechtigte Frage, was Makler und Vermittler denn heute anderes machen würden? Er vermutet, dass sich die Begeisterung über diese Ansicht in Grenzen halten wird: „Da werden sicherlich viele Makler, Vermittler, Mehrfachagenten etc. nicht begeistert sein. ... Mit dem Statement wird eine ganze Branche in ein schlechtes Licht gestellt“, so Groenen.

Anders sein als Geschäftskonzept nicht tauglich?

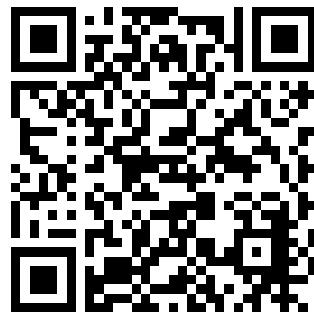
„Anders zu sein reicht nicht, sich an Zielgruppen anzubiedern erst recht nicht“, sagt Schmidt. „Wer den Kicker im Bu#ro wichtiger nimmt als die Compliance hat schon verloren, denn das Vertrauen von Kunden wird er so nicht gewinnen.“ Hierauf Groenen süffisant, der richtige Weg sei eine Kombination aus Compliance und Kicker. Letzteren bekäme man aber schwer in die Vorstandsetagen. Compliance-Regeln seien von Start-up-Seite durchaus zu bewältigen.

Die von Schmidt gelobte Honorarberatungs-Plattform quirion würde Groenen nicht als FinTech bezeichnen. Dass das Buchen eines persönlichen Beraters unter diese Definition fallen soll, leuchtet ihm nicht ein - das sei schlicht eine Online-Suche nach einem Berater. Groenens Empfehlung: „Holen Sie sich Leute ... die echte Gründer sind und dies auch verkörpern. Alles andere ist doch eine SHOW.“

Bild: © massup GmbH

Versicherungs- und Finanznachrichten

expertenReport



<https://www.experten.de/id/4942081/fintechs-digitale-drueckerkolonnen/>