



“Verständlicher Versicherungsschutz, bequem online abzuschließen“

Nicht nur die Abschlusswege, auch die Produkte müssen modernen Anforderungen an Transparenz, Einfachheit und Online-Tauglichkeit erfüllen. So sieht es Dr. Claudia Lang, Gründerin und Geschäftsführerin von Community Life. Im Gespräch mit dem Experten Report erläutert sie ihr Konzept. Aktuell: Ihre Risiko-LV wurde gerade Testsieger bei der WirtschaftsWoche.

Dr. Claudia Lang, Gründerin und Geschäftsführerin von Community Life
Bitte beschreiben Sie kurz Ihr Angebot.

Unser Ziel ist es, Versicherungen so zu verkaufen, wie Kunden aus dem Digitalzeitalter das erwarten: einfach am Bildschirm, nicht komplizierter als ein Kauf bei Amazon. Damit das funktioniert, muss man vieles anders machen als in der Branche üblich. Die Bedienung muss einfach sein, die ganze Kommunikation für Laien verständlich. Die Produktqualität muss so gut sein, dass es später keinen Streit um die Leistung gibt. Wir haben also zum einen neu entwickelt, zum anderen bestehende Techniken neu kombiniert.

Wir bieten eine anonyme Online-Tariffberechnung inklusive Gesundheitsprüfung. Die Versicherungsverträge sind in verständlicher Alltagssprache mit ausgesprochen kundenfreundlichen Bedingungen. Die Online-Identifikation zur Erfüllung der Vorgaben des Geldwäschegesetzes geht per Webcam. Wir bieten natürlich auch Beratung im Chat und am Telefon und vieles mehr. Um die bestmögliche Qualität zu erreichen, interpretieren wir unsere Rolle als

Mehrfachvermittler auf ungewöhnliche Weise: Wir entwickeln die vertriebenen Tarife gemeinsam mit dem jeweiligen Produktgeber.

Wo sehen Sie Ihre Stärken im Vergleich zu anderen Fintechs aus dem Bereich Versicherungen/Finanzen?

InsureTechs sind noch recht neu am Markt. Im Moment sind viele unterschiedliche Geschäftsmodelle in Erprobung – was davon sich wirklich trägt, wird man erst noch sehen. Community Life hat den Kern des Problems für Menschen, die sich versichern wollen, aufgegriffen: endlich mal verständlichen Versicherungsschutz, den man bequem online abschließen kann. Bequem ist auch der Onlinezugriff auf den eigenen Vertrag. Der Kunde kann jederzeit wichtige Daten selbst ändern, wie beispielsweise die Bankverbindung oder das Bezugsrecht. Das kann er über seinen persönlichen Bereich, in dem jeder Vertragsvorgang für ihn sichtbar ist. Wir appellieren also – trotz günstiger Preise – nicht an die Geiz-ist-geil-Mentalität, sondern an den Wunsch, seine Versicherungsangelegenheiten zeitgemäß zu erledigen.

Was können Sie besser als der klassische Makler? Sind Sie eine Gefahr?

Mit Maklern kommen wir uns nicht unbedingt ins Gehege. Wir behaupten nicht, dass wir zu allen Produkten am Markt beraten. Stattdessen haben wir überlegt, wie man Versicherungen für Menschen verständlich und fair macht. Wir haben also selbst Produkte entwickelt. Wir möchten es dem Kunden ermöglichen, sich in Eigenregie zu informieren und zu entscheiden. Das heißt natürlich nicht, dass wir den Kunden alleine lassen. Wir stehen jederzeit per Chat, Web Video oder Telefon zur Verfügung.

Wo stoßen Sie an Grenzen?

Bisher bieten wir eine Risikolebens- und eine Berufsunfähigkeitsversicherung an. Kunden haben uns schon gefragt, warum sie nicht mehr bei uns absichern können. Wir möchten also unser Produktangebot erweitern. Wir sprechen mit potenziellen Produktpartnern, die weitere Tarife im Einklang mit unseren Qualitätsstandards entwickeln könnten.

Was könnte in Hinsicht Zusammenarbeit Versicherungsunternehmen / Tarifangebot besser werden, was läuft gut?

Unser Konzept ist neu, und eine Tarifentwicklung bricht man ja nicht eben übers Knie. Bisher arbeiten wir mit iptiQ als Produktgeber. Das ist eine sehr produktive Kooperation. Wir wünschen uns, schnell mehr Produkte anbieten zu können. Dafür müssen Versicherer bereit sein, mit uns neu zu denken. Dabei ist vor allem wichtig, dass wir etwas Verständliches und Sinnvolles für den Kunden erreichen. Komplexität in der Versicherung zu vermeiden fordert einiges an Einsatz. Aber es lohnt sich.

Was ist in anderen Ländern besser, einfacher etc. als in Deutschland?

Es war nicht ganz einfach, die Anforderungen eines Internet-Unternehmens und die deutsche Regulierung miteinander in Einklang zu bringen – da stammt halt vieles noch aus dem Offline-Zeitalter. Das heißt aber nicht unbedingt, dass es woanders leichter wäre. Dort gelten dann andere Regeln. Ein Hemmnis wird das für uns aber erst, wenn wir ins Ausland expandieren möchten. So weit sind wir noch nicht.

Wie bewerten Sie die us-amerikanische Initiative von Google, Amazon, PayPal et alii., Datenschutzbestimmungen weniger streng zu gestalten, um die Innovationen im Finanz-/Versicherungsmarkt zu beschleunigen?

Wir mögen Datenschutz. Versicherer verwalten zum Teil hochsensible Daten, und die Kunden erwarten zurecht,

dass damit ordentlich umgegangen wird. Ich kann mir vorstellen, dass die datenverwertenden Internetriesen damit am deutschen Markt ein Akzeptanzproblem bekommen. Auf jeden Fall brauchen wir aber gleiche Bedingungen für alle Anbieter. Es darf nicht sein, dass Assekuranzen und ihre Vertriebsagenten strengere Regeln erfüllen müssen als Internet-Unternehmen. Unser Wunsch heißt: Gleiches Recht für alle, am liebsten EU-weit.

Wie wird es 2016 weitergehen? Was sehen Sie als besondere Herausforderungen?

Wir entwickeln unsere Plattform weiter, und wir entwickeln das Portfolio weiter. Zudem wird es für uns darum gehen, als Marke noch mehr Bekanntheit zu erlangen. 2015 ist uns ein guter Start gelungen. Darauf müssen wir jetzt aufbauen.

Dr. Lang, wir bedanken uns für dieses Gespräch!

Bild: (1) © olly / fotolia.com (2) © Community Life

Versicherungs- und Finanznachrichten

expertenReport



<https://www.experten.de/id/4942375/verstaendlicher-versicherungsschutz-bequem-online-abzuschliessen/>