



Digitaler Brückenschlag zum Kunden

Das ifp Institut für Private Finanzplanung hat ein Basis-Tool entwickelt, das es Privatleuten erlaubt, ihre Haushaltsführung einem Finanzcheck zu unterziehen. Daraus ergibt sich Beratungsbedarf, der auf die Vollversion verweist. Der experten Report stellte seine Fragen Herrn Gustav Steiner, dem Geschäftsführer der gfp Gesellschaft für Private Finanzplanung mbH, die das Tool anbietet.

Gustav Steiner, Geschäftsführer der gfp Gesellschaft für Private Finanzplanung mbH

Herr Steiner, bitte beschreiben Sie kurz Ihr Angebot.

Wir bieten für klassische Makler einen digitalen Brückenschlag zum Kunden. Auf www.finatra.de können sich private Haushalte einfach und kostenlos eine persönliche Finanzanalyse erstellen. Diese Analyse erfolgt neutral und basiert auf Forschungsergebnissen von ifp Institut für Private Finanzplanung an der Universität Passau. Damit können Verbraucher ihren finanziellen Handlungsbedarf rundum oder für einzelne Themen wie Altersvorsorge oder Berufsunfähigkeit selbst erkennen und einschätzen. Ein bei uns registrierter Finanzberater kann diesen Bedarf online aufgreifen und bearbeiten. Das Beratungsergebnis hält er für den Kunden in einer digitalen Beratungsmappe fest, die beiden dann als Plattform für Folgekontakte dient.

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

Wir sind seit 1997 als Experten für den Vertrieb von Finanzdienstleistungen aktiv und investieren in einem Markt, in dem wir uns sehr gut auskennen. Wir kaprizieren uns nicht auf eine Marktnische sondern leisten mit unserem

Ansatz Pionierarbeit für das Breitengeschäft. Und hier geht es darum, die finanzielle Rundum-Beratung von Privatkunden „omnikanal“ zu betreiben: Die emotionale Komponente und das Vertrauen sind an die Person geknüpft. Das Internet bietet immenses Potential, dieses Vertrauen zu fördern, Kontaktpunkte zu schaffen und Kundennutzen zu generieren.

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

Wir sind Partner für klassische Makler, die ihre Zukunft im Multikanalvertrieb sehen und die in den digitalen Brückenschlag zum persönlichen Beratungsangebot investieren möchten.

Wo stoßen Sie an Grenzen?

Wenn es ums „Tore schießen“ geht. Wir verstehen uns als Flankengeber, wollen also keine Finanzprodukte an den Endkunden vermitteln.

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

Da wir selbst keine Finanzprodukte vermitteln, gibt es in Punkto Tarifangebot lediglich die Aufgabe, Schnittstellen zu liefern. Eine Zusammenarbeit auf Tarifebene würde unser Leistungsversprechen einer unabhängig erstellten Finanzanalyse unglaublich machen.

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

Wer das Thema Finanzen für sich als Privathaushalt verstehen will, der hat es in Deutschland im internationalen Vergleich schon besonders schwer. Wenn man an einige Paragraphen im Sozialgesetzbuch oder an die komplizierten Regelungen zur Altersvorsorge denkt, will so mancher „Normalbürger“ das irgendwann auch gar nicht mehr verstehen. Ganz zu schweigen von der Produktvielfalt. So gibt es in Deutschland etwa mehr Versicherungstarife als Einwohner. Wohl dem, der einen vertrauensvollen und qualifizierten Finanzberater findet.

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?

Datenschutz ist zweifelsohne ein zentrales Thema bei einem „Vertrauensgut“ wie der Finanzdienstleistung. So haben wir beispielsweise bewusst einen Server in Deutschland gewählt, um einen möglichst hohen Datenschutzstandard zu gewährleisten. Dennoch, etliche Beispiele zeigen es: Wo echter Kundennutzen geschaffen wird, neigen Menschen schnell dazu, ihr eigentlich hohes Datenschutzinteresse zu verdrängen. Die klassischen Anbieter tun also gut daran, Google und Co auch im deutschen Finanzdienstleistungsmarkt sehr ernst zu nehmen.

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

Der Vermittlermarkt wird sich auch 2016 weiter konsolidieren, der Bedarf an Finanzberatung der Menschen in Deutschland wird aber zumindest gleich bleiben. Kurzum: Die gleiche Arbeitslast muss von immer weniger Schultern getragen werden – und das obendrein unter wachsenden Qualitätsanforderungen der Kunden und unter immer aufwendigeren gesetzlichen Rahmenbedingungen. Der Investitionsbedarf ist gewaltig – ebenso das Kundenpotential für jeden einzelnen Berater, der sich am Markt behaupten kann.

Herr Steiner, vielen Dank für die ausführlichen Informationen.

Bild: (1) © freshidea/ fotolia.com (2) © Gustav Steiner, gfp Gesellschaft für Private Finanzplanung mbH

Versicherungs- und Finanznachrichten

expertenReport



<https://www.experten.de/id/4942412/digitaler-brueckenschlag-zum-kunden/>