



Produktverkauf mit Versicherungen monetarisieren

Ob Brillen, Tablets oder Smartphones - eine Versicherung bei schutzklick.de ist für diese Produkte wirklich schnell abzuschließen. CEO Robin von Hein erläutert das Konzept im Interview - ohne Schnickschnack und Schönreden, genauso wie eben auch die Versicherungsangebote, die sein Unternehmen im Programm hat. Hunde, Fahrräder und Kfz lassen sich inzwischen auch per Klick versichern.

Robin von Hein, CEO simplesurance GmbH
Herr von Hein, bitte beschreiben Sie kurz Ihr Angebot.

Die Simpleurance Group mit Hauptsitz in Berlin ist ein in Europa führender Anbieter von E-Commerce-Cross-Selling Lösungen. Zudem bietet Simpleurance Produktversicherungen online an mit renommierten Versicherungspartnern wie Ergo oder R&V auf www.schutzklick.de, schutzklick.at, klikzeker.nl, klikochron.pl und cliccasicuro.it. Mehr als 1000 Partnerships, unter ihnen viele namhafte Unternehmen wie OnePlus, Redcoon, reBuy, weltbild.de, brille24 und computeruniverse, schätzen die innovative Kraft und Flexibilität des Unternehmens ebenso wie seine einzigartigen Cross-Selling-Lösungen. Die 2012 gegründete simplesurance GmbH beschäftigt mittlerweile rund 90 Mitarbeiter aus 18 Nationen am Standort Berlin.

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

Unsere große Stärke ist, daß wir eine ausgereifte einzigartige Technologie entwickelt haben, die jeder e-commerce Shop als Plug and Play-Lösung für alle gängigen Shopsysteme anwenden kann, um den Verkauf von Elektronikgeräten,

Brillen oder Smartphones online mit Produktversicherungen zu monetarisieren. Eine weitere Stärke ist: Wir wachsen sehr schnell und aggressiv – vor allem international.

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

Wir holen den Kunden direkt online am Point of Sale ab – voll digital, voll automatisiert ohne klassische Antragsstrecke. Dadurch entstehen unseren mehr als 1000 E-Commerce-Partner-Shops weniger Kosten – u.a. Wegfall von Verwaltungs- und Administrationskosten, was als Mehrwert den Kunden zu Gute kommt.

Wo stoßen Sie an Grenzen?

Wir wachsen schneller als wir Personal finden können ...

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

Auf die Digitalisierung sind die meisten klassischen Versicherer noch nicht optimal vorbereitet. Wir wünschen uns, dass Entscheidungen schneller, entschlossener und flexibler gefällt werden. Ansonsten läuft die Zusammenarbeit mit

unseren Partner- Versicherungen gut, die auf schutzklick.de-Produktversicherungen anbieten: zum Beispiel mit der Ergo oder R+V.

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

Der Endkunde denkt in anderen Ländern schon digitaler – zum Beispiel in den Niederlanden. Außerdem sind die Eintrittsbarrieren im Ausland oft einfacher, gerade USA wie wir feststellen, da werden Kooperationen von Blue Chip Unternehmen jederzeit gern mit Start-Ups auf den Weg gebracht.

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?

Unser Geschäftsmodell arbeitet jetzt schon mit minimalen Kundendaten aufgrund der verschärften Bedingungen. In Zukunft muss eine Balance zwischen Userfreundlichkeit und Kundenzufriedenheit gefunden werden.

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

Wir wollen weiter stark und aggressiv expandieren – unsere Marktanteile in Deutschland ausbauen und international zügig weiter wachsen. Daneben gilt es unser Produktportfolio auszubauen und zu verbessern.

Herr v. Hein, wir bedanken uns für das Gespräch.

Bild: (1) © Jakub Jirsák / fotolia.com (2) © Simpleurance

Versicherungs- und Finanznachrichten

expertenReport



<https://www.experten.de/id/4942460/produktverkauf-mit-versicherungen-monetarisieren/>