

## Keine Angst vor InsurTechs oder dem Weg zum Makler 4.0

**Auf der John-Vermittlerfortbildung® erfahren interessierte Finanzdienstleister, wie sie mit wenig Aufwand Maklerhomepage, Maklerverwaltungsprogramm und digitaler Kundenordner zusammenbringen können. Ralf Kohl von mydiverso zeigt auf, wie Digitalisierung clever eingesetzt werden kann: wie Kunden gerne eine Servicepauschale bezahlen, wie ein digitaler Kundenordner den Bestand schützt und wie er den Wert des eigenen Unternehmens deutlich erhöht. Der Experten Report spricht mit ihm über InsurTechs und die aktuellen Veränderungen in der Branche.**

Aktuell wird der Makler, der seinen Bestand aktiv betreut, FinTechs oder besser die InsurTechs nicht als Mitbewerber sehen. Noch nicht. Der eine oder andere Kunde wird sich vielleicht die App eines digitalen Maklers herunterladen, um seine Versicherungsverträge online zu verwalten. Das ist die Botschaft der aktuell laufenden Werbeclips.

Um dem vorzubeugen, sollte jeder Finanzdienstleister - egal, ob Versicherungsmakler, Mehrfachagent oder Ausschließlichkeitsvertreter - seinen Bestand aktiv über Apps und die Folgen der digitalen Unterschrift informieren. Fakt ist, dass Fin-/InsurTechs Investorengelder nicht nur in Werbung, sondern auch in die Weiterentwicklung stecken. Sie lernen schnell und werden ihre Geschäftsmodelle und die nötige Technik anpassen und optimieren.

Digitale Makler sollen mit ihren Services mehr „Kundenbindung“ erzeugen. Kann dies erfolgreich umgesetzt werden?

Kundenbindung erzeugt man nicht durch die digitale Verwaltung von Versicherungen. Der digitale Ordner wird genauso wenig angefasst, wie der physische. Meist nur zur Einkommenssteuererklärung oder im Schadenfall. Eine App sollte mehr können, als nur Versicherungen digital bereitzustellen, sonst ist sie genauso schnell gelöscht, wie sie installiert wurde.

Wie kann mehr Kundenbindung erzeugt werden?

Um es mal wieder mit den Worten von Tobias Haff (massup) zu sagen: „Wer den Ordner hat, hat den Kunden. Ob das nun der digitale Ordner ist oder der mit den Papierunterlagen, spielt dabei keine Rolle“. Die meisten Apps können derzeit nur einen Ausschnitt der bestehenden Verträge digital abbilden und optimieren. Das Papierchaos beim Kunden bleibt deshalb nach wie vor.

Dafür gilt es ein System auf den Markt zu bringen. Denn physisch unaufgeräumte Kunden, werden es auch digital bleiben. Physische Ordnerverwaltung, kombiniert mit digitaler

Bereitstellung, darin sehe ich die optimale Kundenbindung. Jeder Unternehmer muss entscheiden, ob er diesen Service kostenfrei oder gegen Entgelt bereitstellt.

In welchen Bereichen werden digitale Makler auf dem Vormarsch sein?

Derzeit sehe ich die Zukunft der digitalen Makler schwerpunktmäßig im einfachen Kompositgeschäft. Die privaten Sachversicherungen werden zunehmend automatisiert und aus der bisherigen Haftpflicht-, Hausrat-, Glas-, Gebäude-, Rechtsschutz- und Unfallversicherung wird ein flexibleres Produkt werden. Wie dies aussehen kann, zeigt die Bayerische mit ihrem innovativen Produkt, der Meine-eine-Police.

Beim Grenzübergang kommt dann zum Beispiel die Frage, ob man eine Auslandsreiseversicherung abschließen möchte, da der Vertrag dies noch nicht beinhaltet. Auf die jeweilige Situation sollte sich die Police automatisiert anpassen und dies innerhalb von Sekunden. Den aktuellen Nachtrag findet der Kunde kurz danach in seinem digitalen Ordner.

Welche Sparten oder Segmente sind etwas weniger für die Digitalisierung geeignet? Wie viel Digitalisierung verträgt ein Kunde?

Laut Wikipedia versteht man unter Digitalisierung allgemein die Aufbereitung von analogen Informationen zur Verarbeitung oder Speicherung in einem digitaltechnischen System. Wenn Sie dies meinen, dann kann die Digitalisierung in allen Bereichen umgesetzt werden und der internetaffine Kunde wird es dankbar annehmen.

Sicher ist die heutige Technik noch einige Schritte davon entfernt, komplexe Vorgänge, wie die automatisierte Optimierung bestehender Versicherungen oder die Beratung gewerblicher Risiken eigenständig zu übernehmen, aber auch daran wird in den nächsten Jahren intensiv geforscht und gearbeitet werden.

Digitalisierung alleine wird das Absatzproblem vieler Makler nicht lösen können. Was ist zu tun, um keine falschen Erwartungen zu schüren?

Ich sehe kein Absatzproblem bei Maklern, das durch Digitalisierung gelöst werden könnte. Der Absatz von Produkten findet immer am Point-of-Sale statt. Also am Smartphone, per Mail, auf der Homepage, per WhatsApp oder auch über die eigene App. Welche das für die jeweilige Produktwelt und Kunden sind, gilt es zu erkennen und den Kunden aktiv anzubieten.

Grundsätzlich gilt es regelmäßig mit Sinn und Verstand das eigene Geschäftsmodell und die eigene Vertriebsstruktur zu analysieren und die bereits heute technisch nötigen und möglichen Anwendungen zu nutzen oder auszubauen.

Wie schnell wird ein Makler digitale Produkte, wie aktuell die situativen Schutzangebote für Pokémon Go-Spieler, bei sich einbinden können oder müssen, um einem digitalen Image entsprechen zu können?

Der Makler sollte sich nicht von der Digitalisierung treiben lassen, sondern sich kritisch mit den neuen Produkten und Vertriebsmöglichkeiten auseinandersetzen. Viele kleinere Unternehmen erledigen immer nur das Dringende und konzentrieren sich aufgrund der mangelnden Zeit nicht um das Wichtige.

Das regelmäßige Arbeiten am Unternehmen kommt deshalb sehr oft zu kurz. Eine moderne Maklerverwaltung, die technisch auf dem aktuellen Stand sein sollte, ist hierfür eine Grundvoraussetzung. Denn nur, wenn die IT-Architektur zeitgemäß ist, kann die Einbindung von digitalen Schutzangeboten schnell und sicher im Zusammenspiel mit der Homepage gelingen.

Wie kann ein Makler dies überhaupt leisten? Denn IT-Kompetenz gehört nicht zu seinen eigenen Kernkompetenzen!

Frei nach dem Motto „Do what you can best and outsource the rest!“, sollte jeder Finanzdienstleister sich auf seine Kernkompetenz konzentrieren. Wenn er an die Grenzen der eigenen Möglichkeiten stößt, dann sollte er sich einen Experten suchen, der ihn an dieser Stelle mit Rat und Tat weiterhilft. So wie ich mir einen Steuerberater oder Rechtsanwalt suche/leiste, sollte ich mir auch einen unabhängigen IT-Berater leisten. Wir arbeiten in diesem Bereich sehr eng mit dem Unternehmen MAKLERKONZEPTE aus Hamburg zusammen.

Deren Experten schauen sich im Maklerunternehmen alle relevanten Bereiche genau an. Hinterfragen und durchleuchten das vorhandene Geschäftsmodell, die bestehende Hard- und Software sowie die wichtigsten Arbeitsabläufe. Das Ergebnis ist eine individuelle Ausarbeitung (Analyse | Handout) mit konkreten Handlungsempfehlungen zur Optimierung der innerbetrieblichen Prozesse. Also der sehr nützliche Blick von außen auf das eigene Unternehmen. Dabei wird das immer wichtigere werdende Thema Datenschutz nicht vernachlässigt.

Wie viel IT muss ein Makler im eigenen Unternehmen aufbauen, um zukunftsfähig zu bleiben?

Das ist nicht so viel, wie man im ersten Augenblick vermutet. Eine moderne IT-Architektur hat ein Herzstück – das Maklerverwaltungsprogramm. Dies ist das bestandsführende System und sollte in der alleinigen Hoheit des eigenen Unternehmens liegen. Von hier aus werden sogenannte Satelliten-Programme auf verschiedenen Wegen angesteuert.

Das sind Beratungs-, Vergleichs- oder Analyseprogramme, aber auch das eigene Kundenportal sowie immer öfter die eigene, individuelle App. In sehr vielen Maklerbüros sind viele Satelliten vorhanden, aber nicht optimal aufeinander abgestimmt. Ein externer Dienstleister erkennt oft sehr schnell, wie man mit wenigen Änderungen das eigene Unternehmen optimieren kann. Unnötige Lösungen werden durch passende ersetzt.

Oder liegt die Lösung hier im Outsourcing?

Die ultimative eine Lösung wird es vorerst nicht geben, aber der Grundgedanke der Frage geht in die richtige Richtung. Die Frage lautet wie so oft: „Make or buy?“. Wie bereits an anderer Stelle erwähnt, sollte jeder Unternehmer seine eigenen Stärken und Schwächen kennen und dazu stehen. Die eigene Kernkompetenz sollte ehrlich ermittelt und authentisch weiterentwickelt werden. Für den Rest nutzt man externes Expertenwissen und Dienstleister.

Warum sich noch stundenlang mit viel Personalaufwand dem täglichen Posteingang widmen, wenn ein Dienstleister dies zuverlässig und kostengünstiger erledigen kann? Öffnen, scannen und in meiner Kundenverwaltung dem Kunden zuordnen und ablegen. Niemand braucht mehr Papier zu lagern, weder ich als Unternehmer noch mein Endkunde. Dienstleister werden sich in Zukunft diesen Dingen annehmen und den Makler entlasten, damit er seine Kernkompetenz stärken und entwickeln kann. Als Dienstleister, als Experte für seine Kunden!

Herr Kohl, vielen Dank für Ihre weitreichenden Ausführungen.

Versicherungs- und Finanznachrichten

# expertenReport



<https://www.experten.de/id/4943665/keine-angst-vor-insurtechs-oder-dem-weg-zum-makler-4-0/>