

Digitale Stilblüten? Fintech oder Insurtech



© iconimage - Fotolia.com

Sind Fintechs eine Gefahr für Makler und Vermittler? Nicht, wenn die Makler ihre Digitalisierungs-Hausaufgaben machen und sich Interessensgemeinschaften anschließen. Ein Kommentar vom VSAV-Vorstandsvorsitzenden Ralf Werner Barth.

Blättern Makler und Vermittler in der einschlägigen Fachliteratur der Versicherungswirtschaft, so erweckt die Diskussion um die so genannten Fintechs den Eindruck, als wären sie die Begründer und Wegbereiter der Digitalisierung. Dabei hat die Digitalisierung schon vor vielen Jahren begonnen. Mit Notebooks im Außendienst zum Beispiel arbeite ich bereits 1988. Seit dieser Zeit nutze ich moderne Techniken und digitale Möglichkeiten. Viele Prozesse und Arbeitsschritte sind durch die Nutzung digitaler Werkzeuge wie CRM-Tools, also Maklerverwaltungsprogramme, wesentlich beschleunigt und vereinfacht worden.

Das, was die Fintechs jedoch so offensichtlich mit viel Werbung betreiben, ist nur eine Art Weiterentwicklung, vielleicht eine Teil-Perfektionierung, der bisherigen Digitalisierung. Sie ist weder ihr Beginn und vor allem ist sie nicht der Weisheit letzter Schluss. Denn dazu sind die bekannten Fintech-Modelle aus unserer Sicht unzureichend auf Nachhaltigkeit ausgerichtet.

Ihr jetziges Alleinstellungsmerkmal wird, bei unzureichender Anpassung an die wirklich dauerhaften und nicht nur mal schnell wenig durchdachten Bedürfnisse der Kunden, auch das Ausscheidungskriterium in der Branche sein, weil sich andere umfassendere und nachhaltiger agierende Lösungen dauerhaft durchsetzen werden. Verbraucher werden immer besser erkennen, wenn Sie durch vielfaches Wechseln zwischen solchen Anbietern nur Geld oder benötigte Leistungen verlieren.

Digitale Techniken sind wichtig, doch erst richtig verknüpft mit kompetenter Beratung und kundenorientierter Begleitung, werden diese nachhaltig. Für die Gewinnung der Kunden mit Digitalisierung, sind extrem großen Werbebudgets nötig. Je nach Höhe lässt sich damit vielleicht Neugeschäft ankurbeln, aber ob sich so ein nachhaltiger Bestand aufbauen lässt, bleibt mehr als abzuwarten.

Modetrends kommen und gehen. Je nach substantieller Nachfrage und innerer Kraft (Qualität und Finanzmittel) kann sich ein Trend behaupten und systematisch weiter aufbauen – oder auch schnell wieder zusammenbrechen. Nur wenn es den Fintechs gelingen würde, mit Qualität aus den Interessenten dauerhaft zahlende Kunden mit weiter zunehmenden Verträgen zu generieren, könnte diese an echter Stabilität gewinnen.

Natürlich sind digitalisierte Prozesse wichtig. Aber am Point of Sale werden sich Millionen von Bürgern einer bestimmten Altersklasse nicht mehr komplett umorientieren und sich alleine von digitalen Medien überzeugen lassen. Doch sind es genau die Generationen, die das meiste Geld mitbringen und somit die maximalen Möglichkeiten für die Umsetzung hätte.

Deshalb werden die meisten Fintechs bestenfalls genauso eine Seitwärtsentwicklung erleben und sich zum Teil totlaufen, wie viele andere Erscheinungen, die ich in den letzten 31 Jahren in der Branche kommen und gehen sah.

Für Vermittler gibt es aus der ganzen Entwicklung mit den Fintechs eine Reihe an Fragen, die zu klaren Erkenntnissen führen sollten:

1. Digitale Techniken und Werkzeuge:

Welche meiner Prozesse sind aufwendig und unnötig lang und wie kann ich diese mit digitalen Werkzeugen verschlanken und vereinfachen?

2. Spezialisierung:

Worauf kann ich mich produkt- und zielgruppenorientiert spezialisieren, damit nicht nur ich meine Kunden finde, sondern das auch meine Kunden mich finden?

3. Netzwerken:

Die Tante-Emma-Läden sterben aus, weil ihnen die Supermärkte die Grundlage entzogen haben. Also fragen Sie sich: Mit wem kann ich im Netzwerk zusammenarbeiten, dass die Risiken, die ich identifiziere und zukünftig aber nicht mehr selbst eindecken will, von einem Kollegen, der sich darauf spezialisiert hat, eingedeckt werden und ich dennoch davon partizipiere? Oder noch besser: Wem kann ich auch systematisch Empfehlungen geben, der auch mir Empfehlungen für mein Segment gibt, ohne das damit immer direkt Vergütung fließen muss?

Dies sind drei erste, aber bedeutende Überlegungen für ein nachhaltiges Existieren in der Branche. Vermittler, die nicht mindestens eine Antwort auf diese Fragestellungen finden und umsetzen, werden es wie die Tante-Emma-Läden schwer haben, wirtschaftlich weiter zu existieren.

Gezielt agierende Empfehlungsnetzwerke, werden zukünftig wirtschaftlich nachhaltiger Geschäfte machen, als rein auf digitalisierter Vorgehensweise basierende Fintechs. Um beim Vergleich zum Einzelhandel zu bleiben: Jeder noch so kleine Edeka-Laden kann sich halten, weil er als Teil einer Einkaufsgenossenschaft agieren kann.

Vermittler haben also nicht nur gute Chancen den Fintechs ebenbürtig zu sein, sie haben vor allem die Chance, menschliche und nachhaltige Verbindungen in ihren Kundenkreisen in ihrem Netzwerk zu schaffen, was aus unserer Sicht einem Fintech kaum gelingen wird.

Es reicht nicht aus, diesen Beitrag zu lesen und zu verstehen. Vermittler, insbesondere Makler, müssen sich zeitnah Partnern und Verbänden anschließen, die sie mit Ihrem Partnernetzwerk unterstützen, damit sie konkret die richtigen Schritte in diese richtige Richtung unternehmen.

Der VSAV ist eine solche, sich permanent gegenseitig immer wieder empfehlende Plattform, in der das Miteinander stärker forciert wird. Mitglieder und Interessenten des VSAV agieren schon heute im Netzwerk miteinander. Dies werden wir weiter fördern und gezielt weiter ausbauen.

Nutzen Sie, als Leser, dieses Netzwerk und bringen auch Sie sich mit Ihren Leistungen und Ihrem Bedarf an Lösungen gezielt mit ein. Wir unterstützen Sie aktiv, gemeinsam mit unseren Netzwerkpartnern.

Pressekontakt:

Pressestelle

E-Mail: info@vsav.de

Unternehmen

VSAV e.V. Vereinigung zum Schutz für Anlage- und Versicherungsvermittler
Birkenweg 5
74193 Schwaigern

Internet: www.vsav.de

Über VSAV e.V. Vereinigung zum Schutz für Anlage- und Versicherungsvermittler

Der VSAV ist ein unabhängiger Verein mit der Zielsetzung, die fachlichen, beruflichen und unternehmerischen Kompetenzen der Mitglieder zu fördern. Diese Ziele erreicht der Verein durch die Identifizierung und Minimierung der Risiken der Mitglieder sowie durch die Bündelung und Vernetzung der dafür vorhandenen Kompetenzen im Markt. So trägt der VSAV auch dazu bei, dass sich die Qualität der im Markt tätigen Vermittler systematisch weiter verbessert. Dem im Jahr 2004 gegründeten und im März 2005 eingetragenen Verein gehören heute über 960 Mitglieder und Unternehmer an, die sich aus den Berufsgruppen der Versicherungsvermittler, Finanzdienstleister, Steuerberater, Rechtsanwälte und mittelständischen Unternehmen zusammensetzen. Mit derzeit 65 Netzwerkpartnern stehen den Mitgliedern Experten und Dienstleister rund um die beruflichen Aufgaben und Belange zur Verfügung.

Vorstandsvorsitzender und Gründer ist Ralf Werner Barth, der seit 1985 als Ideengeber, Produktentwickler, Versicherungsmakler und Unternehmensberater tätig ist.