

PRESSESPIEGEL

06.07.2016 Der Versicherungsbote:
FinTechs – eher Freund als Feind
(Online-Ausgabe)

 **Versicherungsbote**
Informationen für Versicherungsnehmer

Beratung durch Applikationen

FinTechs - Eher Freund als Feind



Dr. Sebastian Grabmaier ist Vorstandsvorsitzender der Jung, DMS & Cie. AG und verantwortlich für die Ressorts Vertrieb, Produkte, Marketing & PR.

Foto: Jung, DMS & Cie. AG

Hunderte von Fintechs krepeln derzeit die konservative Finanz- und Versicherungswelt um. Mit mehr oder weniger intelligenten Apps und Online-Services buhlen sie um neue Kunden. Auch Berater und Vermittler sollten sich auf die „neue“ digitalisierte Welt einstellen, denn sie ist eher Freund als Feind – wenn man deren Vorteile zu nutzen weiß.

Ein Gastbeitrag von Sebastian Grabmaier

Laut einer aktuellen Studie des Digitalverbands Bitkom sind Online-Dienste die erste Wahl, wenn sich Verbraucher über Finanzangelegenheiten wie die Baufinanzierung, die Altersvorsorge oder den Abschluss einer Versicherung informieren wollen. So bewerteten 71 Prozent der Befragten Online-Finanz- oder Vergleichsportale als vertrauenswürdig. Graben die neuen Fintechs den Beratern und Vermittlern also das Wasser ab? Keineswegs, denn die Bitkom-Studie brachte auch ans Licht, dass für 67 Prozent der befragten Deutschen die Finanzwelt immer weniger verständlich ist. Und für fast genauso viele Verbraucher sind die digitalen Angebote rund um Finanzen und Versicherungen ein Buch mit sieben Siegeln. Beratung und Orientierung sind daher – vor allem im Zeitalter der Digitalisierung – nötiger denn je.

PRESSESPIEGEL

Das Beste aus zwei Welten

Genau das war die Grundidee, als Jung, DMS & Cie. Ende Februar die Finanz-App „allesmeins“ auf den Markt gebracht hat. Sie kombiniert die Technologie einer leistungsfähigen Finanz- und Versicherungsarchitektur mit der kompetenten und vor allem persönlichen Beratung unserer Poolpartner. Und ganz wichtig: Anders als bei den Angeboten vieler Start-up-Fintechs verliert der Kunde mit allesmeins nicht die Beratungskompetenz seines – unter Umständen – jahrelangen Betreuers. Im Gegenteil: Über in die App integrierte Chart- und Sozial-Media-Funktionen ist der Kunde nur ein paar Klicks von seinem Berater und Vermittler entfernt. Mit allesmeins haben wir offensichtlich den Nerv der Zeit getroffen, den seit Markteinführung Ende Februar wurde der elektronische Finanzordner fast 1.900 Mal heruntergeladen und wird aktuell von 1.600 Kunden aktiv genutzt.

Aber nicht nur für Kunden ändert sich mit der App-Welle einiges, auch Makler müssen umdenken. Decken Berater und Vermittler heute noch viele Themen selbst ab, werden sich moderne Vertriebsprofis künftig auf diejenigen Beratungsbereiche fokussieren, in denen sie ihren Kunden einen Mehrwert bringen können. Während dies bei den komplexen Anlage- oder Vorsorgestrategien weiter der Fall sein wird, wandern einfachere Versicherungsthemen und auch Sparformen künftig ins Netz: Der Kunde kann dort diese Entscheidungen onlinegestützt selbst treffen.

Mehrwert für Berater und Vermittler

Das bedeutet aber nicht, dass Vermittler Umsatzeinbußen hinnehmen müssen, weil Kunden für diese Bereiche zur Konkurrenz abwandern. Im Gegenteil: Durch die Bündelung vieler Kleinstversicherungen, die bisher gar nicht beim jeweiligen Makler abgeschlossen wurden, profitieren diese durch die Zusammenführung aller Verträge des Kunden und damit aller Courtagen. Berater können so ihre laufenden Einnahmen ohne zusätzlichen Beratungsaufwand vervielfachen!