



Was Versicherer und Vermittler von FinTechs und InsurTechs lernen können

Der Arbeitskreis Beratungsprozesse beschäftigt sich abseits der alltäglichen Beratungsprozesse im Maklerbüro auch mit den neuen digitalen Marktplayern. Man solle sie weder überbewerten noch unterschätzen, sondern von ihnen lernen, so die Meinung von Unternehmensberater Marco Habschick.

Das Thema Digitalisierung hat Konjunktur: Während 2015 noch kaum jemand aus der traditionellen Versicherungswelt etwas mit dem Begriff „FinTech“ anfangen konnte, ist er nun in aller Munde. „InsurTech“ geht schon genauso schnell über die Lippen und neuerdings taucht sogar der Klammerbegriff „FinsurTech“ auf, dem zu wünschen wäre, dass er sich durchsetzt. Der folgende Text bezieht sich auf FinTechs und InsurTechs gleichermaßen, auch wenn ich häufiger zwischen beiden springen muss.

Wie in jedem richtigen Konjunkturzyklus hat bei den neuen Marktakteuren – wenn auch in Rekordgeschwindigkeit – schon der Abschwung vom Boom begonnen. „Wo ist denn Hightech bei den InsurTechs?“ lautet die Kritik, oder: „Die haben von der Branche gar keine Ahnung!“ Dahinter steckt einige Wahrheit. Bei den digitalen Maklern von heute verbirgt sich hinter der schicken Fassade in aller Regel Handarbeit bei der Erfassung der Kundenverträge für den elektronischen Versicherungsordner. BiPRO-Services? Fehlanzeige. Stattdessen

kämpfen InsurTechs – wie schon länger die FinTechs im Bankensektor – mit den Anbindungen an die technisch oft veralteten IT-Landschaften der hochregulierten Versicherer. Zum Einwand zwei: Viele FinTech- und InsurTech-Unternehmer verstehen sich als „serielle Gründer“. Ihr einziges Ziel ist es, mindestens einmal einen millionenschweren „Exit“ zu schaffen, also den gewinnbringenden Verkauf an einen Investor. Stallgeruch aus der jeweiligen Branche? Für manchen der Macher nachrangig.

Erster Hype lässt nach

Was den anscheinenden Abschwung der FinTechs und InsurTechs jedoch am meisten verstärkt, ist die ausbleibende

