

Beratung ist unersetzlich

Der Versicherungssektor befindet sich im Umbruch – Internet und diverse Apps wirbeln die Branche durcheinander. Werner Holzhauser geht mit der InsurTech-Firma wefox mit der Zeit, er weiß aber, dass qualifizierte Makler nicht durch Maschinen abgelöst werden können.

Harald Kolerus

GELD ° Man hört immer wieder, dass sich der Mensch „digital bewegt“. Internet und Co. würden den Berater bzw. Makler in der Versicherungsbranche obsolet machen. Stimmt diese Einschätzung?

WERNER HOLZHAUSER: Nein, sie stimmt mit Sicherheit nicht! Gerade Versicherungsprodukte sind mitunter sehr komplex, ohne ausführliche Beratung stoßen Kunden hier schnell an ihre Grenzen. „Robo-Advisor“ funktionieren in unserer Branche nicht, vor allem wenn es um Bereiche wie Lebensversicherungen geht, denn das Leben ist etwas Kompliziertes. Wir zählen mit wefox zu den sogenannten InsurTech-Unternehmen und stehen somit für die Nutzung moderner Technologien in der Versicherungsbranche. Wir sind aber keine reine IT-Firma und wollen den Berater sicher nicht obsolet machen – das Gegenteil ist der Fall: Wir möchten natürlich möglichst viele Makler auf unserer Plattform ansprechen.

Können Sie kurz Ihr Geschäftskonzept und die Funktionsweise von wefox erklären?

Das Unternehmen mit Standorten in Berlin, Zürich, Wien und Barcelona wurde im November 2014 in der Schweiz gegründet. Vorweg ist etwas ganz Wesentliches festzuhalten: wefox ist kein Internet-Vergleichsportale für Versicherungsprodukte. Stattdessen handelt es sich um die erste vollkommen unabhängige Serviceplattform, mit der Kunden alle ihre bereits bestehenden Verträge, Konditionen und Tarife jederzeit und überall auf der Welt einsehen, anpassen und neue abschließen können. Zum Beispiel können Schadenfälle oder Rückforderungsanträge papierlos abgewickelt werden. Darüber hinaus überprüft wefox automatisch bestehende Versicherungen auf mögliche Preis-/Leistungsoptimierung und gibt entsprechende Handlungsempfehlungen.

Handelt es sich hierbei nicht doch um „virtuelle“ Beratung?

Nein, denn die gesamte Kommunikation erfolgt direkt über einen persönlichen Ansprechpartner in der Servicezentrale. Je nach individuellem Bedarf des Kunden geschieht das in allen Schritten digital, telefonisch oder persönlich. Alle Servicefunktionen stehen natürlich online zur Verfügung, aber der Kunde kann seinen persönlichen Berater selbst auswählen. Dieser steht auf Wunsch zur Seite: unabhängig und anbieterneutral. Diese Leistungen bieten wir kostenfrei im Web und als App an.

Wie sprechen Sie nun Ihr Zielpublikum an?

Um uns erfolgreich zu positionieren, bauen wir Partnerschaften zwischen Kunden, Maklern und Versicherungen auf. Versicherungsnehmer können sich direkt an uns wenden oder sie kommen mit dem Kundenstock ihres Maklers zu uns. Viele Makler stehen vor dem Problem, dass sie sich die Umstellung auf Digitalisierung schlichtweg nicht leisten können. Hier treten wir ins Spiel und sagen: „Wir machen das Content-Management für dich. Du kannst immer just in time mit deinen Kunden kommunizieren, alles wird dokumentiert, transparent und nachvollziehbar.“ Von Seite der Makler hört man ja oft, dass die Umsätze gering ausfallen würden, weil die Beschäftigung mit dem Back Office so aufwendig sei. Das fällt mit den Leistungen von wefox weg und der Makler kann sich wieder auf sein Kerngeschäft konzentrieren: Die ausführliche Beratung seiner Kundschaft!

Die Leistungen von wefox sind aber natürlich nicht gratis...

Den Versicherungskunden kostet das tatsächlich nichts, die Makler zahlen für die Nutzung unserer Plattform 15 Prozent ihrer Vergütung. Wir halten das für einen sehr geringen Beitrag,



Werner Holzhauser, Geschäftsführer wefox Österreich

so sinkt ja der administrative Aufwand für die Makler gewaltig. wefox stellt die gesamte Technik zur Verfügung, liefert Offerte im Design des Maklers und sorgt auch für Courtage-Kontrolle, falls das gewünscht wird.

Wie hoch ist der technische Aufwand?

Die Dimension wird vielleicht schon daraus ersichtlich, dass alleine 30 Programmierer beschäftigt sind; an der technischen Weiterentwicklung wird ständig gearbeitet. Mit den modernen Medien sprechen und ziehen wir auch eine neue Makler-Generation an. Der typische Makler ist heute im Durchschnitt über 50 Jahre alt – auch diese Gruppe kommt gerne zu uns, weil sie Unterstützung bei der digitalen Umrüstung in Anspruch nehmen will. Der Weg für Jüngere ist aber geebnet. Makler wissen heute, dass sie in Richtung Internet und App gehen müssen und machen das nach meiner Einschätzung auch gerne. Wir stellen Infrastruktur sowie Know-how zur Verfügung und der Makler erspart sich zum Beispiel Kosten für Server und IT-Security.

www.wefox.at ◀