

„Kunden werden auch in Zukunft Berater brauchen“

Das deutsch-schweizerische InsurTech-Unternehmen Financefox will in Österreich ab dem kommenden Jahr durchstarten. Im Interview erklären Geschäftsführer **Werner Holzhauser** und COO **Felix Huemer** das Geschäftsmodell des Unternehmens und welche Rolle der Versicherungsmakler darin spielt.

28 Millionen US-Dollar konnte das deutsch-schweizerische InsurTech-Unternehmen Financefox kürzlich bei Investoren einsammeln. Das sollte für das 2014 in der Schweiz gegründete Unternehmen genug Kapital sein, um auch in Österreich durchstarten zu können. Für das Management des Österreich-Geschäfts hat sich das junge Unternehmen mit dem ehemaligen Uniqa-Vorstand Werner Holzhauser keinen Unbekannten gesucht. Unterstützt wird er von Felix Huemer, er leitet den Bereich Operations der Österreich-Tochter und ist Financefox-Mitarbeiter der ersten Stunde. Im Interview erklären die beiden, wodurch sich Financefox von anderen InsurTechs unterscheidet und welche Vorteile Makler von einer Kooperation mit dem Unternehmen haben.

Herr Holzhauser, Sie kommen aus dem klassischen Versicherungsgeschäft – wie so zieht es Sie nun zu einem InsurTech-Unternehmen wie Financefox?

Werner Holzhauser: Die Digitalisierung verändert alles, die Versicherungsbranche wird sich daher in den kommenden zehn Jahren massiv verändern. Die Versicherungen sind in der Vergangenheit oftmals durch den Zusammenschluss von ganz unterschiedlichen Unternehmen mit verschiedenen IT-Systemen gewachsen. Diese Systeme nun zu einer digitalen Welt zu vereinen ist unglaublich schwierig. Hier liegt der Vorteil von Financefox: Wir sind keine Versicherung und können die digitale Welt bereits vollständig abbilden.

Wer steht eigentlich hinter Financefox, und wer sind die größten Investoren?

Felix Huemer: Die Firma wurde 2014 in der Schweiz gegründet. Hinter Financefox stehen zum Teil die ehemaligen Gründer von „deinDeal“, damals eines der schnellstwachsenden Start-ups der Schweiz. Nach dem erfolgreichen Verkauf an den größten Schweizer Medienkonzern war Financefox das nächste

» Für die meisten InsurTech-Unternehmen steht im Vordergrund, Maklervollmachten zu generieren und die Bestandsprovision zu vereinnahmen. Wir gehen einen anderen Weg.«

Werner Holzhauser, Financefox

Projekt. Unsere letzte Finanzierungsrunde wurde angeführt von internationalen Venture-Capital-Firmen wie Target Global mit Sitz in San Francisco und Horizons Ventures mit Hauptsitz in Hongkong. Die bisherigen Investoren sind Salesforce, IDInvest, Speedinvest, Seedcamp, Angel-List und Victory Park Capital.

Können Sie erklären, wie Financefox funktioniert und welche Zielgruppe man ansprechen möchte?

Huemer: Im Vergleich zu den Mitbewerbern, die es vor allem bereits in der Schweiz und Deutschland gibt und die sich eher als Substitut zum klassischen Versicherungsmakler wahrnehmen, sehen wir uns eher auf der Seite der Makler. Wir helfen dem Makler, den Weg in die Digitalisierung zu finden.

Holzhauser: Wir wollen uns von den bisher am Markt agierenden Unternehmen völlig unterscheiden. Für die meisten InsurTech-Unternehmen steht im Vordergrund, Maklervollmachten zu generieren und die Bestandsprovision zu vereinnahmen. Wir gehen einen anderen Weg. Wir sind der Meinung, dass Kunden auch in Zukunft Berater brauchen

werden, zumindest für spezielle Produktgruppen wie Kranken- oder Lebensversicherungen. Diese Produkte wird man digital nicht erklären können beziehungsweise würde das für den Kunden zu komplex werden. Wir sind daher keine Sammler von Maklervollmachten und auch kein Vergleichsportal.

Wie funktioniert das im Detail?

Holzhauser: Der Endkunde, der tatsächlich keinen Berater will, kann direkt zu uns kommen und all seine Versicherungsprodukte über eine App verwalten. Zudem kann er Schadensfälle und die Kostenersatzung mit der Krankenversicherung über die App abwickeln. Der Kunde kann aber auch neue Produkte abschließen. Er bekommt dafür von uns immer drei Produktvorschläge: eine Empfehlung von uns, das preislich günstigste Produkt und eine Luxusvariante. Der Kunde kann seine bestehenden Policen auch optimieren lassen. Wenn wir sehen, dass es für ihn zu kompliziert wird, empfehlen wir ihm allerdings, eine Beratung in Anspruch zu nehmen. Und hier kommt unsere zweite Zielgruppe ins Spiel. Diesen Lead geben wir dann an einen Makler weiter. Auch Makler können uns als Dienstleister in Anspruch nehmen. Wir verfügen über ein eigenes Maklerportal mit CRM-System, dort können unsere Partner alle Kunden verwalten. Sollte jemand mit unserer Dienstleistung nicht zufrieden sein, garantieren wir ihm, dass er jederzeit wieder aussteigen kann. Wir verpflichten uns in diesem Fall auch, sämtliche Daten der Kunden wieder zu löschen, er würde also seinen Kunden nicht verlieren. Und wir dürfen die Kunden auch nicht weiter bearbeiten.

Wo genau liegt jetzt der Mehrwert für den Makler?

Huemer: Da gib es mehrere Punkte. Zum einen bieten wir ihm einen kostengünstigen Weg in die digitale Welt, den er allein nicht gehen könnte. Bei unserer App arbeiten stän-

dig 30 Entwickler an der Verbesserung der Prozesse. Das Programm ermöglicht eine Kommunikation zwischen dem Kunden und dem Berater sowie mit uns. Dies geschieht über ein Tool, das ähnlich wie Whatsapp aufgebaut ist. Der Makler sieht dadurch permanent, was sein Kunde macht. Unsere CRM-Lösung basiert auf der Software von Salesforce, einem sehr erfolgreichen Anbieter, der auch an uns beteiligt ist. Wir verstehen uns auch als Plattform, über die Makler an Neukunden kommen beziehungsweise über die Kunden ihren Berater finden können.

Holzhauser: Ein weiterer Vorteil liegt in der Nachfolgeplanung. Der durchschnittliche Makler in Österreich hat ein Bestandsprovisionsaufkommen von 100.000 Euro. Leider sind über 50 Prozent der Makler über 50 Jahre alt. Wir liefern diesen Maklern eine Möglichkeit, eine Nachfolgeregelung aufzubauen. Gerade bei kleinen Beständen gibt es oft eine starke Bindung zwischen dem Makler und dem Kunden, bei einem Verkauf besteht die Gefahr, dass der Bestand rasch erodiert. Daher sind kleine Bestände nur schwer zu verkaufen. Unsere Lösung besteht darin, dass der Makler seinen Bestand auf unser Portal überträgt und wir seine Fixkosten im Hintergrund übernehmen. Dafür muss der Makler sei-

nen Bestand eine gewisse Zeit lang weiter betreuen. Wenn der Makler dann in Pension geht, können wir ihm dadurch ein gutes Angebot machen, da der Kunde uns und die Plattform ja bereits kennt. Zudem können wir die Qualität des Bestands sehr gut einschätzen.

In welcher Bandbreite liegt das Angebot?

Holzhauser: Das muss auf alle Fälle marktkonform sein, er muss ja nicht an uns verkaufen, es gibt bei uns keinen Knebelvertrag. Für den Makler ist eine Zusammenarbeit mit Financefox aber

CEO Werner Holzhauser (rechts) und COO Felix Huemer (links) wollen das 2014 in der Schweiz gegründete InsurTech-Unternehmen Financefox nun auch in Österreich etablieren.

auch deshalb interessant, weil wir ihm durch die Kooperation den Innendienst abnehmen, wir reduzieren somit seine Fixkosten. Wir verpflichten uns, sein Personal bis zu einem gewissen Grad mit zu übernehmen. Wir rechnen damit, dass man pro 10.000 Kunden einen Mitarbeiter braucht.

Financefox sitzt in Wien. Was macht man, wenn man einen Makler aus Innsbruck anbindet?

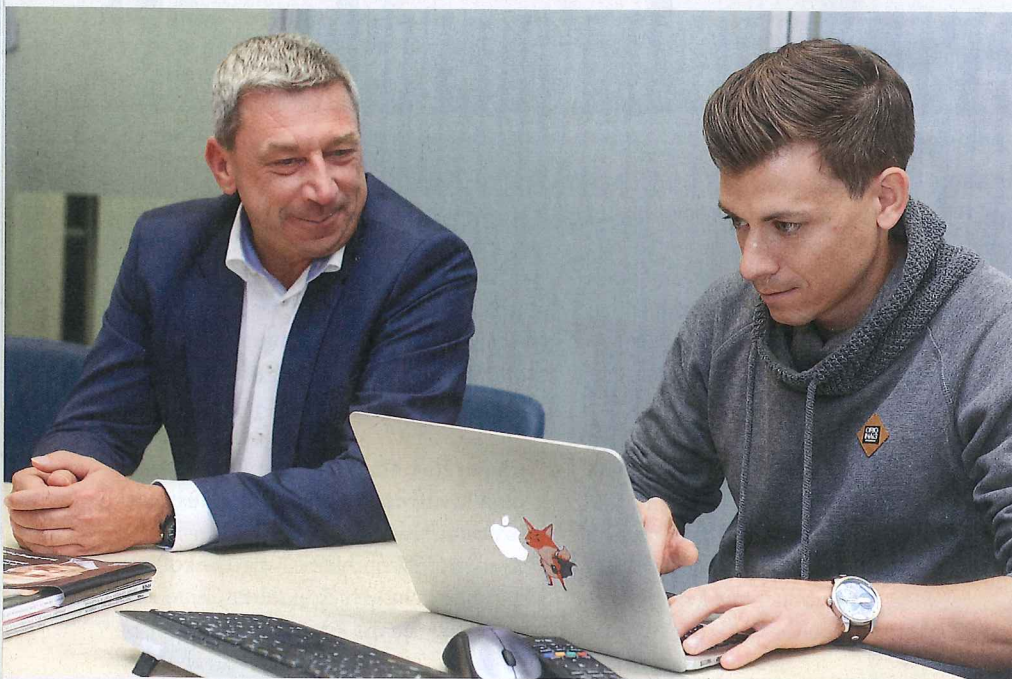
Holzhauser: Dann bleiben die Backoffice-Mitarbeiter in Innsbruck in seinem Büro, und wir übernehmen die Personalkosten.

Das Regulierungsthema spielt Financefox wohl auch in die Hände, oder?

Huemer: Absolut, durch IDD werden etwa die Dokumentationspflichten massiv verschärft. Bei uns werden bereits alle Interaktionen mit dem Kunden automatisch aufgezeichnet. Wenn der Innendienst mit dem Kunden



Foto: © Financefox



Financefox CEO Werner Holzhauser und COO Felix Huemer bei der Vorstellung des Geschäftsmodells von Financefox in der Redaktion von FONDS professionell.

über Voice over IP telefoniert, werden alle Gespräche aufgezeichnet und im jeweiligen Kundenaccount abgespeichert.

Financefox hat kürzlich 28 Millionen Euro von Investoren eingesammelt. Was will man mit diesem Kapital tun?

Holzhauser: Das Geschäftsmodell soll in Deutschland, Österreich und der Schweiz weiter ausgebaut werden, zudem wollen wir auch noch andere Märkte in Angriff nehmen.

Wie ist die bisherige Resonanz der Versicherungswirtschaft auf das Geschäftsmodell von Financefox?

Holzhauser: Wir haben in Österreich bereits

mit einigen Versicherungen gesprochen, die haben keine Berührungsängste, sondern sehen in uns eine Chance, die Digitalisierung in Richtung Kunden weiterzubringen. Was wir schon merken, ist, dass es wichtig ist klarzustellen, dass wir kein Vergleichsportal sind. Wir wollen dem Kunden Best Advice bieten und ihm nicht das günstigste Produkt präsentieren.

Wie aufwendig ist es für den Makler, seine Kundendaten in das CRM-System zu übertragen?

Huemer: Die Datenmigration ist immer eine Herausforderung. Je nachdem, wie das Altsystem aussieht, funktioniert es besser oder

schlechter. In Österreich haben wir mit dem Österreichischen Makler Datensatz OMDS jedenfalls gute Voraussetzungen. Zudem verfügen wir ja bereits über Erfahrungen in Deutschland und der Schweiz.

Wie viel muss der Makler dafür zahlen?

Holzhauser: Von den gesamten Provisionsumsätzen, die der Makler aus seinem Bestand generiert, bekommen wir einen Anteil von 15 Prozent. Dafür übernehmen wir für ihn die gesamte technologische Weiterentwicklung und stellen ihm den Innendienst zu Verfügung, den er braucht, um seinen Bestand zu verwalten.

Und mit den 15 Prozent können die Makler leben? Wie ist die bisherige Resonanz?

Huemer: Die Makler reduzieren durch uns ihre Fixkosten massiv, zudem generieren wir für ihn auch noch Neukunden. Bisher war das Feedback in Österreich sehr positiv.

Holzhauser: Wir haben erst kürzlich innerhalb von wenigen Tagen zwei Deals mit 40.000 Kunden an Land gezogen. Unser Konzept kommt also gut an.

In Deutschland und der Schweiz ist Financefox bereits operativ tätig – wie hat sich das Geschäft in diesen Märkten entwickelt?

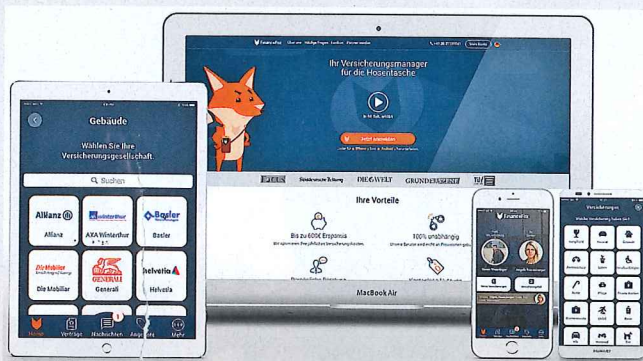
Huemer: Wir haben derzeit um die 60.000 Privatkunden in Deutschland und der Schweiz zusammen. Diese Kunden haben tatsächlich Mandate unterzeichnet. Mit dieser Zahl liegen wir weit über unserem Businessplan.

Vielen Dank für das Gespräch.

GEORG PANKL | FP

Financefox

Das Start-up mit 83 Mitarbeitern mit Sitz in Berlin, Zürich, Barcelona und Wien wurde im November 2014 in der Schweiz gegründet. Die App- und Web-Serviceplattform ermöglicht Endkunden, Brokern und Versicherungsgesellschaften ein einfaches und effizientes Verwalten von Versicherungs- und Finanzprodukten und -prozessen. Das Produkt basiert auf einer Kombination aus moderner Technologie und Beratungs-Know-how aus dem klassischen Versicherungsgeschäft. Die App funktioniert auf PC, Apple-Geräten wie iPhone oder iPad und allen Android-Geräten. Damit kann man seine Versicherungen zentral verwalten und einen schnellen Onlineservice nutzen. So lassen sich Schäden über diese



App melden und Rechnungen für die Krankenversicherung direkt hochladen. Seit dem Start in der Schweiz im Sep-

tember 2015 und im Oktober 2015 in Deutschland hat Financefox bereits mehr als 60.000 Versicherungsnehmer gewonnen. In Österreich wird die angepasste App im nächsten Jahr zur Verfügung stehen. Neben Endkunden möchte man in erster Linie Makler ansprechen, die ihren gesamten Bestand über das CRM-System von Financefox verwalten und betreuen können. Für angeschlossene Partner übernimmt Financefox bis zu einer gewissen Grenze die Kosten für dem Innendienst. Zudem wird eine Nachfolgelösung angeboten:

Kontakt: Tel.: 0660/229 72 21
E-Mail: service@financefox.at
www.financefox.at