

Nachricht aus Vertrieb & Marketing vom 22.2.2013.

Neues Vergleichsportal im Internet

Der Makler Bernhard Klabe hat mit www.diemarsmaennchenkommen.de ein eher ungewöhnliches Online-Portal geschaffen. Kunde können sich hier – ohne den üblichen Preisvergleich – ihre Wunschpolice aus einer Fülle an Leistungsbausteinen selbst zusammenstellen. Auch Vermittler können von der neuen Website profitieren, sagt Klabe im Interview mit dem VersicherungsJournal.

VersicherungsJournal: Wie funktioniert das Portal „Die MarsMännchen kommen“? Was unterscheidet es von anderen Online-Vergleichsportalen?



Bernhard Klabe: „Die MarsMännchen kommen“ ist völlig anders als andere Online-Vergleichsportale im Markt. Alle anderen Portale haben eigentlich nur ein Ziel, nämlich den Kunden zum Abschluss zu bewegen, weil sie alle kommerziell aufgestellt sind. Das ist der Unterschied zu uns. Bei uns kann man nichts kaufen und nichts abschließen. Das einzige, was man bei uns kann, ist sich informieren.

Sie loggen sich bei uns ein und finden bald zu allen Sachsparten – momentan ist erst die Hausrat-Sparte freigeschaltet – rund 500 Leistungsbausteine. Andere Portale bieten hier nur 20 bis 30 Leistungsbausteine, nämlich die Highlights der Versicherer, was ich bedenklich finde. Bei uns gibt es alle Leistungsbausteine in allen bekannten Ausprägungen, die es am Markt gibt und zudem in Verbrauchersprache erklärt. Dafür sorgen Videos und Comics auf der Seite.

Die Leistungsbausteine, die sie in ihrem Vertrag haben wollen, klicken sie an, zum Beispiel in der Hausratversicherung „Einschluss von Einbruchdiebstahl in das Kfz“ mit einer Deckungssumme von 1.000 Euro und weltweitem Versicherungsschutz. Zum Schluss, wenn sie zum Beispiel 73 Bausteine in der Hausratversicherung zusammen haben, bieten sich ihnen drei Möglichkeiten:

Sie generieren ein Anschreiben, mit dem sie sich an ihren bestehenden Versicherer wenden können, um zu fragen, ob diese 73 Bausteine in ihrer Police enthalten sind – oder sie richten ein Schreiben an einen Versicherer ihrer Wahl, um sich nach einem Angebot zu erkundigen, das diese 73 Bausteine enthält. Alternativ können sie auch die MarsMännchen bitten, ihnen einen Tipp zu geben. Da das Portal selbst nicht vermittelt, reichen wir diese Anfragen an qualifizierte Makler und Mehrfachagenten weiter.

VersicherungsJournal: Wer steckt hinter dem Portal?

Klabe: Nur ich und die [MiBB Versicherungs-Makler in Berlin Brandenburg UG](#). Das ist ein eher loser Maklerverbund, dem knapp 100 Vermittler angeschlossen sind, die aber über eigene Anbindungen zu den Gesellschaften verfügen.

VersicherungsJournal: Was gab den Anstoß, das Portal ins Leben zu rufen? Warum haben sie sich ausgerechnet Marsmännchen als Maskottchen ausgesucht?

Klabe: Die Verdummung, die im Internet betrieben wird, gab den Anstoß. Seit es das Internet gibt wird so viel gelogen und es werden so viele Halbwahrheiten verbreitet wie noch nie. Es geht in der Hauptsache um den Versicherungsabschluss, alles andere interessiert nicht.

Bei uns kann sich der Kunde dagegen selbst beraten, denn er sieht ja alle Bausteine. Er muss sich nichts von windigen Vermittlern sagen lassen. Solch ein Projekt ist schon längst überfällig. Eigentlich hätte sich die [Stiftung Warentest](#) dem widmen sollen, aber so ein Vorhaben kostet Geld und Zeit.

Die Idee mit den Marsmännchen ist zusammen mit unserem Comic-Zeichner entstanden. Ich weiß gar nicht mehr, wer das von uns beiden vorschlug. Die Marsmännchen sind sehr gut geeignet, dem Verbraucher verschiedene Gefahrensituationen zu erklären. In unserem ersten Comic-Film machen die MarsMännchen etwas kaputt und die Frage ist, wer zahlt den Schaden? Die Botschaft ist, dass eine Allgefahrendeckung Schadenfälle abdeckt, die nicht in den Bedingungen geregelt sind.

Das ist besser als dem Kunden zu erklären, dass er sich etwas Unvorstellbares vorstellen soll und das dann versichert ist. Das funktioniert nicht. Marsmännchen kann er sich dagegen vorstellen. Es sollen noch mehr Comics mit den Marsmännchen folgen, in denen sie Gefahrensituationen und Deckungen erklären.

VersicherungsJournal: Wer ist die Zielgruppe des Portals?

Klabe: In erster Linie Verbraucher, aber auch Makler. Der spezialisierte Sach-Makler wird es nicht zwingend brauchen. Er wird aber wahrscheinlich schon mal gern reinschauen, weil auch er nicht zu 100 Prozent weiß, was es alles an Leistungsbausteinen am Markt gibt. Für Verbraucher soll das Portal immer kostenlos bleiben. Für Finanzdienstleister, die es nutzen wollen, denken wir über eine moderate Gebühr von 10 bis 20 pro Jahr nach.

VersicherungsJournal: Nur diejenigen, die sich auf der Homepage registrieren, können das Portal nutzen, warum? Wie viele registrierte Nutzer haben sie bereits?

Klabe: In den vergangenen zehn Tagen haben sich knapp 300 Verbraucher angemeldet. Die Registrierung ist eine reine Vorsichtsmaßnahme. Wir wollen einfach wissen, wer das Portal nutzt. Bei Verbrauchern ist mir das nicht so wichtig. Aber bei Finanzdienstleistern möchte ich, dass unsere Arbeit honoriert wird, daher die Registrierung.

VersicherungsJournal: Das Portal finanziert sich laut der Homepage durch Spenden. Warum haben sie diese Konstruktion gewählt? Wer sind die Spender? Inwieweit decken die Spenden Entwicklungs- und Betriebskosten?

Klabe: Einziger Spender bin bisher ich. Ich habe knapp 20.000 Euro bisher investiert. Aber das ist in der Anfangsphase normal. Wenn sich das Portal etabliert hat, können wir über weitere Spender reden. Wir akzeptieren nur Spender, die keine Gegenleistung fordern, denn wir lassen uns nicht kaufen. Deshalb verzichten wir auch auf Werbung. Sollten mehr Spenden reinkommen, als für den Betrieb des Portals nötig sind, spenden wir den Überschuss für soziale Zwecke. Wir wollen nur unsere Kosten decken.

VersicherungsJournal: Welchen Zugewinn bietet das Portal Vermittlern? Wie sehen die Konditionen für eine Zusammenarbeit aus?

Klabe: Vermittler, die mit uns kooperieren, können von kostenlosen Leads profitieren. Wir als MiBB können das aber von der Menge der Anfragen her gar nicht schaffen. Hinzu kommt, dass die Kunden, die eine Beratungsanfrage über das Portal schicken, sich zwar über das Internet informieren, aber einen Ansprechpartner vor Ort haben wollen. Daher geben wir auch Leads an Vermittler außerhalb des MiBB weiter.

Voraussetzung dafür ist, dass sie unsere Rahmenverträge verwenden und das Geschäft über uns eindecken. Sie bekommen natürlich eine eigene Anbindung beim jeweiligen Versicherer, falls die nicht ohnehin schon vorhanden ist. Makler erhalten die gleiche Provision, die sie bekommen würden, wenn sie Geschäft über einen Pool einreichen würden. Wir bekommen nur einen kleinen Overhead.

VersicherungsJournal: Welche Versicherungssparten decken sie mit ihrem Portal bereits ab, welche sollen noch folgen? Wie vollständig ist die Marktabdeckung bisher?

Klabe: Bisher ist nur der Hausrat-Teil online. In den nächsten Tagen folgen der Wohngebäude-Teil und die anderen Sparten im Laufe der nächsten Monate. Wir wollen alle Sachsparten abdecken, von der Rechtsschutzpolice über Haftpflichtverträge bis hin zur Kfz-Versicherung. Erst wenn wir zwischen 70 und 80 Prozent Marktabdeckung in einer Sparte haben, stellen wir die Leistungsbausteine online. Denn unser Anspruch ist, 100 Prozent Marktabdeckung zu haben. Themen wie Altersvorsorge und private Krankenversicherung bleiben außen vor, die wären zu kompliziert für das Portal.

VersicherungsJournal: Woher stammen die Informationen zu den Leistungsbausteinen?

Klabe: Die fragen wir in Eigenrecherche bei den Versicherern ab. Das ist im Moment noch sehr mühsam. Die Gesellschaften, die wir angeschrieben haben, haben nur sehr spärlich geantwortet. Hier wäre eine bessere Zusammenarbeit wünschenswert. Die Versicherer sind ja diejenigen, die am Ende mit den über unser Portal generierten Anfragen bombardiert werden.

Wir hoffen, dass sich der Prozess irgendwann so weit automatisiert, dass die Versicherer uns neue Informationen von selbst schicken. Natürlich sind wir auch dankbar, wenn Maklerkollegen einen Baustein entdecken, der noch nicht bei uns im System ist und uns das melden.

Friederike Krieger

<http://www.versicherungsjournal.de/vertrieb-und-marketing/neues-vergleichsportal-im-internet-114564.php>