

Prof. Dr. Matthias Beenken / Sascha Noack

Insurtechs: Viel Schein, aber auch Sein?

Mit enormen Investitionsbeträgen werden neue Finanzdienstleistungsanbieter in den Markt gebracht, denen viele Berater „disruptive Kraft“ nachsagen. Bei einer nüchternen Betrachtung erkennt man durchaus nachhaltige Geschäftsideen, aber auch viel Idealismus und Nachahmer mit begrenzter Fantasie.

Unter dem schillernden Begriff „Fintechs“ werden Unternehmen verstanden, die klassische Finanzdienstleistungen durch moderne Technologien verändern wollen¹. Allmählich setzt sich zudem der Begriff „Insurtechs“ für Unternehmen durch, die speziell Versicherungen und Versicherungsvermittlungen durch moderne Technologien verändern. Allgemein anerkannte Definitionen gibt es noch nicht.

Weitgehend einheitlich zeichnen sich Fintechs und Insurtechs dadurch aus, dass sie das Internet und mobile Dienste nutzen. Ein wichtiges Ziel ist die Skalierbarkeit, das heißt die Entwicklung von beliebig oft einsetzbaren Prozessen, wodurch sich die anfangs hohen Entwicklungskosten mit zunehmender Nutzung immer besser verteilen lassen². Zumeist dienen mobile Anwendungen zum Kontakt mit dem Kunden, aber auch interne Geschäftsprozesse können digitalisiert werden. Tatsächlich findet man nicht selten Kombinationen aus digitalen und analogen Prozessen, beispielsweise können Versicherungen online abgeschlossen werden, aber es wird eine telefonische Beratung oder eine manuelle Erfassung vorhandener Verträge angeboten.

Gründer sind nicht durch Altsysteme belastet

Fintechs und Insurtechs sind meist Existenzgründer oder junge Unternehmen, aber das muss nicht immer der Fall sein. Allerdings erleichtert eine Neugründung den Markteinstieg, weil auf keine veralteten Technologien, Prozesse und Personalstrukturen Rücksicht genommen werden muss. Die Gründer von Fintechs stammen beispielsweise auffallend oft nicht unmittelbar aus der Versicherungswirtschaft, sondern aus dem Beratungsumfeld oder aus artfremden Branchen. Dadurch können sie einerseits mit einem unverstellten Blick Prozesse hinterfragen und neu gestalten, allerdings fehlt ihnen oft auch die notwendige Branchenerfahrung. Zum Gründungsflair gehört zudem ein lockerer Umgangston, auf den meisten Webseiten der Insurtechs wer-

den die Besucher geduzt, die Gründer selbst stellen sich meist nur mit Vornamen vor.

Die Entwicklung der Fintechs und Insurtechs wird durch die Niedrigzinssituation begünstigt, durch die Anleger gezwungen sind, riskanter zu investieren, um attraktive Renditen zu erzielen. Einige Neugründungen konnten in kurzer Zeit nur aufgrund einer Idee mehrere Millionen Euro einsammeln³. Dabei sind vor allem professionelle Investoren aktiv⁴. Auch Versicherungsunternehmen gehören zu den Investoren in diesem Markt⁵. Viele Versicherungsunternehmen suchen ohnehin derzeit Wege, wie sie mit veränderten Kundenbedürfnissen, verschärftem Kostendruck und demografisch bedingtem Mitarbeiterschwind fertiger werden und bisher stark arbeitsteilig, analog und manuell geprägte Prozesse durch Digitalisierung ablösen können⁶.

Neugestaltung der Wertschöpfungskette

Die regulatorischen und die kapitalseitigen Hürden sind außerordentlich hoch, um Versicherungsunternehmen als Insurtechs neu zu gründen. Deshalb konzentriert sich die derzeitige Insurtech-Szene auf Vermittlungsunternehmen, die an den Schnittstellen zwischen Kunden, Versicherungsunternehmen und teilweise auch den klassischen Versicherungsvermittlern tätig werden.

Als Insurtechs werden nachfolgend Unternehmen verstanden, die mittels moderner (Online-) Technologien die Wertschöpfungskette im Versicherungsbereich verändern. Die Wertschöpfungskette verläuft typischerweise von der Kundensuche über die anlassabhängige Kundenberatung, Risikoprüfung und Angebotsstellung, Policierung, anlassabhängige Nachberatung zur Anpassung des Versicherungsschutzes an veränderliche Kundenbedürfnisse, Kapitalanlage, Schaden-/Leistungsfallbearbeitung bis hin zur Vertragsabwicklung⁷. Besonders interessant sind für Insurtechs die Bestandteile Kundensuche, anlassabhängige Kundenberatung, Angebotsstellung und anlassabhängige Nachbera-

tung. Hier bieten sie entweder in direkter Interaktion mit dem Kunden (B2C) oder als Partner von Versicherungs- und Vermittlerunternehmen (B2B) neue Ansätze, durch die sich Kunden besser angesprochen und mit ihren Bedürfnissen angenommen fühlen.

Mehrwerte oder Vergünstigungen für Kunden

Es gibt eine Vielzahl von Unternehmen, die in diesem Sinn als Insurtech eingeordnet werden können. Letztlich lassen sich diese auf einige typische Arten von Geschäftsmodellen verdichten. Beispielsweise lassen sie sich danach unterscheiden, ob die Unternehmen als Kundennutzen einen Mehrwert oder Vergünstigungen anbieten.

Ein häufig angebotener Mehrwert gegenüber klassischen Versicherern und Vermittlern ist der digitale Versicherungsordner. Einen überzeugenden Nutzen können hier im Prinzip nur Makler bieten, die einen Zugang zu nahezu allen Versicherungsunternehmen besitzen und von diesen mit den notwendigen Bestandsdaten versorgt werden. Faktisch sind dazu die meisten Makler nicht in der Lage, da sie zum einen gerade als Existenzgründer keinen breiten Marktzugang erhalten, und zum anderen da viele Versicherungsunternehmen trotz aller Bemühungen um eine Standardisierung der elektronischen Kommunikation zwischen Versicherern und Maklern bisher keine Bestandsdaten in der gewünschten Qualität und Regelmäßigkeit liefern⁸. Damit sind der Digitalisierung dieser Dienstleistung starke Grenzen gesetzt. Die Nachahmbarkeit scheint zudem groß zu sein, sodass die Mehrheit dieser Insurtechs nicht mehr so sehr den Mehrwert des digitalen Versicherungsordners als vielmehr Vergünstigungen in den Vordergrund stellen.

Prof. Dr. Matthias Beenken
 Fachhochschule Dortmund
 Sascha Noack, M.Sc.
 Versicherungsforen Leipzig GmbH

Rechtliche Grauzone Provisionsabgabe

Dabei handelt es sich in der Regel um Provisionsabgaben. Diese sind zwar nach § 298 Abs. 4 VAG-2016 (zuvor § 81 Abs. 3 VAG) verboten. Aber die Bundesanstalt für Finanzdienstleistungsaufsicht verfolgt seit 2012 Verstöße nicht mehr, nachdem sie einen Rechtsstreit in dieser Sache verloren hatte. Zudem wurden die drei Rechtsverordnungen zum Wettbewerbspositionierung gegenüber traditionellen Vermittlern mit dem neuen VAG mit Wirkung zum 1.7.2017 aufgehoben. (Art. 5 Verordnung zur Aufhebung von Verordnungen nach dem VAG vom 16.12.2015). Nach Ansicht des Bundesfinanzministeriums sollte eine Aufrechterhaltung und Ausgestaltung des Provisionsabgabeverbots im Zuge der Umsetzung der Versicherungsvertriebsrichtlinie IDD erfolgen, die bis spätestens Anfang 2018 in Deutschland umzusetzen ist ⁹.

Ein weiterer, typischer Mehrwert für den Kunden ist der Versicherungsvergleich, durch den mehr Transparenz geschaffen wird. Gegenüber etablierten Anbietern solcher Vergleiche wie beispielsweise Check24 versuchen sich die Neugründungen durch eine größere Kundenorientierung, vermehrte Beratungsangebote zur Identifizierung der geeigneten Versicherungen oder auch durch Ausweitung auf bisher nicht von Vergleichern beachtete Marktnischen wie der Gewerbeversicherung abzuheben.

Neben der Provisionsabgabe ist eine häufig eingesetzte Vergünstigung die Zeiterparnis durch möglichst einfache Abschlussprozesse und die intuitive Einlagerung in andere Kaufprozesse. Dafür bieten sich Garantie- und Reiseversicherungen besonders an. Viele Insurtechs befassen sich daher mit der Programmierung von Abschlussprozessen, die sich leicht in Portale einbetten lassen. Manche der angebotenen Deckungen gehören allerdings auch zu der Kategorie Versicherungen, die zunehmend in den Fokus des Verbraucherschutzes und aktuell der Europäischen Versicherungsaufsichtsbehörde geraten ¹⁰. Die Kritik entzündet sich an Fragen nach dem objektiv vorhandenen Bedarf, an der Kostenstruktur solcher Produkte oder auch der fehlenden Transparenz über die Grenzen der meist eher klepreisigen Deckungen ¹¹.

Teils kooperativ, teils konfrontativ

Insurtechs lassen sich zudem nach der wettbewerblichen Positionierung gegenüber klassischen Vermittlern unterscheiden in solche,

Abbildung: Portfolio der Insurtechs

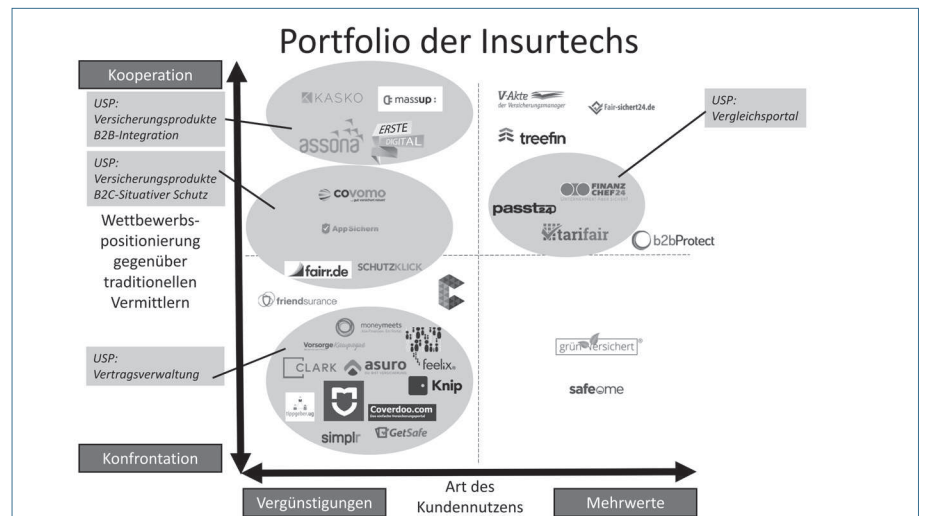


Tabelle: Überblick Insurtechs ¹²

Name	Betreiber, Rechtsform	Gewerbeerlaubnis nach § 34d GewO	Gründungsjahr	Zielgruppe	Vorrangiger Kundennutzen ¹²							
					Online-Verkauf, Leadgewinnung	Versicherungsvergleich	Onlineprozess Kleinversicherungen ¹³	Digitaler Versicherungsordner	Provisionsabgabe ¹⁴	Apps zur Prozessunterstützung	Produktentwicklung	
Appsichern	Situative GmbH	Vertreter	2012	B2C			✓					
Assona	assona GmbH	Makler	2003	B2B, B2C	✓		✓					
Asuro	asuro GmbH, Hoesch & Partner Gruppe	Makler	2015	B2B, B2C				✓		✓		
b2bProtect	b2bProtect GmbH	Makler	k.A.	B2B								✓
Clark	Clark Germany GmbH	Makler	2014	B2C				✓	✓			
Community Life	Community Life GmbH	Vertreter	2014	B2C	✓				✓			
coverdoo	Coverdoo GmbH	Makler	2015	B2C	✓	✓		✓				
Covomo	Covomo Versicherungsvergleich GmbH	Makler	2014	B2B, B2C		✓	✓					
Erste Digital	ED Erste Digital GmbH	Makler	2014	B2B, B2C			✓			✓		
fairr.de	Fairr.de GmbH	Vertreter	2014	B2C	✓				✓		✓	
Fair-sichert24.de	Fair-sichert24.de Einzelkauffrau	Makler	k.A.	B2C	✓							
felix	felix GmbH	Makler	2012	B2C	✓			✓				
Finanzchef24.de	Finanzchef24 GmbH	Makler	2012	B2B	✓	✓						
Friendsurance	Alecto GmbH	Makler	2010	B2C	✓	✓						
GetSafe	Plan Forward GmbH	Makler	2012	B2C	✓			✓	✓			
grün versichert	grün versichert GmbH	Makler	2014	B2C	✓				✓			
Kasko	KASKO Germany UG (haftungsbeschränkt)	Vertreter	2015	B2B			✓					
Knip	Knip AG	Makler	2013	B2C	✓			✓				
massUp	massUp GmbH	./.	2015	B2B			✓					
mobilversichert	Munich General Insurance Services GmbH	./.	k.A.	B2C		✓		✓				
moneymeets	moneymeets community GmbH	Makler	2012	B2C				✓	✓			
passt24	PASST Digital Services GmbH	./.	2013	B2B, B2C	✓							
safe.me	safe.me GmbH	./.	2012	B2C	✓	✓						
Schutzklick	simplesurance GmbH	Vertreter	2012	B2C	✓		✓					
simplr	Dionera GmbH	./.	2015	B2C	✓	✓		✓				
tarifair	1blick GmbH	Makler	k.A.	B2B		✓						
Tippegeber.UG	TIPPGEBER UG (haftungsbeschränkt)	Vertreter	2009	B2C					✓			
treefin	treefin AG	./.	2014	B2C		✓		✓				
Versicherungsakte	Versicherungsakte GmbH	Makler	2012	B2B, B2C		✓		✓				
vertragium	vertragium Einzelkauffrau	./.	k.A.	B2C				✓				
Vorsorgekampagne	i-finance GmbH	Makler	k.A.	B2C	✓	✓		✓	✓			

„In wenigen Jahren dürfte es völlig normal sein, dass Versicherungsvermittler ihren Kunden einen digitalen Versicherungsordner sowie den Onlineabschluss von situativen Versicherungen über eigene oder über kooperierende Webseiten anderer Branchen anbieten“

die eher die Kooperation und solche, die eher die Konfrontation suchen. Kooperation wird meist dadurch signalisiert, dass die Insurtechs ihre Dienstleistungen entweder nur (B2B) oder ergänzend (B2C und B2B) klassischen Vermittlern anbieten. Beispielsweise können diese Onlineprozesse und Apps mieten, in ihre Systemlandschaft integrieren und sich dadurch die Eigenentwicklung sparen.

Dagegen sind insbesondere die Insurtechs auf Konfrontation ausgerichtet, die offensiv Provisionsabgaben anbieten. Hier werden Kunden zur Arbitrage animiert, in dem sie sich von klassischen Vermittlern beraten lassen, um dann gegen Provisionsabgabe bei einem Insurtech abzuschließen. Auch viele Anbieter von digitalen Versicherungsordnern nutzen diesen im Grunde nur, um Maklervollmachten und damit Verdienstmöglichkeiten aus bereits bestehenden Versicherungsverträgen zu gewinnen, deren Betreuung bisher bei klassischen Vermittlern liegt. Manche der aufgeführten Unternehmen sind erkennbar sehr gut ausfinanziert und haben in Ausnahmefällen schon bis zu gut 100 Mitarbeiter. Viele Webauftritte wirken dagegen eher als Vorankündigung einer geplanten Umsetzung der Insurtech-Idee.

Risiken der Insurtechs

Die Insurtechs unterliegen einer Reihe Risiken, die es wahrscheinlich machen, dass viele von ihnen rasch wieder aus dem Markt verschwinden werden. Zunächst ist die Finanzierung zu nennen. Einige Insurtechs werden von Einzelkaufleuten oder von Unternehmungsgesellschaften (haftungsbeschränkt) betrieben. Insbesondere letzteres spricht nicht für eine auskömmliche Kapitalbasis. Nur bei wenigen Insurtechs ist öffentlich bekannt, mit wie viel Kapital und von welchen Investoren sie arbeiten. Einige wenige können auf zum Teil mehrere Millionen Euro Investorenkapital zurückgreifen¹³. Ein weiteres Risiko liegt darin, dass das Geschäftsmodell nicht durchdacht genug erscheint. Teilweise fällt es den Unternehmen schwer, ein Alleinstellungsmerkmal zu benennen. Das ist auch wenig verwunderlich, sind doch Ideen im Finanzdienstleistungsumfeld meist leicht zu kopieren. Ein gutes Beispiel ist der digitale Versicherungsordner, der bereits zahlreiche Nachahmer gefunden hat.

Fehlende Gewerbeerlaubnis

Schließlich sind Rechtsrisiken zu beachten. Mehrere der hier untersuchten Insur-

techs weisen keine gewerberechtliche Zulassung als Versicherungsvermittler auf, obwohl sie nach eigener Darstellung im Vermittlungsumfeld tätig sind. Als Versicherungsvermittlung gilt „das Anbieten, Vorschlagen oder Durchführen anderer Vorbereitungsarbeiten zum Abschließen von Versicherungsverträgen oder das Abschließen von Versicherungsverträgen oder das Mitwirken bei deren Verwaltung und Erfüllung, insbesondere im Schadensfall“¹⁴.

Während diese Definition der EU-Vermittlerrichtlinie nicht unmittelbar in deutsches Recht übernommen und von der Praxis zum Teil ignoriert wurde, wird die aktuell verabschiedete, neue Versicherungsvertriebsrichtlinie deutlicher. Sie definiert „Versicherungsvertrieb“ als „die Beratung, das Vorschlagen oder Durchführen anderer Vorbereitungsarbeiten zum Abschließen von Versicherungsverträgen, das Abschließen von Versicherungsverträgen oder das Mitwirken bei deren Verwaltung und Erfüllung, insbesondere im Schadensfall, einschließlich der Bereitstellung von Informationen über einen oder mehrere Versicherungsverträge aufgrund von Kriterien, die ein Kunde über eine Website oder andere Medien wählt, sowie die Erstellung einer Rangliste von Versicherungsprodukten, einschließlich eines Preis- und Produktvergleichs, oder ein Rabatt auf den Preis eines Versicherungsvertrags, wenn der Kunde einen Versicherungsvertrag direkt oder indirekt über eine Website oder ein anderes Medium abschließen kann“¹⁵.

Spätestens nach dieser Definition dürfte sich wohl keines der hier untersuchten Insurtechs einer entsprechenden Zulassung entziehen können. Fraglich bleibt, ob nicht auch schon nach jetziger Rechtsauffassung eine Gewerbeerlaubnis als Versicherungsvermittler notwendig ist.

Beispielsweise ist der Geschäftszweck des Betreibers von mobilversichert.de, Munich General Insurance Services GmbH: „Betrieb von Online-Portalen und Vertrieb von Produkten über Online-Portale, mobile Applikationen, Medialeistungen, Softwareentwicklung sowie Medien- und Produktvermarktung. Genehmigungspflichtige Tätigkeiten sind ausdrücklich nicht Unternehmensgegenstand.“¹⁶ Da sich das Portal schon namentlich mit Versicherungen beschäftigt und beispielsweise eine Analyse von online verwalteten Versicherungen anbietet, liegt eine genehmigungspflichtige Tätigkeit in der Beratung zu Versicherun-

gen durchaus nahe. Ähnlich liegt dies auch bei der Webseite vertragium.de, die unter anderem helfen will, keine Kündigungsfristen zu verpassen.

Schwieriger zu beurteilen ist der Fall, wenn nach eigener Angabe lediglich Software entwickelt wird, mit deren Hilfe klassische Versicherungsvermittler Versicherungen vertreiben können. Beispielsweise wirbt die [massUp GmbH](http://massUp.com) zusätzlich damit, 150 Annexprodukte im Angebot zu haben. Diese dürften bei den Versicherungsunternehmen beschafft worden sein, womit das Unternehmen eine Art Großhandelsrolle einnimmt, vergleichbar einem Maklerpool.

Auch die Firma [PASST Digital Services GmbH](http://PASSTDigitalServices.com) als Betreiber der Plattform passt24.de könnte sich in einer solchen Grauzone bewegen, denn in § 2 ihrer Allgemeinen Geschäftsbedingungen heißt es, „passt24 bietet den Nutzern ein unabhängiges Portal, auf dem Interessenten und Vermittler von Versicherungen anonym und bedarfsgerecht zusammenfinden können“. Das Portal [simplr](http://simplr.com) verspricht in seinen AGB, „Wenn Du noch keinen Versicherungsmakler hast, wird simplr Dir einen Versicherungsmakler anbieten.“

Die Firma [safe.me GmbH](http://safe.me) hat ebenfalls keine Registrierung als Vermittler, bietet aber persönliche Beratung und Online-Vergleich von Versicherungen an. Und die Firma [treefin AG](http://treefin.com) „möchte als Kompass im Versicherungsdschungel fungieren und bietet eine fachgerechte Bedarfsanalyse für den aktuellen Versicherungszustand in Anlehnung an die Prinzipien aus DIN SPEC 77222 („Standardisierte Finanzanalyse für den Privathaushalt“). Das Ergebnis des Bedarfschecks – also der persönliche Versicherungsbedarf – wird anhand von Angaben zum Alter, Krankenversicherungsstatus, Beruf, Besitz, Familienstand und weiteren Faktoren generiert, die mittels Fragebogen vom Nutzer abgefragt werden.“¹⁷ Mindestens die weitergehende Definition der Versicherungsvermittlung nach IDD dürfte wohl von allen dargestellten Webseiten beziehungsweise deren Betreibern erfüllt werden.

Fazit

In der schillernden Welt der Fintechs und speziell Insurtechs bewegen sich Geschäftsmodelle, die sich teils an Versicherungskunden (B2C), teils an andere Dienstleister in der Wertschöpfungskette der Versicherung wie insbesondere Vermittler oder Versiche-

rer selbst richten (B2B). Das Alleinstellungsmerkmal besteht einerseits aus Mehrwerten wie neu entwickelten Produkten, digitalen Versicherungsordnern oder schlanken Onlineprozessen für kleinere, situative Versicherungsprodukte sowie andererseits aus Vergünstigungen wie insbesondere Provisionsabgaben und Zeiteinsparungen. Eine hohe Skalierbarkeit ist in der Praxis meist noch nicht feststellbar, offenbar fehlt es dafür an entsprechenden, digitalen Anschlussprozessen auf Versichererseite sowie an einer Eigenmotivation der Endkunden, mehr als nur einfache und situationsgebundene Versicherungen online nachzufragen.

Dafür sind die Geschäftsmodelle leicht zu imitieren, so dass sich am Ende vor allem diejenigen Anbieter durchsetzen werden, die neben der guten Idee auch Fachkompetenz, ein persönliches und finanzielles Durchhaltevermögen sowie ein ausgeprägtes Qualitätsbewusstsein an den Tag legen. Die Mehrheit der hier untersuchten Geschäftsmodelle dürfte sich nicht auf Dauer durchsetzen. Eine wertvolle Aufgabe erfüllen die Insurtechs aber in jedem Fall: Sie verschärfen den Wettbewerb und animieren Versicherungs- und Vermittlerunternehmen dazu, ihre Dienstleistungen kritisch auf den Prüfstand zu stellen und gegen alle internen Widerstände partiell neu zu denken und umzubauen.

Wenn man eine Prognose wagen darf, dann dürfte es in wenigen Jahren völlig normal sein, dass Versicherungsvermittler ihren Kunden einen digitalen Versicherungsordner sowie den Onlineabschluss von situativen Versicherungen über eigene oder über kooperierende Webseiten anderer Branchen anbieten. Auch werden Versicherer und Vermittler lernen, virale Effekte für sich zu nutzen. Keine Zukunft haben dagegen Geschäftsmodelle mit unklarer Positionierung und fehlender rechtlicher Absicherung. Provisionsabgaben als Alleinstellungsmerkmal sind so leicht zu imitieren, dass sie sehr schnell zum ruinösen Wettbewerb führen. Wer eine qualitativ hochwertige Beratung – online, offline oder beides – anzubieten hat, kann und braucht sich dies jedenfalls nicht zu leisten.

¹ Vgl. <http://finletter.de/fintech-definition/>

² Vgl. Weiguny, Bettina: Gestern Bittsteller, jetzt Internetmillionär, in: *Frankfurter Allgemeine Sonntagszeitung* vom 20.12.2015

³ Vgl. beispielsweise Schlenk, Caspar Tobias: Insurtech-Startup Knip erhält knapp 14 Millionen Euro, in: *Gründerszene* vom 26.10.2015 (<http://www.gruenderszene.de/allgemein/knip-se-rie-b>); Portais, Etienne: #InsurTech: Shift Technology lève 1,4

million d'euros et s'attaque à la fraude à l'assurance, in: *Maddyness* vom 5.12.2014 (<http://www.maddyness.com/finance/le-vee-de-fonds/2014/12/05/shift-technology-insurtech/>)

⁴ Vgl. beispielsweise o.V., German Startups Group ist zweitaktivster FinTech-Investor in Deutschland, in: *Spotfolio* vom 8.9.2015 (<https://spotfolio.com/de/2015/09/08/german-startups-group-ist-zweitaktivster-fintech-investor-in-deutschland/>)

⁵ Vgl. beispielsweise: AXA launches Kamet, a €100m InsurTech incubator, AXA Press release, 7.9.2015 (http://www.axa.com/lib/en/uploads/pr/group/2015/AXA_PR_20150907_Kamet.pdf)

⁶ Vgl. beispielsweise o.V., Allianz streicht hunderte Stellen, Was die Digitalisierung mit dem Versicherer macht, in: *Wirtschaftswoche* vom 10.6.2015 (<http://www.wiwo.de/unternehmen/versicherer/allianz-streicht-hunderte-stellen-was-die-digitalisierung-mit-dem-versicherer-macht/11895720.html>); Kamp, Matthias: Markus Rieß, Was der neue Ergo-Chef alles umkrempeln muss, in: *Wirtschaftswoche* vom 14.9.2015

(<http://www.wiwo.de/unternehmen/versicherer/markus-riess-was-der-neue-ergo-chef-alles-umkrempeln-muss/12300564.html>); o.V.: SIGNAL IDUNA wird schlanker, in: *Finanzwelt* vom 9.10.2014 (<http://www.finanzwelt.de/online/versicherungen/item/signal-iduna-wird-schlanker>)

⁷ Vgl. Quellenhinweise zu Darstellungen der Wertschöpfungskette eines Versicherungsunternehmens und speziell, des Versicherungsvertriebs bei Beenken, Matthias: *Der Markt der Versicherungsvermittlung unter veränderten rechtlichen Rahmenbedingungen*, Karlsruhe 2010, S. 121 ff.; vgl. *Wertschöpfungskette des Versicherungsvermittlers bei Beenken, a.a.O.*, S. 129

⁸ Vgl. o.V.: BVK: Herausforderungen des Maklermarktes, in: *Procontra* vom 30.10.2015 (<http://www.procontra-online.de/buskfunk/date/2015/10/bvk-herausforderungen-des-maklermarktes/>)

⁹ Vgl. Referentenentwurf des Bundesministeriums der Finanzen für eine Verordnung zur Aufhebung von Verordnungen aufgrund des Versicherungsaufsichtsgesetzes vom 23.9.2015, S. 7

¹⁰ Vgl. EIOPA (Hrsg.): *EIOPA Fourth Consumer Trends Report*, 18.11.2015

(https://eiopa.europa.eu/Publications/Reports/EIOPA-BoS-15-233%20-%20EIOPA_Fourth_Consumer_Trends_Report.pdf)

¹¹ Vgl. EIOPA (Hrsg.): *Report on Consumer Protection Issues arising from the sale of Mobile Phone Insurance*, 12.11.2015 (https://eiopa.europa.eu/Publications/Reports/EIOPA-BoS-15-235%20-%20Mobile_Phone_Insurance_Report.pdf#search=mobile%20phone)

¹² Eigene Erhebung, kein Anspruch auf Vollständigkeit

¹³ Beispiele: Finanzchef24, GetSafe, Knip, Passt24

¹⁴ S. Richtlinie 2002/92/EG vom 9.12.2002 über Versicherungsvermittlung, Art. 2, S. 1, Ziff. 3

¹⁵ S. Legislative Entschließung des Europäischen Parlaments vom 24. November 2015 zu dem Vorschlag für eine Richtlinie des Europäischen Parlaments und des Rates über Versicherungsvermittlung (Neufassung) (COM(2012)0360 – C7-0180/2012 – 2012/0175(COD)), Art. 2, Abs. 1, Nr. 1

¹⁶ S. Unternehmensregister, <https://www.unternehmensregister.de/ureg/result.html?sessionid=B6E092D63F9CA294FE631D04AD0A9A30.web03-1?submitaction=showDocument&id=13328027>

¹⁷ S. <https://www.treefin.com/bedarfscheck-versicherung/>