

PRO & CONTRA

„Stirbt der Beratermarkt durch Internet langfristig aus?“

Kunden informieren sich und vergleichen immer mehr selbst...

PRO: „Langfristig werden nur mehr Zielgruppen-Experten überleben!“

Von Michael Müller

Es gibt zukünftig nur mehr einen „Verkäufermarkt“, wo durch Werbung beim potenziellen Kunden ein Bedarf erzeugt wird. Parallel entwickelt sich im Internet ein „Käufermarkt“, wo sich Kunden kundig machen, günstige Bezugsquellen suchen und direkt ordern – dies geht mittlerweile für nahezu alle Finanzprodukte. Eine immer geringere Rolle spielt hier (leider!) der „Beratermarkt“, denn der hat die Zeichen der Zeit übersehen und ist auf diesen virtuellen Marktplätzen nahezu nicht präsent.

Eine neue Internet-Generation von Kunden wächst gerade heran, die es gewohnt sind nur mit dem Finger zu wählen, zu kaufen und „Beziehungen“ einzugehen. Diese haben zukünftig die wirtschaftliche Macht im Internet, wenn die aktuelle 40/50+ Generation nicht mehr aktiv ist.

Aber auch 30 – 40 Jährige sind es aktuell schon gewohnt ihre Reisen, Einrichtungen und Bankgeschäfte online zu ordern. Sogar hochpreisige Anschaffungen wie der Autokauf können mittels „Konfigurator“ und anschließendem Finanzierungsangebot selbstständig durchgeführt werden – der Autohändler ist dann nur mehr der Abwickler, aber mit der Kaufentscheidung hat er nichts mehr zu tun.

Kurz gesagt: Überall wo Leistungen und Preise vergleichbar sind, braucht es zukünftig keinen Berater mehr, denn diese Funktionen übernehmen auch wieder Beratungsportale. Allerdings dort wo Leistung nicht vergleichbar ist, da sind nur die hoch spezialisierten Experten gefragt und je



Michael Müller

besser umso unbedeutender wird auch der Preis-Faktor.

Kennen Sie ein Vergleichsportal für Chirurgen, Rechtsanwälte oder Physiotherapeuten?

Nein, denn hier wird man weiterempfohlen und man hofft, dass der „Guru“ auch Zeit für einen hat – um den Preis traut man sich dann gar nicht mehr zu fragen...

CONTRA: „Keine Angst vor dem Internet, denn Beziehung & Kompetenz ist nicht automatisierbar!“

Von Johannes Muschik

Das Internet wird sich im Versicherungsbereich weiter ausdehnen. Vor allem „niederschwellige“ Absicherungen wie KFZ, Haushalt, Rechtsschutz mit standardisierten Produkten werden zunehmend ohne Berater gekauft. Ganz anders sieht es aus, sobald Expertenrat gefragt ist. Dann werden weiterhin Menschen agieren!

Und, es gibt Geschäftsbereiche bei denen immer ein persönliches Gespräch stattfinden muss, etwa zur Risikoeinschätzung im Bereich der Betriebsversicherung oder zum Beispiel für eine – kundenorientierte – Schadensabwicklung.

Nicht alle Marktteilnehmer sind in Geschäftsbereichen positioniert, wo ihre persönliche Beratung auch morgen notwendig ist. Jene, die reine Massensparten abwickeln, werden Probleme bekommen zu überleben. Hier liegt die Herausforderung. Für die Zukunft muss es gelingen, nicht-automatisierbare oder -austauschbare Dienstleistung anzubieten. Solche Leistungen kann man dann auf jedem Marktplatz anbieten, sogar im Internet.

Im Übrigen ist das Internet nicht automatisch der Feind der Beratung. Im Gegenteil, es ist auch eine tolle Chance gerade für kleine Anbieter, sich im Wettbewerb um den Kunden mit großen Konkurrenten zu messen. Denn im Internet entscheidet vor allem die Kreativität und hier schlagen die „Schnellen die Langsamen“. Das sind jene Marktteilnehmer, die kreativ das Informationsbedürfnis der Interessenten bedienen und vielleicht sogar Produktvergleiche in ihren Beratungsprozess einbauen.

Auch weiterhin ist das proaktive Anbieten von Hilfestellungen für interessierte und mündige Interessenten gefragt. Daran konnte bisher auch das Internet nichts ändern.



Johannes Muschik