

# vb

**VERSICHERUNGSBETRIEBE**  
Fachzeitschrift für die Assekuranz

**++ SPECIAL ++**  
**Schaden-**  
**management**

**Schwerpunkt:**  
IT-Trends 2017

**Makler:**  
Kritik an IDD

**Marketing & Vertrieb:**  
InsurTechs



## Vorreiter in der Versicherungs-Branche

Die Zukunft spielt in der Cloud

Michael Kraus, Geschäftsführer Novum GmbH

# Weckruf der InsurTechs

*Der Kuchen in der Versicherungswirtschaft wird neu verteilt.* Etablierte Versicherer sind dabei gut beraten, das Phänomen InsurTech nicht kleinzureden. Das gilt auch, obwohl nicht hinter jeder hippen Webseite ein überzeugendes Geschäftsmodell steckt. Um das Potenzial einzelner InsurTechs zu beurteilen, ist ein differenzierter Blick nötig. Deshalb unternehmen Oliver Wyman und Policen Direkt gemeinsam in einer Studie erstmals einen umfassenden Check dieser Start-ups. Die zentralen Ergebnisse.



**Autoren:**  
**Dr. Nikolai Dördrechter,**  
Inhaber,  
Policen Direkt

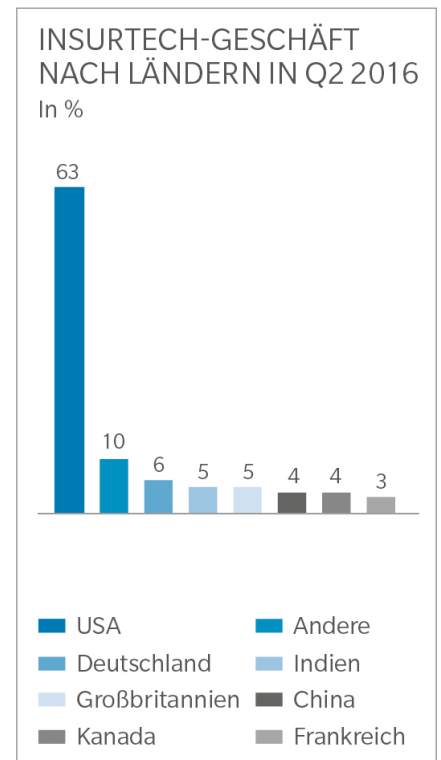


**Dr. Dietmar Kottmann,**  
Partner,  
Oliver Wyman

teile zu erobern. Der Weckruf der InsurTechs ist unüberhörbar. Die digital agierenden InsurTechs, befeuert von kühnen Wachstumsphantasien, frischem Wagniskapital und einer Menge Gründergeist, haben einen längst überfälligen Strukturwandel in der Versicherungswirtschaft ausgelöst. Die Industrie ist aufgewacht.

## Zwischen Hype und Hysterie

Naht das Ende der etablierten Versicherer? Schon sind laute, mitunter schrille Warnrufe zu vernehmen: Die InsurTechs, im Jahr 2015 weltweit gefüttert mit 2,7 Milliarden US-Dollar Risikokapital, könnten selbst Versicherungsriesen in existenzielle Nöte bringen. Und tatsächlich: Einst stolze Schwergewichte der Branche wirken erstaunlich verunsichert und reagieren teils hyperaktiv. Die Folge: Unternehmen setzen oft rasch eine Digitalagenda auf. Bei diesen Entwicklungen ist es daher umso wichtiger, das Thema nüchtern und analytisch zu betrachten. Pauschale Aussagen bringen die Diskussion nicht weiter. Ein differenzierter Blick ist notwendig, um das Potenzial und die Erfolgsaussichten sauber zu bewerten. Wem gelingt es, die Kundenschnittstellen zu besetzen? Wo ist der Kuchen am größten? Wo winken die höchsten Effizienzgewinne? Soll man kämpfen oder kooperieren? Der InsurTech-Radar von Oliver Wyman und Policen Direkt liefert Antworten, indem er entlang der Versicherungswertschöpfungskette das Phänomen InsurTech erstmals systematisch analysiert – vom Vertrieb über die Angebotsseite bis hin zum Betrieb. Die Analyse zeigt in 19 Branchenfeldern, welche Newcomer und



*Noch sind die USA das bei weitem bedeutendste Land in Bezug auf InsurTechs*

welche Geschäftsmodelle man zwingend auf dem Radarschirm haben muss.

## Digitalisierung bietet auch etablierten Versicherern Chancen

Die Studie demonstriert: Nicht auf allen Gebieten sind die von InsurTechs in den Markt getragenen Technologien und Prozesse so unwiderstehlich, um die herrschende Ordnung vollständig in Frage zu stellen. So tun sich die InsurTechs vor allem im traditionellen Kerngeschäft der Versicherer

## *Die InsurTechs, im Jahr 2015 weltweit gefüttert mit 2,7 Milliarden US-Dollar Risikokapital, könnten selbst Versicherungsriesen in existenzielle Nöte bringen.*

schwer – nämlich beim Kreieren neuer Angebote. Zwar existieren innovative Konzepte, wenn es zum Beispiel darum geht, situativ per Smartphone einen Versicherungsschutz abzuschließen oder Policen aufzusetzen, die enge Communitys adressieren. Doch sind dies nur Nischenthemen, in denen geringes wirtschaftliches Potenzial steckt. Peer-to-Peer Geschäftsmodelle pauschal als überlegen einzuordnen wäre daher irreführend.

Viel mehr Erfolg versprechen Traditionsanbieter, die es schaffen, Angebote zur Absicherung neuer digitaler Risiken im Markt zu platzieren. Wachsendes Gewicht bekommen auch innovative Versicherungsprodukte rund um das Internet der Dinge, Produkte, die neben reinem Versicherungsschutz „erlebte Sicherheit“ bieten sowie Produkte, die Big-Data-Technologien nutzen – allerdings müssen Versicherer hier Quereinsteiger aus vorgelagerten Industrien fürchten. So könnten etwa Automobilhersteller ihre Wertschöpfung verlängern, indem sie im Bereich der Telematik eigene Versicherungsangebote auflegen. Trotz Preisdrucks und erhöhter Transparenz können auch etablierte Versicherer erfolgreich Low-Cost-Angebote auf den Markt bringen. Hier bekommen sie allerdings die Konkurrenz von InsurTechs besonders zu spüren, so ein Studienergebnis.

### *Kampf um die Kundenschnittstelle*

Die mit Abstand größte InsurTech-Aktivität in Deutschland herrscht im Versicherungsvertrieb. Hier ist ein harter Wettbewerb

zwischen Alt und Neu entbrannt. Auch wenn die InsurTechs den Etablierten erst einen relativ kleinen Teil der Kunden abspenstig machen konnten, ist es den Startups dennoch gelungen, enormen Druck auf die gewachsenen Vertriebsstrukturen auszuüben. Manch ein Versicherer fürchtet, dass im Vertrieb Oligopole der Onlinemakler entstehen könnten, wie es Check24 beim Preisvergleich bereits gelungen ist. Doch bislang machen die Kundenbedürfnisse und das mangelnde Interesse an Versicherungen den InsurTechs einen Strich durch die Rechnung. So haben auch traditionelle Vertriebe eine Chance zu bestehen, wenn sie sich über hochwertige Kundenberatung und digitale Omnikanal-Modelle positionieren.

### *Quantensprünge in Effizienz und Effektivität*

Signifikante Geschäftschancen werden in Deutschland noch liegengelassen, wenn es um Digitalstrategien im Versicherungsbetrieb geht. Das gilt laut Studie für Startups wie für Etablierte gleichermaßen. Im Betrieb gibt es vor allem im Schadenbereich viel Potenzial, das in Deutschland im Gegensatz zum Ausland noch wenig adressiert wird. InsurTechs in Deutschland wären gut beraten, verstärkt auf Segmente zu zielen, die ein höheres wirtschaftliches Potenzial versprechen.

### *Viel Aktivität, wenig Disruption*

Dennoch ist nicht davon auszugehen, dass die Startups bald alles Bestehende radikal wegfeigen. Es gibt viel InsurTech-Aktivität, aber wenig echte Disruption in Deutsch-

land. Zwar sind nach den USA hierzulande die meisten Start-up-Gründungen in dem Bereich zu beobachten. Aber nicht hinter jeder hippen Webseite steckt ein gutes Geschäftsmodell. Längst nicht alle InsurTechs werden überleben. Dennoch sind Versicherer gut beraten, sich genauer mit den Startups zu befassen. Zumal die Geschäftsmodelle der InsurTechs oft eine Zusammenarbeit mit etablierten Versicherern vorsehen.

Es bestehen viele Chancen zur Partnerschaft zwischen Alt und Neu. Dennoch wird es durch InsurTechs zu einer spürbaren Umverteilung von Werten kommen. Dabei hängen Geschwindigkeit und Ausmaß des Strukturwandels vor allem vom Kunden und seinen Bedürfnissen ab. Bislang ist das Thema Versicherung eher ungeeignet. Doch Oligopole oder gar Monopole im Digitalgeschäft sind nicht ausgeschlossen. In diesem Fall könnte es tatsächlich eng werden für manches Traditionsunternehmen. Was bedeutet der Weckruf konkret für Deutschland? Die starke Position der deutschen Versicherungswirtschaft mit führenden Unternehmen wie Allianz oder Munich Re ist eine gute Startrampe. Deutschland kann dadurch international eine führende Rolle bei der Digitalisierung der Assekuranz einnehmen. Viel Arbeit und erhebliche Investitionen sind freilich nötig. Doch einige der deutschen InsurTechs zeigen heute schon ihr Potenzial, sich auch international erfolgreich zu etablieren.

Die vollständige Studie „InsurTech Radar“ steht auf der Oliver Wyman-Webseite und der Policen Direkt-Webseite zum Download bereit. ■