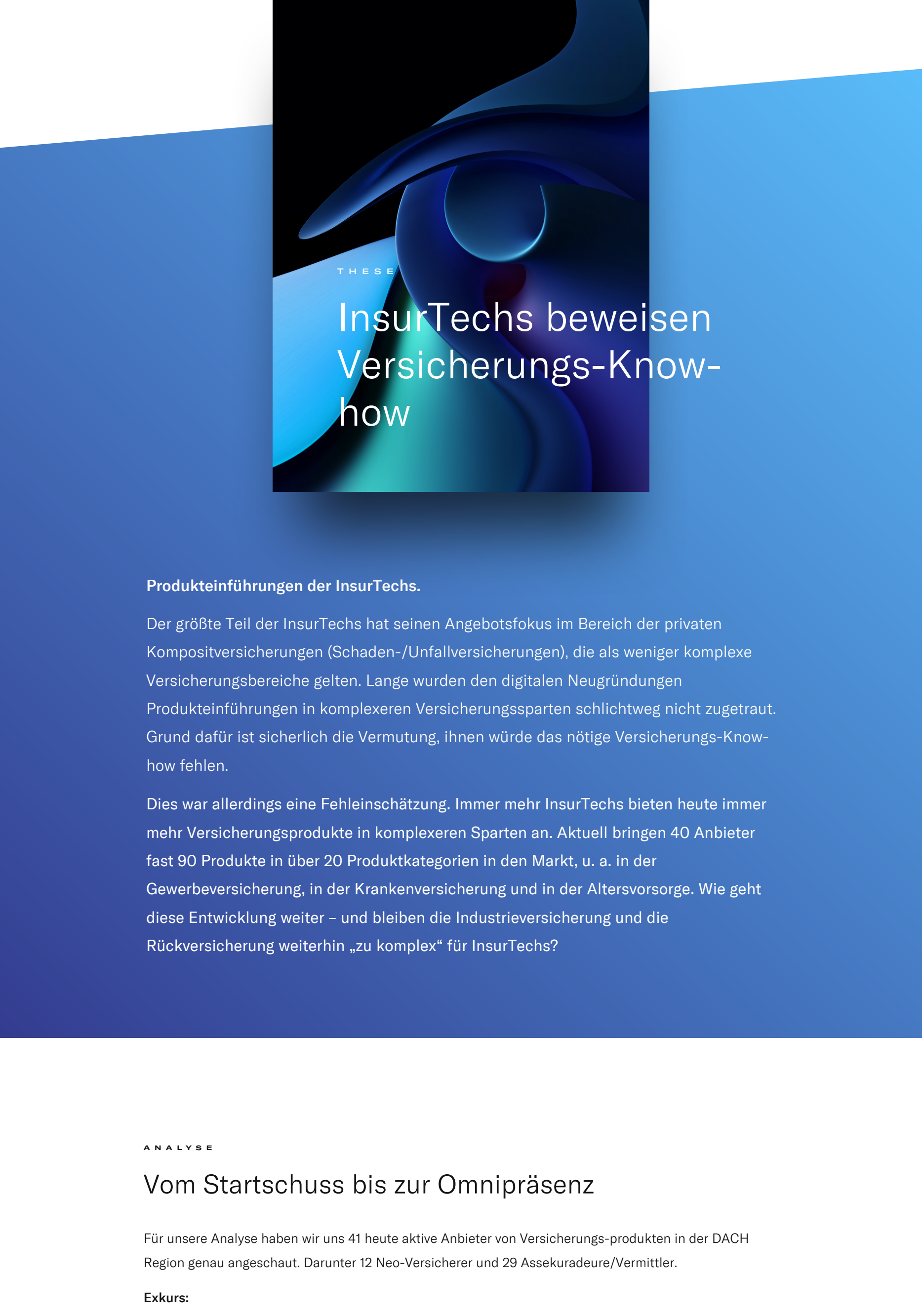




InsurTechs beweisen Versicherungs-Know-how

Produkteinführungen der InsurTechs.

Der größte Teil der InsurTechs hat seinen Angebotsfokus im Bereich der privaten Kompositversicherungen (Schaden-/Unfallversicherungen), die als weniger komplexe Versicherungsbereiche gelten. Lange wurden den digitalen Neugründungen Produkteinführungen in komplexeren Versicherungssparten schlichtweg nicht zugetraut. Grund dafür ist sicherlich die Vermutung, ihnen würde das nötige Versicherungs-Know-how fehlen.

Dies war allerdings eine Fehleinschätzung. Immer mehr InsurTechs bieten heute immer mehr Versicherungsprodukte in komplexeren Sparten an. Aktuell bringen 40 Anbieter fast 90 Produkte in über 20 Produktkategorien in den Markt, u. a. in der Gewerbeversicherung, in der Krankenversicherung und in der Altersvorsorge. Wie geht diese Entwicklung weiter – und bleiben die Industrieversicherung und die Rückversicherung weiterhin „zu komplex“ für InsurTechs?

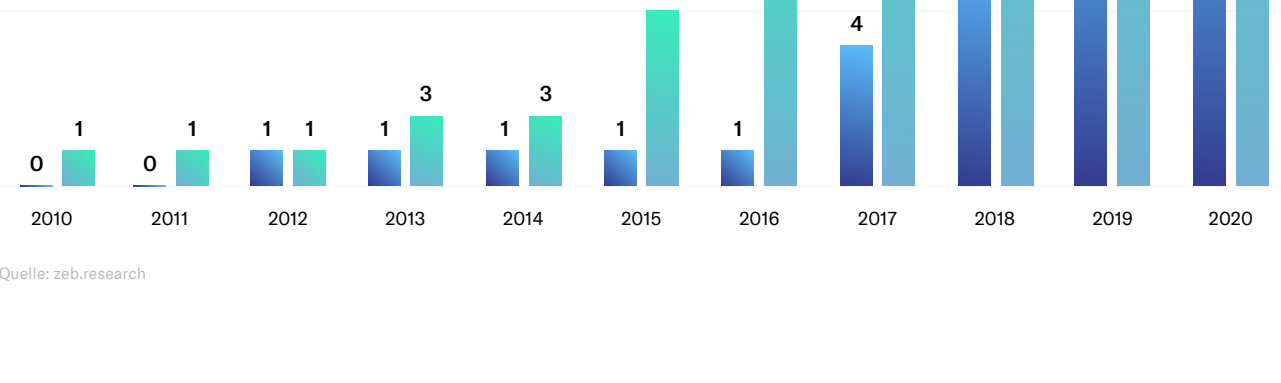
ANALYSE

Vom Startschuss bis zur Omnipräsenz

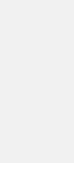
Für unsere Analyse haben wir uns 41 heute aktive Anbieter von Versicherungs-produkten in der DACH Region genau angeschaut. Darunter 12 Neo-Versicherer und 29 Assekuradeure/Vermittler.

Exkurs:

Ein Ausreißer in der untersuchten Gruppe stellt die Deutsche Familienversicherung dar. Sie wurde 2007 gegründet, bietet seit 2008 diverse Komposit- und Krankenzusatzversicherungen an und ist somit länger im Markt aktiv als die meisten anderen InsurTechs, die erst in der Boom - Phase 2016 gründeten. Aufgrund ihres Unternehmensalters wird die DFV oft nicht als „InsurTech“ gesehen. Die DFV bezeichnet sich jedoch selbst als InsurTech.



Quelle: zdb.research



VERSTÄNDNIS

Was sind Assekuradeure?

Als Assekuradeure bezeichnet man Versicherungsvermittler, die Teile der Wertschöpfungskette eines Versicherers übernehmen und meist selbstkonzipierte Produkten unter eigener Marke in den Markt bringen. Neo-Versicherer verfügen über eine eigene Zulassung als Erstversicherer und dürfen Risiken selber zeichnen.

ANALYSE

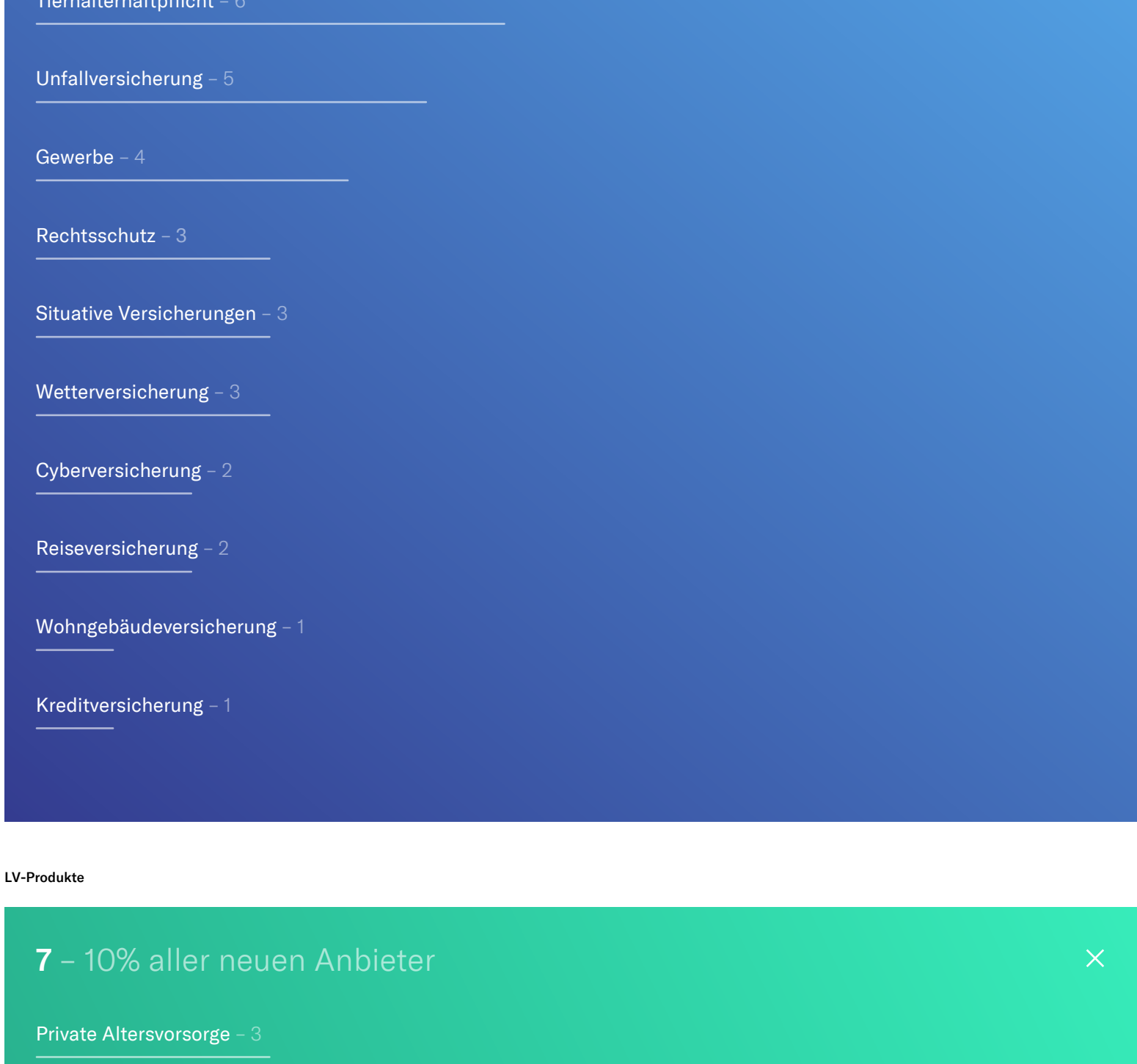
Digitale Player in umfassenden Produktkategorien

Das Produktportfolio wird breiter. Zwar dominieren immer noch ganz klar die privaten Kompositprodukte - allen voran die Hausratversicherung und Privathaftpflicht - dennoch bieten InsurTechs mittlerweile Produkte in nahezu alle Versicherungszweigen. Angebote für Privatkunden liegen allerdings eindeutig vorn. Erst seit 2018 bieten erste Anbieter Deckungen im gewerblichen Kompositbereich. Mit insgesamt > 90 Produkte in 24 Produktkategorien, haben sich die Produkt-anbieter unter den InsurTechs im Markt erfolgreich etabliert.

Lange dachte man bei InsurTech-Gründern an die branchenfremden, kreativen, technik-affinen, jungen Serial-Entrepreneure. Es zeigt sich allerdings, dass bei Neugründungen viele „Alte Hasen“ der Branche mitmischen. Fakt ist: Insbesondere die Neo-Versicherer würden ohne diese Expertise gar keine Zulassung der Bafin erhalten. Diese Branchenexperten nutzen nun die Möglichkeiten der „freieren und schnelleren“ InsurTech Welt, um ihre Ideen in die Tat umzusetzen. Die Kombination aus „mitgebrachter Expertise“ und „neuer Arbeitsweise“ gibt den InsurTechs eine ernst zu nehmende Schlagkraft und gestandene Versicherer können sich auf ihrer langjährig aufgebauten Expertise keinesfalls ausruhen.



Quelle: zdb.research



LV-Produkte



KV-Produkte



CASE STUDIES

Die Waagemutigen

InsurTechs können nicht nur die einfachen Produkte, wie die folgenden Beispiele zeigen. Immer mehr versuchen neue digitale Angebote in komplexen Versicherungsbereichen zu positionieren.

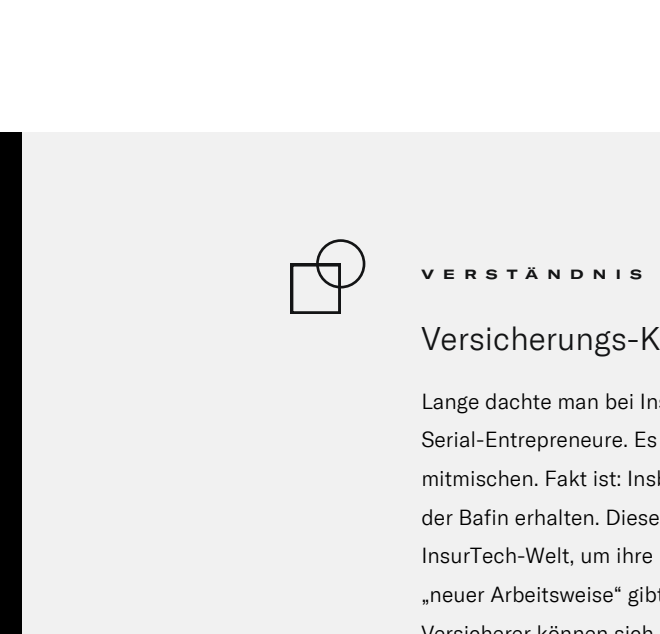


Otonnova – Krankenversicherung

Gegründet 2015 erhielt otonnova 2017 die Bafin-Lizenz und bietet seitdem die „erste digitale Krankenversicherung“ an. Otonnova ist bis heute das einzige InsurTech im Markt mit einer privaten Krankenvollversicherung. Weiterhin wurden diverse Krankenzusatztarife lanciert. Aktuell hat otonnova mit rund 100 Mitarbeitern zwar erst 3,5 Mio. EUR Bruttoprämien vereinnahmt (Stand 2019), aber der Anfang ist gemacht.

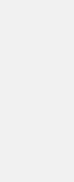
mailo – Gewerbeversicherung

mailo wurde 2017 gegründet und erhielt 2019 die Bafin-Lizenz. Seitdem bietet es einfache digitale Gewerbeversicherungen für kleine und mittlere Betriebe direkt über die eigene Website und über Makler. Im ersten nicht vollständigen Geschäftsjahr 2019 lagen die Bruttobeitragsseinnahmen bei rund 0,5 Mio. EUR. Ende 2020 könnte mailo bei über 10.000 Bestandskunden liegen.



fairr – Altersvorsorge

Gegründet 2013, bietet fairr staatlich geförderte Rentenversicherungen (Riester, Rürup und bAV) an. Die Besonderheit ist, dass auf persönliche Vermittlung verzichtet wird und das Geld in ETFs angelegt wird. fairr kann seine Produkte so zu außergewöhnlich niedrigen Kosten anbieten. In die Kritik geriet fairr mit seinem Bank-Partner SutorBank, als es mitten im Börsencrash im März 2020 in der Corona-Krise aus allen Bestandsverträgen alle Aktien verkaufte und in Cash umschichtete – aus Sorge, die Beitragsgarantie dauerhaft nicht sicherstellen zu können. Ende 2019 soll fairr rund 10.000 Kunden gehabt haben.



VERSTÄNDNIS

Versicherungs-Know-how bei InsurTechs

Lange dachte man bei InsurTech-Gründern an die branchenfremden, kreativen, technikaffinen, jungen Serial-Entrepreneure. Es zeigt sich allerdings, dass bei Neugründungen viele „alte Hasen“ der Branche mitmischen. Fakt ist: Insbesondere die Neo-Versicherer würden ohne diese Expertise gar keine Zulassung der Bafin erhalten. Diese Branchenexperten nutzen nun die Möglichkeiten der „freieren und schnelleren“ InsurTech-Welt, um ihre Ideen in die Tat umzusetzen. Die Kombination aus „mitgebrachter Expertise“ und „neuer Arbeitsweise“ gibt den InsurTechs eine ernst zu nehmende Schlagkraft und gestandene Versicherer können sich auf ihrer langjährig aufgebauten Expertise keinesfalls ausruhen.

ANALYSE

Produkteinführungen im Detail

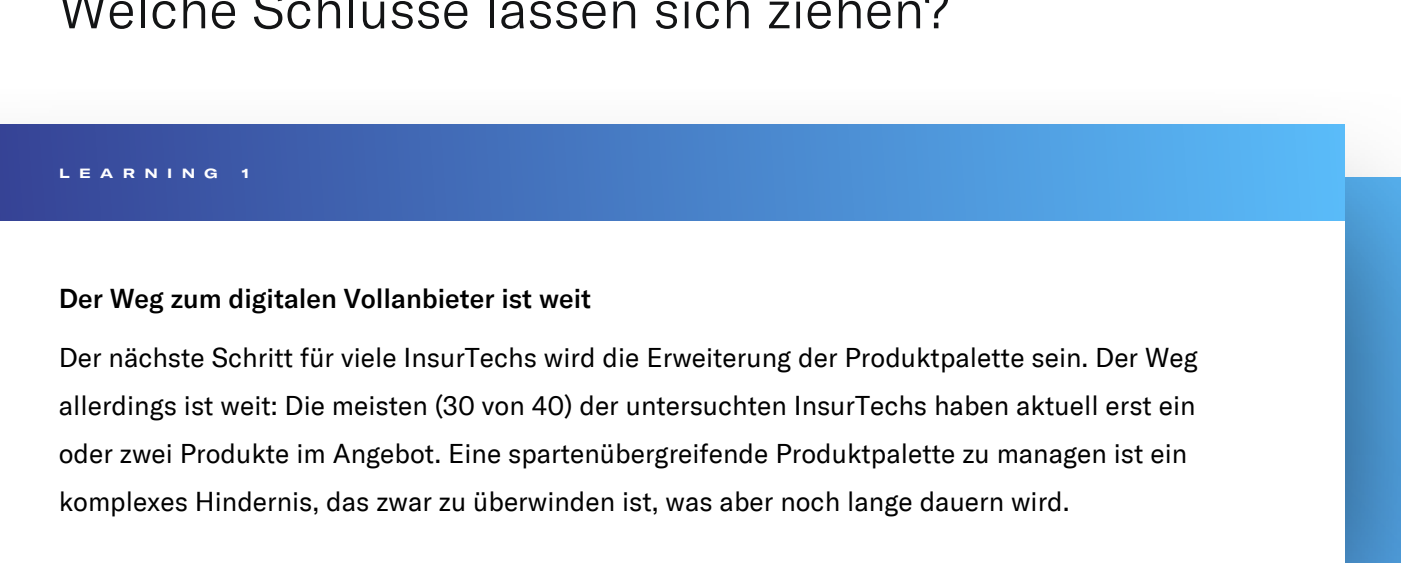
Die Produkteinführungen der InsurTechs sind in den letzten Jahren stark gestiegen. Dabei gilt 2018 als Rekordjahr mit 25 Produktneueinführungen. Neben weniger komplexen Produktsparten wagen sich einzelne Player jetzt auch in komplexere Produktdimensionen wie z. B. Kranken- und Lebensversicherungen vor.

2018 gilt als Rekordjahr mit 25 Produkteinführungen durch InsurTechs

Wie geht es weiter?

Einige InsurTechs planen den radikalen Ausbau ihrer Produktpalette, u. a. will ONE ein Vollversicherer werden und alle wichtigen Produktsparten abdecken. Auch Neodigital plant das künftige Angebot um Produkte wie Kfz- und Rechtsschutzversicherungen zu erweitern. Fest steht: Die Ausweitung der Produktpaletten der InsurTechs wird weitergehen. Der Trend zeigt klar auf, dass InsurTechs sich nicht auf die „einfachen“ Produkte beschränken werden. Viele Bereiche wie die Industrieversicherung und die Rückversicherung dürfen sich nicht in falscher Sicherheit wiegen. Neugründungen werden immer mutiger und der Trend zeigt: Versicherungs-Know-how kann eingekauft und aufgebaut werden.

Anzahl der Produkteinführungen nach Kategorien in den letzten 12 Jahren:



Quelle: zdb.research

ZUSAMMENFASSUNG

Welche Schlüsse lassen sich ziehen?

LEARNING 1

Der Weg zum digitalen Vollanbieter ist weit

Der nächste Schritt für viele InsurTechs wird die Erweiterung der Produktpalette sein. Der Weg allerdings ist weit: Die meisten (30 von 40) der untersuchten InsurTechs haben aktuell erst ein oder zwei Produkte im Angebot. Eine spartenübergreifende Produktpalette zu managen ist ein komplexes Hindernis, das zwar zu überwinden ist, was aber noch lange dauern wird.

LEARNING 2

Versicherungs-Know-how kann eingekauft und aufgebaut werden

InsurTechs haben es geschafft erfahrene Branchenexperten und Top-Manager aus der Versicherungsbranche zu rekrutieren. Der fachliche, versicherungstechnische Know-how-Vorsprung der Etablierten ist wichtig und abnehmen. Flexibilität und Geschwindigkeit von etablierten Unternehmen ist wichtiger denn je.

LEARNING 3

Falsche Sicherheit

Der Trend zeigt: Auf Dauer sind eine Unterschätzung der InsurTechs und das ein Sich-sicher-Wähnen in komplexen Produktbereichen ein Trugschluss. Es gibt keinen sicheren Hafen, in dem etablierte Versicherer sich jetzt nicht die Frage stellen müssen, wie sie sich im Wettbewerb mit digitalen Anbietern in Zukunft positionieren wollen.



I N T E R V I E W

Mit Alexander Grimm, COO von Getsafe, haben wir uns darüber unterhalten, welche Chancen InsurTechs haben, ihre Produktportfolien auszubauen und sich zu Vollanbietern weiterzuentwickeln.

Getsafe bietet seit 2016 Versicherungen auf dem deutschen Markt an. Mit einer stetig wachsenden Produktpalette hat Getsafe bereits 125.000 Kunden gewinnen können.

Gibt es aus deiner Sicht noch "sichere Häfen" in der Versicherungsbranche, in die sich keine neuen Player vorwagen?

Die Versicherungsbranche steht vor einem Umbruch da sich zum einen Bedürfnisse und Lebensgewohnheiten von jungen Menschen drastisch verändert haben und zum anderen Technologie völlig andere Möglichkeiten zur Vereinfachung von Prozessen / Nutzung von Daten bietet. Dies betrifft alle Bereiche der Versicherung (Vertrieb, Betrieb, Risikomanagement) und alle Sparten Sach, Kranken, Leben). Neben digitalen Vollanbietern (Getsafe, Lemonade, Next Insurance) gibt es zahlreiche B2B Player die sich auf Teile der Value Chain spezialisiert haben.

Die meisten InsurTechs bietet einfache, private Kompositprodukte an. Ist es nur eine ganz normale Entwicklung auf dem Weg zum Vollanbieter, mit den "einfachen" Produkten anzufangen?

Die Beobachtung ist richtig, Player die mit zu komplexen Produkten angefangen haben (Ottonova, Getsurance) haben Wachstumsprobleme. Der Einstieg über einfache Produkte macht daher Sinn um schnell eine hohe Anzahl an Kunden zu gewinnen und eine hohe Bekanntheit und Vertrauen zu erlangen. Die Entwicklung zum Vollanbieter ist aber möglich und wird sich in den nächsten Jahren stück-für-stück durchsetzen, wenn die Marken etabliert sind.

Welche InsurTechs seht ihr in Deutschland, die sich zum Vollanbieter entwickeln könnten?

Durch die Spartentrennung in Deutschland erfolgt eine Entwicklung zum Vollanbieter immer schrittweise. Getsafe, das gerade eine Sachversicherungslizenz bei der BAFIN beantragt hat, bietet bereits vielfältige Produkte in der Kranken- und Sach-Sparte über die App an - Lebensversicherungen sind in Planung. Daneben hat ONE angekündigt, neben Kompositversicherungen auch weitere (Makler-) Produkte anzubieten.

Wie bewertet ihr das Potenzial von InsurTechs in den komplexeren Produktsparten?

InsurTechs die nur auf komplexe Produkte gesetzt haben, haben überschaubaren Markterfolg gehabt (Ottonova, Getsurance) - Anbieter aus den USA (Ladder Life, Oscar Health) zeigen aber, dass ein Erfolg möglich ist. Getsafe verfolgt dagegen einen Multi-line Ansatz, mit perspektivisch holistischem Produktangebot, um den Kunden als Vollanbieter den individuell für ihn oder sie passenden Schutz anbieten zu können.