

THESE

B2B-InsurTechs sind stille Treiber der Innovation

Das kreative Potenzial der InsurTechs

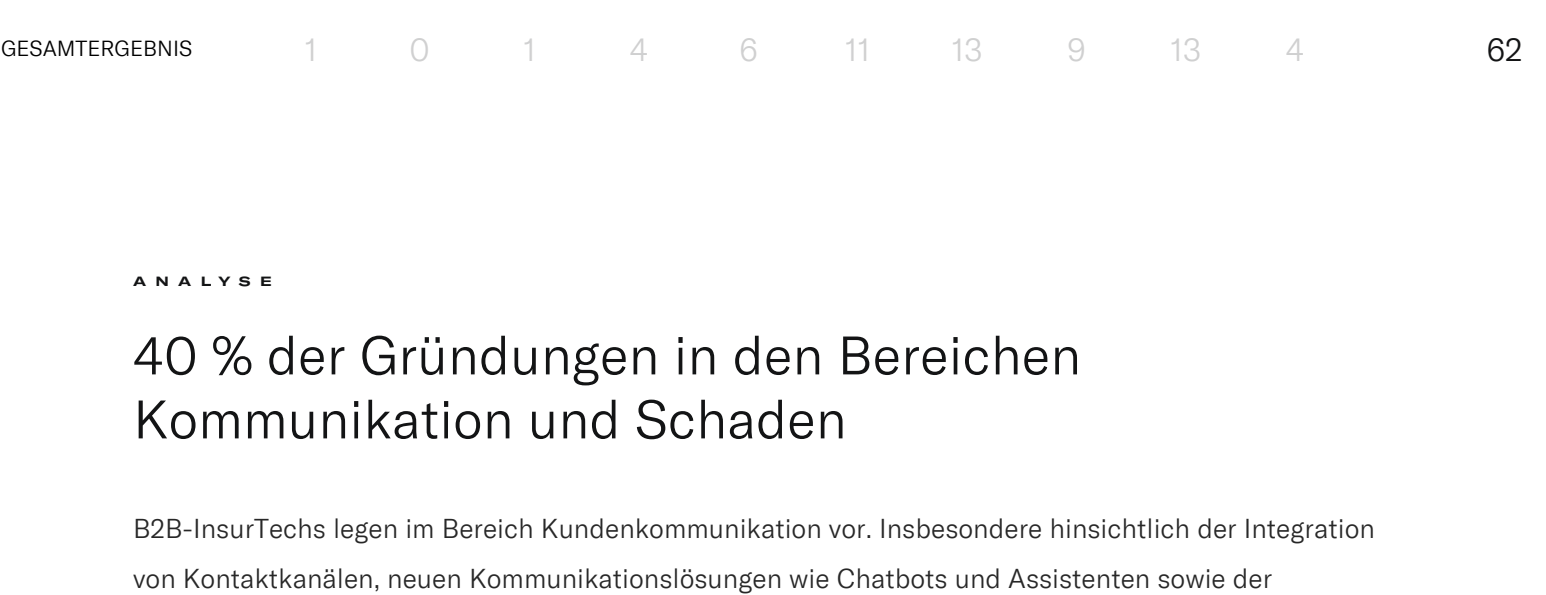
Im B2B-Bereich gehen die InsurTechs neue Wege und zeigen, wie Prozesse noch effizienter, qualitativ hochwertiger und kundenfreundlicher gestaltet werden können. Der Großteil ihrer Innovation beruht dabei auf der automatisierten Verarbeitung von Kundendaten und Technologien wie z. B. künstliche Intelligenz. Damit bieten sie der Branche lange erwartete Lösungen und entfalten die Kraft der Daten für etablierte Versicherer. Die Nutzung dieses Potenzials ist zu einem wichtigen Wettbewerbsfaktor geworden.

ANALYSE

Neue B2B-InsurTechs innovieren mit Fokus

Seit 2015 zeichnet sich ein deutlich erhöhtes Niveau von B2B-InsurTech-Gründungen in Deutschland ab. Insbesondere die Bereiche Kundenkommunikation und Schaden werden zunehmend mit digitalen Lösungen von InsurTechs besetzt.

Anzahl der B2B-InsurTech-Gründungen



Quelle: idfabrik



VERSTÄNDNIS

Warum ist die Neugründungszahl 2019 rückläufig?

Die Anzahl neuer InsurTechs geht seit der Hochphase 2015/2016 insgesamt zurück. Wenn gegründet wird, dann vermehrt mit der Ausrichtung B2B. Seit 2019 ist aber selbst die Zahl der B2B-Neugründungen deutlich zurückgegangen. Es zeichnet sich mittlerweile einfacher ab, welche Geschäftsmodelle funktionieren und welche nicht. Dies hat dazu geführt, dass Investoren insgesamt selektiver investieren.

Zudem ist durch die hohe Anzahl von Gründungen zwischen 2015 und 2018 auch ein Wettbewerb zwischen den InsurTechs entstanden. Diese Faktoren lassen potentielle InsurTech-Gründer zunehmend vorsichtiger werden.

Bereiche	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	GESAMT
Authentifikation					1			2	1		4
Kundenkommunikation / Beratung			1	2	1	4	6			1	15
Internet of Things / Telematics				1	1				2	1	5
Kernsystem / Verwaltungsware							1	2	2	1	6
Schaden / Leistungsmanagement			1			2	1	2	4	1	10
Rechnungen / Zahlung							1		1		2
API / P202-Dienstleister					1	2	3				6
Data Analytics	1				2	2	1	2	1	1	10
Datensicherheit						1		1	2		4
GESAMTERGEBNIS	1	0	1	4	6	11	13	9	13	4	62

ANALYSE

40 % der Gründungen in den Bereichen Kommunikation und Schaden

B2B-InsurTechs legen im Bereich Kundenkommunikation vor. Insbesondere hinsichtlich der Integration von Kommunikationskanälen, neuen Kommunikationslösungen wie Chatbots und Assistenten sowie der Digitalisierung der Kunde-Berater-Schnittstelle. Im Bereich Schaden- und Leistungsmanagement zeichnet sich erst seit 2018 ein Trend deutlich ab. Hier zeigen 10 neue B2B-InsurTechs, was wirklich möglich ist: von nahtloser, mobiler Schadenmeldung über KI-gestützte Schadenbearbeitung bis zur Betrugserkennung.

Kundenkommunikation

10

Schadenmanagement

15

In der KI-Unterstützung der Schnittstelle von Kunde und Berater liegt ein großes, neues Potenzial

Analyse der B2B-InsurTech-Neugründungen im Bereich Kommunikation und Beratung

ANALYSE

KI ist der nächste Schritt in der Kundenansprache

Als Versicherer noch an ersten Einzellösungen neuer Kontaktkanäle arbeiteten, gingen B2B-InsurTechs den nächsten Schritt: die Vernetzung und Integration verschiedener Kommunikationskanäle sowie die Zusammenführung von Information für ein integriertes Kundenerlebnis. Seit 2015 bringen auch deutsche B2B-InsurTechs mit Chatbots und Voice Assistants neue Kommunikationsformen zu den Versicherern. Zudem befeuern sie mit künstlicher Intelligenz die gezielte Kundenansprache, verschlanken Prozesse durch Automatisierung und bringen Kundenkommunikation damit auf das nächste Level.

Neugründungen pro Segment:



KI-basierte Lösungen (5)

33 %

der InsurTechs im Bereich Kundenkommunikation bieten als Enabler KI-Lösungen an.

Mit der Bereitstellung von Tools, die auf künstlicher Intelligenz basieren, können Kundendaten automatisch ausgewertet werden, was Versicherern eine bessere Grundlage für die gezielte Ansprache verschafft. Auch das maschinelle „Verstehen“ frei formulierter Texte wie Kunden-E-Mails ist ein Use Case, in dem KI zum Einsatz kommt.

Integration verschiedener Kanäle (5)

33 %

der InsurTechs im Bereich Kundenkommunikation nutzen integrierte Lösungen.

Die Anbieter integrieren verschiedene Kommunikationskanäle wie Messaging, Video Call, etc. auf ihren Plattformen mit dem Ziel, Informationsaustausch und Kollaboration zwischen Kunde, Berater und Versicherer zu optimieren und rund um die Uhr zu ermöglichen.

Chat bots & Voice Assistants (5)

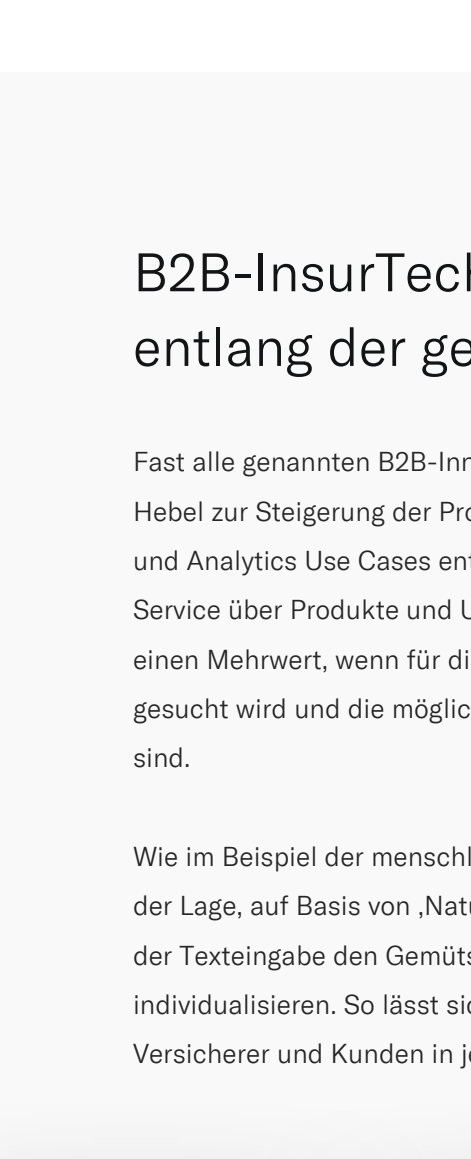
33 %

der InsurTechs im Bereich Kundenkommunikation nutzen Chatbots oder Voice Assistants.

Seit 2015 bringen auch deutsche InsurTechs den Trend zu Versicherern und bieten Chatbots und Voice Assistants an. So ermöglichen sie den Endkunden die digitale Interaktion auf dem natürlichsten Weg, dem der Sprache.

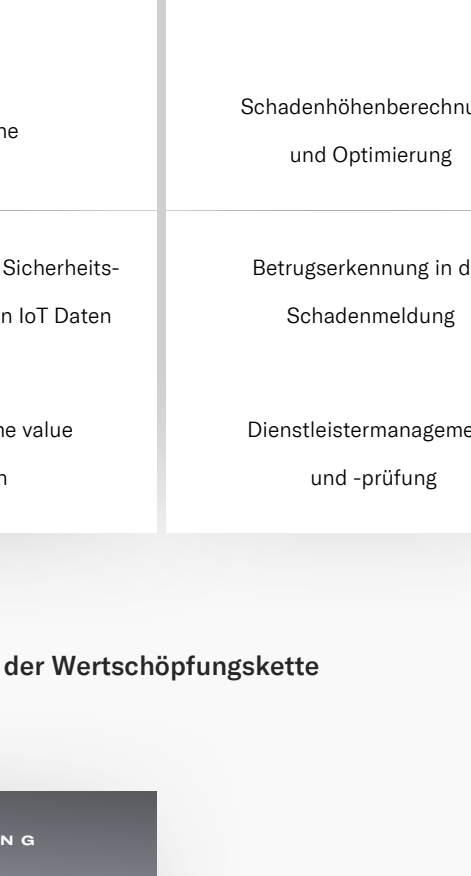
CASES

Beispiele für InsurTechs mit innovativer Kundenkommunikation



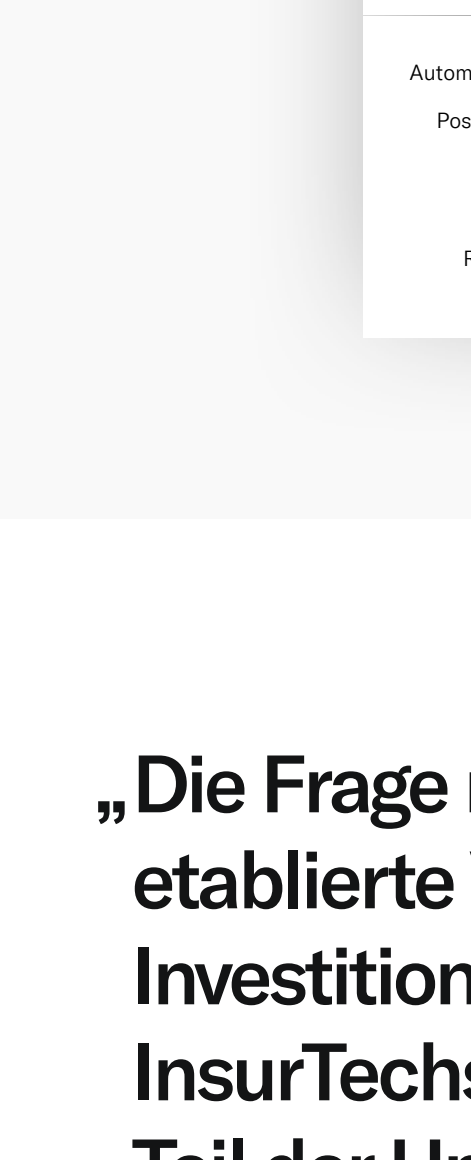
Flexperto – Digitalisierung des gesamten Vertriebsprozesses

Das 2012 gegründete Unternehmen bietet ein Tool an, das den gesamten Vertriebsprozess abbildet: Kundentermine vereinbaren, Fragen per Videochat klären, Dokumente gemeinsam betrachten, Verträge unterschreiben oder per WhatsApp „Hallo“ sagen. Alles, was Vertriebsmitarbeiter sonst offline machen, ist mit Flexperto online möglich. Dabei verspricht das Unternehmen nicht nur höchste Convenience, sondern auch Kosteneinsparung. Durch die Digitalisierung des gesamten Beratungsprozesses könnten laut Unternehmen im Schnitt 60 Min. Anfahrtsweg pro Beratung gespart werden. Kunden von Flexperto sind beispielsweise die DEVK Versicherungen sowie die INTER Versicherungsgruppe.

www.flexperto.com

Cognoteck – automatisierte Auswertungen von Schriftverkehr

Cognoteck bietet Versicherern seit 2013 eine Lösung an, die mit Hilfe von künstlicher Intelligenz frei formulierte Texte, zum Beispiel Kunden-E-Mails, erfasst und interpretiert und zudem personenbezogene Daten anonymisiert auswertet. So werden Routineprozesse in der Kundenverwaltung minimiert, da es nicht mehr erforderlich ist, sich manuell durch Texte „zu arbeiten“. Die Intelligenz von Cognoteck ermöglicht außerdem eine Bewertung von Schadenfällen: Ein Algorithmus überprüft den Sachverhalt und bei unverständlichen Fällen wird automatisch die Zahlung ausgelöst. (ABIDA 2019)

www.cognoteck.com

Cognigy – automatisierte Konversationen

Gegründet 2016, bietet Cognigy eine Conversational-AI-Plattform an, die es Versicherern ermöglicht, mit ihren Endkunden via Chatbot, über jeden gewünschten Kanal zu kommunizieren – rund um die Uhr. Die Software unterstützt durch die Möglichkeit der unmittelbaren Kontaktaufnahme ein positives Service-Erlebnis des Kunden und erleichtert eine zügige Abwicklung. Mit Hilfe eines Open-Source-Frameworks können Versicherer außerdem das Datenverarbeitungssystem ihrer Wahl integrieren (SAP, Kofax u. a.).

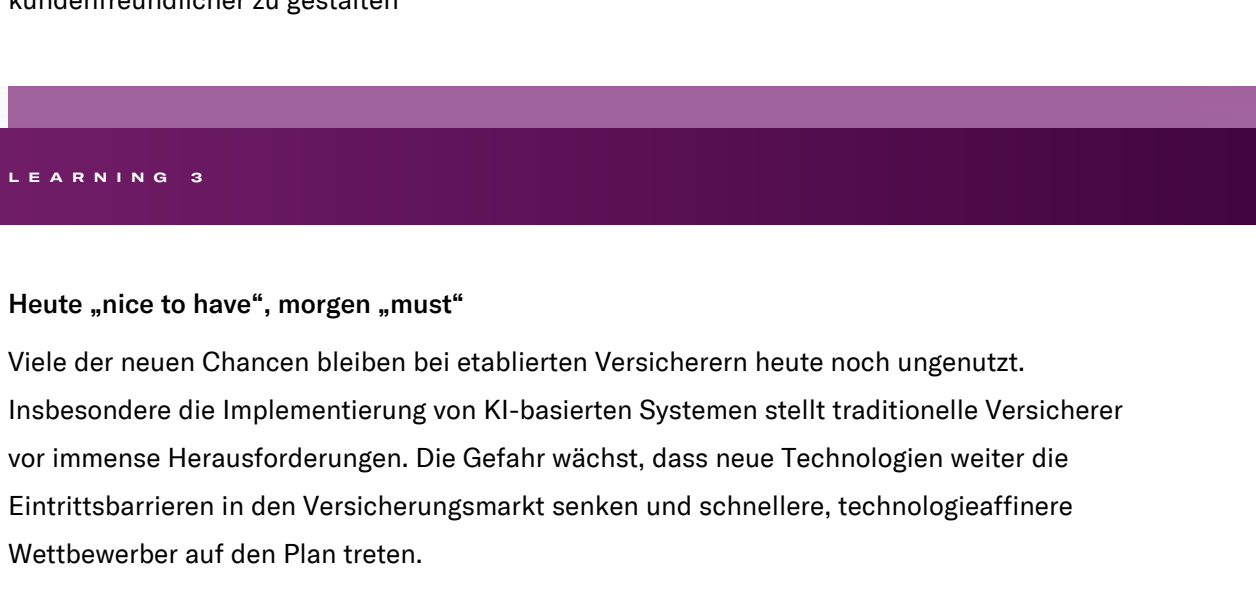
www.flexperto.com

ANALYSE

Neue Standards im Schadenmanagement mit KI und Machine Learning

B2B-InsurTechs legen im Schaden- und Leistungsmanagement u. a. in den Bereichen digitale Dokumentenverarbeitung, digitales Schadenmanagement und Schadenmeldemodule vor. Besonders das Thema digitales Schadenmanagement zeigt Potenzial: Die Hälfte der B2B-InsurTechs gründete in diesem Segment und setzte künstliche Intelligenz ein.

Neugründungen pro Segment:



Digitale Dokumentenverarbeitung (3)

30 %

der InsurTechs im Bereich Schaden- und Leistungsmanagement fokussieren auf digitale Dokumentenverarbeitung.

Mit der Verarbeitung von Rechnungen, Forderungen oder sonstigen Schadedokumenten basierend auf OCR und Machine Learning vereinfachen die Anbieter Prozesse für Versicherer und Endkunden und helfen außerdem Betrug vorzubeugen.

Digitales Schadenmanagement (5)

50 %

der InsurTechs im Bereich Schaden- und Leistungsmanagement spezialisieren sich auf digitales Schadenmanagement.

Seit 2015 bieten InsurTechs vermehrt digitale Tools und KI zur Unterstützung in diesem Bereich an. Diese vereinfachen z. B. die Schadenmeldung und -annahme, die Kategorisierung und Prüfung sowie die Bearbeitung und Auszahlung.

Schadenmeldemodule (2)

20 %

der InsurTechs im Bereich Schaden- und Leistungsmanagement bieten Module zur Schadenmeldung an.

Die Entwicklung von Stand-alone-Tools für die digitale Schadenmeldung und -annahme zeichnet sich seit 2018 als neue Entwicklung ab. Von der Prüfung auf Vollständigkeit über den Plausibilitäts-Check bis zur automatisierten Schadediagnose bedienen diese Anbieter das volle Spektrum.

CASES

Beispiele für InsurTechs mit innovativem Schaden- und Leistungsmanagement:

DIGITALE DOKUMENTENVERARBEITUNG

Avocard

Das 2017 gegründete Wiener Unternehmen ermöglicht automatisierte Rechnungseinschreibung und Refundierung für die Schnittstelle von Kunde, Arzt und Versicherung. Der Endkunde reicht die Arztrechnung über Avocard ein, woraufhin sie an die zuständige Krankenkasse übermittelt wird. Die Daten werden dabei sicher verschlüsselt übertragen und der Status der eingereichten Rechnung lässt sich jederzeit mit Hilfe des Services tracken.

www.avocard.at

DIGITALES SCHADENMANAGEMENT

MotionsCloud

Gegründet 2016, bietet das B2B-InsurTech eine Schadenregulierung-App für Versicherer und Gutachter an mit dem Ziel, Kosten und Bearbeitungszeit in Versicherungsfällen zu reduzieren. Beweise für Versicherungsschäden (Upload in Form von Foto, Video, Audio und Text möglich) werden mit hohen Sicherheitsstandards gespeichert, um Betrug zu erschweren. Der Wert der Schäden wird dann mit Hilfe der MotionsCloud-Schätzungsengine in Echtzeit berechnet. Bei der Schadenentwicklung können Versicherungsexperten mit ihren Kunden per Sprach- und Videokommunikation über die App zusammenarbeiten.

www.motionscloud.com

SCHADENMELDEMODUL

claimBuddy

Das 2018 gegründete B2B-InsurTech bietet ein Frontend zur Integration auf der Versicherer-Website. Endkunden werden durch den Prozess der Schadenaufnahme geführt und dabei von einem Chatbot unterstützt. claimBuddy prüft die Schadenmeldung automatisch auf Vollständigkeit und heugt via Plausibilitätsprüfungen, Standortgleichheit sowie die Analyse von Kunden- und Wetterdaten Versicherungsbetrug vor. Zudem ermöglicht es die KI von claimBuddy, Informationen aus Schadenfotos und Texten auszulösen und diese in eine automatisierte Schadediagnose zu überführen. Die ermittelten Schadediagnosen werden selbstständig an den Sachbearbeiter weitergeleitet.

www.claimbuddy.de

B2B-InsurTechs punkten mit Analytics und KI entlang der gesamten Wertschöpfungskette

Fast alle genannten B2B-Innovationen nutzen für ihre Lösungen Analytics und/oder KI als einen wichtigen Hebel zur Steigerung der Prozessqualität und -effizienz, insgesamt eröffnen B2B-InsurTechs heute neue KI und Analytics Use Cases entlang der gesamten Versicherungswertschöpfungskette: von Vertrieb und Service über Produkte und Underwriting bis hin zur Schadenabwicklung. Der Einsatz von KI bietet dann einen Mehrwert, wenn für die Entscheidungsfindung nach Zusammenhängen in großen Datenmengen gesucht wird und die möglichen Komponenten dieser Entscheidungsfindung noch nicht gänzlich bekannt sind.

Wie im Beispiel der menschlichen Kommunikation, die von Natur aus komplex ist: KI-Agenten sind hier in der Lage, auf Basis von „Natural Language Processing“ flexibel auf Fragen einzugehen oder auch an der Art der Texteingabe den Gemütszustand des Kunden zu erfassen und entsprechend ihre Antworten zu individualisieren. So lässt sich mittels künstlicher Intelligenz die Qualität der Interaktion zwischen Versicherer und Kunden in jeder Phase der Wertschöpfungskette deutlich steigern.

KUNDENINTERAKTION	BERATUNG/VERTRIEB	PRODUKTE	SCHADEN
-------------------	-------------------	----------	---------

Personalisierte Interaktion auf Basis von Kundenmerkmalen	Risikosegmentierung und Risiko Profiling	Usage based Insurance	Schadenkategorisierung und Routing
Chat bots & Interaktion auf Basis Eingabedaten	Generierung von Produktvorschlägen	Algorithmen optimierte Produkte	Schadenprüfung
Verarbeitung der Kunden-Interaktion (z.B. Audiodaten)	Identifikation von Kunden- & Marktdaten	Telemedicine	Schadenhöhenberechnung und Optimierung
Erkennung, Authentifizierung und Legitimation	Leadreporting, -scoring und -management	Risiko-Minimierung & Sicherheits-Services auf Basis von IoT Daten	Betrugserkennung in der Schadenmeldung
Beschwerdemanagt. (z.B. Automatisierung, Priorisierung)	Sentiment Analyse und Churn-Vorhersage	Customer life-time value calculation	Dienstleistungsmanagement und -prüfung

Innovative Analytics und KI Use Cases, die in übergeordneten Bereichen der Wertschöpfungskette Anwendung finden:

WORKFLOW	STEUERUNG
Intelligentes Routing	Erkennung von Trends und Markt-entwicklungen
GeoVio- und Entscheidungs-optimierung	Ops und IT Risiko Bewertung
Agent guidance scripting	Analyse IST Prozesse und Prüfung auf Compliance
Automatisierte Verarbeitung von Post- und Auftragsingang	Analyse regulatorische Dokumente und Handlungsbedarfe
Real-time Monitoring	Reserven-Management

„Die Frage nach „Make or Buy“ wird für etablierte Versicherer immer wichtiger. Investitionen und Kooperationen mit InsurTechs sind zu einem wichtigen Teil der Unternehmensstrategie geworden.“

Dr. Stephan Spieleder – Vorstand IT der Versicherungskammer Bayern und Geschäftsführer der id-fabrik

ZUSAMMENFASSUNG

Welche Schlüsse lassen sich ziehen?

LEARNING 1

Die Innovation der B2B InsurTechs

B2B-InsurTechs zeigen der Branche heute, was technologisch möglich ist. Die neuen technologiebasierten Lösungen bieten echte Innovationen und damit den Weg nach vorn. Ein kontinuierliches Scouting lohnt sich!

LEARNING 2

Die Kraft der Daten

B2B-InsurTechs bringen Lösungen in den Markt, mit denen sich der Datenschutz der Versicherungsbranche endlich bewältigen lässt. Sie zeigen, was die automatisierte (Kunden-)Datenverarbeitung und Technologien wie KI möglich machen: Es werden Use Cases sichtbar, die das Potenzial haben, Prozesse effizienter, qualitativ hochwertiger und kundenfreundlicher zu gestalten

LEARNING 3

Heute „nice to have“, morgen „must“

Viele der neuen Chancen bleiben bei etablierten Versicherern heute noch ungenutzt. Insbesondere die Implementierung von KI-basierten Systemen stellt traditionelle Versicherer vor immense Herausforderungen. Die Gefahr wächst, dass neue Technologien weiter die Eintrittsbarrieren in den Versicherungsmarkt senken und schnellere, technologieaffinere Wettbewerber auf den Plan treten.