



Wie laut ist der Weckruf der InsurTechs tatsächlich?

Versicherer sind gut beraten, den Trend der Insurtechs nicht kleinzureden, sondern sich damit intensiv auseinanderzusetzen. Obwohl Insurtechs zunehmend an Präsenz gewinnen, nutzen sie ihr Potenzial bei weitem noch nicht aus. Das zeigt ein „InsurTech-Radar“ von Oliver Wyman und Policen Direkt, der die Start-ups der Versicherungswirtschaft erstmals einem umfassenden Check unterzog. Dabei wurde die Versicherungswertschöpfungskette systematisch analysiert – von der Angebotsseite über den Vertrieb bis hin zum Betrieb.

- Bei Versicherungsangeboten liegen die besten Chancen der InsurTechs nur in Nischenbereichen wie situativen oder Community-basierten (P2P)-Ansätzen. Traditionelle Versicherer können sich dagegen mit echten Angebotsinnovationen auch in der digitalen Welt behaupten.
- Der Hauptangriff der InsurTechs findet aktuell im Versicherungsvertrieb statt, die Erfolgsaussichten sind gut
- Der Versicherungsbetrieb wird von InsurTechs in Deutschland im internationalen Vergleich bisher vernachlässigt, obwohl dort viel zu holen wäre.

Naht möglicherweise das Ende etablierter Strukturen in der Versicherungswirtschaft oder sind InsurTechs am Ende nur viel Lärm um Nichts? Fakt ist: InsurTechs wurden im Jahr 2015 weltweit mit einem Investitionsvolumen von 2,7 Milliarden US-Dollar Risikokapital angefüllt, damit könnten sie durchaus Versicherungsriesen in Bedrängnis bringen.

Der InsurTech-Radar zeigt: Die Schwergewichte der Branche wirken durchaus verunsichert und reagieren teilweise hyperaktiv. Die Folge ist, eine rasch aufgesetzte Digitalagenda.

Dietmar Kottmann, Partner und Digital Insurance Lead Europa bei Oliver Wyman, ist der Meinung:



Hype, Hysterie oder realer Wandel

Nikolai Dördrechter, Geschäftsführer von Policen Direkt sagt als Co-Autor der Studie:



Angebote: Hier punkten etablierte Versicherer

Die Analyse demonstriert aber auch, dass die von InsurTechs in den Markt getragenen Technologien und

Prozesse nicht in allen Belangen so unwiderstehlich sind, dass sie die herrschende Ordnung vollständig in Frage stellen. InsurTechs haben im traditionellen Kerngeschäft der Versicherer durchaus ihre Probleme, und zwar dann, wenn es um die Gestaltung neuer Angebote geht. Zwar existieren innovative Konzepte, beispielsweise für den Abschluss eines situativen Versicherungsschutzes per Smartphone oder aber für Policen, die an eine enge Communitys adressiert werden können.

Versicherungsexperte Kottmann erläutert:



Größeren Erfolg trauen die Studienautoren den Traditionsanbietern zu, 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 „erlebbare Sicherheit“ bieten sowie Produkte, die Big-Data-Technologien nutzen – allerdings müssen Versicherer hier Quereinsteiger aus vorgelagerten Industrien fürchten.

So könnten gerade Automobilhersteller ihre Wertschöpfung verlängern, indem sie im Bereich der Telematik eigene Versicherungskonzepte auflegen. Trotz Preisdrucks und erhöhter Transparenz können auch etablierte Versicherer erfolgreich Low-Cost-Angebote auf den Markt bringen. Hier bekommen sie jedoch die Konkurrenz der InsurTechs besonders zu spüren, sagt die Studie.

Kampf um die Kundenschnittstelle

Die mit Abstand größten Aktivitäten in Deutschland beschäftigen sich mit dem Versicherungsvertrieb. Nikolai Dördrechter führt aus:



Der InsurTech-Radar zeigt: Versicherer fürchten, dass im Vertrieb Oligopole der Onlinemakler entstehen, wie es Preisvergleichen wie Check24 bereits gelungen ist. 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.

Stiefkind Betrieb

Signifikante Geschäftschancen werden in Deutschland noch liegengelassen, wenn es um Digitalstrategien im Versicherungsbetrieb geht. Quantensprünge in Effizienz und Effektivität bleiben derzeit noch aus. Dieses Fazit zieht der InsurTech-Radar sowohl für Start-ups als auch für Etablierte.

Nikolai Dördrechter ist überzeugt:



InsurTechs in Deutschland sollten verstärkt auf Segmente zielen, die ein höheres wirtschaftliches Potenzial versprechen.

Viel Aktivität, wenig Disruption

Es gibt zwar viel InsurTech-Aktivität, aber noch wenig echte Disruption in Deutschland. Zwar sind nach den USA hierzulande die meisten Gründungen dieser Art zu beobachten. Nicht jede hippe Webseite präsentiert auch ein gutes Geschäftsmodell. Deshalb gilt auch, dass längst nicht alle InsurTechs überleben werden. Zu beachten ist jedoch das Potenzial, das aus einer Partnerschaft zwischen Alt und Neu besteht. Versicherer sind gut beraten, sich intensiver mit den Start-ups zu befassen, denn die Geschäftsmodelle der InsurTechs sehen sehr oft eine Zusammenarbeit mit etablierten Versicherern vor.

Der InsurTech-Radar zeigt: Deutschland kann international eine führende Rolle bei der Digitalisierung der Assekuranz einnehmen. Die starke Position der deutschen Versicherungswirtschaft mit führenden Unternehmen wie Allianz oder Munich Re sei eine gute Startrampe. Viel Arbeit und erhebliche Investitionen seien freilich nötig.

Kottmann erläutert:



Die vollständige Studie steht auf der [Oliver Wyman-Website](#) und der [Policen Direkt-Website](#) zum Download bereit.

Bild: © Sergey Nivens / fotolia.com

Versicherungs- und Finanznachrichten

expertenReport



<https://www.experten.de/id/4943357/wie-laut-ist-der-weckruf-der-insurtechs-tatsaechlich/>