



# Embedded Insurance steigern Umsatz und Kundenzufriedenheit

Michael Fiedler

**Integrierte Versicherungsangebote sind weit mehr als ein Trend: Laut einer neuen Studie von ontos und den Versicherungsforen Leipzig steigern sie nicht nur die Kundenzufriedenheit, sondern auch die Conversion-Rate. Entscheidend ist dabei, dass Versicherungsschutz nicht als Zusatz, sondern als Teil des Produkterlebnisses wahrgenommen wird – ein Prinzip, das zahlreiche Branchen noch ungenutzt lassen.**

42 Prozent der Nichtnutzer stehen der Thematik noch zögerlich gegenüber – oft, weil sie den Kundennutzen und die technischen Integrationswege nicht klar einschätzen können. Genau hier setzt die Studie an: Sie zeigt, dass Kundenzentrierung der entscheidende Erfolgsfaktor ist. Mehr als die Hälfte der befragten Unternehmen (55 Prozent) betonen, dass Kundinnen und Kunden das abgesicherte Risiko als relevant empfinden müssen. Danach folgen Verständlichkeit (52 Prozent) und Zuverlässigkeit im Schadensfall (48 Prozent).

## Mehr Umsatz durch eingebettete Versicherungen

Über drei Viertel der Unternehmen mit Embedded-Insurance-Erfahrung berichten, dass sich die Abschlussrate messbar erhöht hat. Das bedeutet: Versicherungsschutz, der als passender Bestandteil des Hauptprodukts wahrgenommen wird, kann die Kaufentscheidung fördern. Voraussetzung dafür sind eine nahtlose Integration in den Verkaufsprozess,

ein überzeugender Kundenservice und eine positive User Experience. Zu den in der Studie untersuchten Praxisbeispielen zählen unter anderem MediaMarkt, Fielmann, SANTOS und BMW Financial Services – alles Unternehmen, die mit Versicherungspartnern erfolgreich Zusatznutzen für ihre Kundschaft schaffen.

## Neue Potenziale für viele Branchen

Laut ontos-Vorstand Andreas Schwarz zeigen die Ergebnisse deutlich, wie breit das Potenzial von Embedded Insurance ist: „Eingebettete Versicherungsleistungen machen Produkte zu umfassenden Lösungen, die sich exakt an die Bedürfnisse der Zielgruppen anpassen lassen. Wirklich embedded ist eine Versicherung aber nur, wenn sie als selbstverständlicher und wertvoller Teil eines Gesamtproduktes wahrgenommen wird.“

Das Potenzial reicht von Elektronik über Schmuck, Möbel und Freizeitartikel bis zu Küchen- oder Sanitäreinrichtungen. Besonders erfolgreich sind bisher integrierte Versicherungen in den

Bereichen Reise-, Brillen-, Fahrrad-, Garantie-, Kreditkarten- und Leasingraten-Versicherung.

Über die Studie: Die Studie „Embedded Insurance“ wurde von den Versicherungsforen Leipzig im Auftrag von ontos AG erstellt. Sie kombiniert drei Analyseansätze:

- Use-Case-Analyse von 20 konkreten Embedded-Insurance-Lösungen,
- Fünf Experteninterviews mit Kooperationspartnern aus Handel, Plattformwirtschaft und Assekuranz,
- Quantitative Online-Befragung von 94 Fach- und Führungskräften aus Handels-, Hersteller- und Versicherungsunternehmen.

Ziel war es, Erfolgsfaktoren, Integrationshemmnisse und Branchenpotenziale systematisch zu erfassen.

Versicherungs- und Finanznachrichten

# expertenReport



<https://www.experten.de/id/4946841/Embedded-Insurance-So-steigern-sie-Umsatz-und-Kundenzufriedenheit/>