

PRESEINFORMATION

Weckruf der InsurTechs: Viel Lärm um Nichts?

Studie zu Gewinnern und Verlierern unter Start-ups in der Versicherungswirtschaft von Oliver Wyman und Policen Direkt

- **InsurTechs haben einen überfälligen Strukturwandel in der Versicherungsbranche ausgelöst**
- **Viel Aktivität, wenig Disruption: InsurTechs nutzen ihr Potenzial in vielen Bereichen (noch) nicht**
- **Der „InsurTech-Radar“ analysiert und benennt in 19 Geschäftsfeldern die InsurTechs, die man auf dem Radar haben sollte**

München und Frankfurt, 2. August 2016 – InsurTechs werden die Versicherungswirtschaft umkrepeln: Etablierte Versicherer sind gut beraten, diesen Trend nicht kleinzureden. Doch wie laut ist der Weckruf der InsurTechs wirklich? Denn obwohl sie längst mehr als ein Phänomen sind, nutzen InsurTechs ihr Potenzial noch nicht auf allen Ebenen aus. Das zeigt der InsurTech-Radar von Oliver Wyman und Policen Direkt. Darin wurden die Start-ups der Versicherungswirtschaft erstmals einem umfassenden Check unterzogen und entlang der Versicherungswertschöpfungskette systematisch analysiert – von der Angebotsseite über den Vertrieb bis hin zum Betrieb.

„Wir zeigen in 19 Branchenfeldern, welche Newcomer und welche Geschäftsmodelle man zwingend auf dem Radarschirm haben muss“, sagt Dietmar Kottmann, Insurance-Partner bei Oliver Wyman und Co-Autor der Studie. Zentrale Ergebnisse des InsurTech-Radars sind:

- 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.
- Aktuell findet der Hauptangriff der InsurTechs im Versicherungsvertrieb statt – mit guten Erfolgsaussichten.
- Der Versicherungsbetrieb wird von InsurTechs in Deutschland im internationalen Vergleich bisher vernachlässigt, obwohl dort viel zu holen wäre.

Die Industrie ist aufgewacht. „Der Weckruf der InsurTechs ist unüberhörbar“, sagt Nikolai Dördrechter, Geschäftsführer von Policen Direkt als Co-Autor der Studie. „Die digital agierenden InsurTechs, befeuert von kühnen Wachstumsphantasien, frischem Wagniskapital und einer Menge Gründergeist, haben einen längst überfälligen Strukturwandel in der Versicherungswirtschaft ausgelöst.“

Zwischen Hype und Hysterie

Naht also das Ende der etablierten Versicherer oder ist der Weckruf der InsurTechs nur viel Lärm um Nichts? Fakt ist: Die InsurTechs, im Jahr 2015 weltweit gefüttert mit 2,7 Milliarden US-Dollar Risikokapital, könnten selbst Versicherungsriesen in arge Bedrängnis bringen. Der InsurTech-Radar

zeigt: Die Schwergewichte der Branche wirken verunsichert und reagieren teils hyperaktiv. Die Folge: Unternehmen setzen oft rasch eine Digitalagenda auf. „Bisher schwankt die Branche zwischen Hype und Hysterie. Es ist an der Zeit, das Thema nüchtern und analytisch zu betrachten“, sagt Dietmar Kottmann, Partner und Digital Insurance Lead Europa bei Oliver Wyman.

Angebote: Hier punkten etablierte Versicherer

Die Analyse demonstriert: Nicht auf allen Gebieten sind die von InsurTechs in den Markt getragenen Technologien und Prozesse so unwiderstehlich, dass sie die herrschende Ordnung vollständig in Frage stellen. So tun sich die InsurTechs vor allem im traditionellen Kerngeschäft der Versicherer 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. „Das allerdings sind Nischenthemen, in denen geringes wirtschaftliches Potenzial steckt“, sagt Versicherungsexperte Kottmann. „Im Klartext: Nur weil Peer-to-Peer draufsteht, muss es sich noch lange nicht um ein überlegenes Geschäftsmodell handeln.“

Viel mehr Erfolg trauen die Studienautoren jenen 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 beispielsweise 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: Pole Position für InsurTechs im Vertrieb

Die mit Abstand größte InsurTech-Aktivität in Deutschland herrscht im Versicherungsvertrieb. „Hier ist ein harter Wettbewerb zwischen Alt und Neu entbrannt“, so Nikolai Dördrechter. „Auch wenn die InsurTechs den Etablierten erst einen relativ kleinen Teil der Kunden abspenstig machen konnten, ist es den Start-ups dennoch gelungen, enormen Druck auf die gewachsenen Vertriebsstrukturen auszuüben.“ Der InsurTech-Radar zeigt: Versicherer fürchten, dass im Vertrieb Oligopole der Onlinemakler entstehen, wie es Preisvergleichern 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: Quantensprünge in Effizienz und Effektivität bleiben noch aus

Signifikante Geschäftschancen werden in Deutschland noch liegengelassen, wenn es um Digitalstrategien im Versicherungsbetrieb geht. Das gilt laut InsurTech-Radar für Start-ups 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“, sagt Nikolai Dördrechter. Seine Überzeugung: InsurTechs in Deutschland sollten verstärkt auf Segmente zielen, die ein höheres wirtschaftliches Potenzial versprechen.

Viel Aktivität, wenig Disruption

Fegen die Start-ups bald über alles Bestehende radikal hinweg? Davon sei noch nicht auszugehen, sagt Oliver Wyman-Partner Kottmann: „Es gibt viel InsurTech-Aktivität, aber noch wenig echte Disruption in Deutschland.“ Zwar sind nach den USA hierzulande die meisten dieser Gründungen zu beobachten. „Aber nicht hinter jeder hippen Webseite steckt ein gutes Geschäftsmodell. Längst nicht alle InsurTechs werden überleben. Es besteht viel Potenzial zur Partnerschaft zwischen Alt und Neu.“

Dennoch seien Versicherer gut beraten, sich genauer mit den Start-ups zu befassen. Zumal die Geschäftsmodelle der InsurTechs oft eine Zusammenarbeit mit etablierten Versicherern vorsehen.

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. „Einige der deutschen InsurTechs wie SchutzKlick zeigen heute schon ihr Potenzial, sich auch international erfolgreich zu etablieren“, sagt Kottmann.

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

Pressekontakt Oliver Wyman:

Diana Büchner
Oliver Wyman
Tel.: +49 69 971 73 443
diana.buechner@oliverwyman.com

ÜBER OLIVER WYMAN

Oliver Wyman ist eine international führende Managementberatung mit weltweit 4.000 Mitarbeitern in mehr als 50 Büros in 26 Ländern. Das Unternehmen verbindet ausgeprägte Branchenspezialisierung mit hoher Methodenkompetenz bei Strategieentwicklung, Prozessdesign, Risikomanagement und Organisationsberatung. Gemeinsam mit Kunden entwirft und realisiert Oliver Wyman nachhaltige Wachstumsstrategien. Wir unterstützen Unternehmen dabei, ihre Geschäftsmodelle, Prozesse, IT, Risikostrukturen und Organisationen zu verbessern, Abläufe zu beschleunigen und Marktchancen optimal zu nutzen. Oliver Wyman ist eine hundertprozentige Tochter von Marsh & McLennan Companies (NYSE: MMC). Weitere Informationen finden Sie unter www.oliverwyman.de. Folgen Sie Oliver Wyman auf Twitter @OliverWyman.

Pressekontakt Policen Direkt:

Andreas Horch
Policen Direkt
Tel.: +49 69 900219113
andreas.horch@policendirekt.de

Über die Policen Direkt-Gruppe

Die Policen Direkt-Gruppe wurde vor mehr als zehn Jahren als Start-up in der Versicherungsbranche mit einem neuartigen Geschäftsmodell gegründet. Ziel war es, Endkunden durch die Erweiterung der Versicherungs-Wertschöpfungskette einen Mehrwert zu bieten: den Weiterverkauf auf dem Zweitmarkt für Lebensversicherungen über einen neu geschaffenen Marktplatz basierend auf einer proprietären Technologie. An- und Verkauf werden seit Gründung in erster Linie über digitale Kanäle betrieben. In den vergangenen Jahren hat die Policen Direkt-Gruppe als Inkubator erfolgreich eigene InsurTechs im Bereich Gewerbe- und Reiseversicherungen gegründet, investiert in junge Unternehmen und ist Sparringspartner von Gründern und Investoren, die sich für den Versicherungsmarkt interessieren. Ferner wird eine Plattform zur Konsolidierung des etablierten Versicherungsmaklermarkts betrieben. Weitere Informationen finden Sie unter www.policendirekt.de. Folgen Sie Policen Direkt auf Twitter @PolicenDirekt.