



„The Changing Shape of Digital Insurance“: InsurTech-Studie von Sparkassen Innovation Hub, id-fabrik und zeb consulting

Wie die Versicherungswelt transformiert wird: Neun Thesen als Orientierung im Gestern, Heute und Morgen

- **B2B statt B2C: InsurTechs in Deutschland vollziehen Kurswechsel, nur 30 Prozent der ersten B2C-InsurTechs sind noch unverändert aktiv; Anteil der B2B-Anbieter verdoppelt sich von 28 auf 55 Prozent**
- **Produktportfolio wird breiter und komplexer: 40 Anbieter bringen fast 90 Produkte in über 20 Kategorien in den Markt; 2018 Rekordjahr mit 25 Produkteinführungen**
- **Etablierte Versicherer setzen auf Beratung und digitale Kundeninteraktion; Aufholjagd auch bei digitaler Produktverfügbarkeit – die 25 größten Versicherer bieten mehr als 70 Prozent der Kompositprodukte digital an**
- **BigTechs sowohl Partner als auch Konkurrenten – aber mit unterschiedlich hohem Bedrohungspotenzial**
- **Plattformökonomie wird den Versicherungsmarkt neu sortieren, Versicherer stehen vor der Aufgabe, ihre eigene Rolle zu definieren**

Hamburg, 25. November 2020. Der Sparkassen Innovation Hub, die Berliner id-fabrik sowie die Strategie- und Managementberatung zeb, fokussiert auf die europäische Finanzindustrie, veröffentlichen eine neue Studie zum Stand des InsurTech-Marktes in Deutschland. Die Autoren widmen sich darin insbesondere den Playern im digitalen Versicherungsumfeld: Angefangen bei den InsurTechs und etablierten Versicherungen, über die BigTechs bis zu den Plattformanbietern der Zukunft, liefern sie anhand von neun Thesen eine aktuelle Diskussionsgrundlage und geben Aufschluss darüber, wie die Versicherungswelt transformiert wird. Die interaktive Studie, die durch Analysen, einzelne Case Studies und externe Expertenstimmen angereichert ist, untersucht dabei die wesentlichen Entwicklungen der vergangenen zehn Jahre und erscheint im Rahmen des heutigen All-Digital-Thementages der Symbioticon, Hackathon und Tech-Festival der Sparkassen-Finanzgruppe.

Demnach führten Neo-Versicherungen trotz ihrer neuen Service-Angebote und Popularität bisher noch nicht zu tatsächlichen Machtverschiebungen im deutschen Versicherungsmarkt. B2B-orientierte InsurTechs sind als Partner und Dienstleister für Versicherer insgesamt erfolgreicher, Fast-Following hat sich bei Letzteren inzwischen als Unternehmensstrategie etabliert. BigTechs und neue Plattformen bieten auch im Versicherungssegment das Potenzial, die Branche aufzuwirbeln. Versicherungsunternehmen und InsurTechs stehen gleichermaßen vor der Herausforderung, ihre Rolle innerhalb von Ökosystemen zu definieren: Etwa als zentraler Plattformanbieter, Produkt- oder Technologielieferant.

Leserinnen und Leser können die Studie [hier](#) einsehen.

Gestern: Shift zu B2B-Angeboten, Produktangebot wird breiter und komplexer

Zwei Drittel der zwischen 2010 und 2016 gestarteten InsurTechs hatten mit ihren Services einen Fokus auf den B2C-Bereich. Inzwischen sehen die Studienautoren jedoch eine klare Schwerpunktverlagerung: Lediglich 30 Prozent der ersten B2C-InsurTechs sind heute noch unverändert aktiv. Der Anteil der B2B-Anbieter hat sich währenddessen von 28 auf 55



Prozent verdoppelt. „Die ersten InsurTechs scheiterten größtenteils daran, ihre neuen Service-Angebote für Endkunden zu monetarisieren. B2B-orientierte Startups konnten sich hingegen als Vorreiter etablieren. Sie skalieren Technologien, um Prozesse in das digitale ‚Heute‘ zu heben. Hierbei treten sie als Partner und Dienstleister für etablierte Versicherer auf“, sagt Horst Kleinlein, Senior Partner bei zeb. Auch das Produktportfolio der InsurTechs wird breiter und anspruchsvoller: 40 Anbieter kommen mittlerweile auf 90 Produkte in über 20 Produktkategorien, unter anderem auch in komplexeren Segmenten, wie dem Gewerbeversicherungsbereich oder in der Kranken- und Altersvorsorge.

Heute: Fast-Following als Unternehmensstrategie etablierter Versicherer

Fakt ist: Die etablierten Versicherer holen auf, steuern mit eigenen digitalen Firmenausgründungen dagegen und investieren insbesondere in die Verbesserung der Beratung und in den Ausbau der digitalen Kundeninteraktion. Auch bei der digitalen Produktverfügbarkeit schließt sich die Lücke: Die 25 größten Versicherer bieten mittlerweile mehr als 70 Prozent der wesentlichen Kompositprodukte digital an. „Das Fast-Following hat sich als Unternehmensstrategie für Versicherer etabliert und die erste Hektik hat sich gelegt. Was heute wie eine Entwarnung für die etablierten Anbieter aussieht, kann allerdings auch als Ruhe vor dem Sturm bezeichnet werden“, ergänzt Thomas Kempf, Geschäftsführer der id-fabrik. „Nicht nur die InsurTechs, sondern auch die erfolgreichen Fast-Follower sind hier Konkurrenten“, so Kempf weiter.

Morgen: BigTechs als Partner und Konkurrenz, Plattformen sorgen für Neuordnung

Ein härterer Einstieg der BigTechs in die Versicherungsbranche sowie der Trend zur Plattformökonomie haben das deutliche Potenzial, die Branche auf- und herumzuwirbeln. Alles, was digitalisiert werden kann, wird digitalisiert. „Wer es schafft, die Komplexität aus Produkten und Endkundeninteraktion zu reduzieren, wird sich auf digitalen Kanälen durchsetzen. Was für Sparkassen und Banken gilt, trifft auch auf Versicherungen zu: Das Damokles-Schwert der BigTechs rückt immer näher“, weiß Jens Rieken, Leiter des Sparkassen Innovation Hubs. Das Bedrohungspotenzial ist indes nicht gleich hoch: Während Microsoft und Facebook eher als Partner auftreten, könnten sowohl Amazon als auch Google in Zukunft eine dominante Vermittlerrolle einnehmen.

Zudem werden Plattformen die Branchen umsortieren. Versicherer stehen deshalb vor der Aufgabe, ihre eigene Rolle innerhalb von Ökosystemen zu definieren. Sie müssen entscheiden, ob sie etwa als zentraler Plattformanbieter, Produkt- oder Technologielieferant agieren wollen. „Sollten es die etablierten Versicherer nicht schaffen, Plattformen mit hohem Kundenmehrwert und Interaktionsquoten zu entwerfen, werden sie in die Rolle reiner Produktgeber zurückgedrängt. Schnittstellenfähigkeit und branchenübergreifende Kooperationen sind existenziell“, so Rieken abschließend.

Zur Studie

Der Sparkassen Innovation Hub, Think Tank und zentrale Anlaufstelle für FinTechs innerhalb der Sparkassen-Finanzgruppe, und die Berliner id-fabrik, Ideenschmiede der öffentlichen Versicherer, entwerfen seit April 2020 gemeinsam digitale Lösungen für den Versicherungsvertrieb. Zusammen mit zeb, spezialisiert auf die Beratung europäischer Banken, Sparkassen und Versicherer, untersuchten die Autoren die Veränderungen im



Versicherungsumfeld der letzten zehn Jahre (2010-2020), mehr als 50 InsurTechs sowie die aktuelle und zukünftige Rolle der BigTechs und neuer Plattformanbieter.

Für weitere Informationen oder Fragen:

Pressekontakt

Christoph Weferling | redRobin. Strategic Public Relations
Virchowstraße 65b, In der alten Fassfabrik, 22767 Hamburg
Telefon +49 40 692 123-24
weferling@red-robin.de

Über Sparkassen Innovation Hub:

Der Sparkassen Innovation Hub ist Innovation Lab der Sparkassen-Finanzgruppe und damit der Think Tank, der sich mit Konsumenten, technischen Innovationen und digitalem Banking beschäftigt. Er ist Anfang 2017 als gemeinsame Initiative der Sparkassen, des DSGV, des DSV, der Finanz Informatik und der Star Finanz ins Leben gerufen worden. Der Hub ist ein Geschäftsbereich der Star Finanz, Deutschlands führendem Anbieter von Online- und Mobile-Banking-Lösungen. Aktuell arbeiten drei interdisziplinäre Teams in agilen Projektstrukturen zusammen. Dabei sind jeweils die folgenden Fachkompetenzen vertreten: Product Owner, Business Development, User Experience, Design sowie Frontend- und Backend-Entwickler. Insgesamt arbeiten aktuell 27 Mitarbeiter vor Ort in Hamburg.

Über id-fabrik:

Um Innovationskräfte und Synergien für die Kunden zu bündeln, wurde die id-fabrik im August 2019 gemeinsam von der Versicherungskammer, der SV Sparkassenversicherung, der Provinzial NordWest und der Provinzial Rheinland gegründet. Die id-fabrik fungiert als der Innovationsmotor für das digitale Morgen der öffentlichen Versicherer in der Betreuung der Kunden und Unterstützung der Vertriebspartner. Sie entwirft und entwickelt über Tochterunternehmen und Entwicklungspartner digitale Lösungen und bietet diese als Services den öffentlichen Versicherern und der Sparkassen-Finanzgruppe zur Nutzung an.

Über zeb

Als führende Strategie- und Managementberatung bietet zeb seit 1992 Transformationskompetenz entlang der gesamten Wertschöpfungskette im Bereich Financial Services in Europa. In Deutschland unterhalten wir Büros in Frankfurt, Berlin, Hamburg, München und Münster (Hauptsitz). Internationale Standorte befinden sich in Amsterdam, Kiew, Kopenhagen, London, Luxemburg, Mailand, Moskau, Oslo, Stockholm, Warschau, Wien und Zürich. Zu unseren Kunden zählen neben europäischen Groß- und Privatbanken auch Regionalbanken und Versicherungen sowie Finanzintermediäre aller Art. Bereits mehrfach wurde unser Unternehmen in Branchenrankings als „Bester Berater“ der Finanzbranche klassifiziert und ausgezeichnet.