

World InsurTech Report 2018: Etablierte Versicherer und InsurTechs kooperieren auf Augenhöhe

Während sich der Wettbewerb in der Versicherungsbranche verschärft, steigen die Investitionen in neue Technologien. Der Schlüssel zum Erfolg liegt im besseren Service für den Kunden, der durch die Zusammenarbeit zwischen InsurTechs und etablierten Versicherungsunternehmen erreicht werden kann.

Der InsurTech-Sektor boomt, dabei entstehen neue Formen der Zusammenarbeit zwischen den etablierten Versicherungsunternehmen und deren Herausforderern, so die erste Ausgabe des heute veröffentlichten World InsurTech Reports von Capgemini and Efma. In Deutschland schätzt die Versicherungsbranche vor allem die Fähigkeit, neue Services und Produkte in Kooperation mit InsurTechs schneller am Markt einführen zu können.

Laut der Studie sind sich die Versicherungsfachleute der gesamten Branche einig, dass InsurTechs zukünftig durch ihre schnelle und agile Arbeitsweise das Kundenerlebnis neu definieren werden, zu einer Effizienzsteigerung beitragen und neue Geschäftsmodelle entstehen lassen. Die Branche erwartet außerdem, dass sich durch BigTechs^[1] und Automobilhersteller neue Wettbewerbssituationen ergeben. Das Ganze geschieht vor dem Hintergrund eines stark wachsenden InsurTech-Sektors, in dem zwischen 2014 und 2017^[2] das Investitionsvolumen durchschnittlich um 36,5 Prozent jährlich gewachsen ist.

Einstimmiges Bild über die positiven Einflüsse von InsurTechs

Dass InsurTechs eine transformative Wirkung auf die Branche haben, stimmen mittlerweile fast alle Experten der Branche zu. Im Report wurde die Frage nach den aktuellen und potenziellen Auswirkungen von InsurTechs sowohl den Versicherungsunternehmen als auch den InsurTechs gestellt. Dabei gaben weltweit 67,1 Prozent und in Deutschland 83,3 Prozent der etablierten Versicherer an, dass InsurTechs das Kundenerlebnis neu definieren können. InsurTechs stimmen dieser Frage weltweit mit 91,7 Prozent zu, in Deutschland sogar zu 100 Prozent. Weiterhin gaben weltweit 36,7 Prozent der traditionellen Versicherungen an, dass InsurTechs neue Geschäftsmodelle einführen könnten, während in Deutschland 50 Prozent der etablierten Unternehmen dieser Meinung sind. Auch InsurTechs teilen diese Ansicht – weltweit zu 58,3 Prozent und in Deutschland zu 60 Prozent. Dass InsurTechs die Fähigkeiten der etablierten Versicherer verbessern können, gaben 35,4 Prozent der Versicherer weltweit an, in Deutschland 33,3 Prozent. Diese Einschätzung teilen die InsurTechs weltweit zu 33,3 Prozent und in Deutschland zu 20 Prozent.

Zusammenarbeit steht im Mittelpunkt

Beachtlich ist, dass weltweit fast 96 Prozent der Versicherer angaben, in irgendeiner Weise mit InsurTechs zusammenarbeiten zu wollen, wobei ein Partnerschafts- und Solution-as-a-Service (SaaS)-Ansatz weit verbreitet ist. Die überwiegende Mehrheit (77,9 Prozent) erklärte, dass "Partnerschaften zur Entwicklung einer neuen Lösung" ihr bevorzugter Ansatz sei. Eine ähnliche Mehrheit (75,8 Prozent) sagte, dass sie sich einen SaaS-Ansatz für die Zusammenarbeit mit InsurTechs wünscht. Für ein Drittel (32,6 Prozent) kommen Akquisitionen von InsurTechs in Frage.

Die etablierten Versicherer antworteten auf die Frage nach den Vorteilen der Zusammenarbeit zu 77,2 Prozent (66,7 Prozent in Deutschland), dass sie dadurch das Kundenerlebnis verbessern könnten, 59,5 Prozent sahen die schnellere Markteinführung als Plus – wobei zu diesem Punkt 100 Prozent der deutschen Versicherer zustimmten – 46,8 Prozent erhoffen sich neue digitale Fähigkeiten und 40,5 Prozent rechnen sich einen Wettbewerbsvorteil gegenüber Mitbewerbern aus (jeweils 50 Prozent Zustimmung in Deutschland). In Deutschland schätzen außerdem 66,7 Prozent der etablierten Versicherer die Fähigkeit der InsurTechs, neue Einnahmequellen zu

erkunden (weltweit 36,7 Prozent). Zu den gefragten InsurTech-Anbietern, die für kurz- bis mittelfristige Partnerschaften in Betracht kommen, gehören Datenspezialisten (identifiziert von 62 Prozent der etablierten Unternehmen), Schadendienstleister (51,9 Prozent), Front-Office-Lösungsanbieter (51,9 Prozent) und Technologiespezialisten (55,7 Prozent).



„Die sich stetig weiter entwickelnden Kundenanforderungen fördern das Wachstum von branchenübergreifenden Ökosystem-Modellen, in denen Kunden umfassende Lösungen für das tägliche Leben suchen. Da ist es klar, dass Versicherer und InsurTechs nur in der Zusammenarbeit einen Schlüssel für eine starke Positionierung sehen, um nicht nur Produkte, sondern umfassende Services bieten zu können. Agilität und Integrationsfähigkeit in digitale Ökosysteme werden kritische Erfolgsfaktoren, um mit der Dynamik des Marktes mitzuhalten. Die künftigen Branchenführer wird man daran erkennen, dass sie die richtigen Partner und eine Chemie in der Zusammenarbeit gefunden haben, um sich

nachhaltig und gleichzeitig agil in der Branche zu positionieren“, sagt Gunnar Tacke, Managing Business Analyst von Capgemini in Deutschland.

Versicherer fürchten Amazon als Hauptkonkurrenten in der Zukunft

Parallel zum Aufstieg von InsurTechs gehen die traditionellen Versicherer davon aus, dass eine neue Welle des Wettbewerbs in Kombination von Produktionsunternehmen aus der Automobilindustrie und BigTech-Firmen ausgehen wird. Unter den etablierten Versicherern identifizierten 81 Prozent Amazon als die Hauptquelle für potenziellen neuen Wettbewerb, 59,5 Prozent verwiesen auf andere BigTechs (wie Alibaba) und Produkt-Hersteller. In Deutschland sehen sogar 100 Prozent Amazon als die Hauptbedrohung an und 83,3 Prozent andere BigTechs.

"Neuer Wettbewerb erfordert, dass die etablierten Versicherer agil und innovativ sind. Die Zusammenarbeit mit dem richtigen InsurTech-Partner wird den Weg zur richtigen Position erleichtern, da die Branchenkrise anhält", sagte Vincent Bastid, Generalsekretär von Efma.

Untersuchungsmethodik

Der World InsurTech Report (WITR) 2018 deckt alle drei großen Versicherungssegmente ab: Lebens-, Sach- und Krankenversicherung. Der diesjährige Bericht stützt sich auf Forschungsergebnisse aus zwei Hauptquellen - Umfragen und Interviews mit traditionellen Versicherungs- und InsurTech-Unternehmen. Diese Primärstudie umfasst Erkenntnisse von über 140 Führungskräften aus 33 Märkten.

^{1]} BigTechs sind große, multinationale Technologieunternehmen wie Google, Amazon, Facebook, Apple, Alibaba, Tencent, etc.

^{2]} CB Insights Vierteljährliches InsurTech Briefing, Q1 2018

Pressekontakt:

Barbara Schaffrath

Telefon: +49 151 40250 448

E-Mail: barbara.schaffrath@capgemini.com

Unternehmen

Capgemini Deutschland Holding GmbH

Neues Kranzler Eck

23558 Lübeck

Internet: www.de.capgemini.com