

Getsafe knackt 300.000-Kunden-Marke und expandiert



Finanzen

© Pixabay

Der digitale Versicherer Getsafe blickt auf ein erfolgreiches Geschäftsjahr 2021 zurück. Die Kundenbasis wuchs auf über 300.000 aktive Kund:innen; parallel beantragte Getsafe im März Lizenzen für die Märkte in Frankreich, Italien und Österreich. In Großbritannien erweitert Getsafe seine Produktpalette um eine Wohngebäudeversicherung.

2021 stand im Zeichen einer großen Series-B-Finanzierung und dem Erhalt der eigenen Versicherungslizenz. Mit nun 300.000 Kund:innen und 350.000 aktiven Policen festigt das Unternehmen seine Position als führender Neoversicherer Europas. Christian Wiens, CEO und Gründer von Getsafe, sagt: "Letztes Jahr war ein Wendepunkt. Wir haben die Robustheit des Geschäftsmodells bewiesen und wachsen im In- und Ausland schneller als erwartet. 2022 werden wir diesen Wachstumspfad nochmals beschleunigen."

Auch 2021 hat Getsafe in seine Technologie investiert und neue Funktionalitäten eingeführt. So können Kund:innen seit letztem Jahr beispielsweise den Status ihrer Schadenmeldung in Echtzeit verfolgen und ihre Versicherungsdokumente in der App jederzeit anzeigen, herunterladen oder mit Mitversicherten teilen. Die Self-Service-Strategie trifft den Nerv der Zeit: Über ein Drittel der Kund:innen nutzen die Getsafe-App jeden Monat – mehr als bei jedem anderen Versicherer in Deutschland. Gleichzeitig kann Getsafe seinen Kund:innen eine hohe Leistung zu einem vergleichsweise günstigen Preis anbieten: Über 90 Prozent aller Interaktionen sind automatisiert, werden also ohne menschliches Zutun ausgeführt.

Der Neoversicherer hat sich zum Ziel gesetzt, die Anlaufstelle für alle Menschen zu sein, die eine voll-digitale Lösung für Versicherung suchen. Die ersten Jahre waren daher hauptsächlich darauf ausgerichtet, die technologische Infrastruktur zu schaffen, die dafür notwendig ist: Alle Schritte der Wertschöpfungskette – vom Angebot über den Vertragsabschluss hin zur Schadensabwicklung oder Kündigung – werden über eine Website oder mobile App in Echtzeit abgewickelt. Wiens erläutert: "Vom ersten Tag an startete unser Sachversicherer mit einem rein digitalen Schadencenter. Damit können wir Schäden weitaus schneller bearbeiten als im Markt üblich – 90 Prozent der Schäden regulieren wir in weniger als fünf Tagen."

Angespornt durch das gute Wachstum in Deutschland und Großbritannien hat Getsafe im März 2022 die Ausweitung der Geschäftstätigkeit auf die Märkte in Frankreich, Italien und Österreich bei der Bundesanstalt für Finanzaufsicht (BaFin) angemeldet. "Damit setzen wir unsere Internationalisierungsstrategie konsequent um," sagt Christian Wiens und fährt fort: "Dank unserer Plattform sind wir in der Lage, binnen weniger Monate in einen neuen Markt einzutreten." Derzeit beschäftigt Getsafe 170 Mitarbeiter:innen an seinem Hauptsitz in Heidelberg sowie zwei Niederlassungen in London und Berlin.

Auch in Großbritannien erweitert Getsafe die Produktpalette. Im April bringt das Unternehmen eine Wohngebäudeversicherung auf den Markt. In Deutschland hat Getsafe Anfang des Jahres den lange geplanten Schritt in die Lebensversicherung gewagt. Gemeinsam mit Partnern bietet das Unternehmen Produkte im Bereich der Arbeitskraftabsicherung an und will das Angebot im Laufe des Jahres um Lösungen in der Kranken- und Altersvorsorge ergänzen. "Die Nachfrage von Getsafe-Kund:innen nach Lebensversicherungen ist seit der Einführung im Januar regelrecht explodiert. Das stimmt uns zuversichtlich, auch einen starken Lebens- und Krankenversicherer in Europa aufzubauen," so Wiens.

Der Trend zu digitalen Versicherungslösungen hat sich auch 2021 durch die Pandemie verstärkt; gleichzeitig ist das Bedürfnis nach Sicherheit angesichts der geopolitischen Lage und der damit verbundenen aktuellen wirtschaftlichen und sozialen Unwägbarkeiten für viele Menschen relevanter denn je. Bei der Generation der Millennials kommt eine Besonderheit hinzu: Sie haben erkannt, dass sie selbst finanziell vorsorgen und sich nicht nur auf eine staatliche Absicherung verlassen können. Gleichzeitig haben Finanzkrise und Skandale wie die Wirecard-Affäre das Vertrauen dieser Menschen in Banken und traditionelle Versicherer beschädigt.

Christian Wiens erläutert: "Digital-affine Zielgruppen sind es gewohnt, alles per Smartphone zu erledigen, das schließt auch alle Finanz- und Vorsorgethemen ein. Neobroker setzen auf mobile, transparente Lösungen für das Thema Altersvorsorge; Neobanken ermöglichen eine mobile Abwicklung von Bankgeschäften; und Neoversicherer richten sich an Menschen, die auch Versicherungen und Vorsorgeprodukte per Smartphone abschließen und verwalten wollen. Gemeinsam sind Neobanken, Neobroker und Neoversicherer angetreten, damit die Generationen Y und Z nicht durchs Raster fallen."