

••• Von Reinhard Krémer

„If you can't down it – crown it“, sagen die Amerikaner. Auf Deutsch ungefähr: „Wenn Du's nicht besiegen kannst – mach es zum König.“ Nun, so weit gehen die Versicherer im Umgang mit den InsurTech-Unternehmen nicht. Aber sie haben die Zeichen der Zeit erkannt und stellen die Weichen auf Zukunft.

”

*Die Zusammenarbeit mit dem richtigen InsurTech-Partner wird den Weg zur richtigen Position erleichtern, da die Branchenkrise anhält.*

Vincent Bastid  
Efma

“

Denn laut dem World InsurTech Report von Capgemini and Efma 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.

**Bedrohung erkannt ...**

Hintergrund: Der InsurTech-Sektor ist stark gewachsen; zwischen 2014 und 2017 hat das Investitionsvolumen durchschnittlich um 36,5% jährlich zugelegt. Und so gaben fast 96% der Versicherer an, in ir-

gendeiner Weise mit InsurTechs zusammenarbeiten zu wollen, wobei ein Partnerschafts- und Solution-as-a-Service (SaaS)-Ansatz weit verbreitet ist.

**... Partnerschaft erwünscht**

Die überwiegende Mehrheit (77,9%) meinte, dass „Partnerschaften zur Entwicklung einer neuen Lösung“ ihr bevorzugter Ansatz seien. Eine ähnliche Mehrheit (75,8%) sagte, dass sie einen SaaS-Ansatz für die Zusammenarbeit mit InsurTechs wünscht. Für ein Drittel (32,6%) kommen Akquisitionen von InsurTechs infrage. Dass InsurTechs eine transformative Wirkung auf die Branche haben, dem stimmen mittlerweile fast alle Versicherungsexperten zu.

**Kundenerlebnis neu**

Auf die Frage nach den aktuellen und potenziellen Auswirkungen von InsurTechs gaben 67,1% der etablierten Versicherer an, dass sie das Kundenerlebnis neu definieren können (91,7% der InsurTechs stimmten zu). Außerdem gaben 36,7% an, dass sie neue Geschäftsmodelle einführen könnten, und 35,4% meinten, dass InsurTechs die Fähigkeiten der etablierten Versicherer verbessern würden. Aus Sicht der InsurTechs ergibt sich ein ähnliches Bild; hier stimmten 58,3% bzw. 33,3% den obigen Antworten zu.

## InsurTech Report

**Methodik**

Der World InsurTech Report 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 Versicherungsunternehmen und InsurTech-Unternehmen. Diese Primärstudie umfasst Erkenntnisse von über 140 Führungskräften aus 33 Märkten.



**Studie** Wolfgang Barvir, Head of Financial Services bei Capgemini in Österreich.

**Kooperation macht flink**

Auf die Frage nach den Vorteilen der Zusammenarbeit antworteten 77,2% der Versicherer, dass sie dadurch das Kundenerlebnis verbessern könnten, 59,5% sahen die schnellere Markteinführung als Plus, 46,8% erhoffen sich neue digitale Fähigkeiten, und 40,5% rechnen sich einen Wettbewerbsvorteil gegenüber Mitbewerbern aus.

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

**Schlüssel zum Erfolg**

„Es ist klar, dass Versicherer und Versicherungstechniker die Zusammenarbeit als Schlüssel zum Erfolg im sich entwickelnden Branchen-Ökosystem betrachten, wobei das Herzstück die neuartige Kundenerfahrung ist. Die richtige Chemie zwischen den Mitarbeitern zu finden, um

eine nachhaltige, agile Position in der Branche zu schaffen, ist der Schlüssel zur Bestimmung, wer zukünftige Branchenführer sein wird“, sagt Wolfgang Barvir, Head of Financial Services bei Capgemini in Österreich.

**Zukünftige Konkurrenz**

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% Amazon als die Hauptquelle für potenziellen neuen Wettbewerb, 59,5% verwiesen auf andere BigTechs (wie Alibaba) und Produkt-Hersteller.

„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.