

# Die InsurTech Landschaft in Deutschland

Systematischer Überblick & Trendanalyse  
*Erkenntnisse aus der Capgemini Invent InsurTech Datenbank*

*Dezember 2018*

# CAPGEMINI INVENT & INSURTECHS

---

InsurTechs sind heute fester Bestandteil der Versicherungsbranche. Anfängliche Berührungsängste und Disruptionsszenarien sind überstanden und die Potentiale der neuen Player erkannt. Erste Gehversuche der Versicherer in der Zusammenarbeit mit den innovativen Neulingen sind erfolgreich abgeschlossen und zum Teil eigene Pendanten bereits gegründet.

InsurTechs stehen für Innovation, Agilität und Kundenzentriertheit. Sie sind wichtig, um Innovationen in den Markt, aber auch in Versicherer und in ihre Ökosysteme zu tragen. Mit unserer Analyse der InsurTech Landschaft in Deutschland haben wir an bestehende Branchenreports angeknüpft – wie etwa den World InsurTech Report 2018 von Capgemini – und mit besonderem Fokus auf Kooperationspotentiale die hiesigen InsurTechs unter die Lupe genommen.

Der vorliegende Report ist ein erster Auszug der Erkenntnisse einer umfassenden Recherchearbeit: Die Beobachtung und Analyse der InsurTech Szene bildet für uns die Basis unseres Engagements in diesem Bereich. Um die InsurTech Szene in ihrer ganzen Breite und Vielfalt begreifbar zu machen – damit wir unseren Kunden fundierte und zielgerichtete Beratung gewährleisten können.

Viel Spaß beim Lesen!



A handwritten signature in blue ink that reads "T. Hillar". The signature is fluid and cursive.

**Thomas Hillar**

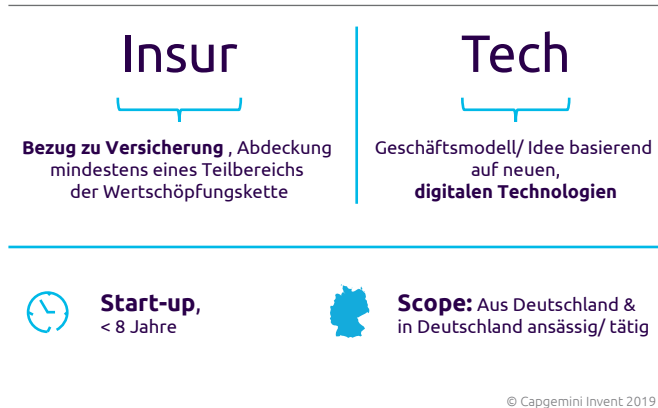
*Principal*

Head of Insurance DACH



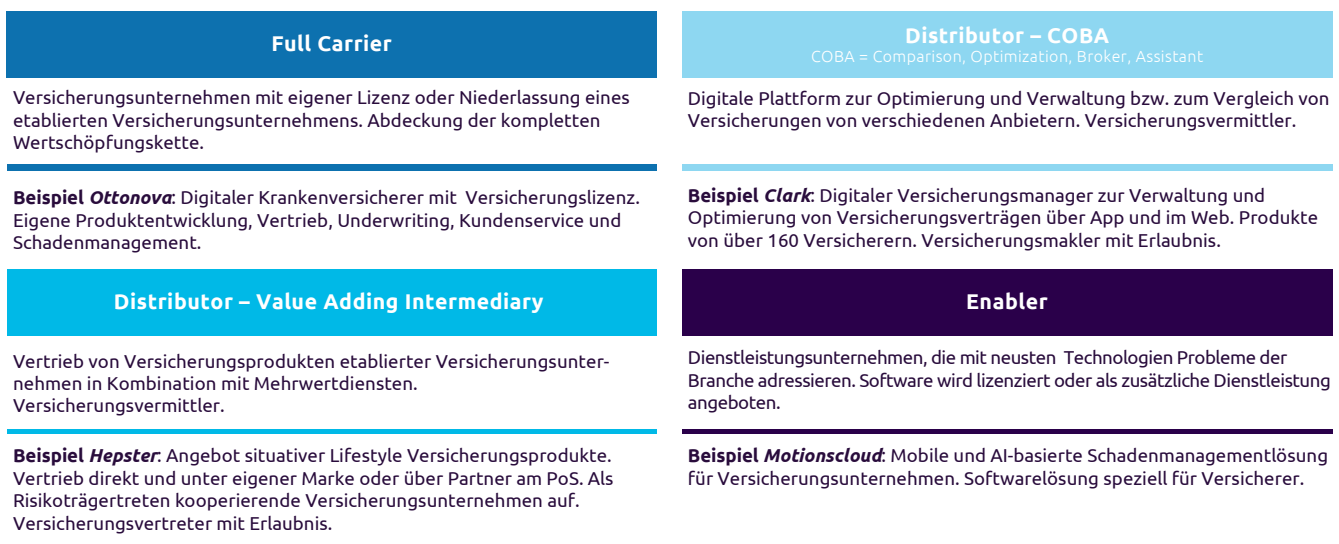
# VORGEHEN & KLASSIFIZIERUNG

Abb. 1: **Unsere InsurTech Definition**



Die vorliegenden Erkenntnisse sind ein erster Analyseauszug unserer Capgemini Invent InsurTech Datenbank, die seit Frühjahr 2018 von uns geführt wird. Die erhobenen Daten werden systematisch kategorisiert und ausgewertet. Durch regelmäßige Updates der Daten können ständig aktualisierte Auswertungen vorgenommen sowie zukünftig auch zeitliche Entwicklungen abgebildet werden.

Abb. 2: **Geschäftsmodelle – Typisierung**



© Capgemini Invent 2019

Abb. 3: **Positionierung zu Versicherern – Typisierung**



Quellen: Capgemini Invent InsurTech Datenbank, Capgemini World InsurTech Report 2018

© Capgemini Invent 2019

1| COBA = Comparison, Optimization, Broker, Assistant





**Momentaufnahme der Deutschen  
InsurTech Landschaft**

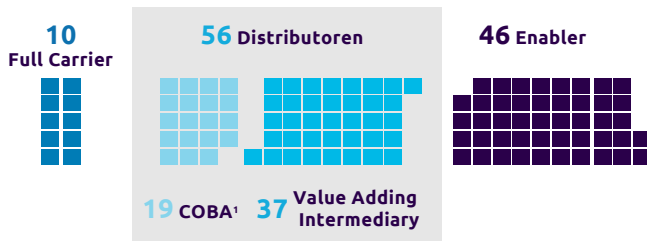
---

# **InsurTechs in Deutschland: Junges, dynamisches Umfeld**

# VORWIEGEND JUNGE INSURTECHS

Die große Mehrheit der heute aktiven InsurTechs wurde in den letzten 4 Jahren gegründet

Abb. 4: InsurTech Typen & Häufigkeiten



Quelle: Capgemini Invent InsurTech Datenbank

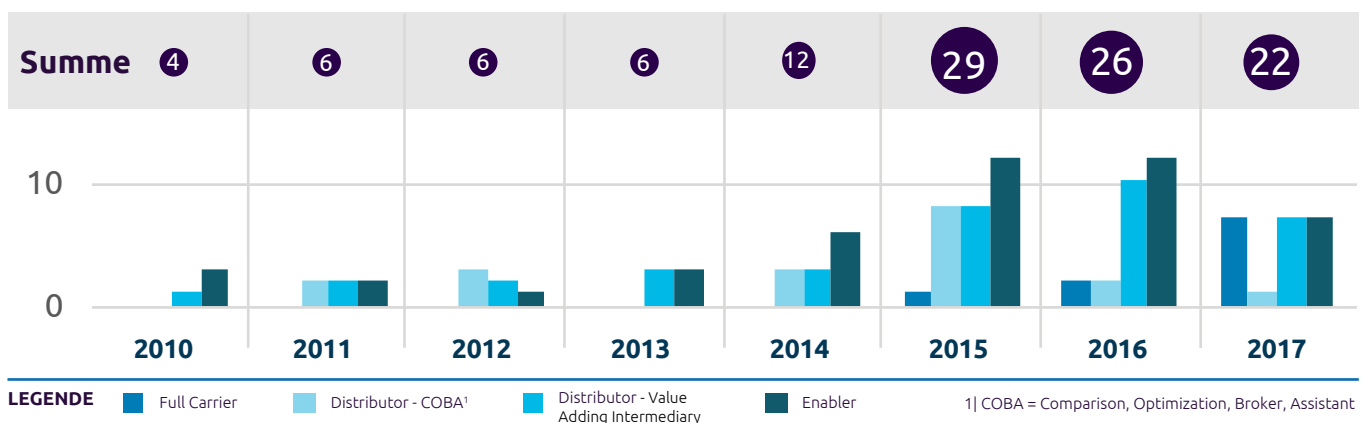
© Capgemini Invent 2019

Insgesamt sind 112 InsurTechs in Deutschland aktiv. Die größte Gruppe machen die Distributoren aus (56 InsurTechs in zwei Kategorien) gefolgt von den Enablern (46) und den Full Carriern (10) (Abb. 4).

**Das relativ junge Alter der InsurTechs in Deutschland unterstreicht die aktuelle Dynamik in der deutschen Szene** (Abb. 5): Knapp 70% der heute aktiven Unternehmen wurden in den letzten 4 Jahren gegründet. Insbesondere das Jahr 2015 bedeutete einen Schub für die heutige InsurTech Landschaft in Deutschland – bekannte Player wie *Clark*, *Haftpflichthelden*, *gonetto* und *Rasa* hatten hier ihre Geburtsstunde.

Mehr als die Hälfte der derzeit aktiven InsurTechs befindet sich in den Anfangsstadien ihrer Entwicklung (Abb. 6). **Nur äußerst wenige dieser neuen Player haben es geschafft, sich in der deutschen Versicherungslandschaft nachhaltig zu etablieren:** Unsere Untersuchung ergab nur bei 5 InsurTechs eine Einordnung in der Reifephase, darunter bekanntere Player wie *Schutzklick* und *sum.cumo*.

Abb. 5: Anzahl der InsurTechs nach Gründungsjahr & Typ

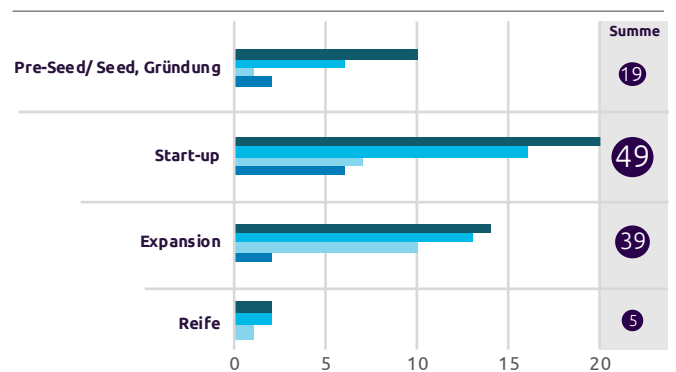


Quelle: Capgemini Invent InsurTech Datenbank

© Capgemini Invent 2019

**Trotz des überwiegend jungen Alters haben die meisten Full Carrier die Gründungsphase bereits verlassen.** Diese Vollversicherer werden zwar besonders in der Startphase durch die Lizenzierung mit großen Hürden konfrontiert, verfügen danach aber über ein großes Momentum: Die Investoren erwarten nach der umfassenden Ausstattung mit Kapital schnelle Umsetzungen und erste Erfolge.

Abb. 6: Anzahl der InsurTechs nach Lebenszyklusphase & Typ



Quelle: Capgemini Invent InsurTech Datenbank

© Capgemini Invent 2019

**Insgesamt zeigt sich, dass der große Gründungshype vorerst vorbei ist.** Insbesondere das Abebben der Goldgräberstimmung rund um die Digitalisierung des Versicherungsvertriebs führt zu einer Beruhigung in der Szene. Gleichzeitig wird der Druck auf die etablierten Versicherer weiter steigen: Denn die vorhandenen InsurTechs reifen ihr Angebot kontinuierlich aus und beschleunigen das Innovationstempo in der Branche – ob als direkte Konkurrenz oder durch Innovationskooperationen mit Versicherern.



# FRÜHE INVESTITIONEN WEIT VERBREITET

Der Großteil der InsurTechs ist mit externem Kapital ausgestattet, auch schon in den Anfangsphasen

**67% aller InsurTechs konnten externe Kapitalgeber für sich gewinnen.** Am höchsten ist der Anteil bei den Full Carriern (Abb. 7) – auch bedingt durch die Kapitalanforderungen der BaFin für Vollversicherer.

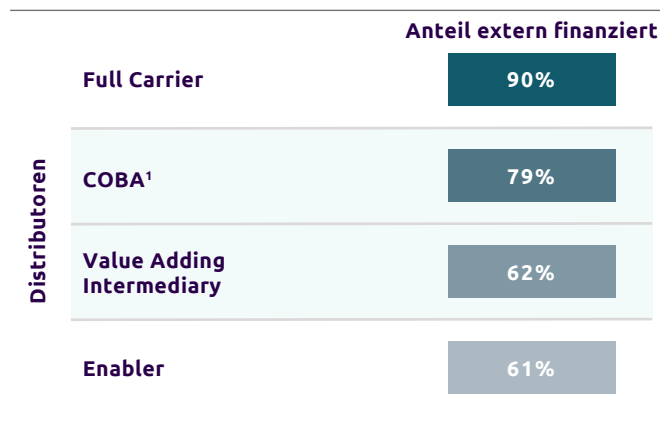
**Die COBA<sup>1</sup>-Distributoren sind überdurchschnittlich oft mit externem Kapital ausgestattet – aus gutem Grund:** Der Markt, in dem diese InsurTech operieren hat starke „Winner-Takes-All“ Merkmale, was zu hohen Werbeausgaben führt, um schnell eine kritische Nutzermasse zu erreichen.

**Enabler weisen die geringste Finanzierungsdichte auf,** befinden sich aber auch generell vermehrt in den früheren Phasen des Lebenszyklus.

**Auch in frühen Entwicklungsstadien verfügen schon mehr als die Hälfte der Start-ups über externes Kapital** (Abb. 8). Mit zunehmender Reife nimmt auch die Finanzierungsdichte weiter zu. Die der Reifephase zugeordneten InsurTechs wurden ausnahmslos durch externes Kapital mitfinanziert.

Eine Finanzierung mit externem Kapital vor Markteintritt ist weit verbreitet: 57% der InsurTechs, die ihren Launch noch vor sich haben, konnten schon erste Investoren für sich gewinnen (Abb. 9). **Im deutschen Versicherungsmarkt wird also auch schon in Ideen investiert.** Ein gutes Beispiel für die Investitions- und Kooperationsbereitschaft ist *Emil*<sup>2</sup>, dessen branchenfremde Gründer eine Vielzahl an Investoren

Abb. 7: Finanzierung der InsurTech Typen



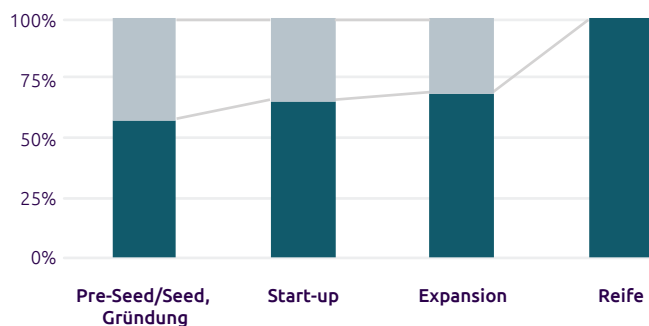
© Capgemini Invent 2019

von ihrer Idee überzeugten: Etwa 30 Geldgeber haben den Gründern insgesamt €1,5 Mio. für ihr Vorhaben im Bereich Telematik/ Kfz-Versicherung gegeben. Mit der Gothaer konnte *Emil* schon von Tag eins auf einen etablierten Versicherer als Kooperationspartner setzen.

## Versicherer agieren hier in einem schwierigen Umfeld.

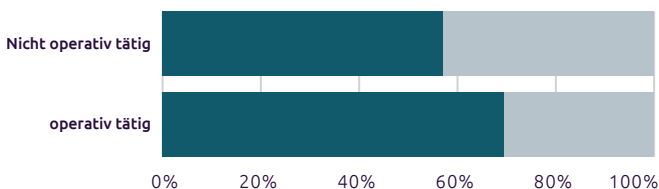
Gute Investitionsmöglichkeiten ergeben sich vor allem in frühen Phasen, in denen ein Investment die Gründer entscheidend an das eigene Haus binden kann. Die erheblichen Risiken und fehlende Investment-Erfahrung in den Versicherungsunternehmen führen aber dazu, dass Versicherer meist eher Nebendarsteller bei den Investitionsrunden sind.

Abb. 8: Extern finanzierte InsurTechs nach Lebenszyklusphasen



LEGENDE ■ Extern finanziert ■ Nicht extern finanziert

Abb. 9: Finanzierung in Abhängigkeit von der operativen Tätigkeit



© Capgemini Invent 2019

1] COBA = Comparison, Optimization, Broker, Assistant

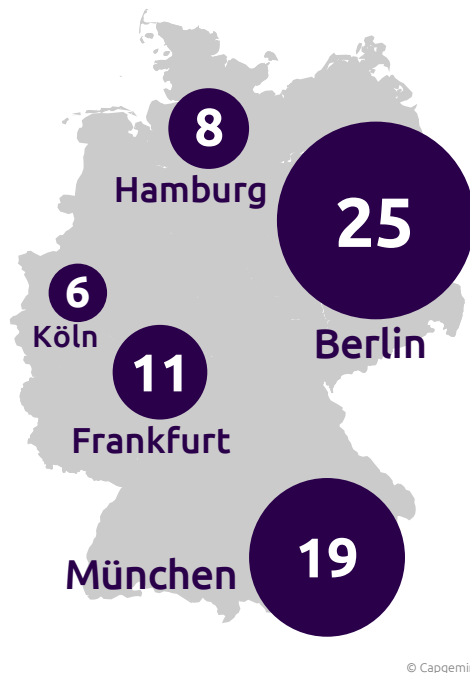
2] 2018 gegründet – in der Datenbank, aber nicht in Auswertungen eingeflossen



# INSURTECH HOCHBURGEN BERLIN & MÜNCHEN

InsurTech Hochburgen spiegeln aktuell noch nicht die Standorte von Hubs, Acceleratoren und Labs für InsurTechs wieder

Abb. 10: Verteilung der InsurTechs



© Capgemini Invent 2019

## Berlin und München sind Deutschlands InsurTech Hauptstädte.

Mit 25 bzw. 19 Start-ups behaupten sich die zwei Städte an Spree und Isar klar gegen die anderen Mitstreiter in Deutschland (Abb. 10). Dabei können beide Hochburgen eine besonders breite Aufstellung vorweisen: Von Full Carriern über Distributoren bis zu den Enablern verfügen sie über InsurTechs aller Typen (Abb. 11).

## Enabler haben München besonders häufig als Sitz gewählt.

Start-ups wie *picure*, *personiq* und *mobilverichert* wollen hier Innovation in die Versicherer und Makler tragen. Dabei bietet München als wichtigster Versicherungsstandort Deutschlands eine hilfreiche Nähe zu den großen Versicherungsunternehmen der Republik. Doch auch Vermittler wie *treefin* (kürzlich von der W&W akquiriert) und *Finanzchef24* setzen auf die bayerische Landeshauptstadt.

**Ein Großteil der kompetitiven Insur-Techs greift die etablierten Versicherer von Berlin aus an.** Gerade für Full Carrier bietet Berlin einen großen Schatz an Digitalexperten um Produkte, Services und Prozesse von Grund auf digital zu denken sowie eine hilfreiche Nähe zu Risikokapitalgebern. Aber auch Enabler wie *Flexperto* und *Smart InsurTech* oder Distributoren wie *Schutzklick* oder *Perseus* tragen zur lebendigen InsurTech Szene in Berlin bei.

**Mit Hubs und Inkubatoren versuchen gleich mehrere Städte sich für InsurTechs attraktiv zu machen.** Die Vorteile liegen auf der Hand: Erfolgreiche FinTechs wie N26 mit schon jetzt über 500 Mitarbeitern zeigen, dass Start-ups die sich durchsetzen auch ein wirtschaftlicher Faktor werden können. Aber auch Start-ups, die es nicht geschafft haben, hinterlassen in der Stadt gebildete, dynamische und oftmals junge Menschen. Ob die neu gegründeten Hubs in München und Köln jedoch zu einer spürbaren Verlagerung der Standortschwerpunkte führen werden, muss sich erst noch zeigen. Interessant ist, dass sich in Köln bisher vergleichsweise wenige InsurTechs niedergelassen haben – trotz Hauptsitz vieler großer Versicherungskonzerne und Standort des InsurLabs.

Abb. 11: Standort-Heatmap

	Full Carrier	Distributoren		
		COBA <sup>1</sup>	Value Adding Intermediary	Enabler
Berlin	4	2	12	7
München	1	4	4	10
Frankfurt		4	4	3
Hamburg		1	2	5
Köln		2	1	3

LEGENDE 12 Anzahl der InsurTechs je Stadt und Kategorie

1| COBA = Comparison, Optimization, Broker, Assistant

Quelle: Capgemini Invent InsurTech Datenbank

© Capgemini Invent 2019





**Viele Geschäftsführer sind  
Versicherungskenner**

---

**Knapp 60% verfügen über  
Erfahrung & Expertise in der  
Versicherungsbranche**

# VERSICHERUNGSERFAHRUNG WEIT VERBREITET

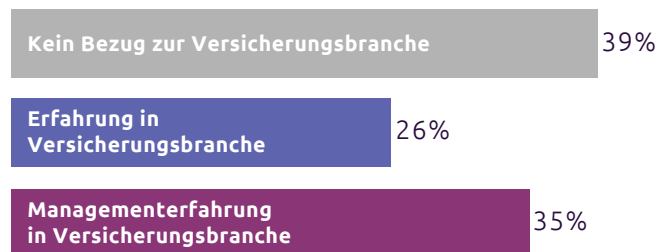
Die Mehrheit der InsurTechs hat Geschäftsführer mit Branchenhintergrund

**In den Führungsebenen der InsurTechs sammelt sich viel Versicherungs-Know-how.** Dies kann in mehrfacher Hinsicht von Vorteil sein: Zunächst bringt Versicherungserfahrung Kenntnisse zu Besonderheiten der Branche und hilft, Produkte und Services präzise auf Probleme und Ineffizienzen zuzuschneiden. Des Weiteren sprechen die Versicherungs-Alumni die „Sprache“ der Branche, verfügen oftmals über ein ausgeprägtes Netzwerk und verstehen intuitiv die Funktionsweise deutscher Versicherer – entscheidende Vorteile in Hinblick auf eine Zusammenarbeit mit etablierten Branchenplayern.

**Insgesamt waren bei 61% der InsurTechs Geschäftsführer vor ihrer Start-up Zeit in der Versicherungsbranche tätig.** Bei 36% aller InsurTechs verfügen die Geschäftsleitungen über mindestens ein Mitglied mit Managementenerfahrung in der Branche. Dr. Claudia Lang, Gründerin von *Community Life*, und ehemalige Vorständin mehrerer internationaler Versicherungsunternehmen ist hier nur ein Beispiel für die oftmals einschlägig geprägten Lebensläufe der InsuTech-Gründer.

Die komplexen und versicherungstechnisch aufwändigen Full Carrier verfügen ausnahmslos über Geschäftsführungen mit

Abb. 12: Branchenhintergrund in Geschäftsführung<sup>2</sup>

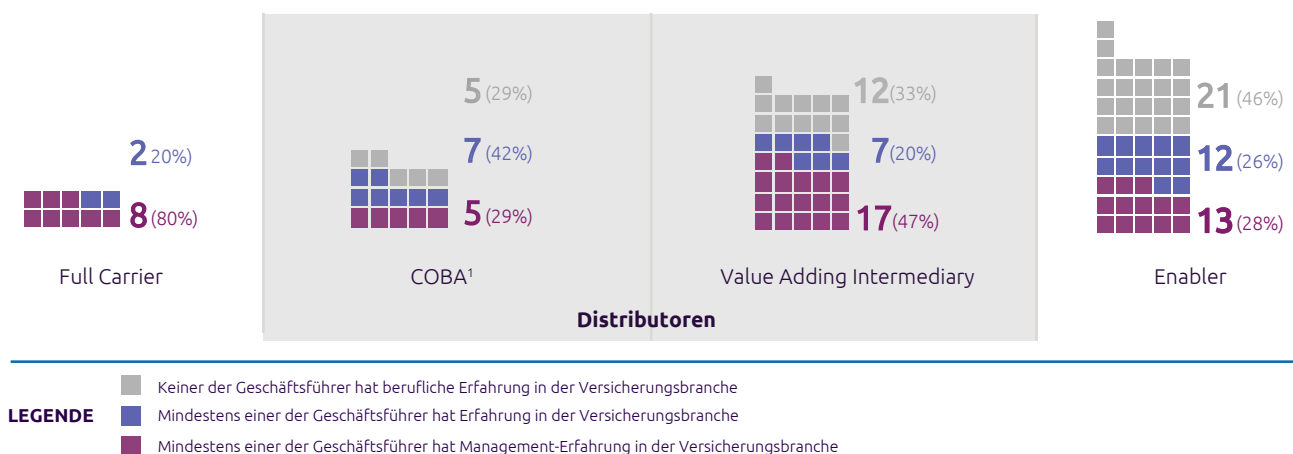


© Capgemini Invent 2019

Versicherungserfahrung. Thomas Münkel, Vorstandsvorsitzender von Neuling *Coya*, ist mit seiner Management-Vita mit Stationen bei UNIQA und Allianz keine Rarität. Hier schlagen auch der vergleichsweise hohe Anteil an Versicherungsausgründungen sowie regulatorische Vorgaben der BaFin zu Buche.

**Die Enabler zeigen erwartungsgemäß die geringste Nähe zur Versicherungsbranche:** Die Geschäftsführer sind öfter branchenfremd. Trotzdem haben auch in dieser Kategorie knapp über 50% der Gründungen eine Form von Versicherungsexpertise in der Geschäftsführung.

Abb. 13: InsurTechs je Typ & Branchenhintergrund<sup>2</sup>



1| COBA = Comparison, Optimization, Broker, Assistant  
2| Geschäftsführer von 3 InsurTechs konnten nicht eindeutig zugeordnet werden

Quelle: Capgemini Invent InsurTech Datenbank

© Capgemini Invent 2019



# BRANCHENHINTERGRUND IST KOOPERATIONSTREIBER

Trotz kooperativer Geschäftsmodelle fällt es Branchenneulingen schwerer Versicherer für eine Zusammenarbeit zu gewinnen

**Schon heute arbeitet die Mehrheit der InsurTechs mit Versicherungsunternehmen zusammen.** Dabei zeigen sich jedoch deutliche Unterschiede je nach Versicherungshintergrund der Geschäftsführer (Abb. 14). InsurTechs mit Versicherungserfahrung in der Führungsebene konnten wesentlich häufiger eine Zusammenarbeit mit Versicherern eingehen. Christian Range, ehemaliger AXA-Hauptgeschäftsführer in Rostock und Mitgründer von *Hepster*, konnte beispielsweise bekannte Größen der Branche als Risikoträger und Partner für sein InsurTech gewinnen.

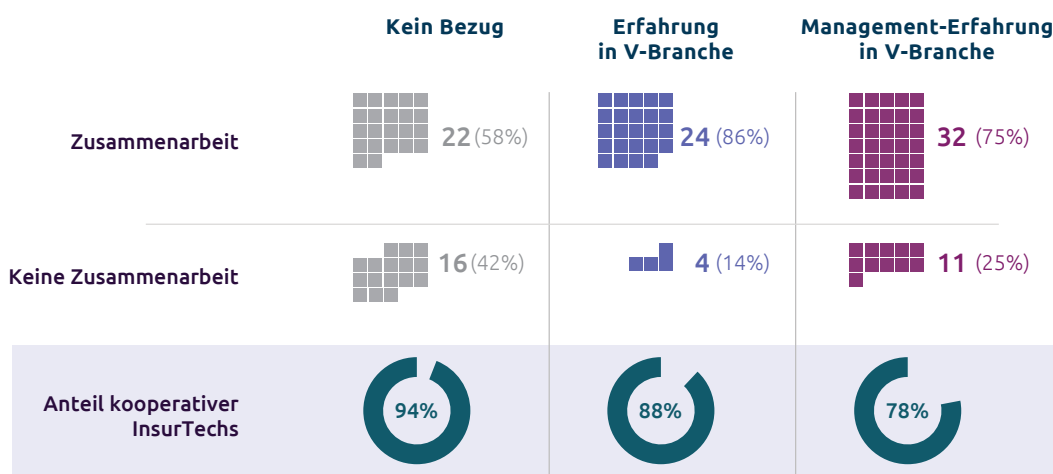
**Doch auch bei Gründern ohne einschlägige Versicherungserfahrung arbeitet schon heute eine Vielzahl mit Versicherern zusammen.** Branchenneuling und Geschäftsführer von *ThinxNet* Johannes Martens konnte beispielsweise den HDI für eine Zusammenarbeit gewinnen. Der Anteil dieser Konstellation fällt jedoch spürbar kleiner aus.

Dies ist vor allem in Hinblick auf die Kompatibilität dieser InsuTechs interessant: **Gerade bei den von Versicherungs-**

**neulingen geführten InsurTechs ist die Eignung für eine Zusammenarbeit mit Versicherern besonders hoch** (Abb. 14). Etwa 90% dieser InsurTechs verfolgen ein Geschäftsmodell, das auf eine Kollaboration mit Versicherern ausgelegt ist. Die von ehemaligen Versicherungsmanagern geführten InsurTechs sind dagegen zu einem geringeren Anteil kollaborativ, konnten aber dennoch mehr Kooperationspotential erschließen.

**Für Versicherer und InsurTechs ergibt sich so gleichermaßen ein großes Potential.** Es lohnt sich, existierende, kulturelle Barrieren zu durchbrechen und Kooperationen mit versicherungsfremden InsurTech-Gründern zu sondieren. Auch ein Blick auf Start-ups ohne Versicherungsfokus scheint vielversprechend: Insbesondere bei Technologie-Themen sind viele Ansätze branchenagnostisch und lassen sich in einen Versicherungskontext übersetzen. Bei der Zusammenarbeit ist elementar, dass beide Parteien lernen, eine gemeinsame Sprache zu sprechen.

Abb. 14: Zusammenarbeit mit Versicherern & Branchenhintergrund in Geschäftsführung



- LEGENDE**
- Keiner der Geschäftsführer hat berufliche Erfahrung in der Versicherungsbranche
  - Mindestens einer der Geschäftsführer hat Erfahrung in der Versicherungsbranche
  - Mindestens einer der Geschäftsführer hat Management-Erfahrung in der Versicherungsbranche



A photograph of a man and a woman working together at a wooden desk. The man, on the left, has a beard and glasses and is wearing a suit. The woman, on the right, has curly hair and is wearing a light-colored top. They are both looking at a laptop on the desk. The background is a window with a view of greenery. A semi-transparent purple overlay covers the middle of the image, containing white text.

Kooperation ist das Ziel

---

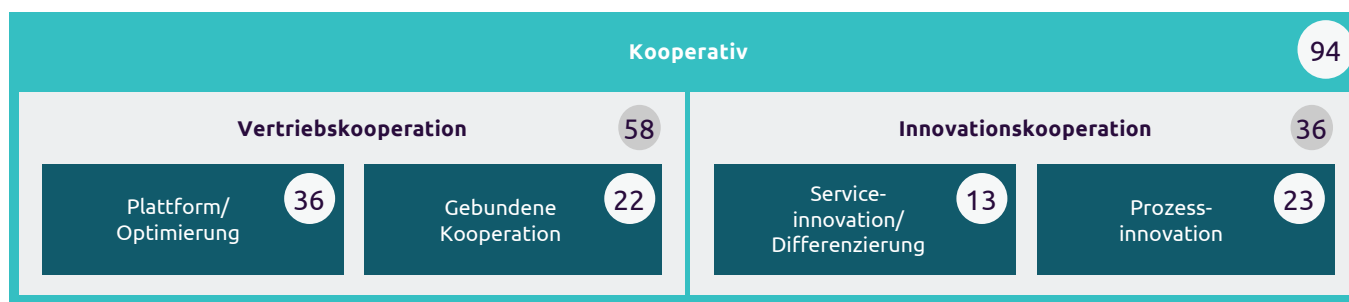
Das Geschäftsmodell von 83% der InsurTechs ist kompatibel mit dem der Versicherer



# 4 VON 5 INSURTECHS SIND POTENTIELLE PARTNER

Versicherer können vom Großteil der InsurTechs profitieren

Abb. 15: Positionierung Kooperativer InsurTechs zu Versicherern



© Capgemini Invent 2019

**Die große Mehrheit der InsurTechs setzen bei ihrem Geschäftsmodell auf eine Zusammenarbeit mit Versicherungsunternehmen.** Mehr als 80% der erfassten InsurTechs in Deutschland stellen sich komplementär zur Versicherungsbranche auf (Abb. 15).

**Diese kooperativen InsurTechs knüpfen an die Wertschöpfungskette der Versicherer an** – als Absatzkanal oder als Zulieferer von innovativen Technologien (weitere Details auf Seite 14).

**Lediglich 12% der InsurTechs bieten mit ihrem jetzigen Geschäftsmodell für Versicherer wenig Potential für eine Zusammenarbeit.** Zwei in mehrfacher Hinsicht sehr unterschiedliche Positionierungen kristallisieren sich hier heraus: die direkten Wettbewerber (Full Carrier) und die Schadenhelfer (Abb. 16).

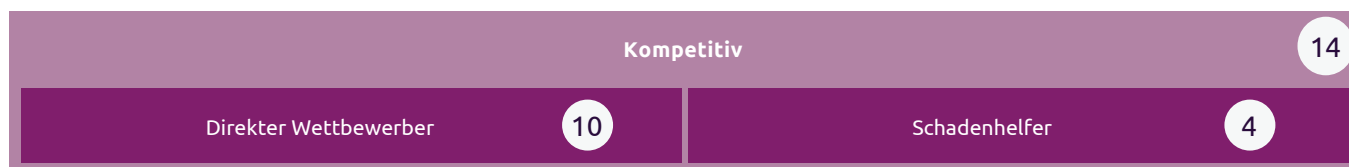
**Die Full Carrier sind direkte Wettbewerber in der Branche.** Als digitale Versicherer decken sie die gesamte Wertschöpfungskette ab. InsurTechs wie *Neodigital*, *Coya* oder *ONE* gehen mit einer guten Ressourcenausstattung und

voll digitalisiertem Geschäftsmodell an den Start. Insbesondere jungen Kunden bieten sie damit Alternativen zu traditionellen Versicherern.

**Die Schadenhelfer agieren als Interessensvertreter der Versicherten** und unterstützen bei der Vertretung ihrer Ansprüche gegenüber Versicherern. InsurTechs wie *Faire Regulierung* und *Schadenhelfer* profitieren anteilig an der Entschädigungssumme, durch die Vermittlung von Dienstleistungen oder aber gewinnen durch die Unterstützung neue Maklermandate. Bisher sind diese InsurTechs jedoch vergleichsweise wenig in Erscheinung getreten.

**Eine allzu starre Kategorisierung wird dem dynamischen Umfeld der InsurTechs nicht gerecht:** So kooperiert der Full Carrier *Element* mit der Signal Iduna, um BVB-Fans Versicherungsprodukte anzubieten. *Element* greift hierbei auf den Partner und Investor aus der Versicherungsbranche zurück um Risiken zu decken und die eigene Produktpalette zu erweitern.

Abb. 16: Positionierung Kompetitiver InsurTechs zu Versicherern



**LEGENDE** 14 Anzahl der zugeordneten InsurTechs

Quelle: Capgemini Invent InsurTech Datenbank

© Capgemini Invent 2019



# KOOPERATIONEN BIETEN ZWEI WESENTLICHE VORTEILE

Absatz- und Innovationsgewinne sind für Versicherer Haupttreiber für eine Zusammenarbeit

## INFOBOX VERTRIEBSKOOPERATION

**Bei der Vertriebskooperation steuern InsurTechs neue Absatzkanäle und -tools bei** (Abb. 17). Im Mittelpunkt stehen digitale Medien und Technologien die gepaart mit einem kundenzentrierten Ansatz Versicherer neue Vertriebswege eröffnen.

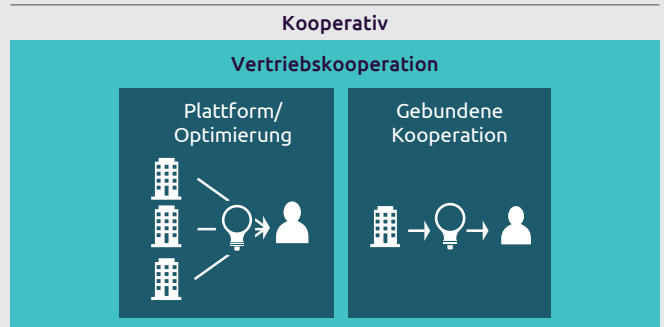
**Die einfachste Form der Zusammenarbeit bieten hierbei InsurTechs, die eine Plattform aufbauen und dort Vergleichs- und Verwaltungsmöglichkeiten für den Endkunden bieten.** Eine Vielzahl unterschiedlicher Produkte verschiedenster Versicherer werden hier gebündelt. *Clark* und *ted* bieten beispielsweise Plattformen an, die als eine Art Transparenz- und Usability- Layer auf die Produkte von über 150 Versicherern aufsetzen.

**Die gebundene Kooperation ist eine engere Form der Zusammenarbeit, bei der das InsurTech existierende oder neue Produkte mit einem Versicherungspartner vertreibt.** Die InsurTechs steuern der Kooperation ihre eigene Marke, neue Produktkonzepte oder eine Fokussierung auf bestimmte Zielgruppen bei. Die Versicherer übernehmen das Underwriting und oftmals die Schadenabwicklung, treten sonst kaum in Erscheinung. Das

InsurTech *Hepster* arbeitet zum Beispiel mit der Gothaer, Roland Schutzbrief und ERV zusammen, die für die Produkte im Lifestyle-Segment als Risikoträger fungieren.

**In den allermeisten Fällen bedeutet eine Vertriebskooperation die Aufgabe der Kundenschnittstelle,** zumindest am Point of Sale. Daher wird zukünftig für Versicherer entscheidend sein, auf welche (Kunden-) Daten zurückgegriffen werden kann und welche Up- und Cross-Selling Möglichkeiten über die Vertriebskooperation realisierbar sind.

Abb. 17: Vertriebskooperation



© Capgemini Invent 2019

## INFOBOX INNOVATIONSKOOPERATION

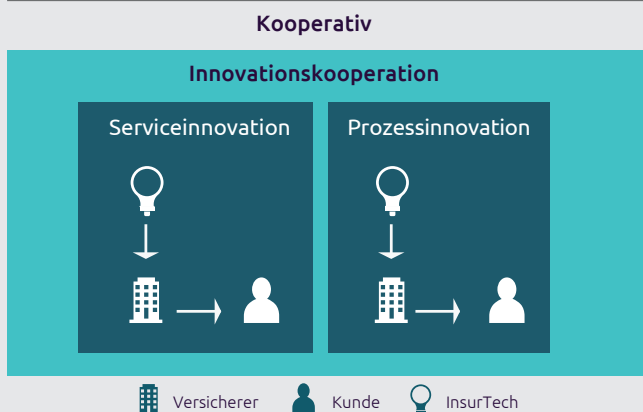
**Bei der Innovationskooperation tragen InsurTechs neuartige Technologien oder Services in die Versicherer.** Die Zusammenarbeit ist durch eine höhere Intensität gekennzeichnet. Dabei besetzt der Versicherer weiter die Kundenschnittstelle und nutzt die Dienstleistungen der InsurTechs um Prozesse zu optimieren oder sein Service-Portfolio zu erweitern.

**Auf Serviceinnovationen fokussierte InsurTechs bieten White-Label Lösungen an, mit denen der Versicherer sich im Wettbewerb profilieren kann.** So können mit Hilfe der Services von *DOCYET* zum Beispiel Sprachbarrieren bei der medizinischen Versorgung im Ausland abgebaut und die Effizienz der Gesundheitsleistungen erhöht werden.

**Die Prozessinnovatoren adressieren existierende Prozesse im Versicherungsunternehmen.** Mit neuartigen Technologien helfen InsurTechs Versicherern, ihrer Prozesse effizienter und datenzentrierter zu gestalten. Dabei ist meist eine intensive und langfristige Zusammenarbeit mit Versicherern notwendig. Ein bekannteres Beispiel dieser Art der Innovationskooperation ist *Nect*. Das InsurTech bietet eine Algestützte Authentifizierung und startet mit der R+V als ersten Kooperationspartner in den Markt.

**Für Versicherer bieten Innovationskooperationen einen entscheidenden Hebel im Wettbewerb mit etablierten und neuen Konkurrenten.** Über Erfolg oder Misserfolg dieser Kooperationen entscheidet letztlich die interne Aufstellung der Versicherer: Schnittstellen, egal ob system- oder organisationsseitig müssen konsequent ausgebaut werden, damit die Zusammenarbeit mit externen Partnern zur Routine wird.

Abb. 18: Innovationskooperation



Quelle: Capgemini Invent InsurTech Datenbank

© Capgemini Invent 2019



# KOMPETITIVE INSURTECHS VERGLEICHSWEISE JUNG

Direkte Wettbewerber wurden vermehrt in den letzten Jahren gegründet

**Die neuen Wettbewerber sind sehr jung und drängen erst seit kurzem auf den Versicherungsmarkt.** Während InsurTechs, die sich für eine Zusammenarbeit eignen, das gesamte Altersspektrum abdecken, sind die kompetitiven InsurTechs ausnahmslos in den letzten 4 Jahren gegründet worden. Dabei bildet 2017 einen vorläufigen Höhepunkt (Abb.19).

In der FinTech Szene konnte sich mit N26 ein erstes deutsches Start-up im direkten Wettbewerb mit Banken etablieren. In den kommenden Jahren wird sich zeigen, welcher der Full Carrier InsurTechs wie *Coya*, *Friday* oder *Ottonova* ähnliches in der Versicherungsbranche erreichen können. Entscheidend für das Maß an Disruption dieser InsurTechs wird sein, ob es ihnen gelingt, neben einer digitalen Kundenschnittstelle auch die kostentreibenden Versicherungsprozesse im Hintergrund entscheidend effizienter und digitaler zu gestalten.

**Ein durchmischteres Bild zeichnet sich bei den InsurTechs ab, die sich für eine Zusammenarbeit eignen.** Insbesondere

im Segment der Vertriebskooperationen flacht die Gründungswelle seit 2015/2016 ab (Abb. 20). Der Aufkauf von *treefin* und die (Not-)Fusion von *Knip* mit der niederländischen *Komparu* unterstreichen den Trend. Gleichzeitig war 2017 im Bereich Serviceinnovation das bisher gründungsstärkste Jahr.

**Insgesamt zeigt sich der wandelnde Charakter der InsurTech Szene:** Während frühe Gründungen die (vermeintlich) einfach angreifbaren Pain-Points der Versicherungskunden vor allem mit digitalisierten Vertriebslösungen adressieren, haben sich die jüngeren InsurTechs entscheidend diversifiziert: Neben dem Frontalangriff durch Full Carrier prägen heute vor allem Gründer die Szene, die die Komplexität der Branche für sich entdecken. Ihre Lösungen sind spezifisch und adressieren konkrete Herausforderungen der Branche, von der Erfüllung neuer Kundenerwartungen bis zur Effizienzsteigerung in Back-Office Prozessen.

Abb. 19: Heatmap Gründungsjahre nach Kooperationsformen (Übersicht)

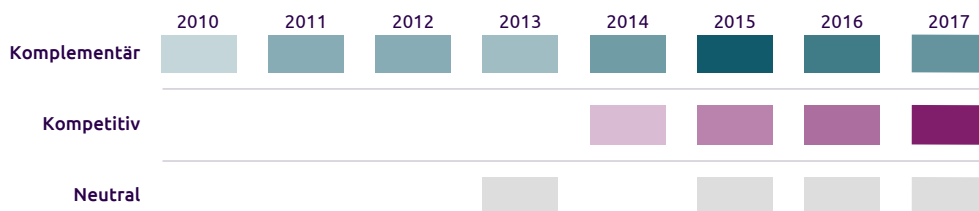
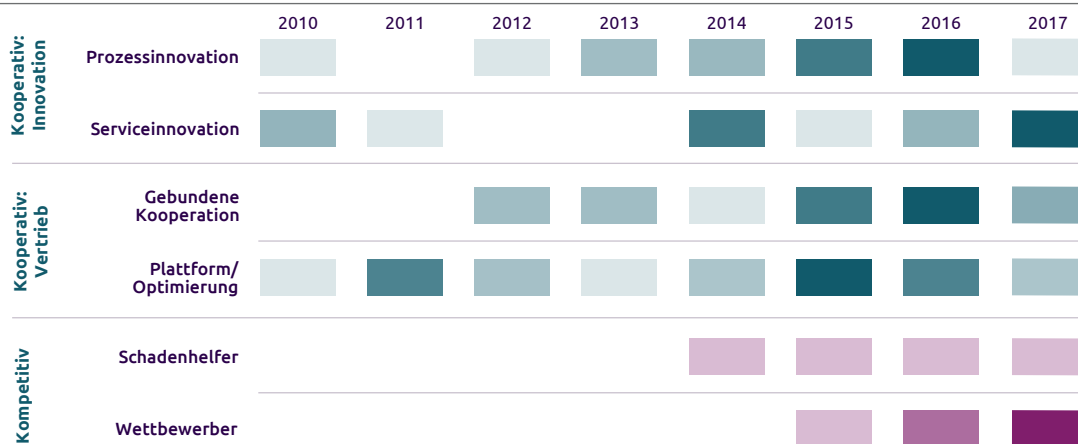


Abb. 20: Heatmap Gründungsjahre nach Kooperationsformen (detailliert)

© Capgemini Invent 2019



## LEGENDE

Dark Blue / Dark Purple: Gründungsstärkstes Jahr je Kategorie  
Light Blue / Light Purple: Gründungsschwächstes Jahr je Kategorie

A woman is shown from the chest up, wearing a VR headset. Her eyes are closed, and she has a focused expression. The background is filled with out-of-focus, colorful bokeh lights in shades of blue, green, yellow, and red. A semi-transparent teal rectangular box is overlaid on the image, containing white text.

**Zukunftsvision InsurTechs in Deutschland**

---

**Neuer Wettbewerb und digitale Chancen**



# KOOPERATION WIRD ZUR NORM

InsurTechs als fester Bestandteil der Versicherungsbranche

**Schon heute arbeitet die Mehrheit der InsurTechs mit Versicherern zusammen. Diese Verzahnung wird in den kommenden Jahren noch erheblichen zunehmen, bis InsurTechs selbstverständliche Vertriebs- und Innovationspartner im Versicherungs-Ökosystem sind. Aber auch die digitalen Vollversicherer werden im Wettbewerbsumfeld zur neuen Normalität.**

Im Segment der **COBA**<sup>1</sup> sind die meisten InsurTechs gestartet, konnten den hoch gesteckten Erwartungen von Gründern und Geldgebern bisher allerdings nicht gerecht werden. Die Neubewertung der Geschäftsmodelle könnte in den kommenden Jahren verstärkt zu Aufkäufen durch Versicherer und Makler führen. Die Start-ups werden dabei weniger wegen ihres Kundenstamms, sondern vielmehr wegen ihres attraktiven Technologiestacks akquiriert. Ein erstes Beispiel hierfür ist der Kauf von *treefin* durch die W&W.



Die **Value Adding Intermediaries** bieten vor allem kleineren Versicherern die Möglichkeiten, von neuen Playern zu lernen und Geschäft zu zeichnen. Da diese InsurTech Typen meist Nischen bedienen, ist von ihnen keine nachhaltige Veränderung des Marktes zu erwarten. Der sehr kundenzentrierte Ansatz in der Angebotskonzeption kann vielen Branchenakteure dennoch spannende Insights bieten.

Die **Full Carrier** sind gekommen, um zu bleiben. Es stellt sich weniger die Frage, ob sie fester Bestandteil der Branche werden, sondern vielmehr, welche InsurTechs sich durchsetzen. Für die traditionellen Versicherer bedeutet dies, dass der Wettbewerb sich verändern wird. Um mithalten zu können, wird gerade die Zusammenarbeit mit InsurTechs, also den Enablern und Distributoren, immer wichtiger: Um Kundensegmente zu erschließen, bzw. zu halten, sowie um die Prozesseffizienz im Betrieb durch den zielgerichteten Einsatz von Technologie zu steigern.

Daher sind **Enabler** einer der größten Potentialträger für Versicherer. Die diversen InsurTechs mit breitem Angebotspektrum adressieren direkt die Themen, die die Versicherer im digitalen Wandel umtreiben. Die stärkere Zusammenarbeit zwischen Enablern und Versicherern wird dabei maßgeblich von zwei Faktoren beeinflusst werden:

1. Der Fähigkeit der Versicherer, auch über ihre gewohnten Branchengrenzen hinweg Partnerschaften mit Start-ups einzugehen und somit frühzeitig Innovationen in die eigene Organisation zu tragen;
2. Ein konsequentes Denken und Aufstellen des eigenen Betriebes als Teil eines Ökosystems, in dem die Einbindung externer Technologien und Innovationen nicht komplexer Einzelfall, sondern logische Konsequenz ist.

1| COBA = Comparison, Optimization, Broker, Assistant  
Quelle: Capgemini Invent InsurTech Datenbank



## Drei Thesen zur deutschen InsurTech Landschaft

**Zusammenarbeit mit InsurTechs wird zur Norm** - sie sind unerlässliche Innovationspartner für Versicherer

**Der große Gründungshype ist vorbei** – nur wer fokussierte Lösungen auf strukturelle Probleme der Branche anbietet hat langfristig Chancen, sich zu etablieren

**Full Carrier sind gekommen um zu bleiben** – mit ihrem hohen Digitalisierungsgrad werden sie den Wettbewerb verändern





# IHRE ANSPRECHPARTNER

Sie haben Fragen, Anmerkungen oder Interesse an weiteren Ergebnissen? Sprechen Sie uns gerne an! Wir freuen uns auf einen Austausch und spannende Diskussionen

---



**Thomas Hillar**

*Principal*

Head of Insurance DACH  
thomas.hillar@capgemini.com  
+49 (0) 151 4025 2165



**Martin Baumann**

*Principal*

Digital Insurance DACH  
martin.baumann@capgemini.com  
+49 (0) 151 1137 4718

## Studienautoren



**Jan-Thomas Schmale**

*Senior Consultant*

Lead – InsurTech Datenbank  
jan-thomas.schmale@capgemini.com



**Sarah Maria Paessens**

*Consultant*

sarah-maria.paessens@capgemini.com

# INSURTECHS IN UNSERER INSURTECH DATENBANK

InsurTechs in unserer Datenbank (Auszug)





# Über Capgemini Invent

Capgemini Invent ist die Marke für digitale Innovation, Beratung und Transformation der Capgemini Gruppe. Sie hilft CxOs dabei, die Zukunft ihrer Unternehmen zu planen und zu gestalten. Das Team vereint Strategie, Technologie, Data Science und kreatives Design mit fundierter Branchenexpertise, um neue digitale Lösungen und die Geschäftsmodelle der Zukunft zu entwickeln. Capgemini Invent beschäftigt über 6.000 Mitarbeiter in mehr als 30 Standorten und 22 Kreativstudios weltweit.

Capgemini Invent ist integraler Bestandteil von Capgemini, einem der weltweit führenden Anbieter von Management- und IT-Beratung, Technologie-Services und Digitaler Transformation. Als Wegbereiter für Innovation unterstützt das Unternehmen seine Kunden bei deren komplexen Herausforderungen rund um Cloud, Digital und Plattformen. Auf dem Fundament von 50 Jahren Erfahrung und umfangreichem branchenspezifischen Know-how hilft Capgemini seinen Kunden, ihre Geschäftsziele zu erreichen. Hierfür steht ein komplettes Leistungsspektrum von der Strategieentwicklung bis zum Geschäftsbetrieb zur Verfügung. Capgemini ist überzeugt davon, dass der geschäftliche Wert von Technologie durch Menschen entsteht. Die Gruppe ist ein multikulturelles Unternehmen mit über 200.000 Mitarbeitern in mehr als 40 Ländern, das 2018 einen Umsatz von 13,2 Milliarden Euro erwirtschaftet hat.

People matter, results count.

Mehr unter

[www.capgemini.com/de-de/invent](http://www.capgemini.com/de-de/invent)

Capgemini  invent

The information contained in this document is proprietary. ©2019 Capgemini. All rights reserved.