



# DIE DEUTSCHE INSURTECH- LANDSCHAFT 2022

Erkenntnisse aus der Capgemini Invent InsurTech-Datenbank



The foreground shows a desk with a laptop, a pair of glasses, a pen, and several documents with charts and graphs, including a bar chart and a line graph.



# DIE DEUTSCHE INSURTECH-LANDSCHAFT 2022

	<b>InsurTech-Landschaft 2022 - Ist die große Disruption ausgeblieben?</b>	<b>5</b>
<b>1</b>	<b>Die deutsche InsurTech-Landschaft 2022</b>	<b>6</b>
1.1	Die deutsche InsurTech-Landschaft 2022: Wachstum bleibt aus	7
1.2	Disruption bleibt aus - InsurTechs adressieren spezifische Herausforderungen	9
1.3	Analyse aktueller Megatrends	10
1.3.1	„Digital First“ im Vordergrund – „Low Cost“ als Abgrenzung	10
1.3.2	Sustainability: Für traditionelle Versicherer HOT, für InsurTechs NOT	11
<b>2</b>	<b>Rückblick &amp; Ausblick</b>	<b>13</b>
2.1	Mit diesen Thesen lagen wir weitestgehend richtig	14
2.2	Mit diesen Thesen lagen wir etwas daneben	15
2.3	InsurTechs gehören zu den Treibern von Innovationen in der Branche	16
<b>3</b>	<b>Vorgehen &amp; Methodologie</b>	<b>18</b>
	<b>Autoren</b>	<b>20</b>



### Liebe Leserinnen und Leser,

wir freuen uns, Ihnen heute die 3. Ausgabe der Capgemini Invent Studie zur deutschen InsurTech-Landschaft präsentieren zu können.

Den letzten Report haben wir im Jahr 2020 veröffentlicht. Das Jahr hat gezeigt, wie schnell sich Gewohntes und Bewährtes ändern kann: Versicherer mussten in rasanter Geschwindigkeit auf einen Remote-Betrieb umstellen, der sämtliche Arbeitsweisen und Prozesse einer digitalen Feuerprobe unterzog.

Mehr als ein Jahr später befindet sich die Branche auf dem Weg zurück zum „New Normal“. Viele Herausforderungen der Digitalisierung konnten identifiziert und in den letzten Monaten Stück für Stück aufgearbeitet werden, und es drängt sich vermehrt die Frage nach den nächsten großen Themen der Versicherungsbranche auf.

**Thomas Hillar**  
Vice President  
Head of Insurance DACH

Genau an diesem Punkt können InsurTechs verstärkt Innovationen, neue Ideen und Visionen beisteuern. Seit der ersten Studie im Jahr 2019 ist es das Ziel, die InsurTech-Landschaft besser zu verstehen und mehr zu bieten als eine Auflistung von Unternehmenskennzahlen. In der aktuellen Auflage haben wir eine Generalüberholung der zugrundeliegenden Datenbank vorgenommen und leiten daraus wichtige Erkenntnisse und Trends ab, die auch für andere Teilnehmer des Versicherungsökosystems von Relevanz sind. Die generierten Einblicke und Erfahrungen der letzten Jahre erlauben es uns, die InsurTech-Landschaft einer kritischen Prüfung zu unterziehen und der Frage nachzugehen, ob InsurTechs das Ziel der großen Disruption der Branche erreicht haben.

Zusätzlich steigen wir in dieser Ausgabe tiefer in aktuelle Themen der Versicherungsbranche ein. So analysieren wir zum Beispiel die Schwierigkeiten von InsurTechs, sich dem Sustainability-Trend anzunehmen. Aus unserer Sicht ernüchtern die Sustainability-Bemühungen der InsurTechs. Im Vergleich zum letzten Report können nur wenige Veränderungen wahrgenommen werden, obwohl es sich dabei um ein Thema handelt, welches die meisten etablierten Unternehmen stark bewegt, und hier Innovationen benötigt werden.

Herausgekommen ist eine Studie, welche sowohl relevante Meta-Veränderungen der InsurTech-Landschaft analysiert als auch in spezifische Themen und Trends eintaucht und diese erörtert. Besonders freut es mich, dass wir in dieser Ausgabe auch uns herausfordern und prognostizierte Trends und Entwicklungen des letzten Reports kritisch analysieren und auf ihre Richtigkeit überprüfen.

Ich wünsche Ihnen viel Spaß beim Lesen!

# INSURTECH-LANDSCHAFT 2022 - IST DIE GROSSE DISRUPTION AUSGEBLIEBEN?

## Einleitung

Im Jahr 2018 wurden von Capgemini Invent erstmalig die relevanten Start-ups in der deutschen InsurTech-Landschaft identifiziert, analysiert und die Ergebnisse im gleichnamigen Report veröffentlicht. Zum Jahreswechsel von 2019 zu 2020 nahmen wir eine neue Erhebung vor und veröffentlichten die Erkenntnisse des ersten COVID-19-Jahres. In den ersten beiden Reports zur InsurTech-Landschaft lag der Fokus stark auf der Einordnung der Start-ups in bestimmte Rollen und Geschäftsmodelle sowie deren detaillierter Analyse.

Diese bewährte systematische und strukturierte Betrachtung bildet auch die Grundlage für den vorliegenden Report 2022. Aufgrund der stagnierenden Entwicklung der

InsurTech-Szene seit der letzten Auswertung ist der Report 2022 vor allem als ein Update zu verstehen und soll keine grundlegende neue Erhebung darstellen. Deshalb wird verstärkt die Entwicklung thematisiert, die die Szene durchlaufen hat. Wir werfen einen kritischeren Blick auf die deutsche InsurTech-Landschaft und stellen uns die Frage: „Ist nach 10 Jahren die große Disruption durch InsurTechs ausgeblieben?“

Die Ergebnisse zeigen, dass der große Hype um InsurTechs abflacht. InsurTechs hatten ursprünglich das Ziel, die Versicherungsbranche nachhaltig zu verändern. Die Geschäftsmodelle der meisten InsurTechs sind allerdings nach wie vor wenig disruptiv und die große Veränderung der Branche ist ausgeblieben. Eine Vielzahl an InsurTechs setzt weiterhin auf

kooperative Geschäftsmodelle und fokussiert sich auf innovative Lösungen, die gezielt in die Wertschöpfungskette von etablierten Versicherern eingebaut werden.

Weiterhin geht unsere Prognose davon aus, dass sich auch in Zukunft immer mehr InsurTechs gründen, finanziert werden und auch skalieren, jedoch ein reines Monitoren, Analysieren und Kategorisieren der Start-ups kaum einen tieferen Mehrwert bieten wird. Die sich immer schneller verändernde Welt erfordert neue, innovative Versicherungslösungen, die nur durch Kooperation von unterschiedlichsten Playern entstehen können. Daher werden wir zukünftig unsere Datenbasis anderweitig nutzen und stärker der Frage nachgehen: „Wie entstehen Innovationen in der Versicherungsbranche?“

Abb. 1 : Entwicklung des InsurTech-Reports



Erste Auflistung aller InsurTechs innerhalb Deutschlands



Update der Datenbank & Analyse von Megatrends



Update der Datenbank & kritischer Blick auf die Entwicklung



InsurTechs als Teil eines Innovation Ecosystems?



01

# DIE DEUTSCHE INSURTECH- LANDSCHAFT 2022

# DIE DEUTSCHE INSURTECH-LANDSCHAFT 2022: WACHSTUM BLEIBT AUS

## Allgemein

Dieses Jahr hat sich die Anzahl der InsurTechs erstmals reduziert. Zwar haben wir einige Start-ups neu hinzugefügt, jedoch mussten wir auch viele andere aus der Datenbank streichen. Ende 2021 umfasst die Capgemini Invent InsurTech-Datenbank letztendlich 155 InsurTechs.

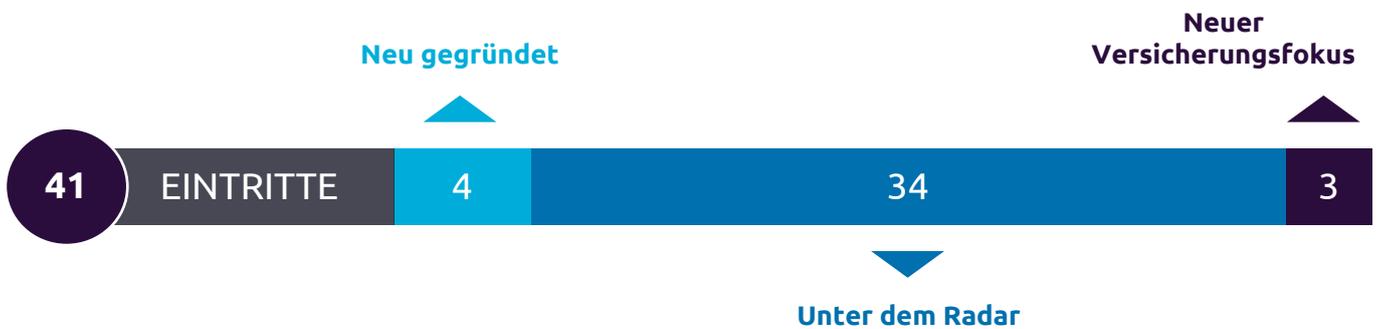
Insgesamt haben es diesmal 41 neue InsurTechs in die Datenbank geschafft. Die reinen Neugründungen beliefen sich auf nur 4 Start-ups, ein historisch gesehen sehr geringer Wert, denn im Jahr 2020 waren es noch 35 Neugründungen. Darüber hinaus gab es 3 Start-ups, die ihren Fokus verändert haben und sich nun auf Versicherungen konzentrieren.

Abb. 2: InsurTechs in Deutschland



© Capgemini Invent 2022

Abb. 3: Gründe für Aufnahme der InsurTechs in die Datenbank



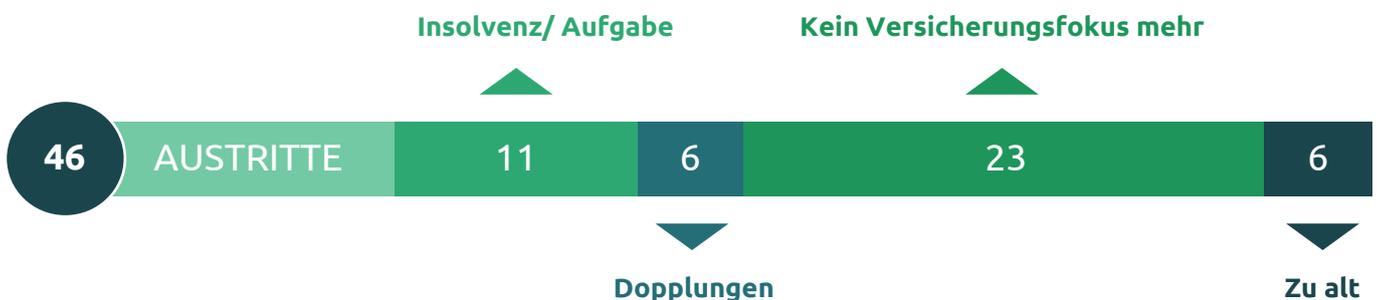
© Capgemini Invent 2022

Den 41 Eintritten stehen 46 Austritte gegenüber. 50% dieser Austritte sind nicht mehr Teil der Datenbank, da sich der Schwerpunkt der Unternehmen verändert hat und ihr Fokus nicht mehr auf der Versicherungsbranche liegt. Vor allem im Bereich der Enabler konnten viele Unternehmen identifiziert werden, die (oftmals) Software-Lösungen anbieten, die auch von Versicherungsunternehmen genutzt werden, bei denen allerdings eine klare Fokussierung auf die Versicherungsbranche fehlt.

Insgesamt 11 InsurTechs führen ihr Geschäftsmodell nicht mehr weiter. Über 60% dieser Geschäftsaufgaben betreffen InsurTechs aus der Geschäftsmodellkategorie „Distributor“. Ein Erklärungsansatz ist, dass um die Kundenschnittstelle ein harter Konkurrenzkampf herrscht. Nur wer es schafft, sich hier von anderen Unternehmen zu unterscheiden, kann auch erfolgreich sein.

Neu ist das Segment „Dopplungen“. Bisher haben wir InsurTechs wie z. B. friendsurance oder Community Life, die ihre verschiedenen Geschäftsausrichtungen in separaten Unternehmen geführt haben, doppelt gezählt. Solche InsurTechs werden nun nur noch einmal unter dem Markennamen geführt.

Abb. 4: Gründe für Ausscheiden der InsurTechs aus der Datenbank



© Capgemini Invent 2022

# DISRUPTION BLEIBT AUS - INSURTECHS ADRESSIEREN SPEZIFISCHE HERAUS- FORDERUNGEN

## Geschäftsmodelle

Wie auch schon in den letzten Jahren verzeichnet die InsurTech-Szene Neuzugänge in allen wesentlichen Geschäftsmodellen. Grundsätzlich lassen sich die InsurTechs in drei größere Cluster, entlang ihrer Geschäftsmodelle, einteilen:

- Die Full-Carrier treten als digitale Versicherer mit eigener Lizenz in den direkten Wettbewerb zu den etablierten Versicherungsunternehmen. Sie decken alle wesentlichen Teile der Wertschöpfungskette ab.
- Die Distributoren agieren als Vermittler im Vertrieb zwischen Versicherer und Kunde. Vom digitalen Makler bis zur zielgruppenspezifischen Produktentwicklung nehmen sie dabei unterschiedlichste Rollen ein. Sie vereint jedoch ein Versicherungspartner im Hintergrund, der die Produkte in seine Bücher schreibt.
- Die letzte Gruppe, die Enabler, richten sich mit ihren Produkten und Dienstleistungen an Versicherer und adressieren spezifische Herausforderungen – von Add-on-Services an der Kundenschnittstelle bis zur operativen Effizienz.

## Enabler und Distributoren stellen weiterhin den größten Anteil der InsurTechs.

Durch eine schärfere Auslegung der Definition für Enabler und einen teilweise veränderten Fokus der InsurTechs zählen wir in diesem Jahr insgesamt 18 Enabler weniger. Trotzdem gehören immer noch knapp 47% aller InsurTechs in der Datenbank zu dieser Geschäftsmodellkategorie. Nahezu gleichauf (46,5%) sind die Distributoren, deren Anzahl im Vergleich zum letzten Report gleich geblieben ist. In der Kategorie der Full-Carrier befinden sich laut der Datenbank in diesem Jahr 10 Unternehmen, was einem Anteil von 6,5% entspricht.

## Die gewünschte Disruption der Branche bleibt weiter aus – auch Full-Carrier zeigen erhöhte Tendenz zur Kooperation.

InsurTechs sind angetreten, um die Versicherungsbranche auf den Kopf zu stellen. Die Analyse der Geschäftsmodelle zeigt jedoch, dass es kaum InsurTechs gibt, die in direkte Konkurrenz zu etablierten Versicherern treten. Nur wenige der neuen Player, wie z. B. Wefox, welches inzwischen Multi-Unicorn-Status besitzt, können es mit den etablierten Unternehmen der Branche aufnehmen. Weiterhin zeigt sich das Ausbleiben von disruptiven Lösungen in den Geschäftsmodellen der InsurTechs. InsurTechs fokussieren sich mehr und mehr darauf, als

Dienstleister und Kooperationspartner spezifische Herausforderungen von Versicherern entlang der Wertschöpfungskette zu adressieren. Für Enabler und Distributoren ist diese Erkenntnis zwar nicht neu, allerdings ist mittlerweile auch bei Full-Carriern eine erhöhte Tendenz zur Zusammenarbeit mit traditionellen Versicherern zu erkennen.

## Enabler dominieren im europäischen Markt – Full-Carrier in den USA.

Beim Blick über die Ländergrenzen hinaus zeigt sich für andere europäische Märkte ein ähnliches Bild – Enabler dominieren und erhalten die größten Finanzierungen, wohingegen den Full-Carriern eher wenig Beachtung geschenkt wird. In den USA zeigt sich ein anderes Bild. Zwar stellen auch hier die Enabler den größten Anteil der InsurTechs, allerdings entfallen auf die Gruppe der Full-Carrier, wie z. B. Lemonade oder Oscar, 54% der InsurTech-Finanzierungen<sup>1</sup>. Dies könnte vor allem daran liegen, dass sich nordamerikanische Full-Carrier als innovative Disruptoren positionieren und dadurch sehr attraktiv für Investoren wirken. Einen detaillierteren Vergleich zwischen dem europäischen und nordamerikanischen InsurTech-Markt liefert der World InsurTech Report, auf den wir Sie an dieser Stelle gerne verweisen.

# „DIGITAL FIRST“ IM VORDERGRUND – „LOW COST“ ALS ABGRENZUNG

## Megatrends (I/II)

In Zusammenarbeit mit unseren Kollegen aus Großbritannien und Frankreich haben wir „Megatrends“ entwickelt, die übergreifende Trendthemen der InsurTechs widerspiegeln. Diese Trends wurden bereits im Report 2020 für die deutsche InsurTech-Landschaft dargestellt und nun aktualisiert.

Nach 10 Jahren InsurTech-Bestehen in Deutschland zeigen wir auf, welche Themen sich durchgesetzt haben, was noch nicht gut funktioniert und wo die Reise künftig hingehen könnte. Abbildung 5 stellt die wichtigsten Themen grafisch dar.

### Auf welchen Themen liegt der Fokus?

#### Die Digitalisierung der Kundenschnittstelle bleibt das vorherrschende Thema in der InsurTech-Szene.

Die Ansprache der Kunden über eine digitale Schnittstelle, auch als „Mobile“ bzw. „Digital First“ bezeichnet, stellt weiterhin einen der wesentlichen Trends dar, der InsurTechs hauptsächlich von traditionellen Playern unterscheidet. Im Gegensatz zum letzten Report hat sich der Fokus auf die Digitalisierung der Kundenschnittstelle weiterhin verstärkt. Mit dem Update 2022 wurden alle Full-Carrier und ca. 90% der Distributoren in diese Kategorie eingeordnet.

#### Vor allem InsurTechs mit eigenem Produktangebot müssen sich nach wie vor durch günstige Produkte von der Konkurrenz abgrenzen.

Das Trendthema „Low Cost“ liefert einen wichtigen Hinweis darauf, dass InsurTechs mit eigenem Produktangebot vor allem in puncto Bekanntheitsgrad und Vertrauen bisher noch nicht auf Augenhöhe mit den traditionellen Versicherern agieren. Die Hälfte der Full-Carrier und ein Großteil der Distributoren mit eigenem Produktangebot wurden in diese Kategorie eingeordnet. Bei genauerer Analyse wird deutlich, dass sich die Produkte der InsurTechs im Kern kaum von „klassischen“ Produkten unterscheiden. Obwohl sich die neuen Player durch schlankere Prozesse auszeichnen, sind echte Produktinnovationen eher selten. Nur vereinzelt schaffen es InsurTechs – wie z. B. Wefox, Produktinnovationen in die Branche zu tragen. Sofern diese Innovationen auch in Zukunft weiter ausbleiben, werden sich InsurTechs erstmal weiterhin durch niedrige Preise abgrenzen müssen.

#### Nur die Enabler zeichnen sich durch einen hohen Fokus auf die Anwendung neuer Technologien aus.

Knapp 75% der Enabler nutzen fortgeschrittene Datenanalysemethoden zur Automatisierung von Prozessen und schaffen somit eine werthaltige Unterstützung in einem bestimmten Kernprozess der Wertschöpfungskette.

Diesen Technologiefokus erwartet man grundsätzlich auch bei Playern, die den Großteil der Wertschöpfungskette selbst abbilden. Die Anzahl der Full-Carrier oder Distributoren, die solche Möglichkeiten nutzen, hält sich allerdings im niedrigen Prozentbereich.

Abb. 5: Wordcloud InsurTech-Megatrends 2022



© Capgemini Invent 2022

# SUSTAINABILITY: FÜR TRADITIONELLE VERSICHERER HOT, FÜR INSURTECHS NOT

## Megatrends (II/II)

### Welche Themen stagnieren?

#### **Sustainability: Für traditionelle Versicherer HOT, für InsurTechs NOT.**

Im Report 2020 haben wir das Thema Sustainability bereits als „Not Hot“ klassifiziert. Das diesjährige Ergebnis war daher keine große Überraschung, obwohl wir mit einer stärkeren Fokussierung der InsurTechs auf diese sehr aktuelle Thematik gerechnet hätten.

Während Sustainability bei traditionellen Versicherern hoch im Kurs steht, können wir bei den InsurTechs nur eine vernachlässigbare Steigerung im Vergleich zum letzten Report feststellen. Insgesamt zählen wir nun 8 statt 7 InsurTechs zu diesem Trendfeld. Es stellt sich die Frage, warum so viele neue Player auf diese potenzielle Abgrenzung zum restlichen Markt verzichten, wofür wir nachfolgend zwei Erklärungsvorschläge liefern wollen:

- Wir glauben, dass bei vielen InsurTechs keine freien Kapazitäten vorhanden sind, um komplexe Angelegenheiten wie ESG-Kriterien vollumfänglich anzugehen.
- Obwohl in Studien erforscht wurde, dass Verbraucher bei dem Abschluss von Verträgen einen stärkeren Fokus auf Sustainability legen, ist eine Verbindung zwischen Sustainability und einem Versicherungsprodukt für den Konsumenten auf den ersten Blick nicht ersichtlich (weil bspw. keine fossilen Ressourcen benötigt werden). Dieser fehlende unmittelbare Zusammenhang könnte

die Behandlung der Thematik bei den InsurTechs beeinflussen.

Feststellen lässt sich jedoch, dass den Konsumenten auch im Finanzbereich nachhaltige Aspekte wichtig sind. Mit Aufkommen von Neobrokern gewannen ETFs in den vergangenen Jahren starke Beliebtheit bei Retail-Investoren. Im Zuge von mehr Bewusstsein für Nachhaltigkeit in der Bevölkerung lässt sich auch erkennen, dass Nachhaltigkeit für Retail-Investoren zunehmend eine wichtige Komponente wird. ESG-Konformität wird zum relevanten Kriterium bei der Wahl von Investments. Diese Entwicklung wird in den nächsten Jahren stark zunehmen und wird auch auf die Versicherungsbranche abfärben.

#### **P2P- und Community-Modelle – InsurTechs mit Sharing-Ansatz konnten sich bisher nicht behaupten.**

Der Gedanke des Teilens liegt in vielen Lebensbereichen im Trend und schien auch für die Versicherungswirtschaft Sinn zu machen. Als erstes InsurTech in Deutschland hat sich Friendsurance auf diese Idee konzentriert, mittlerweile den Fokus des Geschäftsmodells aber verlegt. Trotz vieler Player mit eigenem Angebot konzentrieren sich bis heute nur wenige davon auf den Ansatz des „Teilens mit Freunden“. Unserer Einschätzung nach hängt der überschaubare Fokus auf diese Thematik mit einer in Deutschland noch zu geringen Bekanntheit des Konzeptes und einem fehlenden Vertrauen des Kunden in die Funktionalität zusammen.

#### **Nutzungsbasierte Tarife sind eher eine Ergänzung als ein vollständiges Geschäftsmodell.**

Wir zählen aktuell 7 InsurTechs, die on demand bzw. nutzungsbasiert Versicherungsprodukte anbieten. In den meisten Fällen wird die nutzungsbasierte Möglichkeit, wie bei Friday, als Alternative zum klassischen Modell angeboten. Emil hat den kilometerbasierten Kfz-Ansatz sogar komplett aufgegeben. Zudem zeigt der Markt, dass verstärkt sowohl auf kurzfristige Kündigungsmöglichkeiten als auch auf eine situative Absicherung gesetzt wird. Der Wunsch nach Flexibilität wird sich künftig vor allem in der Möglichkeit der flexiblen Beendigung oder Anpassung des Vertrages äußern.

#### **Bei welchen Themen besteht Potenzial?**

#### **Zukünftige InsurTech-Trends werden sich auf kooperationsnahe Themen fokussieren.**

Vor einigen Jahren noch als große Konkurrenz gefürchtet – mittlerweile dankbare Rettungsboote für die Digitalisierung der Versicherer: InsurTechs werden auf Dauer vor allem Kooperationspartner sein. Diese Bereitschaft zur Zusammenarbeit hat in den letzten Jahren nicht nur bei etablierten Playern, sondern auch bei den InsurTechs zugenommen. Mittlerweile verfügen mehr als 80% der aktuellen Teilnehmer der Datenbank über ein kooperatives Geschäftsmodell gegenüber Versicherern und Maklern.

Zu den kooperationsnahen Themen gehört auch der Trend „Affinity Insurance“. Unter dem Begriff fassen wir InsurTechs mit Geschäftsmodellen zusammen, die Versicherungsprodukte für andere Unternehmen und deren Produkte zur Verfügung stellen. Hierzu zählen vor allem die Trendthemen „Embedded Insurance“ und „White Label Insurance“. Aktuell verfügen 30% der Full-Carrier und 19% der Distributoren über eine solche Angebotspalette. Perspektivisch besteht in diesen und ähnlichen Themen für InsurTechs großes Potenzial, um traditionellen Versicherern und anderen Unternehmen spezielle Leistungen zuzuliefern. Darüber hinaus sehen wir die Trends „Open Insurance“ und „API“ im Kommen. Die grundsätzlich kooperativ eingestellten Enabler werden hier eine wichtige Rolle spielen. Bisher verfügen bereits mehr als ein Drittel der Enabler aus der Datenbank über einen solchen Fokus.

Unter der Berücksichtigung von verschwimmenden Branchengrenzen und einer womöglich steigenden Relevanz von Ökosystem-Ansätzen denken wir:



**Innovation entsteht  
über Kooperation.“**



02

# RÜCKBLICK & AUSBLICK

# MIT DIESEN THESEN LAGEN WIR WEITESTGEHEND RICHTIG

## Einschätzung unserer Sicht 2020 (I/II)

Im letzten Report 2020 haben wir sechs Hypothesen über die zukünftige Entwicklung der InsurTech-Szene formuliert. Ein Jahr später wollen wir diese nun mit der Realität abgleichen und feststellen, was davon eingetreten ist und was wiederum nicht.

Wichtig sei an dieser Stelle der Hinweis, dass wir beim Aufstellen der Hypothesen keine KPIs oder ähnliche Quantifizierungen festgelegt haben. In jedem Fall haben wir jedoch die Datenbank und die Veränderungen beim Überprüfen der Hypothesen genutzt.

### Unsere These 2020

Die Corona-Krise wirkt sich mittelfristig positiv auf die Entwicklung der InsurTechs in Deutschland aus.



### Unsere heutige Einschätzung

Wir konnten erkennen, dass die Nachfrage nach digitalen Versicherungslösungen sowohl im B2C- als auch vor allem im B2B-Bereich gestiegen ist. Zudem gab es weiterhin Finanzierungen durch Investoren und krisenbedingte Hilfen vom Staat. Für die Zukunft erwarten wir gute Aussichten für InsurTechs mit einem Fokus auf das B2B-Geschäft.

### 1. Die Corona-Krise fördert die Entwicklung der InsurTechs

Kooperationen zwischen InsurTechs und traditionellen Versicherern erreichen eine tiefere Ebene und Themen wie Ökosysteme rücken in den Fokus.



Im Gegensatz zum letzten Report hat sich die Tiefe an Kooperationen zwischen Versicherern und InsurTechs nochmal verstärkt. Ein Grund dafür könnten die durch die Pandemie sichtbar gewordenen Digitalisierungslücken bei Versicherern sein. Ökosystemansätze bzw. übergreifende Partnerschaften befinden sich noch in der Entwicklungsphase.

### 2. Kooperationen zwischen InsurTechs und Versicherern vertiefen sich

Ein klarer Nischenfokus auf eine bestimmte Kundengruppe, die bisher nicht oder ineffizient von Versicherern bedient wurde, ist erfolversprechend für Distributoren.



Vor allem bei den Value Adding Intermediaries, einer Unterkategorie der Distributoren, ist im Vergleich zum letzten Report eine etwas stärkere Fokussierung auf spezielle Kundengruppen (z. B. im Bereich Cyber) zu erkennen – dennoch: Hier besteht weiterhin Potenzial!

### 3. VAI werden sich zunehmend auf Nischen konzentrieren

# MIT DIESEN THESEN LAGEN WIR ETWAS DANEBEN

## Einschätzung unserer Sicht 2020 (II/II)

### Unsere These 2020

InsurTechs werden besser und fokussieren sich gezielt auf spezifische Branchenprobleme, wobei wenig fokussierte InsurTechs von der Bildschirmfläche verschwinden.



### Unsere heutige Einschätzung

Wie erwartet, haben sich einige InsurTechs stark weiterentwickelt und die meisten Unternehmen fokussieren sich auf spezifische Branchenprobleme. Allerdings haben teilweise auch spezifische und sehr fokussierte Geschäftsmodelle, wie bei Joonko, nicht funktioniert und andere, wie Emil, mussten ihr Geschäftsmodell anpassen.

#### 4. Zu spezielle Geschäftsmodelle funktionieren nicht immer

Vor dem Hintergrund von COVID-19 wird es einen Boom an Enabler-Gründungen geben.



Es gibt nach wie vor die meisten Gründungen in der Kategorie „Enabler“. Der erwartete Gründungsboom durch COVID-19 ist bisher ausgeblieben. Es gibt zwar viele Start-ups mit einer Fokussierung auf Themen wie virtuelle Arbeit, allerdings sind diese nicht unbedingt auf Versicherungen fokussiert und somit für uns keine InsurTechs. Möglich ist jedoch auch, dass wir einen Gründungsboom erst mit 1-2 Jahren Verzug sehen und die Start-ups aktuell noch unter dem Radar fliegen.

#### 5. Enabler-Gründungen sind nicht auf COVID-19 zurückzuführen

Full Carrier & Distributoren werden einen klaren Fokus auf Sustainability setzen.



Wie bereits in den Megatrends beschrieben, zählen wir nun 8 statt 7 InsurTechs, die sich ernsthaft mit Sustainability auseinandersetzen. Die überwiegende Mehrheit dieser InsurTechs kommt aus den Kategorien Full-Carrier und Distributoren, allerdings ist in der Tiefe der Auseinandersetzung mit dem Thema kaum ein Unterschied zum letzten Report zu erkennen.

#### 6. Sustainability ist immer noch kein Trendthema für InsurTechs

# INSURTECHS GEHÖREN ZU DEN TREIBERN VON INNOVATIONEN IN DER BRANCHE

## Rückblick & Ausblick

Die Betrachtung der InsurTech-Landschaft ist ein wichtiger Indikator für kommende Trends und Impulse in der Versicherungsbranche. Start-ups zeichnen sich oftmals durch innovative Geschäftsmodelle aus, die eine ganze Branche verändern können und den Status quo in Frage stellen. Besonders mit Gründung der ersten InsurTechs in Deutschland haben wir uns gefragt: Wie disruptiv sind diese Ansätze und inwieweit wird sich die Branche hierdurch nachhaltig verändern?

Mit der ersten Welle an InsurTechs im DACH-Raum fanden wir einen konfrontativen Spirit innerhalb der Unternehmen und in ihrer Kommunikation nach außen vor. Über die letzten Jahre konnte jedoch festgestellt werden, dass InsurTechs ihre konfrontative Einstellung vorwiegend aufgegeben haben und sogar der Großteil der InsurTechs kooperativ mit der alteingesessenen Versicherungsbranche zusammenarbeitet. Besonders die Enabler und Distributoren wurden explizit aufgebaut, um die klassischen Akteure zu unterstützen. Diese Geschäftsmodellorientierung der InsurTechs ist zwar weniger disruptiv, aber dennoch innovativ, da gezielt neue Lösungen in die Wertschöpfungskette der klassischen Unternehmen eingebaut werden.



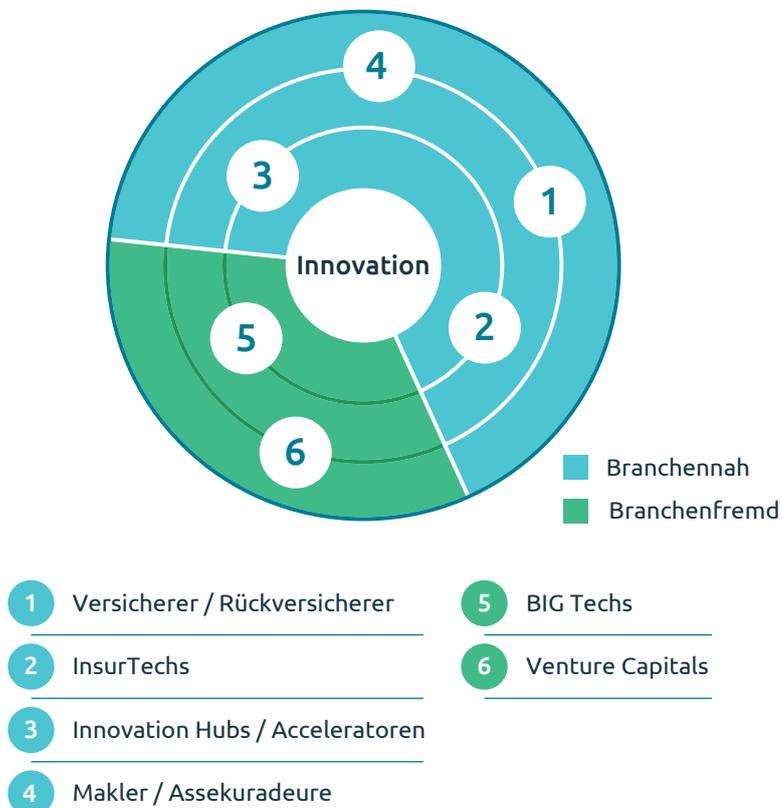
Nach 10 Jahren deutscher InsurTech-Landschaft und 3 Capgemini InsurTech Studien stellen wir fest: Die große Disruption in der Versicherungsbranche ist ausgeblieben.“

Wir wollen mit dieser Aussage jedoch keinesfalls die Leistungen der InsurTechs kleinreden. In Deutschland können wir auf einige Erfolgsgeschichten zurückblicken! Mehrere InsurTechs konnten sich im Laufe der Zeit vollständig am Markt etablieren und durch innovative digitale Lösungen überzeugen. Zudem sprechen die hohen Bewertungen der Unternehmen und die damit verbundenen Finanzierungsrunden aus den letzten Jahren für sich und zeigen, wie groß und relevant InsurTechs geworden sind. Gemessen an der initialen „Kampfansage“ einer nachhaltigen Veränderung bzw. Disruption der Branche muss allerdings festgehalten werden, dass diese ausgeblieben ist. Dennoch sind InsurTechs durch die eigenen Lösungen und ihre Kooperationen mit traditionellen Versicherern ein Treiber von Innovationen innerhalb der Branche.

Die aktuelle Situation, in der Versicherer und Start-ups vor allem auf Kooperation setzen, führt uns zu der essenziellen Frage: „Wie entstehen Innovationen in der Versicherungsbranche?“ Mit Blick auf die vergangenen Studien stellen wir fest, dass wir diese Frage noch nicht fokussiert aufgegriffen und beantwortet haben. Daher werden wir den Fokus zukünftig verlagern, indem wir das komplette „Insurance Innovation Ecosystem“ betrachten und die Analyse der reinen InsurTech-Landschaft mit diesem Report einstellen. Die InsurTechs bleiben dennoch ein wichtiger Bestandteil des zukünftigen Reports. Darüber hinaus sehen wir auch andere Unternehmen als Teil davon: Hierzu zählen die klassischen Player wie Erst- und Rückversicherer, Makler und Assekuradeure sowie Entitäten wie Innovation Hubs, Acceleratoren, Venture Capitals, Plattformen, Unternehmen anderer Industrien und Big Techs (siehe Abb. 6).

Wir werden dieses hochkomplexe Ökosystem einer detaillierten Analyse unterziehen, um zu ergründen, wie Innovationen innerhalb der Branche entstehen, was die wesentlichen Treiber für Innovationen sind und welche Player Innovationen hauptsächlich vorantreiben.

Abb. 6: Ausblick „Insurance Innovation Ecosystem“



© Capgemini Invent 2022



# 03

## VORGEHEN & METHODOLOGIE

# UNSER VERSTÄNDNIS VON INSURTECHS

## InsurTech-Datenbank: Vorgehen & Klassifizierung

### INSURTECH DEFINITION

Um eine saubere Basis für die Studie zu schaffen, haben wir uns 2018 auf eine Definition festgelegt, die einerseits den Versicherungsfokus unterstreicht und andererseits den Start-up-Charakter beinhaltet. Ein „InsurTech“ wird entlang seiner Bestandteile definiert (siehe Abb. 7): Es muss einen Bezug zur Versicherungsbranche geben – entweder durch spezifische Adressierung von Teilen der Versicherungswertschöpfungskette oder durch einen expliziten Fokus auf Herausforderungen der Branche. Gleichzeitig ist auch der Tech-Teil entscheidend: Die angebotene Lösung des InsurTechs muss auf (digitaler) Technologie basieren.

Doch wann sprechen wir noch von Start-ups, wann von etablierten Unternehmen? Zählt eine HUK24 als InsurTech, weil sie, ähnlich wie Nexible, Produkte auch digital vertreibt? In unserer Logik lautet die Antwort „nein“. Wir haben uns entschieden, eine strenge Altersgrenze zu ziehen: Einzig InsurTechs, die weniger als 10 Jahre alt sind, werden aufgeführt.

Abb. 7 : InsurTech Definition

# Insur | Tech

### Bezug zu Versicherung

Abdeckung mindestens eines Teilbereichs der Wertschöpfungskette

### VORGEHEN

Die Grundlage der Studie bildet die InsurTech-Datenbank von Capgemini Invent, die regelmäßig aktualisiert wird. Die Auswertungen dieser Studie beruhen auf dem Stand von Dezember 2021. Neben der Auswertung der gesammelten Daten fließen auch Hintergrundgespräche mit wesentlichen Akteuren der Branche in die Analysen ein.

### CAPGEMINI INVENT & INSURTECHS

Mit dieser Studie wollen wir die Ergebnisse der Analysen zur InsurTech-Szene einer breiteren Öffentlichkeit verfügbar machen und aufzeigen, welche Trends und Entwicklungen für die Versicherungsbranche besonders spannend sein werden.

## Globale InsurTech-Reportserie

Abb. 8 :





**Thomas Hillar**  
Vice President  
Head of Insurance DACH  
[thomas.hillar@capgemini.com](mailto:thomas.hillar@capgemini.com)



**Philipp Küpper**  
Senior Manager  
Insurance Strategy & Transformation  
[philipp.kuepper@capgemini.com](mailto:philipp.kuepper@capgemini.com)



**Bastian Großmann**  
Senior Consultant  
Insurance Strategy & Transformation  
[bastian.grossmann@capgemini.com](mailto:bastian.grossmann@capgemini.com)

## Über Capgemini Invent

Capgemini Invent ist die weltweite Beratungseinheit der Capgemini-Gruppe für digitale Innovation, Design und Transformation. Sie ermöglicht CxOs, die Zukunft ihrer Unternehmen zu gestalten. Dafür arbeiten über 10.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in rund 40 Kreativstudios sowie an mehr als 60 Standorten weltweit. Sie vereinen Strategieberatung, Data Science, Produkt- und Experience Design, Markenmanagement sowie Technologie-Know-how, um neue Digitallösungen, Produkte, Umgebungen als auch Geschäftsmodelle für eine nachhaltige Zukunft zu entwickeln.

Capgemini Invent ist integraler Bestandteil von Capgemini, einem der weltweit führenden Partner für Unternehmen bei der Steuerung und Transformation ihres Geschäfts durch den Einsatz von Technologie. Die Gruppe ist jeden Tag durch ihren Purpose angetrieben, die Entfaltung des menschlichen Potenzials durch Technologie zu fördern – für eine integrative und nachhaltige Zukunft. Capgemini ist eine verantwortungsbewusste und diverse Organisation mit einem Team von über 340.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern in mehr als 50 Ländern. Eine 55-jährige Unternehmensgeschichte und tiefgehendes Branchen-Know-how sind ausschlaggebend dafür, dass Kunden Capgemini das gesamte Spektrum ihrer Geschäftsanforderungen anvertrauen – von Strategie und Design bis hin zum Geschäftsbetrieb. Dabei setzt das Unternehmen auf die sich schnell weiterentwickelnden Innovationen in den Bereichen Cloud, Data, KI, Konnektivität, Software, Digital Engineering und Plattformen. Der Umsatz der Gruppe lag im Jahr 2021 bei 18 Milliarden Euro.

**Get the Future You Want | [www.capgemini.com/de-de/invent](http://www.capgemini.com/de-de/invent)**