

14.09.2017 – 11:01 Uhr

## World Insurance Report 2017: Knapp jeder Dritte versichert sich via Insurtechs

Zürich (ots) -

- Popularität der Insurtechs bei Verbrauchern wächst
- Traditionelle Versicherer geniessen aber weiterhin mehr Verbrauchervertrauen
- Bereitschaft zur Kooperation zwischen Versicherungshäusern & Insurtechs steigt

Insurtechs(1) haben den Versicherungsmarkt verändert. Trotz ihrer noch jungen Geschichte lassen sich 31,4 Prozent der weltweiten Kunden dort versichern - entweder ausschliesslich oder ergänzend zu den traditionellen Anbietern. Das ist eines der Ergebnisse des World Insurance Reports 2017 von Capgemini und Efma, der über 8.000 Versicherungskunden in 21 Märkten und mehr als 100 Führungskräfte in Experteninterviews befragte. Als Gründe für die wachsende Beliebtheit nennen die Teilnehmer der Studie u.a. das gute Preis-Leistungs-Verhältnis sowie den schnellen und effizienten Service.

Besonders für technikaffine Verbraucher und die Generation Y(2) sind Insurtechs attraktiv. Sie bedienen ihr Bedürfnis nach einfachen, agilen und personalisierten Finanz- und Versicherungsprodukten. Diese zwei Kundensegmente sind für den Versicherungsmarkt sehr wertvoll, da sie grundsätzlich eher bereit sind, zusätzliche Versicherungsprodukte einzukaufen. Das macht sie zu einer wichtigen Quelle für weitere Einnahmen. Nichtsdestotrotz tendiert gerade diese Zielgruppe auch dazu, in Versicherungsangelegenheiten dem Anbieter gegenüber wenig loyal zu sein. Versicherern sollten daher vor allem die Beziehung zu den jungen und technikaffinen Versicherungskunden über deren jeweils präferierte digitale Kontaktpunkte ausbauen und pflegen, so der neue Report.

Die Studie bestätigt: Kunden sind noch nicht bereit, sich vollkommen von ihren traditionellen Versicherern zu lösen: Vor allem Sicherheit und Betrugsschutz (45,9 Prozent), Markenwiedererkennung (43,7 Prozent) und die persönliche Interaktion (41,6 Prozent) gelten weiterhin als starke Domänen der klassischen Versicherungsunternehmen. Auch geniessen sie mit 39,8 Prozent gegenüber 26,3 Prozent bei Insurtechs weiterhin grösseres Vertrauen bei Verbrauchern.

Komplementäre Stärken von Insurtechs und Versicherern

Auf Seiten der Versicherer ist man sich einig: die komplementären Stärken der Versicherer und die der Insurtechs liefern einen stichhaltigen Grund für Zusammenarbeit. Tatsächlich geht eine grosse Mehrheit (75 Prozent) der über 100 interviewten Führungskräfte davon aus, dass sie mittels der Fähigkeit der Insurtechs die Bedürfnisse ihrer Kunden besser bedienen können. Und mehr als die Hälfte (52,7 Prozent) gibt auch zu, bei der Entwicklung personalisierter Produkte von den Insurtech-Fähigkeiten zu profitieren.

Dr. Michael Zellner, Vice President bei Capgemini Consulting, kommentiert: "Versicherern, die der Insurtech-Bewegung erfolgreich begegnen wollen, bleibt eigentlich nur eines: Partnerschaften. Sie sind ein neues Lieblingsthema der Branche, denn beide können vom jeweils anderen profitieren. Die Versicherer lernen, Blockaden wie veraltete Systeme und papierbasierte Prozesse zu lösen. Im Umkehrschluss können Insurtechs mit Hilfe der Versicherer Startschwierigkeiten wie hohe Akquisitionskosten überwinden oder Erfahrungsdefizite beim Risikomanagement ausgleichen."

Blockchain und Künstliche Intelligenz sind die Katalysatoren

Neue Technologien wie Künstliche Intelligenz (KI) und Blockchain fungieren als Katalysatoren der Insurtech-Revolution. Sie treiben die Innovationen und die Digitalisierung der Versicherungsbranche weiter an und bergen neue Modelle wie Insurance-as-a-Utility(3). Der World Insurance Report 2017 rät Versicherern daher, Innovationsinvestitionen auf Basis einer synergetischen Technologiestrategie zu priorisieren, um das Dilemma der richtigen Innovationsausgaben zu lösen. Fertigkeiten, die der einen Art von Innovation dienen, sind oft auch an anderer Stelle nützlich. Daher ist eine volle Analyse der Kosten und übergreifenden Vorteile jedes einzelnen Investments essenziell. Der Einfluss der Insurtechs wird mit der Zeit weiter steigen. Das nimmt Versicherer in die Pflicht eine umfassende, vielseitige Antwort darauf zu formulieren.

Über den World Insurance Report 2017

Der World Insurance Report von Capgemini und Efma erscheint dieses Jahr in seiner 10. Ausgabe. Er beinhaltet Daten und Antworten von über 8.000 Versicherungskunden in 21 Versicherungsmärkten und für ihn wurden mehr als 100 Führungskräfte in Experteninterviews befragt.

Den vollständigen Report finden Sie hier: <http://ots.de/XDjIL>

Über Capgemini

Mit mehr als 190.000 Mitarbeitenden ist Capgemini in über 40 Ländern vertreten und feiert 2017 sein 50-jähriges Firmenjubiläum. Als einer der weltweit führenden Anbieter von Management- und IT-Beratung, Technologie-Services sowie Outsourcing-

Dienstleistungen erzielte die Gruppe 2016 einen Umsatz von 12,5 Milliarden Euro. Gemeinsam mit seinen Kunden entwickelt Capgemini Geschäfts-, Technologie- sowie Digitallösungen, die auf die individuellen Kundenanforderungen zugeschnitten sind. Damit sollen Innovationen ermöglicht sowie die Wettbewerbsfähigkeit gestärkt werden. Als multinationale Organisation und mit seinem weltweiten Liefermodell Rightshore® zeichnet sich Capgemini durch seine besondere Art der Zusammenarbeit aus - die Collaborative Business Experience™. Erfahren Sie mehr unter <http://www.ch.capgemini.com>.

Rightshore® ist eine eingetragene Marke von Capgemini

Über Efma

Die globale Non-Profit-Organisation Efma wurde 1971 von Banken und Versicherungsunternehmen mit dem Zweck der Vernetzung von Entscheidungsträgern der Branche gegründet. Die Gesellschaft stellt Studien zur Verfügung, die Banken und Versicherungen in der Entscheidungsfindung bei Innovationen und der Transformation unterstützen. Die Efma hat mehr als 3.300 Mitglieder aus 130 Ländern. Das Zentralbüro ist in Paris, weitere Niederlassungen existieren in London, Brüssel, Barcelona, Stockholm, Bratislava, Dubai, Mumbai und Singapur.

Mehr Informationen unter [www.efma.com](http://www.efma.com)

(1) Ähnlich der Fintech-Bewegung im Kapital- und Bankenmarkt bezieht sich der Begriff Insurtechs auf die Anwendung neuer digitaler Technologien für mehr Effizienz und weniger Kosten in der Versicherungsbranche. Insurtechs nutzen beispielsweise Innovationen wie personalisierte Policen, oder mobile Daten für dynamische Prämienmodelle. Die Studie definiert Insurtechs als Startups, die Finanzdienstleistungen auf digitalen Kanälen (online, mobile & Social Media) anbieten, seit weniger als fünf Jahren im Geschäft sind und eine wachsende Kundenbasis aufweisen.

(2) Der Begriff Generation Y bezieht sich auf die Altersgruppe von 18 bis 34 (geboren zwischen 1983 und 1999).

(3) Insurance-as-a-Utility bezieht sich auf eine Reihe an neuen Modellen, die es Kunden erlauben, Versicherungsleistungen in bedeutend flexibler und agiler Weise, sprich als Versorgungsdienst, zu nutzen.

Kontakt:

Capgemini  
Achim Schreiber  
+41 44 560 2604  
[achim.schreiber@capgemini.com](mailto:achim.schreiber@capgemini.com)  
<http://www.twitter.com/CapgeminiDE>

Katharina Jarrah  
+49 89 38338-2738  
[katharina.jarrah@capgemini.com](mailto:katharina.jarrah@capgemini.com)  
<http://www.twitter.com/CapgeminiDE>

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100005449/100806822> abgerufen werden.