

Neue Angriffswelle auf Assekuranz: Jetzt kommen die echten Insurtechs

F [fondsprofessionell.de/news/unternehmen/headline/neue-angriffswelle-auf-assekuranz-jetzt-kommen-die-echten-insurtechs-137816/](https://www.fondsprofessionell.de/news/unternehmen/headline/neue-angriffswelle-auf-assekuranz-jetzt-kommen-die-echten-insurtechs-137816/)



© wutzkoh / Fotolia

In Deutschland hat ein neuer Versicherer die Lizenz der Finanzaufsicht Bafin erhalten. Der Digitalversicherer Element, der sich auf Schadenspolicen spezialisiert, ist aber nur einer von rund einem halben Dutzend, die derzeit in den Markt drängen. Allen ist gemein, dass sie der Kundenferne und der langsamen Innovationsgeschwindigkeit der Branche etwas entgegensetzen wollen, wie die Frankfurter Allgemeine Zeitung (FAZ) berichtet.

Die Versicherungsbranche in Deutschland erlebt damit eine weitere Gründungsrunde von digitalen Start-ups. Vor rund vier Jahren traten einige junge Unternehmen mit der Idee an, Kunden einen digitalen Versicherungsordner sowie darauf aufbauend die automatische Vermittlung von neuen Policen anzubieten. Andere Unternehmen modifizierten das Konzept und kooperierten mit alteingesessenen Maklern, denen sie den Ordner und die IT zur Verfügung stellten. Auch Maklerpools Jung, DMS & Cie. und Blau Direkt griffen diese Idee auf.

Geschäftsmodell scheitert an veralteter Technik

Im Laufe der Zeit traten aber die Probleme des Geschäftsmodells digitaler Versicherungsordner zutage. Wegen der veralteten Technik und der mangelnden Innovation der etablierten Versicherer konnten sie Kunden nicht das versprochene digitale Erlebnis liefern. Die Vertreter der zweiten Welle haben daraus die Erkenntnis gezogen, dass sie die gesamte Wertschöpfungskette selbst kontrollieren müssen.

"Alle haben die Erfahrung gemacht: Wir wollen innovative Produktlösungen, sie zerschellen aber in einer papiernen Welt", sagte Wolff Graulich, Vorstandsvorsitzender von Element der FAZ. Die Informationstechnik müsse entlang der Versicherungswertschöpfung gebaut sein, um dem Kunden das digitale Erlebnis bieten zu können. Jeder Datenaustausch, jede Kommunikation zwischen Versicherer und Kunde sei papierfrei konzipiert. "Von den Produktinnovationen wird keine Revolution ausgehen", sagt Graulich weiter – eine Familienhaftpflicht lasse sich schwer optimieren.

Etablierte Versicherer gründe digitale Ableger

Andere Unternehmen setzen auf das gleiche Grundprinzip wie Element. Eines davon ist Ottonova: Das Start-up aus München hat ebenfalls eine Bafin-Lizenz, mit der es Krankenversicherungen anbietet. Das [Heidelberger Insurtech Getsafe](#) arbeitet an einer digitalen Berufsunfähigkeitspolice. Von Hannover aus möchte der digitale Schadensversicherer Flypper durchstarten, in Berlin sitzen die Mitbewerber Coya und One.

[Letzterer gehört zur gleichen Gruppe](#) wie das Insurtech Wefox, das mit Maklern bei der [Gewinnung von Kunden für den digitalen Versicherungsordner kooperiert](#). Nicht zu vergessen ist, dass die Ergo mit Nexible und die Baloise mit Friday digitale Autoversicherer aufgebaut haben. (jb)