

# Digitale Versicherungsanbieter geben Gas

VJ [versicherungsjournal.de/unternehmen-und-personen/digitale-versicherungsanbieter-geben-gas-131216.php](http://versicherungsjournal.de/unternehmen-und-personen/digitale-versicherungsanbieter-geben-gas-131216.php)

26.1.2018 – Die Basler-Marke Friday berichtet von über 15.000 abgesetzten Kfz-Versicherungspolice in den ersten neun Monaten seit Markteintritt. Einem Medienberichten zufolge steht der digitale Kompositversicherer Element kurz vor dem Abschluss eines Deals mit dem Fußballclub Borussia Dortmund. Im Zentrum stehen Haftpflicht- und Hausratpolice für die Fans und Mitglieder des Vereins. Der digitale Krankenversicherer Ottonova ist eine Vertriebskooperation mit KV Werk eingegangen.

Die Bâloise Gruppe ist im vergangenen Frühjahr mit der Versicherungsmarke Friday, auf den deutschen Markt gekommen. Die digitale Versicherungsplattform hat sich zum Ziel gesetzt, bis 2021 zum beliebtesten Mobile-Versicherer (VersicherungsJournal [6.2.2017](#)) beziehungsweise der „schnellste Fisch im Teich“ der Kfz-Versicherungen (VersicherungsJournal [30.10.2017](#)) zu werden.

„Friday“ bietet Kfz-Police mit monatlicher Kündigungsmöglichkeit beziehungsweise mit kilometergenauer Abrechnung (VersicherungsJournal [Medienspiegel 21.8.2017](#)). Weiter im Angebot: Situativer Schutz für die Erweiterung des Fahrerkreises (VersicherungsJournal [13.7.2017](#)).

Mit der im November bekannt gegebenen „Vertriebsallianz“ mit dem Finanzoptimierer und Vermittler Bonify (Forteil GmbH) sowie den Versicherungsmaklern Clark Germany GmbH, Friendsurance (Alecto GmbH) und Knip AG (VersicherungsJournal [2.11.2017](#)) will man neue Produkte entwickeln und die eigene Marktstellung ausbauen.

Im ersten Jahr haben wir gezeigt, dass Produktinnovation gepaart mit einem fairen Preis deutsche Autofahrer zum Versicherungswechsel überzeugen.

Friday-CEO Dr. Christoph Samwer

## Friday: Über 15.000 Autos versichert

Erste Angaben hierzu machte die digitale Versicherungsplattform am Donnerstag. Demnach wurden seit dem Marktstart Ende März 2017 mehr als 15.000 Autos versichert. Jeder zweite Kunde habe seinen Vertrag per Smartphone oder Tablet abgeschlossen, heißt es in einer Unternehmensmitteilung.

Wie weiter vermeldet wurde, hat sich knapp die Hälfte der Kunden, deren Durchschnittsalter bei 45 Jahren (größte Altersgruppe sind die 31- bis 40-Jährigen) liegt, für den Tarif „Zahl-pro-Kilometer“ entschieden. Bei etwa der Hälfte davon liegt die jährliche Fahrleistung unter 9.000 Kilometer.

Nach Aussage von Friday-CEO Dr. Christoph Samwer habe man im ersten Jahr „gezeigt, dass Produktinnovation gepaart mit einem fairen Preis deutsche Autofahrer zum Versicherungswechsel überzeugen.“ Als wichtige Wachstumstreiber hob er das Performance Marketing sowie die Partner, die die Versicherungen des Unternehmens digital integrieren oder weiterempfehlen, hervor.

Im Vergleich zu anderen Direktversicherern fallen die 15.000 versicherten Fahrzeuge der Basler-Marke jedoch (noch) kaum ins Gewicht. Die Huk24 AG meldete in ihrem Geschäftsbericht 2016 beispielsweise einen Bestandszuwachs im Kraftfahrtbereich von mehr als 275.000 Verträgen. Die Cosmos Versicherung AG schloss dasselbe Geschäftsjahr eigenen Angaben zufolge mit einem Plus von knapp 160.000 neuen Kfz-Verträgen (Haftpflicht, Kasko, Kraftfahrtunfallversicherung) ab.

## Medien: Element vor Partnerschaft mit Borussia Dortmund

Auch bei dem digitalen Versicherungs-Unternehmen Element Insurance AG, das im vergangenen Herbst

von der [Bundesanstalt für Finanzdienstleistungs-Aufsicht \(Bafin\)](#) die Erlaubnis zum Betrieb der Schaden- und Unfallversicherung erhalten hat ([VersicherungsJournal 12.10.2017](#)), gibt es neue Aktivitäten.

Laut einem [Bericht des Brancheninformations-Dienstes Versicherungsmonitor.de](#) (Abruf kostenpflichtig) verhandelt Element derzeit mit dem Fußball-Bundesligisten [Borussia Dortmund](#) über eine Partnerschaft in Versicherungsdingen. Dabei gehe es um Haftpflicht- und Hausratpolicen für Mitglieder und Fans des Vereins, heißt es.

Als Rückversicherer sei auch die [Signal Iduna Gruppe](#) mit im Boot, die als sogenannter „Campion-Partner“ von Borussia Dortmund fungiert. Die Versicherungsgruppe besitzt zudem bis 2026 die Namensrechte am Signal Iduna Park, dem Dortmunder Stadion ([VersicherungsJournal 22.8.2014](#)), und hält knapp 5,5 Prozent der Aktien der Borussia Dortmund GmbH & Co. KGaA.

Element und Signal Iduna sind übrigens bereits im vergangenen Sommer eine Partnerschaft eingegangen ([VersicherungsJournal 8.6.2017](#)).

## Ottonova drückt aufs Tempo

---

Auch die digitale [Ottonova Krankenversicherung AG](#), die im letzten Sommer die Bafin-Zulassung erhalten hatte ([VersicherungsJournal 23.6.2017](#)), drückt bei ihren Marktaktivitäten aufs Tempo, etwa in Sachen digitaler Arztbesuch ([VersicherungsJournal Medienspiegel 6.11.2017](#)).

Ende Dezember hat Ottonova sein Produktportfolio ([VersicherungsJournal Medienspiegel 5.7.2017](#)) um den Tarif „[Zahn Premium](#)“ erweitert ([VersicherungsJournal 19.12.2017](#)). In diesem Jahr sollen ein stationärer Zusatztarif sowie ein Beamtentarif eingeführt werden, so Ottonova-Vorstand Karl-Heinz Naumann kürzlich auf einer Fachveranstaltung ([VersicherungsJournal 14.12.2017](#)).

Seit einigen Wochen kooperiert der Ottonova zudem mit dem Dienstleister [KV Werk GmbH](#), die zu gleichen Anteilen den Maklerpools [Insuro Maklerservice GmbH](#) und [Blau Direkt GmbH & Co. KG](#) gehört. Damit will der private Krankenversicherer, der komplett auf den personengebundenen Vertrieb verzichtet, Makler als Tippgeber gewinnen.

Das KV Werk werde bundesweit und exklusiv die Betreuung von Empfehlungsgebern übernehmen, die sich für Ottonova-Produkte interessieren, so der Versicherer aus München. Die Tippgeber erhielten für die Generierung von Leads dann eine erfolgsabhängige Vergütung, heißt es weiter.