

[Online-Version anzeigen](#)



Dr. Manuel Audi, Geschäftsführer



Florian Weihe, Principal Consultant

### **Liebe Leser:innen,**

willkommen zur dritten Ausgabe unserer Monthly Insights.

vor dem Hintergrund der aktuellen Kriegshandlungen in der Ukraine haben wir länger überlegt, ob und wie wir diese Ausgabe gestalten wollen/können/dürfen.

Letztendlich haben wir uns dazu entschieden, eine adaptierte Version zu erstellen und damit sowohl dem Gefühl des „Es muss ja weitergehen“ als auch unserer Empathie für die Betroffenen im Südosten Europas Ausdruck zu verleihen.

Im Bereich „OpenInsurance“ widmen wir uns Embedded Insurance, einem Thema, das bereits seit Jahren diskutiert und in wechselnden Konstellationen im Markt umgesetzt wird. Aktuell erleben wir wieder eine erhöhte mediale Aufmerksamkeit, über die wir gerne einen Überblick geben. Wir sind davon überzeugt, dass Embedded Insurance einen Teil der Zukunft unserer Branche darstellt. Eine „lautlose“ Integration von Risikoabdeckungen mit anderen, branchenfremden Produkten hat das Potenzial, neue Markt- und Kundenzugänge für die „graue Maus“ Versicherung zu schaffen. Ob es sich dabei lediglich um ein neues Vertriebsmodell oder um ein neues Geschäftsmodell handelt, hängt letztendlich vom Grad der Integration in Marketing, Prozess (insbesondere bei Abschluss und Schaden) und Technologie ab. Wir glauben, dass der Grad der Integration auf mittlere und lange Sicht mit dem wirtschaftlichen Erfolg positiv korreliert.

In „The World is not enough...“ haben wir für Sie zusammengetragen, wie die deutsche Versicherungswirtschaft in den letzten Wochen auf den Ukraine-Krieg reagiert hat. Der Fokus liegt dabei bewusst nicht auf einer etwaigen Betroffenheit in den Bilanzen, sondern auf Aktivitäten und Angeboten, die die betroffenen Menschen – Geflüchtete wie Geliebte – direkt oder indirekt unterstützen. Alles kleine Zeichen von Solidarität und Hilfsbereitschaft, aber leider auch von Ohnmacht und Fassungslosigkeit.

**Herzliche Grüße, Manuel Audi & Florian Weihe**

**OpenInsurance: Fokus auf Embedded-Insurance**



### **Embedded-Insurance-Produkte sind ein Teil der Zukunft der Branche**

Embedded-Insurance-Produkte ermöglichen einen integrierten Zugang zu personalisierten Versicherungsprodukten, welche unkompliziert von Nicht-Versicherern direkt an den Endkunden vertrieben und verkauft werden können. Die am häufigsten „embedded“ vertriebenen Versicherungen sind **Reiserücktritt-, Kfz- und Rechtsschutzversicherungen**. Simon Torrance, eine vielfach zitierte Quelle bei Embedded-Versicherungen, prognostiziert, dass Versicherer im Jahre 2030 im Sach- und Haftpflichtgeschäft **700 Milliarden USD an Bruttoprämien generieren können**.

### **Embedded-Insurance ist nichts Neues - aber warum nimmt es gerade an Fahrt auf?**

API-Schnittstellen ermöglichen eine vermehrte Personalisierung der Versicherungsprodukte. Durch den vermehrten **Zuwachs von InsureTechs** und den Services, welche diese Nicht-Versicherern anbieten können, werden neue Customer Journeys ermöglicht. Um auch als etablierter Versicherer von diesem Trend mit partizipieren können, haben einige von ihnen InsurTechs wie z.B. AdamRiese (Württembergische), Getsurance (mittlerweile Nürnberger), nexible und nexurance (beide ERGO) gegründet bzw. aufgekauft. Wer Kontrolle über den Kunden, die vorhandenen Daten und die Kommunikationsschnittstelle mit dem Endkunden besitzt, dem liegen **optimalen Bedingungen für Embedded-Use-Cases** vor. Einen Einblick über Anbieter für Embedded-Insurance-Services bietet unser **Newsletter der Ausgabe 02-2022**.

### **Mobilitätsbranche als Vorreiter**

In dieser Branche sehen die Experten das größte Potential. Künftig sollen beim Autokauf direkt passende Versicherungspolice mit abgeschlossen werden können. Neue Entwicklungen gibt es nicht nur im Abschluss, sondern auch und gerade im Schadenmanagement. Die Software des Autos erkennt den Schaden, kontaktiert den Pannendienst und meldet den Schaden zur Abwicklung an die Versicherung. Als Vorreiter gilt hier - wen wundert es - der E-Automobilhersteller Tesla, welcher seinen Kunden spezielle Kfz-Police integriert anbietet. **Auch Daimlers Versicherungssparte und die Swiss Re haben ein gemeinsames Unternehmen gegründet**. Das durch das Joint Venture entstandene Unternehmen Movinx soll digitale Kfz- und Mobilitätsversicherungsprodukte entwickeln und als feste Bestandteile in den Fahrzeugverkauf mit aufnehmen.

### **Weitere Beispiele für Embedded Use-Cases von Morgen**

Neben bekannten Use-Cases für Embedded-Insurance haben wir für sie vier etwas weniger prominente Beispiele recherchiert und diese auf einer Skala zwischen Annex Produkt am einen Pol und Fully Embedded am anderen eingeordnet. Optimierungspotenzial sehen wir u.a. bei der Herausarbeitung einer gemeinsamen Value Proposition - eine Herausforderung, die nur auf den ersten Blick trivial erscheint.

### **CHRIST mit Ostangler Brandgilde VVaG**

Beim Kauf einer Uhr über christ.de ist optional ein Uhrenversicherungsschutz dazu buchbar. Die einmalige Prämie, welche anhand des Kaufpreises bemessen wird, kann direkt beim Kaufprozess abgeschlossen und bezahlt werden.

**Marketing:** Abgestimmte Value Propositions. CHRIST bietet qualitativ gute und hochwertige Uhren, welche Ostangler zusätzlich absichert, wenn die Qualität über die Absicherung des Herstellers hinaus nicht gewährleistet werden kann. Annex Vertrieb der Versicherung als Zusatz beim Uhrenkauf.

Customer Journey beim Abschluss: Gemeinsamer Beratungs- und Abschlussprozess des Kaufs der Uhr und der damit verbundenen Versicherung ermöglicht einen unkomplizierten Abschluss.

Customer Journey im Schadenfall: Analog, da eine Schadenmeldung und -bearbeitung ausschließlich vor Ort in der Filiale möglich ist. Kein SPOC (Single Point Of Contact) vorhanden.

#### ImmoScout24 mit iptiQ

Mit einem Klick ist es möglich, innerhalb des Vermietungsprozesses und der Anzeige bei Immobilienscout24 sich als Vermieter gegen Mietausfälle abzusichern.

Marketing: Separate, eigenständige Value Proposition. ImmobilienScout24 bietet über die zusätzlichen Services für Vermieter die Option an, die Mietausfallversicherung bereitzustellen (Technologie: direkt via API-Schnittstelle im Kundenkonto eingebunden).

Customer Journey beim Abschluss: Gemeinsame Beratungs-, und Abschlussstrecke. Eingebettet auf der Seite von ImmobilienScout24 mit Übersicht der Versicherung im Kundenkonto.

Customer Journey im Schadenfall: Schaden kann ebenfalls über das ImmoScout24 Konto vollständig digital eingereicht werden. Somit ist das Kundenportal von ImmoScout24 der SPOC.

#### Playbrush mit UNIQA

Beim Kauf einer smarten Zahnbürste für Kinder ist eine gesundheitsbezogene Zahnzusatzversicherungskomponente integriert, bei dem die Kunden für gutes und regelmäßiges Zähneputzen mit Rückerstattungen belohnt werden sowie einen zusätzlichen Zahnversicherungsschutz erhalten. Das Angebot bestand bis zum 01.09.2021. Eine Alternative besteht aktuell nicht.

Marketing: Separate, eigenständige Value Proposition. Im Fokus stand der Nutzen der smarten Kinderzahnbürste. Die Versicherung wird integriert mit dem Kauf der Zahnbürste ohne Aufpreis vermittelt. Die Vermarktung ist schwierig zu beurteilen, da das Angebot seit 01.09.21 ausgesetzt ist.

Customer Journey beim Abschluss: Gemeinsame Beratungs-, und Abschlussstrecke. Eingebettet in das „Kids Premium Abo“ wurden neben anderen Zusatzleistungen u.a. die Zahnzusatzversicherung mit abgeschlossen, ohne zusätzliche Kosten.

Customer Journey im Schadenfall: Unterlagen können per E-Mail bei Playbrush eingereicht werden. Playbrush fungiert als SPOC für den Kunden.

#### VanMoof ohne Versicherungspartner

Der E-Bike Hersteller VanMoof bietet mit dem Schutz „Peace of Mind Diebstahlschutz“ eine zusätzliche Absicherung im Falle eines Diebstahls an. Sogenannte Bike Hunter suchen über die Standortverfolgung nach dem Fahrrad. Falls es nicht aufgefunden wird, bekommt der Kunde ein gleichwertiges Modell als Ersatz.

Marketing: Gemeinsame, neue Value Proposition. Ähnlich einer Mobilitätsgarantie bei Kfz wird sichergestellt, dass das geklaute Fahrrad in Zusammenarbeit mit der Polizei gefunden oder bei nicht erfolgreicher Ermittlung ein gleichwertiges Fahrrad zur Verfügung gestellt wird.

Customer Journey beim Abschluss: Gemeinsame Beratungs-, und Abschlussstrecke. Beim Kauf eines E-Bikes kann der „Peace of Mind Diebstahlschutz“ direkt mit abgeschlossen werden.

Customer Journey im Schadenfall: Über die App oder den MyVanMoof-Account kann der Verlust zusammen mit einem Polizeibericht gemeldet werden.



Abbildung: Grafischer Einordnung der Use Cases nach Ihrem Embedded-Grad und der Eigenständigkeit der Value Proposition



### **Wie Versicherer aktiv Unterstützung für die Ukraine leisten**

Mehr als sechs Wochen nach Kriegsausbruch sind vergangen – und nicht nur uns beschäftigt die aktuelle Situation. Wir haben verschiedene Aktivitäten von Versicherern für Sie zusammengetragen – völlig wertungsfrei und sicher nur ein kleiner Ausschnitt. Alle Aktivitäten eint die Solidarität und Hilfsbereitschaft für die Betroffenen.

Der Versichererverband **GDV** sichert die mit dem Auto geflüchteten Ukrainer:Innen ab, indem Sie mögliche Unfallschäden begleichen. Die **Alte Leipziger** und der Digitalversicherer **Andsafe** sichern Ihren Kunden zu, aufgenommene Geflüchtete, deren Kinder und Haustiere im gleichen Haushalt mit in der Haftpflichtversicherung zu berücksichtigen sowie bis zu einem bestimmten Rahmen auch Sachschäden zu ersetzen. Die **R+V Versicherung** sichert den Haftpflichtschutz auch bei Unterbringung in separaten Einlieger- oder Zweitwohnungen ab und bietet Unfallabsicherung für Helfer und für Hilfsgütertransporte. Gemeinsam stellen **die Bayerische, Merkur aus Österreich, die deutsche Niederlassung der Dela und Roland Rechtsschutz** ein „Hilfspaket“ zusammen. Sowohl ein Hilfsfonds wurde bestückt, als auch weitere Hilfsaktionen ins Leben gerufen. Zudem bietet die Roland betroffenen Personen kostenlose telefonische Rechtsberatung an. Auch die **Allianz** beteiligt sich, indem Sie gemeinsam mit Ihren Mitarbeiter:Innen eine Spendenaktion organisiert und umsetzt – auch hier rein exemplarisch zu verstehen, denn fast alle Belegschaften zeigen sich auf die eine oder andere Weise solidarisch. Auch die **Zurich Foundation** hat eine eigene Spendenkampagne ins Leben gerufen und verdoppelte alle bis zum März eingegangenen Spenden.

DANKE!

---

#### **Impressum:**

Angaben gemäß § 5 TMG: BELTIOS GmbH Sonnenstraße 27 80331 München  
Vertreten durch:  
Vertretungsberechtigte Geschäftsführer: Siegfried Eibl, Dr. Aristid Neuburger,  
Dr. Manuel Audi, Claudia Schmidt  
Kontakt:  
Tel.: +49(0)40 570 159 800  
Fax: +49(0)40 570 159 888  
E-Mail: [info@beltios.com](mailto:info@beltios.com)  
Handelsregister: Amtsgericht München, HRB 264040  
Umsatzsteuer:  
Umsatzsteuer-Identifikationsnummer gemäß §27 a Umsatzsteuergesetz:  
DE244164283

**BELTIOS**

**Ihnen wurde die BELTIOS Monthly Insights weitergeleitet und Sie möchten sich auch gerne zu unserem Newsletter anmelden?**

Hier kostenlos abonnieren

Diese E-Mail wurde an {{ contact.EMAIL }} versandt.  
Sie haben diese E-Mail erhalten, weil Sie sich auf newsletter@beltios.com  
angemeldet haben.

[Abmelden](#)



© 2021 BELTIOS GmbH