

**Capgemini Pressekontakt:**

Kora Alice Lejko  
Tel.: + 49 151 40251 298  
E-Mail: [kora-alice.lejko@capgemini.com](mailto:kora-alice.lejko@capgemini.com)

**Efma Pressekontakt:**

Jana Lednarova (Efma)  
Tel.: +421 915 225 611  
E-mail: [jana@efma.com](mailto:jana@efma.com)

## **World InsurTech Report 2021: Beispielloser Zugang zu Investmentkapital beschleunigt die Reife von InsurTechs und damit ihre Kundenakzeptanz**

- **Erstmals sind 50 Prozent der Versicherungskunden bereit, einen Versicherungsvertrag mit neuen digitalen Anbietern zu schließen**
- **Etablierte Versicherer gehen strategische Partnerschaften ein, um wettbewerbsfähig zu bleiben**

**Berlin, 16. September 2021 – InsurTechs und im Versicherungsmarkt aktive BigTechs nutzen beachtliche Kapitalzuflüsse, um die technologische Innovation voranzutreiben, wie der [World InsurTech Report 2021](#) von [Capgemini](#) und [Efma](#) zeigt. Damit steigt der Druck auf etablierte Versicherer. Die jungen digitalen Akteure bieten eine stärkere Personalisierung und konzentrieren sich auf das Kundenerlebnis, wodurch sie an Reife und Akzeptanz auf Kundenseite gewinnen. Als Reaktion darauf versuchen die etablierten Versicherer, ihre Technologiekompetenz durch Partnerschaften mit InsurTechs zu stärken oder diese aufkaufen – mit dem Ziel, digital zu sein, statt nur digital zu handeln.**

Der Studie zufolge haben Tech-Giganten und InsurTechs einen beispiellosen Zugang zu Investitionskapital erlangt. Damit erweitern sie ihre Digitalkompetenzen und bauen ihren Innovationsvorsprung auch in der Versicherungswirtschaft aus. Zwischen 2018 und 2020 haben ein bekannter Automobilhersteller und die fünf größten Tech-Unternehmen, die Versicherungsleistungen anbieten, fast das 2,5-fache der Marktkapitalisierung der 30 größten Versicherer weltweit im Jahr 2020 hinzugewonnen<sup>1</sup>. Bis Ende 2020 überstieg das gesamte Marktkapital der börsennotierten InsurTechs 22 Milliarden Dollar<sup>2</sup>. InsurTechs entwickeln sich zum Investitionstrend, da eine ganze Reihe von Investoren die Kapitalzuflüsse trägt. Risiko- und Beteiligungskapitalgeber stellen in der Frühphase Kapital zur Verfügung; Rückversicherer spielen zwei Schlüsselrollen: Sie unterstützen InsurTechs durch Investitionen und stellen ihnen unerlässliche Underwriting-Kapazitäten bereit.

*„Während InsurTechs für Versicherer lange Zeit primär Schlüssel für eine bessere Customer Experience waren, liegt der Haupttreiber für Kooperationen und Akquisitionen jetzt ganz klar auf Reach. Es geht also um Fähigkeiten, mit denen Versicherer die Reichweite ihrer Services erhöhen können, zum Beispiel durch Embedded Insurance“, so Gunnar Tacke, Managing Business Analyst bei Capgemini. „Der Schlüssel zur Zukunft der Versicherungsbranche ist Modularität. Auch die Versicherer müssen sich flexibel aufstellen, um ein breites Spektrum künftiger Szenarien abbilden zu können. Modulare Angebote, Systeme und Organisationsstrukturen sind daher unverzichtbar für solide Geschäftsmodelle im Strukturwechsel.“*

### **CARE wird zum Erfolgsrezept der Branche**

Während der COVID-19-Pandemie ist die Bereitschaft der Kunden, Versicherungen abzuschließen, weltweit um durchschnittlich 7 Prozent gestiegen. Dabei tendieren die Versicherungsnehmer

<sup>1</sup> Finanzanalyse von Capgemini, basierend auf Daten von [Yahoo Finance](#) und [CompaniesMarketCap](#).

<sup>2</sup> Finanzanalyse von Capgemini, basierend auf Daten von [CompaniesMarketCap](#).

zunehmend zu Versicherern, die ihnen eine bessere CARE bieten, indem sie Komfort (**C**onvenience), Beratung (**A**dvice) und Reichweite (**R**each) in den Mittelpunkt ihrer Customer Journey stellen und deren Effektivität daran bemessen. Versicherungsnehmer zögern nicht mehr lange, den Anbieter zu wechseln, wenn es um bessere CARE-Lösungen geht. Erstmals ziehen 50 Prozent der Kunden eine Versicherung bei einem der neuen Akteure in Betracht.

### **Neue Anbieter machen durch digitale Technologien den Unterschied**

InsurTechs nutzen den Zufluss von Investorenkapital, um ihre CARE-Angebote durch digitale Technologien weiter zu verbessern, darunter KI/prädiktive Modellierung, Advanced Data Analytics, API/open insurance und IoT/connected devices. InsurTechs sind sich der Kundenerwartungen bewusst; Komfort steht bereits seit einiger Zeit im Mittelpunkt ihrer Ansätze, wobei das Erreichen des Kunden über diverse Kanäle jetzt zur Priorität wird. Obwohl die etablierten Versicherer mit großen Herausforderungen im Bereich Data & Analytics konfrontiert sind (nur ein Viertel von ihnen ist von den eigenen Fähigkeiten im Datenmanagement überzeugt), treiben sie ihre Entwicklung voran: Um Limitierungen zu überwinden, kaufen viele der klassischen Versicherer neue digitale Anbieter bzw. kooperieren mit ihnen, um ihre Fähigkeiten und ihr Leistungsangebot im CARE-Bereich zu optimieren, mit besonderem Augenmerk ebenfalls auf der Reichweite.

Das Versicherungswesen wandelt sich vom Produktgeschäft hin zu Customer CARE. Da die Grenzen zwischen den Akteuren der Versicherungsbranche verschwimmen, sehen die Studienautoren zwei Szenarien aufkommen:

- 1. Embedded Insurance als Mehrwert in Ökosystemen Dritter:** Der Versicherungsvertrag wird am Point of Sale oder Point of Service integriert, wodurch er nahezu unsichtbar wird. Das Geschäftsmodell entwickelt sich zu einem B2B2C-Ansatz, bei dem Ökosystempartner die Kundenbeziehungen pflegen.
- 2. Zusatznutzen im Kern komplexer Angebote:** Versicherer wechseln vom Produktverkauf zum CAREing für Kunden – mit Prognose- und Präventionsangeboten auf der Basis von KI und Analytik.

*„Die klassischen Versicherer erweitern ihre Ökosysteme, um wettbewerbsfähig zu bleiben. Dabei sollten sie unbedingt den Mehrwert in Betracht ziehen, der durch kompetente Partner wie BigTechs, InsurTechs und nicht-traditionelle Akteure wie Markenhersteller (OEMs) erzielt werden kann. Die Zahlen sprechen eindeutig dafür, dass das exponentielle Wachstum der InsurTechs anhalten wird; daher ist eine hervorragende Customer CARE von entscheidender Bedeutung. Zukünftiger Erfolg in der Branche hängt von den verfügbaren Kompetenzen in der gesamten Wertschöpfungskette ab, von der Bereitschaft zu investieren und dem Bestreben, für die Kundenbeziehung selbst verantwortlich zu sein“, sagte John Berry, CEO von Efma.*

### **Methodik der Studie**

Der World InsurTech Report (WITR) 2021 stützt sich auf Untersuchungsergebnisse aus mehreren Erhebungen, Gesprächsrunden und Interviews: World InsurTech Report 2021 Roundtable Discussion, World InsurTech Report 2020-2021 Führungskräftebefragung, Globale Befragung von Führungskräften der Versicherungswirtschaft 2020, Globale Befragung von Kunden zum Thema Versicherungen 2020-2021, Capgemini COVID-19 Verbraucherumfrage 2021, Capgemini InsurTech Landscape Study 2020-2021, Analyse von InsurTech-Partnerschaften und InsurTech-Daten 2021. Die Studie umfasst eine Analyse von mehr als 900 InsurTechs mit Schwerpunkt in den USA und Europa. Diese lassen sich in drei große Kategorien einteilen: Vollversicherer, Distributoren und Befähiger. Die Analyse gibt Aufschluss über die InsurTech-Wachstumsrate zwischen 2020 und 2021 und die für den Zeitraum 2020-2021 erhaltenen Finanzierungen.

### **Über Capgemini**

Capgemini ist einer 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 290.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern in fast 50 Ländern. Eine über 50-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 2020 bei 16 Milliarden Euro.

Get The Future You Want | [www.capgemini.com/de](http://www.capgemini.com/de)

### **Über Efma**

Als globale Non-Profit-Organisation, 1971 von Banken und Versicherungen gegründet, erleichtert Efma die Vernetzung von Entscheidungsträgern. Sie liefert qualitativ hochwertige Erkenntnisse, um Banken und Versicherungsunternehmen dabei zu unterstützen, die richtigen Entscheidungen zu treffen, um Innovation zu fördern und ihre Transformation voranzutreiben. 120 Finanzkonzerne in 133 Ländern sind Mitglieder der Efma. Die Organisation hat ihren Hauptsitz in Paris und Büros in London, Brüssel, Andorra, Mailand, Stockholm, Bratislava, Warschau, Moskau, Istanbul, Beirut, Dubai, Tokio, Singapur, Sydney und Montreal.

Erfahren Sie mehr unter [www.efma.com](http://www.efma.com)