

Bundesweite Umfrage zu integrierten Versicherungen

Wachsende Nachfrage nach **Zusatzversicherungen**





Was steckt drin?

Einleitung und Hintergrund. _____	3
Was bedeutet Integrierte Versicherung / Embedded Insurance? _____	4
Die Untersuchungsergebnisse _____	5
Hast du schon einmal eine Versicherung beim Kauf eines Produktes direkt dazu abgeschlossen? _____	6
Produktkategorien: Smartphones auf Platz 1 _____	7
Für welches Produkt hast du beim Kauf direkt eine Versicherung abgeschlossen? _____	9
Bedarf steigt stark. _____	10
Bei welchen Angeboten ist / wäre dir eine passende Versicherung zum Produkt wichtig? _____	11
Das Versicherungsprodukt _____	12
Integrierte Versicherung und InsurTechs _____	13
Fazit: Zusatzversicherungen sind fester Bestandteil des Kundenerlebnisses. _____	14

Einleitung und Hintergrund.

Ob Smartphone, E-Bike, Tablet oder Sportgerät: immer mehr Produkte werden online eingekauft. Doch das allein reicht oft nicht. Die mitunter kostspieligen Güter können zunehmend direkt mit der dazu passenden Versicherung erworben werden – so wie es seit Langem schon mit Reiserücktritts- oder Auslandskrankenversicherungen üblich ist. In den vergangenen Jahren hat sich das Kundenverhalten hierzu stark gewandelt; das zeigt auch das starke Wachstum einschlägiger Angebote und Unternehmen.

Diesem Boommarkt und Kundenerlebnis wollte hepster auf den Grund gehen, durch eine großangelegte Umfrage, an der sich 1.792 Personen beteiligt haben. Wie also haben sich „Zusatzversicherungen“ / „Embedded Insurance“ und deren Akzeptanz und Relevanz in den vergangenen Jahren entwickelt?

Für welche Produkte werden sie am ehesten in Betracht gezogen?
Wo liegen Bedarf und Wünsche der Befragten und Kund:innen – und wo ist noch Luft nach oben?





Unter Embedded Insurance versteht man die Integration von Versicherungen in die Customer Journey eines Produkts oder einer Dienstleistung. Dabei geht es darum, den Versicherungsschutz als Bestandteil oder integrierte

Was bedeutet **Integrierte Versicherung / Embedded Insurance**?

Funktion eines anderen Produkts oder Dienstleistung anzubieten, anstatt die Versicherung separat zu verkaufen – so wie es traditionell der Fall war.

Bei eingebetteten Versicherungen arbeiten nun Unternehmen aus verschiedenen Branchen wie E-Commerce, Reisen, Automobil oder Fintech mit Versicherungsanbietern

zusammen, um Versicherungsschutz nahtlos in ihre bestehenden Angebote einzubinden.

Eine integrierte Versicherung enthält mehrere Vorteile: Sie erhöht den Kundenkomfort und bietet Mehr-

wert. Sie verbessert damit das gesamte Kundenerlebnis, indem es eine Komplettlösung für die eigentlichen Produkt-/Dienstleistungs- aber auch Versicherungsbedürfnisse bietet. Darüber hinaus ermöglichen eingebettete Versicherungen den dazugehörigen Anbietern, neue Geschäftsfelder zu erschließen.

Integrierte Versicherungen sind nicht neu und existieren seit mehreren Jahrzehnten. Doch erst die Digitalisierung, das Wachstum digitaler Plattformen und die steigende Nachfrage nach personalisierten Zusatzdiensten haben zum Aufstieg als Geschäftsmodell und eigenständigem Teil der Branche beigetragen. Vor allem diese Faktoren haben es Unternehmen ermöglicht, maßgeschneiderte Versicherungslösungen anzubieten, die auf die Bedürfnisse ihrer Kund:innen abgestimmt sind und sich so von ihren Wettbewerbern abheben.

Den Vertrieb und Kundenkontakts übernimmt in der Regel der Anbieter des Produkts oder der Dienstleistungen; der Versicherer tritt je nach Lösung meist nur als Risikoträger in Erscheinung.

Die Untersuchungsergebnisse

Starke Wahrnehmung und Akzeptanz: Fast alle Kund:innen bemerken integrierte Versicherung – viele davon schließen ab.

Die Umfrageergebnisse zeigen: Die Wahrnehmung von Zusatzversicherungen innerhalb der Online-Auftritte oder am Point of Sale durch die Kund:innen ist überragend.

91 % der Umfrageteilnehmer:innen haben schon Zusatzversicherungen beim Kauf aktiv wahrgenommen. Nur 8 % ist diese Möglichkeit offenbar entgangen.

Doch bei der bloßen Beobachtung blieb es nicht: Die Mehrheit der Teilnehmer:innen – und zwar **53 %** – haben bereits mindestens einmal eine Zusatzversicherung direkt abgeschlossen.



Hast du schon einmal eine Versicherung beim Kauf eines Produktes direkt dazu abgeschlossen?

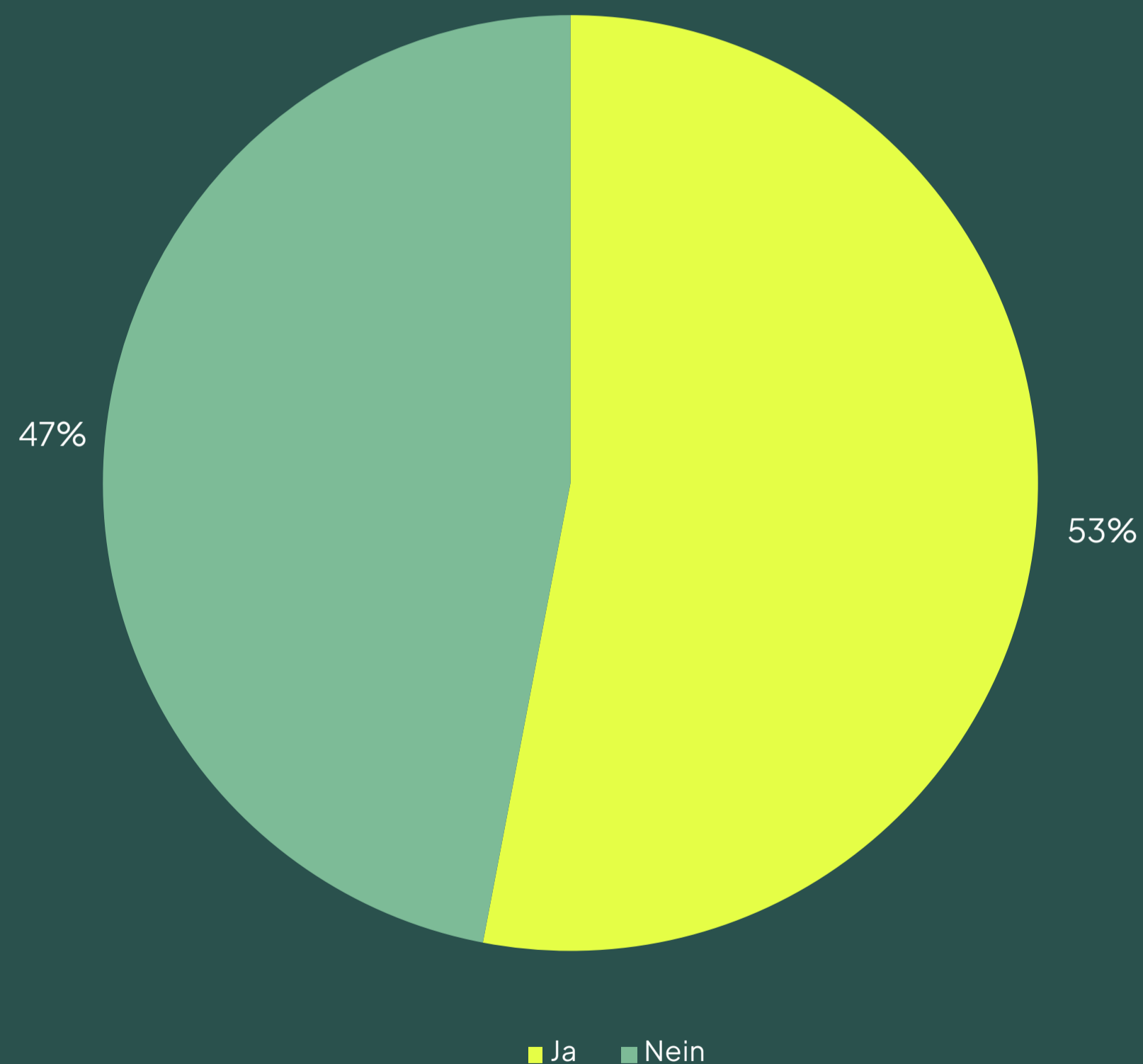


Abb. 1: Abschluss von Zusatzangeboten in Form einer Versicherung zum Online-Kauf eines Produktes bei 1.792 Teilnehmer:innen

19 % jährliches Wachstum –
Boommarkt integrierte
Versicherungen

Der Markt integrierter Versicherung soll im Zeitraum 2022 im 2029 jährlich um 19,4 % wachsen.

Die Einnahmen aus eingebetteten Versicherungen in der Region werden damit von 10,7 Millionen US-Dollar im Jahr 2022 auf 28,5 Milliarden US-Dollar im Jahr 2029 steigen. Dies prognostiziert die Studie „Europe Embedded Insurance Business and Investment Opportunities – Q1 2022 Update“.

Vor allem das Vereinigte Königreich, Deutschland und Frankreich tragen zu diesem Aufschwung bei.¹

¹ <https://www.prnewswire.com/news-releases/europe-embedded-insurance-markets-report-2022-market-will-increase-from-10-781-8-million-in-2022-to-28-525-5-million-by-2029--301504418.html>

Produktkategorien:

Smartphones auf Platz 1

Doch was sind die Favoriten unter den Produkten und Dienstleistungen, für die am ehesten eine Versicherung direkt dazu gebucht wird? Spitzenreiter sind Smartphones und Handys: Hierfür hat jede:r Fünfte gleich mit dem Kauf eine Versicherung abgeschlossen. Fahrrad/ E-Bike folgen mit 15 % auf Platz 2, gleichauf mit Laptop/ Notebook. Reiseversicherungen – der Klassiker unter den integrierten Versicherungen – kommen erst auf Platz 4, den sie sich mit Kameras teilen. Hingegen landen Drohnen und Konzerttickets mit 3 % auf den letzten Plätzen. Dafür haben die Teilnehmer:innen offenbar am wenigsten Bedarf (Mehrfachauswahl möglich).

Unabhängig von einem Kauf halten zwei Drittel der Teilnehmer:innen Versicherungen für Reisen und (E-) Bikes generell für wichtig, gefolgt von Smartphones/ Handys mit knapp 58 %. Haushaltselektronik (etwa Waschmaschinen) und Luxusgegenstände (Handtaschen, Uhren, Schmuck) spielen mit gut 34 % nur eine mittelgroße Rolle. Für Sportausrüstung (8 %) und Möbel (6 %) wird offenbar am wenigsten Handlungsbedarf gesehen, diese mit einer spezifischen Versicherung zu schützen.



„Die Bündelung dieser Dienstleistungen an ein Kernprodukt bietet spannende Absatzmöglichkeiten nicht nur für Versicherungsunternehmen. Nahezu jede konsumbasierte Alltagssituation lässt sich mit einem passenden, bedarfsorientierten Versicherungsprodukt verknüpfen – in Zeiten der Digitalisierung sogar noch schneller und einfacher.“²

Für welches Produkt hast du beim Kauf direkt eine Versicherung abgeschlossen?

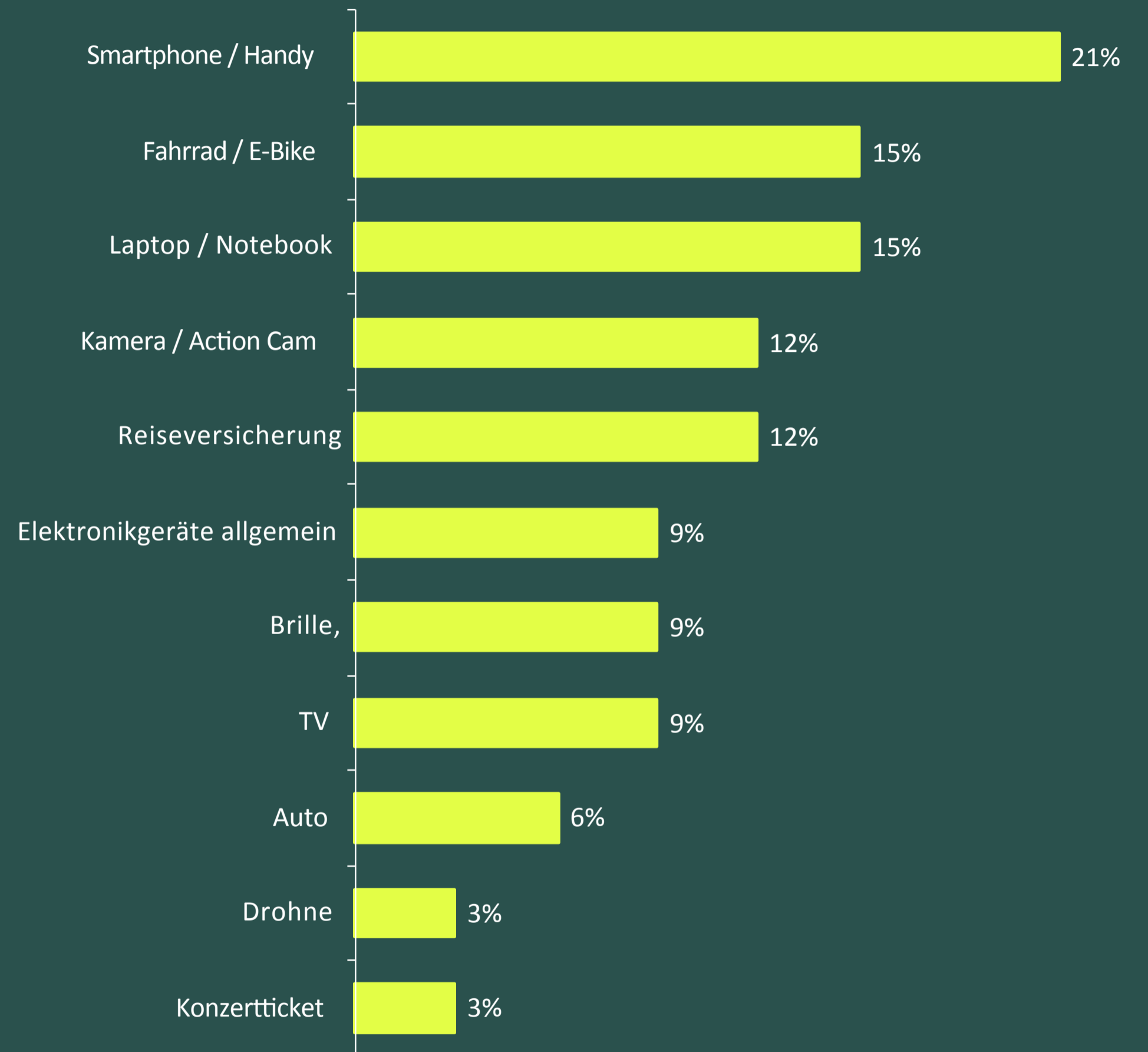


Abb. 2: Art der Versicherung, die von 949 Teilnehmer:innen beim Kauf eines Produkts abgeschlossen wurde



Bedarf steigt stark.

Bis vor einigen Jahren waren Zusatzversicherungen noch wenig verbreitet und auf nur wenige Produkte beschränkt. Heute aber stehen integrierte Versicherungen für einen Wachstumsmarkt. Zwei Drittel der Teilnehmer:innen gaben so auch an, dass ihr Bedarf an Embedded Insurance in den letzten zwei Jahren gestiegen ist, 27 % sogar „stark“ und 10 % „sehr stark“.

Naturgemäß spielt der Wert des gekauften Produkts bei der Entscheidung für eine extra Versicherung eine entscheidende Rolle. 500 Euro scheint hier eine bedeutende Grenze dar-zustellen. Ab diesem Kaufpreis ist mehr als der Hälfte der Teilnehmer:innen, nämlich knapp 55 %, eine Versicherung wichtig. 41 % ziehen dies erst ab 1.000 Euro in Betracht.

Zusatzversicherung sind dabei schon soweit im Bewusstsein der Verbraucher:innen verankert, dass 37 % der Teilnehmer:innen stark bis sehr stark beim Online-Kauf auf diese Option „aktiv achten“.

Bei welchen Angeboten ist / wäre dir eine passende Versicherung zum Produkt wichtig?

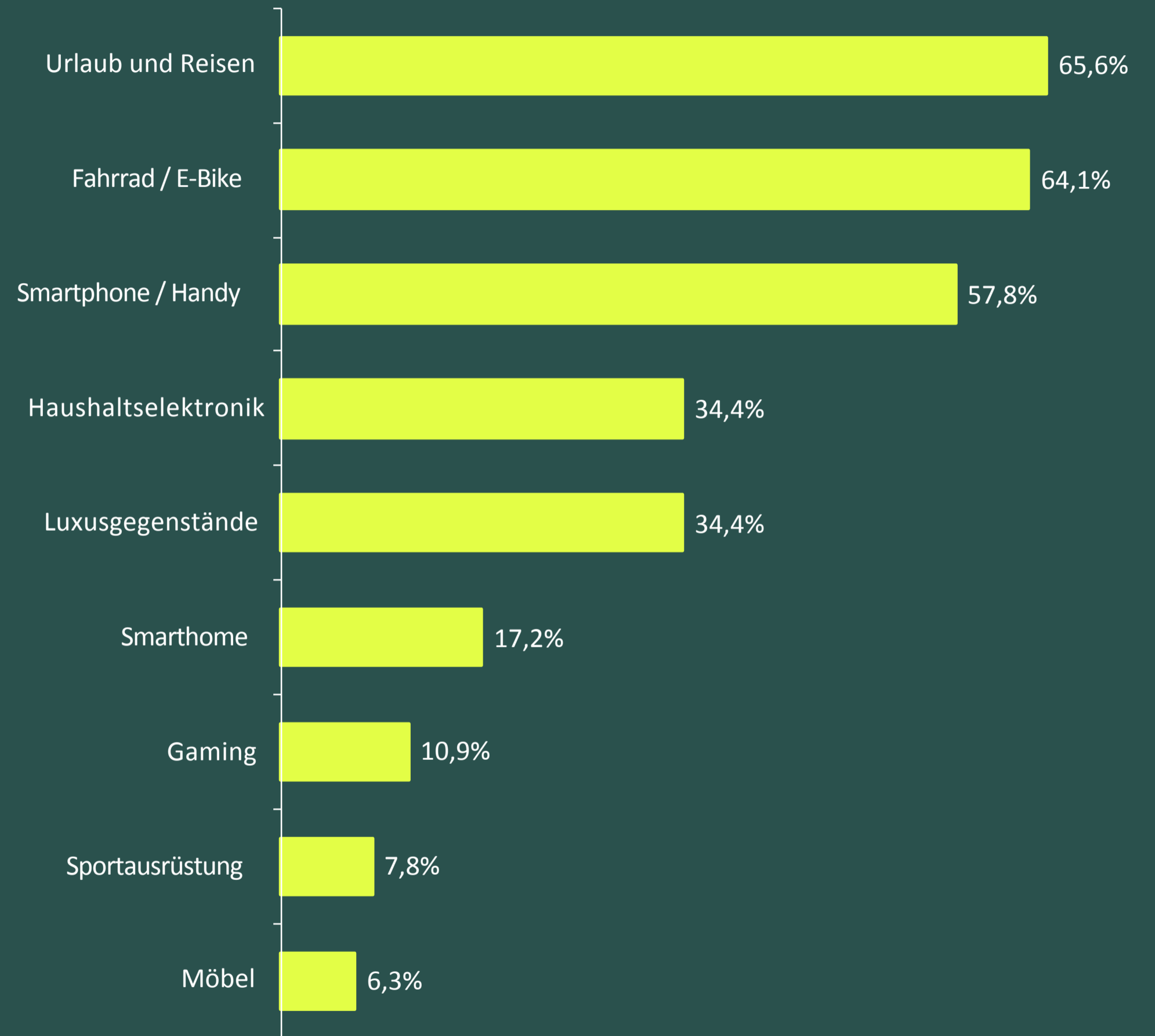


Abb. 3: Gewünschte Versicherung zum Kauf eines Produkts, von 1.792 Teilnehmer:innen

Das Versicherungs- produkt

Kommen wir abschließend vom gekauften Produkt zu Versicherung selbst. Welche Faktoren sind da für eine Kaufentscheidung ausschlaggebend?

Für 64 % ist es die schiere Notwendigkeit der Versicherung, 16 % die Versicherungsprämie und 14 % die Versicherungsleistungen.

6 % halten die Handhabung der Versicherung für wichtig.





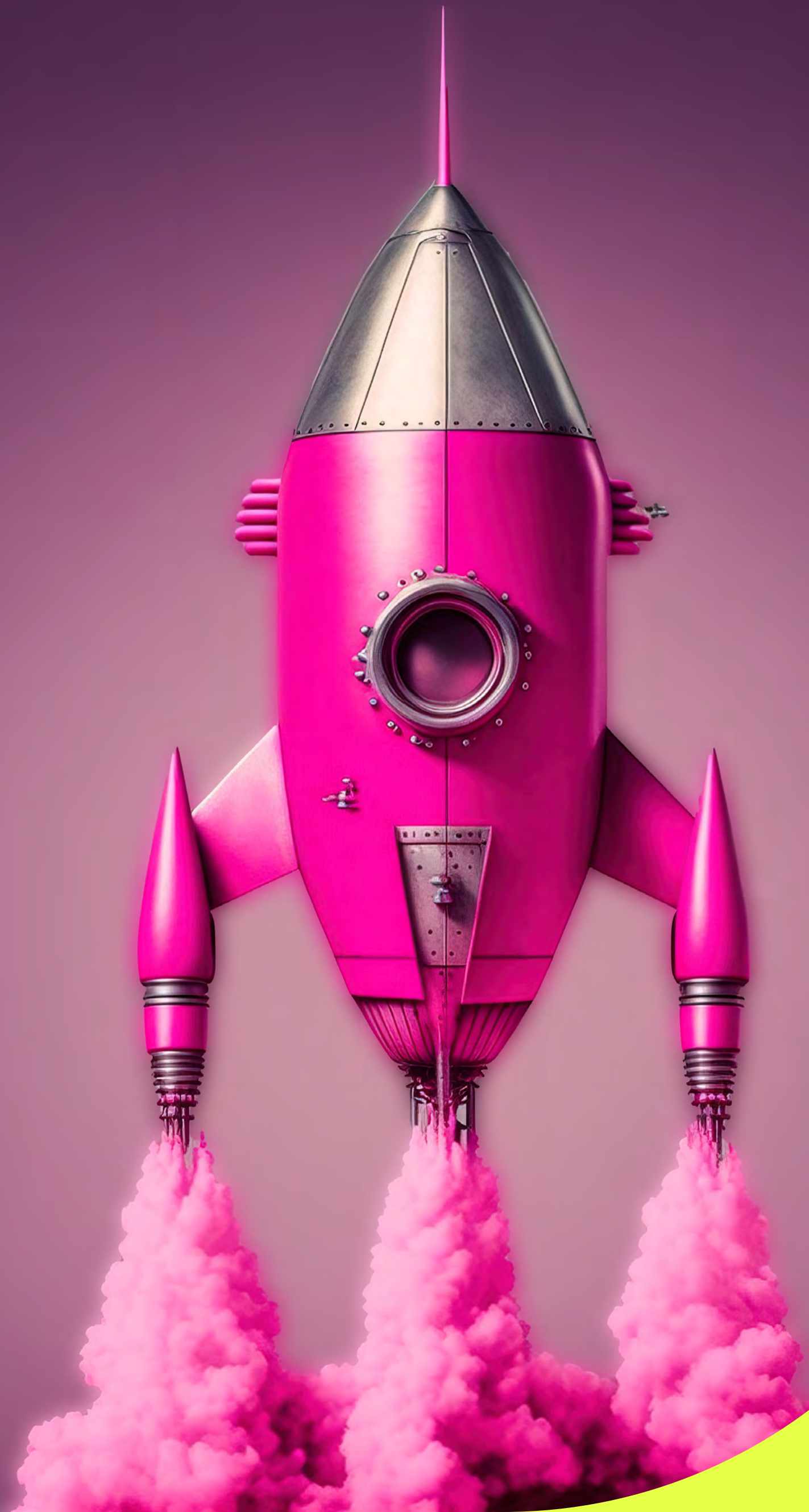
Integrierte Versicherung und InsurTechs

Integrierte Versicherungen werden oft von InsurTechs – dem „Versicherungssegment“ der Startups und eine Unterkategorie von FinTechs – angeboten. Sie bringen die beiden wesentlichen Standbeine „Versicherung“ und „Technologie“ am besten zusammen. Besonders mit dem Einsatz digitaler Technologien und den dazugehörigen Möglichkeiten der Datenerfassung und -auswertung verändern und revolutionieren InsurTechs die traditionelle Versicherungsbranche und schaffen so Innovation, Effizienz und verbesserte Kundenerlebnisse.

Integrierte Versicherungen stellen damit einen disruptiven Ansatz. Sie ermöglichen es Unternehmen aus verschiedenen Branchen, in den Versicherungsmarkt einzusteigen und ihre Dienstleistungen zu erweitern. Dabei arbeiten Insurtechs häufig mit traditionellen Versicherungsträgern zusammen.

Fazit: Zusatzversicherungen sind fester Bestandteil des Kundenerlebnisses.

Integrierte Versicherungen erleben einen Siegeszug: Die Verbraucher:innen fragen sie zunehmend nach, ja sie achten oft aktiv auf entsprechende Angebote. Ein Beleg dafür, wie sich das Offerieren von Zusatzversicherungen für die Anbieter von Produkten und Dienstleistungen lohnt. Inzwischen haben sie sich so zum festen Bestandteil des Kundenerlebnisses entwickelt, den die meisten Konsument:innen als Bestandteil des Webauftritts oder am Point of Sale erwarten. Favoriten unter den Produkten, für die eine integrierte Versicherung erworben wird, sind mit Smartphones/ Handys, Fahrrad/ E-Bikes und Laptop/ Notebook relativ hochpreisige Güter, die tagtäglich benutzt werden. Als magische Grenze, ab der Zusatzversicherungen in Betracht gezogen werden, benennen die Umfrageteilnehmer:innen 500 Euro (55 %). Ab einem Wert von 1.000 Euro ist sie dann für fast jeden relevant (96 %).



Dieses Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsgesetz zugelassen ist, bedarf der vorherigen schriftlichen Zustimmung der MOINsure GmbH. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen und der Speicherung sowie Verarbeitung in elektronischer Form. Eine Weitergabe an Dritte ist nicht gestattet.

Impressum/ Kontakt

hepster (MOINsure GmbH)

Am Kreuzgraben 1a

18146 Rostock

Mail: presse@hepster.com

partner.hepster.com

www.hepster.com

