



LEIPZIGER MASTERARBEITEN

Herausgeber: Fred Wagner

Benjamin Anderl

Digitale Versicherungsmakler – Geschäftsmodelle und Konsequenzen für die Versicherungspraxis



22

Benjamin Anderl

Digitale Versicherungsmakler – Geschäftsmodelle
und Konsequenzen für die Versicherungspraxis



LEIPZIGER MASTERARBEITEN

Herausgeber: Fred Wagner

Benjamin Anderl

Digitale Versicherungsmakler –
Geschäftsmodelle und
Konsequenzen für
die Versicherungspraxis



22

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

© 2016 Verlag Versicherungswirtschaft GmbH Karlsruhe

Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urhebergesetz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlags Versicherungswirtschaft GmbH, Karlsruhe. Jegliche unzulässige Nutzung des Werkes berechtigt den Verlag Versicherungswirtschaft GmbH zum Schadenersatz gegen den oder die jeweiligen Nutzer.

Bei jeder autorisierten Nutzung des Werkes ist die folgende Quellenangabe an branchenüblicher Stelle vorzunehmen:

© 2016 Verlag Versicherungswirtschaft GmbH Karlsruhe

Jegliche Nutzung ohne die Quellenangabe in der vorstehenden Form berechtigt den Verlag Versicherungswirtschaft GmbH zum Schadenersatz gegen den oder die jeweiligen Nutzer.

ISSN 1869-0017

ISBN 978-3-89952-951-7

Herausgebervorwort

Der Vertrieb von Versicherungsprodukten über Versicherungsmakler ist ein fester Bestandteil des Vertriebswegemix vieler Versicherungsunternehmen. Im Zuge der fortschreitenden Digitalisierung innerhalb der Versicherungswirtschaft ist es daher nicht verwunderlich, dass neue Anbieter versuchen, die Tätigkeit des Versicherungsmaklers digital zu interpretieren. In jüngster Vergangenheit ist es dabei verstärkt zur Gründung von Startup-Unternehmen gekommen, die als digitale Versicherungsmakler beschrieben werden können und sich zwischen Versicherungsunternehmen und Kunden platzieren. Das Leistungsversprechen dieser Anbieter umfasst in der Regel die papierlose Verwaltung von Versicherungsverträgen sowie die Beratung der Kunden über eine App für mobile Endgeräte.

Zur Vorstellung des Typus von digitalen Versicherungsmaklern widmet sich Benjamin Anderl, MBA, in seiner Arbeit vier ausgewählten Anbietern, deren Geschäftsmodelle er strukturiert auf Basis des *Business Model Canvas* - Ansatzes analysiert. Die Ergebnisse werden durch eine Gegenüberstellung der Geschäftsmodelle sowie durch eine kritische Bewertung des Autors angereichert. Ein weiterer Schwerpunkt der Arbeit ist die Darstellung von möglichen Konsequenzen durch die Etablierung von digitalen Versicherungsmaklern für die Versicherungspraxis. Hierbei geht es beispielsweise um die Frage, wie sich klassische Versicherungsmakler gegenüber der neuen Konkurrenz positiv abheben oder inwiefern sie neue Technologien für ihren Erfolg nutzen können. Zur Darstellung des aktuellen Status-Quo wurde eine Befragung von Versicherungsmaklern durchgeführt, deren interessante Ergebnisse in die Ausführungen des Autors eingeflossen sind. Bezogen auf die Konsequenzen für Versicherungsunternehmen werden Szenarien skizziert, die sich durch die Zusammenarbeit mit digitalen Versicherungsmaklern ergeben könnten, und notwendige Prozessanpassungen. Die Frage, ob digitale Versicherungsmakler mittelfristig zu günstigeren Beiträgen für die Versicherungskunden führen könnten, ist ebenfalls Teil der vorliegenden Arbeit.

Durch die strukturierte Analyse der Geschäftsmodelle und die Berücksichtigung unterschiedlicher Perspektiven verschafft Benjamin Anderl einen ganzheitlichen Einblick in die Thematik, der für den interessierten Leser aus Theorie und Praxis einen wertvollen Beitrag zur weitergehenden Diskussion liefert.

Leipzig, im August 2016

Prof. Dr. Fred Wagner

Inhaltsverzeichnis

Herausgebervorwort	V
Inhaltsverzeichnis	VII
Abkürzungsverzeichnis	IX
1 Einleitung	1
2 Definitionen und Grundlagen	4
2.1 Definitionen	4
2.1.1 Versicherungsmakler	4
2.1.2 Geschäftsmodell	6
2.1.3 Fintech.....	7
2.2 Aktuelle Marktsituation im Versicherungsvertrieb.....	9
2.3 Abgrenzung.....	12
3 Analyse der Geschäftsmodelle von ausgewählten digitalen Versicherungsmaklern	15
3.1 Business Model Canvas.....	15
3.2 Geschäftsmodellanalyse ausgewählter Unternehmen	18
3.2.1 Clark	18
3.2.2 Knip.....	25
3.2.3 GetSafe.....	31
3.2.4 Asuro	36
3.3 Gegenüberstellung der Geschäftsmodelle	41
3.4 Kritische Bewertung der Geschäftsmodelle	43
4 Konsequenzen für die Versicherungspraxis	47
4.1 Perspektive der Versicherungsunternehmen	47
4.2 Perspektive der klassischen Versicherungsmakler	50
4.3 Perspektive der Versicherungskunden.....	54
5 Fazit	59
Anhang	63
Literaturverzeichnis	73

Abkürzungsverzeichnis

AG	Aktiengesellschaft
AGB	Allgemeine Geschäftsbedingungen
Aufl.	Auflage
BaFin	Bundesanstalt für Finanzdienstleistungsaufsicht
BGB	Bürgerliches Gesetzbuch
BiPRO	Brancheninstitut für Prozessoptimierung
BMC	Business Model Canvas
Bsp.	Beispiel
bspw.	beispielsweise
BVK	Bundesverband Deutscher Versicherungskaufleute e.V.
bzgl.	bezüglich
bzw.	beziehungsweise
CEO	Chief Executive Officer
COO	Chief Operating Officer
d. h.	das heißt
Diss.	Dissertation
et al.	und andere
etc.	et cetera
EU	Europäische Union
EUR	Euro

evtl.	eventuell
GDV	Gesamtverband der Deutschen Versicherungswirtschaft
gem.	gemäß
GmbH	Gesellschaft mit beschränkter Haftung
HGB	Handelsgesetzbuch
Hrsg.	Herausgeber
IDD	Insurance Distribution Directive
inkl.	inklusive
Jg.	Jahrgang
LVRG	Lebensversicherungsreformgesetz
Mio.	Millionen
Mrd.	Milliarden
Nr.	Nummer
S.	Seite
sog.	sogenannte
URL	Uniform Resource Locator
u.a.	unter anderem
VDVM	Verband Deutscher Versicherungsmakler e.V.
VEMA	Versicherungs-Makler-Genossenschaft eG
VersVermV	Versicherungsvermittlungsverordnung
vgl.	vergleiche
VVG	Versicherungsvertragsgesetz

v.a.

vor allem

z.B.

zum Beispiel