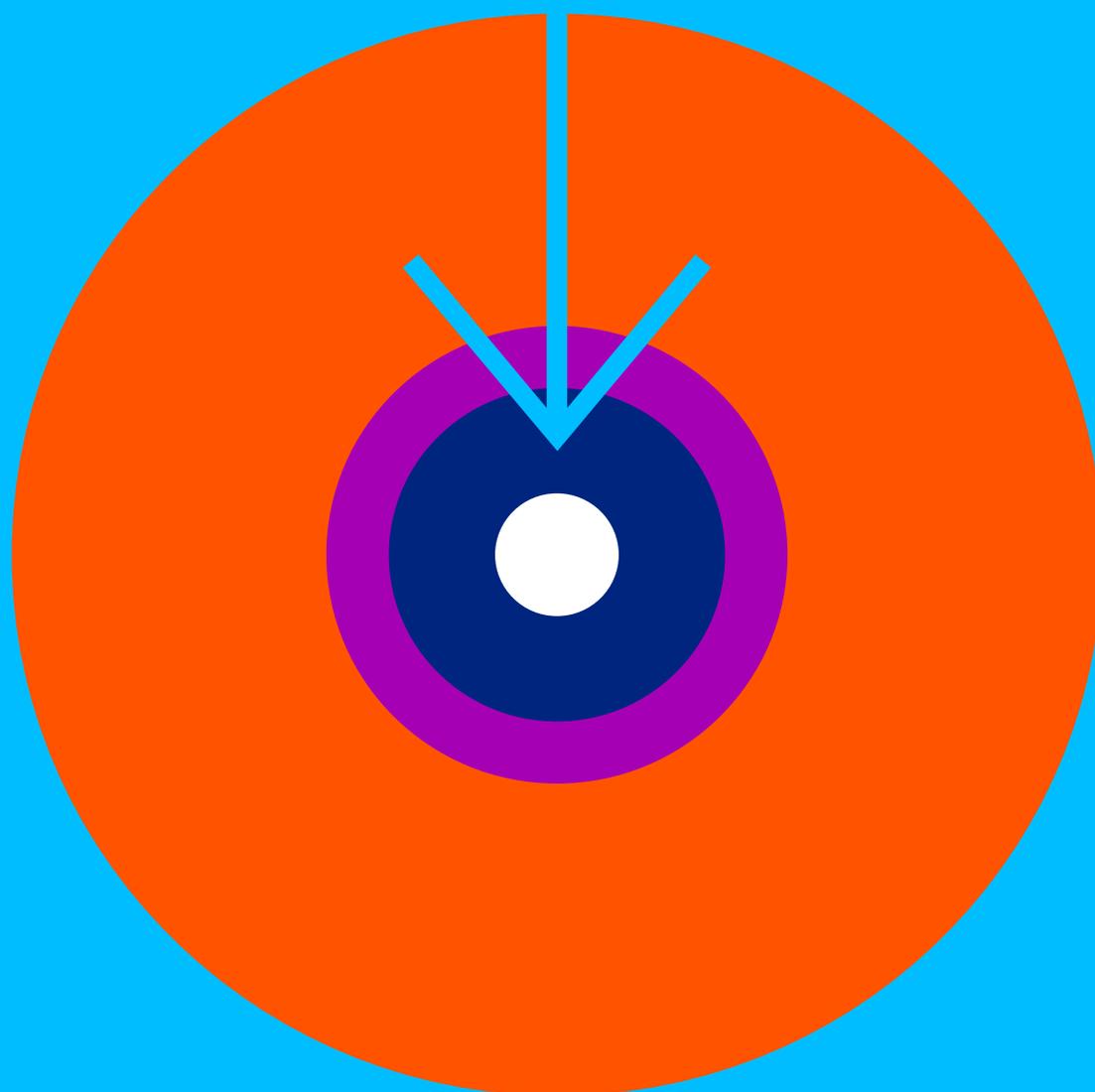


Integrierte Versicherungen in  
Dienstleistung und Handel:  
Wie **Embedded Insurance** Komplexität  
reduzieren und Mehrwert schaffen kann.



## Digital first: Chance für die Versicherungsbranche

Die digitale Transformation hat einen weitreichenden Einfluss auf den Handel von Waren und Dienstleistungen – eine Entwicklung, die spürbare Veränderungen für die Versicherungswirtschaft mit sich bringt. Denn inzwischen gewinnt auch hierzulande der Grundsatz "digital first" an Bedeutung: Laut "Postbank Digitalstudie 2024 – die digitalen Deutschen" erledigen deutsche Verbraucher drei von zehn Einkäufen über das Internet. Diese online erworbenen Produkte brauchen Garantien und Versicherungsschutz – und bergen damit große Cross-Selling-Potenziale für Versicherungsanbieter.

## Kunden schätzen kurze Wege und klaren Mehrwert

Schnelle Preisvergleiche, bequeme Bestellvorgänge und eine unkomplizierte Bezahlung: Immer mehr Verbraucher schätzen die Vorteile des Online-Handels. Anbieter mit einem breiten Produktportfolio können bei ihren Kunden besonders punkten, indem sie nicht nur "alles aus einer Hand" anbieten, sondern zudem personalisierte Produktempfehlungen geben. Damit reagieren sie auf die individuellen Bedürfnisse ihrer Kunden und schaffen echte Mehrwerte.

Während sich die digitale Einkaufswelt als feste Größe in deutschen Haushalten etabliert, wächst zugleich der Wunsch nach einer optimalen Absicherung der über das Internet getätigten Anschaffungen. Und genau hier eröffnet

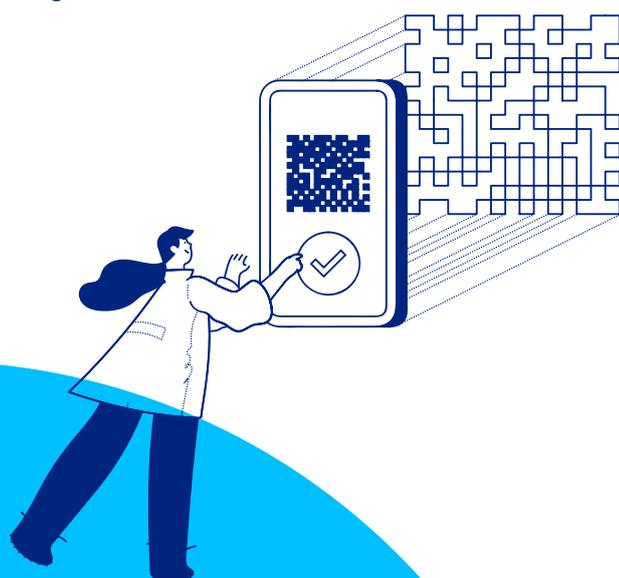
**Bis zu 20 % heutiger Versicherungsabschlüsse werden im Laufe der nächsten 10 Jahre als Embedded Insurance-Produkte vertrieben.**

sich eine bisher kaum ausgeschöpfte Absatzchance für Versicherer: Kunden empfinden es als attraktiven Mehrwertdienst, Garantien oder Versicherungsschutz direkt beim Online-Händler ihres Vertrauens erwerben zu können.

## Technologische Voraussetzungen sind da

Die technologischen Weichen sind gestellt: Die notwendigen digitalen Systeme für ein bequemes und nahtloses Einkaufserlebnis sind inzwischen ausgereift und zuverlässig. Mit ihnen lassen sich zugleich Mehrwertdienste für die Kunden realisieren als auch neue Cross-Selling-Potenziale für Versicherer erschließen: Dank integrierter Versi-

cherungsangebote erhalten Kunden den gewünschten Schutz für ihre Einkäufe noch während des Einkaufserlebnisses. Die Idee der "Embedded Insurance" hat ihre Ursprünge in den 90er-Jahren – dank der jüngsten technologischen Entwicklungen ist dieses Konzept jedoch aktueller und vielversprechender denn je. Sowohl Einzelhändler als auch Versicherer können mit "Embedded Insurance" auf einfache und kosteneffektive Weise ihre Umsätze steigern und ihren Kunden einen willkommenen Zusatzservice bieten.



### Was ist Embedded Insurance?

Embedded Insurance beschreibt einen integrierten Vertriebskanal für Versicherer, der auf die Kooperation mit Händlern und Dienstleistern setzt. Versicherungsprodukte werden den Verbrauchern während ihres Einkaufs oder einer Beauftragung als integrierte, kontextbezogene Zusatzleistung angeboten.

## Eingebettete Produkte eröffnen neues Vertriebspotenzial

Dank Embedded Insurance können Versicherungsanbieter zahlreiche Aspekte, die bei der Bereitstellung und Gewährleistung von Versicherungsschutz relevant sind, in einer neuen Vertriebsphilosophie bündeln - und damit zugleich die Zugangsschwelle zu ihren Produkten senken. Das Optimierungspotenzial zeigt sich in unterschiedlichen Bereichen.

## Mehrwertorientierte Angebote

Embedded Insurance hat sich bereits in zahlreichen Handelsssegmenten bewährt: beim Erwerb von Haushaltsgeräten, als Reiserücktrittversicherung beim Kauf eines Flugtickets oder auch in Form einer Kfz-Versicherung, die direkt beim Kauf eines neuen Autos abgeschlossen wird. Unabhängig vom Marktsegment haben diese Versicherungsprodukte einige zentrale Merkmale gemeinsam:

- Die Deckung ist von geringer Komplexität, personalisiert und unmittelbar relevant für die erworbenen Produkte oder Leistungen.
- Die Versicherung bietet einen passgenauen Deckungsumfang - sie liegt weder über noch unter dem erforderlichen Schutz.

## Nahtlose Prozesse

Nicht nur Produkte, auch Versicherungsprozesse werden durch Embedded Insurance vereinfacht:

- Verbraucher erhalten unmittelbar beim Kauf exakt die Produkte, die sie benötigen. Eine aufwändige Suche nach der passenden Versicherung über separate Kanäle entfällt.
- Durch die nahtlose Integration der Kundendaten aus den Systemen des Vertriebspartners und mittels selbstlernender Algorithmen werden Risiken automatisch berechnet und relevante Produkt zu angemessenen Kosten angeboten.
- Der Abschluss der Versicherung ist unkompliziert und erfordert auf Kundenseite oft nur einen Klick, damit der Vertrag gültig wird.
- Automatisierte Schadensabwicklung - die auf vorab authentifizierten Kundendaten basiert - löst die zeitaufwändige manuelle Bearbeitung ab und verbessert damit das Kundenerlebnis rund um die Schadenmeldung erheblich.



### Beispiel: Abgesicherter Versand

Ein Online-Teppichhändler stellt fest, dass etwa 5 % seiner Kundenlieferungen während des Transports beschädigt werden, was das Unternehmen jährlich drei Millionen US-Dollar kostet. Durch die Integration von Produkt- und Versandversicherungen in den Verkaufsprozess wird das Kundenerlebnis allerdings erheblich verbessert. Zudem gleicht das Unternehmen mit einer hohen Kundenbindungsrate von 45 % die Hälfte seiner Versandverluste aus.

### Beispiel: Fahrrad

Ein Anbieter von Elektrofahrrädern will vermeiden, dass seine Kunden sich Sorgen um Diebstahl oder Schäden an ihrem neu erworbenen Produkt machen müssen. Deshalb werden gezielt Schutzprodukte in den Online-Verkaufsprozess integriert. Die Deckung kann mit nur zwei Klicks hinzugefügt werden, und der Schadenbearbeitungsprozess läuft vollständig digital ab.

## Win-Win durch Automatisierung

Dank passgenauer Produkte und automatisierter Prozesse eröffnet Embedded Insurance völlig neue Absatzoptionen – und sorgt zudem für maximale Kundenzufriedenheit. Zur Angebotserstellung muss der Versicherer vertragsrelevante Daten nicht gesondert erheben: Sie werden direkt aus den Beständen des Vertriebspartners integriert. So kann der Kunde bequem und "on the fly" auf automatisiert bereitgestellte Angebote zugreifen.

## Unkomplizierte Schadensabwicklung

Schlanke Embedded Insurance-Produkte verfügen über den großen Vorteil, dass sie leicht verständlich sind und transparente Konditionen vorweisen – ein Garant gegen unangenehme Überraschungen im Schadensfall. Die Schadensabwicklung läuft idealerweise als Dunkelverarbeitung mit anschließender automatisierter Auszahlung. Eine schnelle und reibungslose Abwicklung von Schadensfällen reduziert nicht nur die Aufwände beim Versicherer, sie ist zudem ein regelrechter Booster für die eigene Unternehmensreputation: Eine hohe Kundenzufriedenheit führt zu Wiederholungskäufen und wirkt sich positiv auf das gesamte Markenimage aus – und das über alle Vertriebskanäle hinweg.

## Schnelle Amortisierung dank realer Kosteneinsparungen

Versicherer, die auf automatisierte Prozesse setzen, profitieren nachhaltig von dieser Entscheidung: Das Gewinnpotenzial reicht von der Bereitstellung marginstarker Echtzeitprodukte bis hin zur Dunkelverarbeitung, die dank intelligenter Digitallösungen vollständig ohne händische Eingriffe erfolgen kann.

### Personalisierter Online-Schmuckshop mit Sitz in Nordamerika

# 300%

300% Umsatzsteigerung bei Produktversicherungen nach der Implementierung eines Embedded Insurance-Angebots

Belgischer Fahrradhersteller

# 50%

der Kunden fügen ihrem Warenkorb eine Versicherung hinzu

### Globale Motorrad-Sharing-Community

# 76%

Reduktion der Versicherungsprämien

# 92%

der Online-Käufer haben bereits ein Angebot für eine integrierte Versicherung während eines Einkaufs aktiv wahrgenommen.

# 53%

der Verbraucher haben schon mindestens einmal eine Zusatzversicherung beim Kauf eines Produktes oder einer Dienstleistung abgeschlossen.

hepster



# 513%

Umsatzwachstum in 4 Wochen für Garantien und Produktversicherungen, die auf eBay angeboten werden

### Marktplatz für erneuerbare Produkte mit Sitz in Deutschland

# 30%

monatlicher Zuwachs an Kunden, die sich beim Kauf für einen zusätzlichen Versicherungsschutz entscheiden

## Embedded Insurance: Klare Vorteile für alle Beteiligten

### Für Verbraucher

- Embedded Insurance ermöglicht den transparenten und bequemen Erwerb passgenauer Garantien und Versicherungsprodukte.
- Hyperpersonalisierte Versicherungsprodukte garantieren eine relevante und optimal angepasste Abdeckung.
- Personalisierung, Automatisierung und schlanke Produkte ermöglichen geringere Prämienkosten.
- Die Versicherungsangebote sind klar und transparent und stärken so das Markenvertrauen und die Kundenzufriedenheit.



### Für Händler und Dienstleister

- Gewerbetreibende, die mit Embedded Insurance-Anbietern zusammenarbeiten, erschließen damit eine zusätzliche Einnahmequelle. So können sie direkt ihre Wertschöpfung steigern.
- Viele Kunden sind eher zum Kauf eines Produkts bereit, wenn dieses versichert ist. Embedded Insurance kann damit die generelle Kaufrate erhöhen.
- Ein qualifiziertes Versicherungsangebot ist für Gewerbetreibende ein Differenzierungsmerkmal auf dem Markt.
- Eine höhere Kundenzufriedenheit führt zu einer besseren Markenloyalität.

### Für Versicherer

- Der Zugang zu den umfangreichen Kundeninformationen ihrer Vertriebspartner ermöglicht es Versicherern, attraktive personalisierte Produkte zu erstellen.
- Darüber hinaus schaffen qualifizierte Kundendaten die Grundlage für maßgeschneiderte Echtzeit-Angebote zu wettbewerbsfähigen Preisen.
- Durch die Kooperation erreichen Versicherer neue Kundensegmente und erschließen damit ungehobene Marktpotenziale.
- Der Zugang zu einem breiteren Publikum lässt zusammen mit der Möglichkeit zum Cross- und Up-Selling eine klare Umsatzsteigerung erwarten.



## Garantien sind Embedded- Klassiker

Eine bewährte Form eingebetteter Versicherungen sind Garantien – an ihnen lässt sich die Entwicklungen rund um Embedded Insurance besonders gut beobachten. Beispiele für moderne Garantieprodukte sind die Zusatzleistungen von ELEMENT und Intec AG, die Gebrauchtwagen gegen Verschleiß und Abnutzung und damit über die ursprüngliche Herstellergarantie hinaus versichern. Weitere Beispiele liefern Versicherer wie Extend, Cover Genius oder Chubb, die Online-Einkäufern zusammen mit einer Reihe von Einzelhandelsmarken die Möglichkeit bieten, ihre erworbenen Waren gegen Beschädigung oder Reparaturbedarf zu versichern – einschließlich einer Garantie, die über die gesetzlich vorgegebene Herstellergarantie hinausgeht.

Ob digital oder physisch: Derartige Produkte zum Zeitpunkt des Verkaufs anzubieten – also dann, wenn der Kunde am stärksten daran interessiert ist – ist seit vielen Jahren üblich. Neu ist allerdings die Möglichkeit, zusätzlichen Versicherungsschutz schneller, transparenter und mit nur wenigen Klicks sicherzustellen.

## Eine goldene Ära

Die Marktdynamik, die derzeit für erweiterte Garantien zu beobachten ist, wird vom steigenden Konsum elektronischer Güter wie Haushaltsgeräte, Computer und Smartphones flankiert. Laut Statista betrug der Umsatz im Bereich Consumer Electronics allein in Deutschland 24,7 Milliarden Euro. Laut Prognose wird das Marktvolumen bis 2029 auf 26,4 Milliarden Euro ansteigen. Zugleich sagt die Studie „Europe Embedded Insurance Business and Invest Opportunities“ für den Embedded Insurance-Markt bis 2029 ein jährliches Wachstum von 19 % und Einnahmen von über 28,5 Milliarden US-Dollar, also rund 25,7 Milliarden Euro voraus. Vordenker sehen Embedded Insurance-Angebote nicht als ein isoliertes Produkt, sondern als eigenständiges Vertriebskonzept mit neuartigen und großen Absatzchancen. Jede eingebettete Versicherung bildet in Synergie mit der gekauften Ware oder der beauftragten Dienstleistung einen einzigartigen Mehrwert mit Wertschöpfungspotenzial für alle Beteiligten – für Händler und Dienstleister, Verbraucher und Versicherungsunternehmen. Auch von den Vorteilen der technologiegestützten Verarbeitung profitieren alle: Garantien und Versicherungen können sofort bei Kauf bereitgestellt und vertraglich abgewickelt werden, Schadensmeldungen werden im Handumdrehen erfasst und reguliert.

Die Embedded Insurance-Philosophie repräsentiert maximale Transparenz: Eingebettete Versicherungsprodukte sind so schlank angelegt, dass Kunden sie verstehen und sofort nachvollziehen können. Händlern und Dienstleistern eröffnet sich mit Embedded Insurance die Option, die Zufriedenheit ihrer Kunden mit einem attraktiven, serviceorientierten Zusatzangebot zu steigern.



### Embedded vs. Hausratversicherung

Verbraucher fragen sich im Hinblick auf integrierte Versicherungen immer wieder, ob durch ihren Abschluss nicht ein doppelter und damit unnötiger Versicherungsschutz geschaffen wird – schließlich könnte eine bestehende Hausratversicherung das neu erworbene Produkt automatisch schützen. Dies ist jedoch häufig nicht der Fall. Hochpreisige oder auch hoch spezifische Waren und Güter müssen in der Regel gesondert in einer Hausratversicherung aufgeführt werden, um abgedeckt zu sein. Zudem hat eine Hausratversicherung in der Regel niedrige Deckungsgrenzen für Einzelgegenstände, die nicht explizit in der Police benannt sind. Embedded- Versicherungen bieten jedoch spezifischen Schutz für einen Neukauf und sorgen dafür, dass er von Anfang an durch eine umfassendere Deckung geschützt ist.

Im umgekehrten Sinne sparen Verbraucher durch Embedded-Angebote Zeit und Geld, weil sie beim Erwerb eines hochwertigen Produkts nicht erst eine umständliche und oft teure Erweiterung ihrer Hausratsversicherung in die Wege leiten müssen. Ein weiterer Pluspunkt einer eingebetteten Versicherung ist ihre weitreichende Abdeckung: Sie bietet Schutz, wo immer sich ein Produkt zum Schutz, wo immer sich ein Produkt zum Zeitpunkt des Schadens gerade befindet oder eine Dienstleistung stattfindet.

Darüber hinaus sind viele eingebettete - Versicherungsprodukte – insbesondere Garantien – darauf ausgelegt, einen Service mit hohem Mehrwert zu bieten. Daher umfassen viele von ihnen individuelle Reparatur- oder Wartungsdienste – etwas, was Hausratversicherungen im Allgemeinen nicht angeboten wird. Es gibt zwischen bereits bestehenden Hausratversicherungen und passgenauen Embedded-Versicherungen eine sehr geringe Überschneidung in Bezug auf den Schutz vor Diebstahl oder Schäden im Haus. Dafür sind Deckung und Schutzniveau eines eingebetteten Versicherungsproduktes häufig spezifischer und können damit zu einem kostengünstigeren Preis-Leistungs-Verhältnis angeboten werden. Daraus entstehen attraktive Prämienpreise.

## Case Study

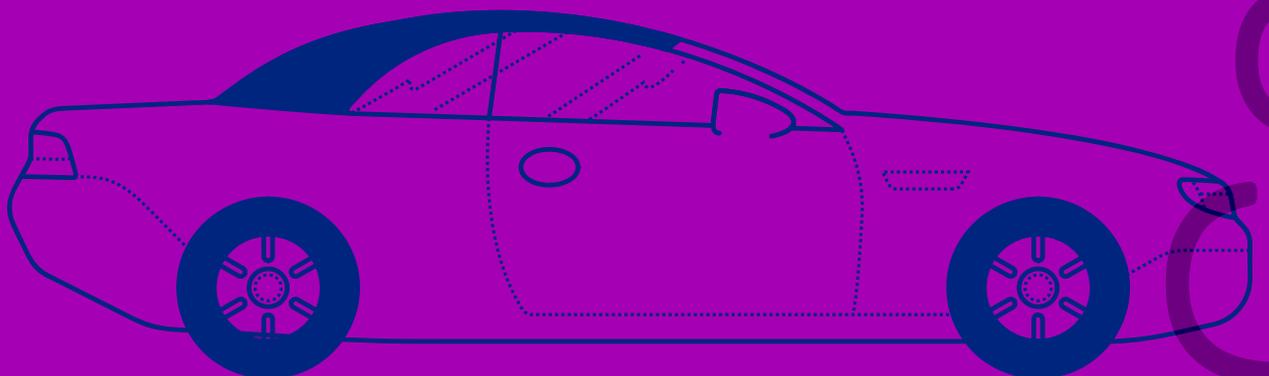
### Volvo - Automatisierte Kfz-Versicherung in der Praxis

In Zusammenarbeit mit Volvo und dem führenden schwedischen Versicherer Folksam hat Sapiens ein Modell für die Einbettung von gebündelten Versicherungen in den Abonnement-Service von Volvo für das C40-Modell entwickelt. Heute können Kunden, die eines dieser Fahrzeuge erwerben möchte, auf einen vollständig digitalisierten und damit zugleich schlanken Prozess zugreifen. Die Versicherung ist in nur fünf Minuten abgeschlossen: Nach Ausfüllen einiger persönlicher Angaben und einer kurzen, systemseitigen Überprüfung der Daten erfolgt in der Regel die Freigabe des Versicherungsabonnements. Eine Anzahlung seitens des Versicherten ist nicht erforderlich, es fällt lediglich eine monatliche Gebühr an. Das Leistungsportfolio des Abos umfasst Pannen- und Abschleppdienste (über den kostenlosen Volvo On Call-Dienst für die ersten drei Jahre), die Wartung des Fahrzeugs, die Abdeckung von Verschleißteilen und die Zahlung der Kfz-Steuer.

Es besteht zudem die Option, eine Kfz-Haftpflichtversicherung abzuschließen, die unter gewissen Voraussetzungen sogar die ersten drei Jahre kostenlos für die Kunden sein kann. Über die digitale Sensorik an Bord des Autos werden große Mengen an Daten darüber gesammelt, wie das Auto gefahren wird – einschließlich Geschwindigkeit, Fahrstil, Tageszeit, zurückgelegte Entfernung, Aufenthaltsort oder auch ein Unfallhergang. Aus diesen Informationen kann ein passgenaues

Risikoprofil errechnet werden, auf dessen Basis Folksam für jeden einzelnen C40-Fahrer ein maßgeschneidertes Versicherungsangebot erstellt. Dieses wird den erhobenen Daten entsprechend fortlaufend angepasst. Müssen Schäden geltend gemacht werden, erfolgt dies komplett über die Volvo-App oder Website unter Verwendung von vorab ausgefüllten Fahrerdaten. So wird eine reibungslose und nahtlose Kundenerfahrung gewährleistet.

**„ Die Versicherung ist in nur fünf Minuten abgeschlossen“**



## Case Study

### Anadolu Sigorta - Displayschutz der nächsten Generation

Der Sapiens-Kunde Anadolu Sigorta mit Hauptsitz in der Türkei hat ein eingebettetes Versicherungsprodukt zum Schutz von Handybildschirmen entwickelt, das sich vorwiegend an Millennials richtet. Dazu wurden zuvor Marktforschungen durchgeführt, die gezeigt haben, dass es insbesondere bei dieser Zielgruppe Bedarf an dieser Art von Deckung gibt. Das Produkt wird über die junio-Versicherungsplattform von Anadolu Sigortacentric und über Mobiltelefonanbieter wie Vodafone vertrieben. Die junio-Plattform erkennt mit Hilfe von KI automatisch alle erforderlichen Parameter zur Bestimmung der Deckung. Ein Antragsprozess per Formular ist nicht erforderlich, die Interessenten werden lediglich aufgefordert, ihren Handyscreen zu spiegeln (Screen Mirroring). Auf diese Weise kann junio die relevanten Eckdaten des Geräts erkennen und Betrug verhindern. Die aus diesem KI-basierten Bildschirmtest ermittelten Daten werden an Cloud-basierte Anwendungen und Server gesendet, um vorhandene Schäden am Bildschirm automatisch zu erkennen und zu identifizieren oder durch maschinelles Lernen und Bildverarbeitungsalgorithmen Betrug zu erkennen. Darüber hinaus erfasst die Anwendung die eindeutige Kennung des Telefons (IMEI) digital per Erstellung eines Geräteprofils. Im Schadensfall kann das beschädigte Telefon bequem über einen Reparaturservice eingesendet werden – innerhalb Istanbuls wird ein Kurier zur Abholung an die vom Versicherungsnehmer angegebene Adresse geschickt. Die Zustellung des reparierten Geräts erfolgt ebenfalls per Kurier. Außerhalb der Metropole arbeitet Anadolu Sigorta mit einem Paketdienstleister zusammen, der die Logistik der beschädigten Geräte übernimmt.

Anadolu Sigorta hat mit der junio-Plattform die Basis für kundenorientierte Mehrwerte geschaffen. Handynutzer profitieren von voll integrierten, schnellen und damit bequemen Prozessen. Der Versicherungsnehmer kann über den Kauf einer Police hinaus zusätzliche Services nutzen – so können sie sich zum Beispiel ihre Versicherungsprodukte anzeigen lassen, den Bildschirm ihres Telefons testen, einen Schadensfall melden und den Status der Verarbeitung verfolgen. Versicherungsnehmer können einen Schadensfall per Callcenter, über eine mobile Anwendung oder über ein Online-Portal einleiten. In Summe bieten diese vielfältigen Optionen eine erstklassige Service-Erfahrung: Dem Handynutzer erfährt eine reibungslose Schadensabwicklung für den Fall, dass innerhalb der festgelegten Versicherungszeit Schäden am Bildschirm seines Smartphones auftreten



**„Die junio-Plattform erkennt mit Hilfe von KI automatisch alle erforderlichen Parameter zur Bestimmung der Deckung.“**

## Intelligente Digitalstrategien

Durchdachte Technologien sind der Motor für erfolgreiche Partnerschaften zwischen Versicherern, Händlern und Dienstleistern – vor allem, wenn es um die Realisierung von Embedded Insurance geht.

Als traditionelle Branche hat die Versicherungsindustrie lange auf geschlossene Kernsysteme gesetzt, die eine Integration Dritter erschwerte, wenn nicht gar unmöglich machte. Doch die Zeiten stehen auf Wandel: Die heutigen Digitalstrategien zahlreicher Versicherer sind deutlich integrationsfreudiger und setzen auf modulare und offene Systemarchitekturen. Viele arbeiten mit erfahrenen InsurTechs zusammen, die umfangreiches Versicherungswissen mit der für die Integration von innovativen Versicherungsprodukten unverzichtbaren technologischen Infrastruktur kombinieren.

Die Zusammenarbeit mit einem agilen InsurTech ermöglicht es Versicherern, neue Produkte in wenigen Wochen auf den Markt zu bringen und ihr Versicherungsangebot nahtlos in die Marke eines Drittanbieters zu integrieren – und das ohne riskante Investitionen mit ungewissem ROI. Offene APIs, No-Code- oder Low-Code- Plattformen und KI-gestützte Software treiben diese Entwicklung voran. Dank kluger Digitalkonzepte sind Versicherer in der Lage, veraltete Systeme zu modernisieren und den Kundenwunsch nach digitalen Innovationen unter Einhaltung aller relevanten Regularien zu erfüllen.

Wir erleben derzeit eine fortschreitende Automatisierung der Wertschöpfungskette: von der Kundenakquise und Angebotserstellung über das Vertrags- und Schadensmanagement bis hin zu Fraud Protection und Auszahlungsvorgängen. Händler, Dienstleister und sonstige Vertriebspartner können diese Technologie nutzen, um relevante und agile Versicherungsprodukte schnell und kostengünstig in ihre eigenen Sales-Abläufe einzubetten.



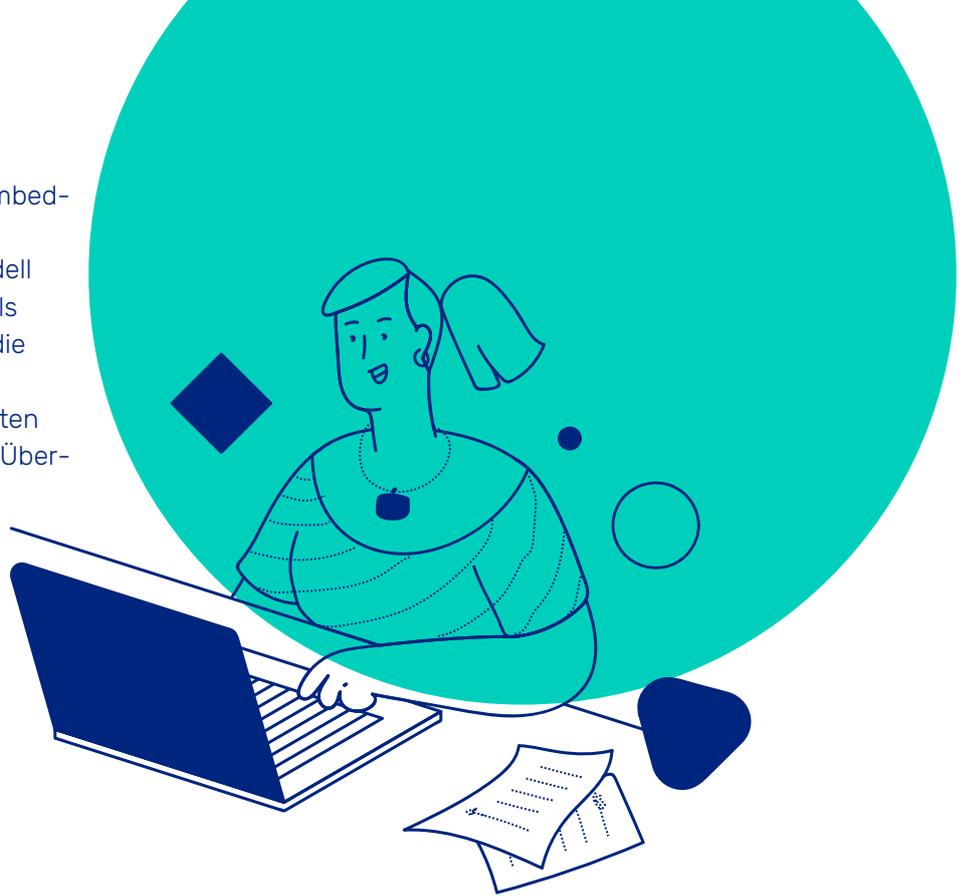
## Beteiligungsmodelle für Vertriebspartner

So funktioniert das Umsatzmodell von Embedded Insurance "in a nutshell": Fungiert der Händler oder Dienstleister als Vermittler für eine Versicherung, erhält er einen festgelegten %satz der Prämie und einen Anteil an den Gewinnen. An Vertriebspartner, die keine Vermittlerrolle übernehmen, zahlt der Versicherer in der Regel eine Gebühr für jeden generierten Lead.

Laut einer Studie von Cover Genius sind viele Verbraucher aus Gründen der Bequemlichkeit (49 %) oder des Vertrauens (44 %) an integrierten Angeboten interessiert. Die Untersuchung zeigt auch, dass es 60 % der Käufer vorziehen, Versicherungen beim Online-Händler ihres Vertrauens zu kaufen.

## Die Zeit ist reif für Embedded Insurance

Dank ausgereifter Technologien kann Embedded Insurance heute ganz neu gedacht werden. Mit diesem neuen Vertriebsmodell ergeben sich gleichermaßen Chancen als auch Herausforderungen, wenn es um die Entwicklung neuer Produktansätze und Absatzstrategien geht. Hier die wichtigsten Trends, Risiken und Lösungsansätze im Überblick:



**Der Handels- und Dienstleistungssektor verändert sich.** Durch die wachsende Beliebtheit von Omnichannel-Einkäufen und der damit einhergehenden Integration von Online- und Offline-Kunden-erlebnissen sind POS- und E-Commerce-Technologien gleichermaßen relevant. Da sich die zugrundeliegenden Systeme ständig verändern, ist es wichtig, mit einem agilen InsurTech-Partner zusammenzuarbeiten. So können sie sichergehen, dass Ihre Versicherungssysteme voll integrierbar und zukunftsfähig bleiben.



**Neukundengeschäft und Kundenbindung sind Schlüsselthemen für Händler und Dienstleister.** Der Wunsch von Vertriebspartnern, ihre Kundengeschäft zu optimieren, bietet Versicherern die Möglichkeit, echte Mehrwerte zu schaffen und das Markenimage zu schärfen.



**Besonders jüngere Generationen teilen bereitwillig ihre persönlichen Daten.** Mit dieser Offenheit erschließt sich eine große Chance für Versicherer ihre eigene Kundendatenbasis zu erweitern. Zugleich geht damit die Verpflichtung einher, Datenschutz und Cyber-Resilienz mit größter Sorgfalt sicherzustellen – damit personenbezogene Daten zu jedem Zeitpunkt maximal geschützt sind.



**Verbraucher wissen maßgeschneiderte Einkaufserlebnissen zu schätzen.** Das gilt auch für Versicherungen. Die digitale Einkaufswelt bietet Versicherern einen reichhaltigen Datenpool, um die individuellen Risikoprofile ihrer Kunden zu verfeinern. Das Ergebnis sind eine schnelle Preisgestaltung in Echtzeit und Deckungen, die auf die tatsächlichen Bedürfnisse des einzelnen Kunden zugeschnitten sind.



**Embedded Insurance ist der Motor für neuartige Produkte mit hohem Mehrwert.** Der Markt rund um integrierte Versicherungen lebt nicht von der Verdrängung bestehender Konzepte – er ist ein Wachstumsmarkt, der viel Spielraum für Innovationen bietet. Versicherer, Technologieunternehmen und Vertriebspartner sollten bei der Frage, wie sie mit ihrem neuen Kooperationsprodukte spezifische Kundenbedarf decken können, in einem Boot sitzen. So können alle Seiten maximal profitieren.



**Versicherer, Händler und Dienstleister haben heute eine Vielzahl von Wachstumsmöglichkeiten.** Gemeinsam können sie sich durch Versicherungen, die echte Mehrwerte schaffen, und innovative Servicekonzepte vom Wettbewerb abheben.

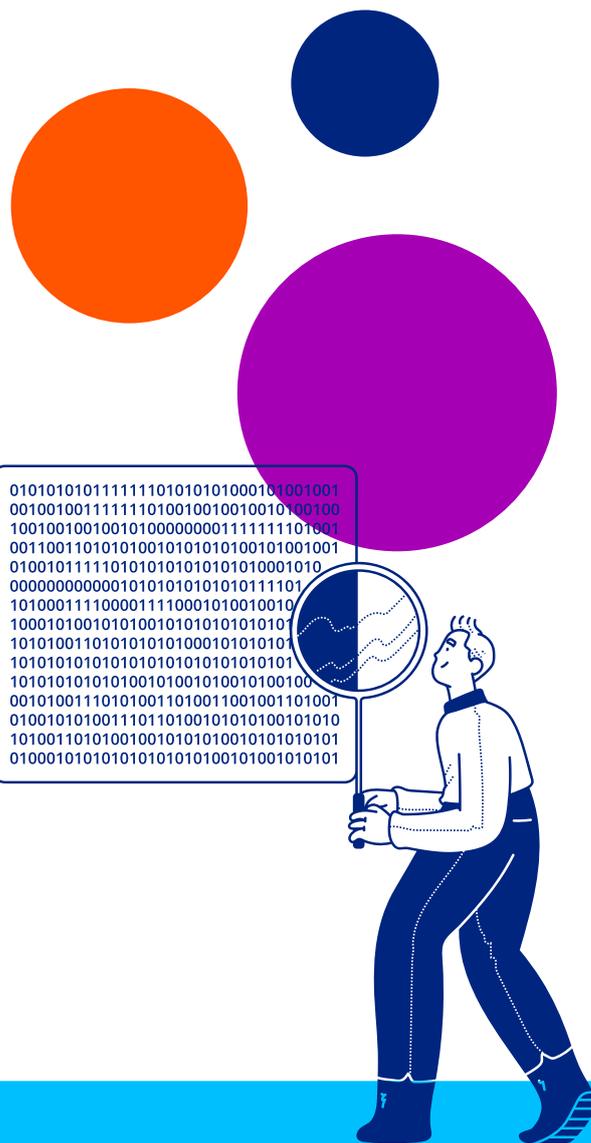
## Jetzt ist immer der richtige Augenblick

Weltweit setzen Versicherer und ihre Vertriebspartner auf die Vorteile integrierter Versicherungen – und das in allen wichtigen Märkten. Doch bis heute schöpfen wir nur einen Bruchteil des Potenzials ab, das sich tatsächlich hinter Embedded Insurance verbirgt. Innovative Garantie- und Versicherungsprodukte für Waren, Produkte und Marken jeder Qualität und Größenordnung warten nur darauf, das Ökosystem E-Commerce nachhaltig zu verändern.

„Händler und Versicherer, die schnell handeln, die ihnen zur Verfügung stehenden Möglichkeiten nutzen und mit innovativen Technologieunternehmen und InsurTechs zusammenarbeiten, um relevante und erschwingliche integrierte Versicherungsprodukte für Verbraucher zu schaffen, werden schnell und dauerhaft belohnt werden“, betont Graham Gordon, Strategy & Product Marketing Director - P&C bei Sapiens. „Auf der anderen Seite ist das Risiko für diejenigen Versicherer, die mit ihrer Embedded-Transformation zu lange warten, hoch: Marktanteile werden zunehmend von größeren Versicherern übernommen, die ihre digitalen Fähigkeiten schneller transformieren.“

Die Zukunft der Versicherung ist „embedded“. Die Art und Weise, wie Verbraucher Versicherungen wahrnehmen, durchläuft bereits einen Wandel. Mit diesem Wandel definiert sich auch die Beziehung zwischen Versicherern und ihren Vertriebspartnern im Handels- und Dienstleistungssektor neu. Die Vereinfachung von Produkten, Anwendungen und Prozessen und die Schaffung echter Mehrwerte für Versicherer, Vertriebspartner und Verbraucher stehen gleichermaßen im Mittelpunkt aktueller Automatisierungsbestrebungen innerhalb der Kernsysteme.

**Sprechen Sie uns an – wir unterstützen Sie bei der Embedded-Transformation Ihres Unternehmens.**



OPEN & EMBEDDED INSURANCE  
OBSERVATORY

Das Open and Embedded Insurance Observatory ist eine globale Organisation, die darauf abzielt, ein Bewusstsein für die Tragweite von Embedded und Open Insurance-Strategien zu schaffen. Das Observatory führt Forschungsprojekte und Marktanalysen durch und liefert seinen Mitgliedern Erkenntnisse, um sie in ihren Entscheidungsprozessen zu unterstützen. Basierend auf der fortlaufenden Beobachtung globaler Versicherungspraxis im Bereich Open und Embedded Insurance analysieren wir die erfassten Informationen und verbinden sie zu einer übergreifenden, verlässlichen Marktsicht. Dabei greifen wir auch auf unsere langjährige Erfahrung als Berater und die vielen Erfolgsgeschichten unserer Partnerunternehmen zurück.

[info@openinsuranceobs.com](mailto:info@openinsuranceobs.com)

[www.openinsuranceobs.com](http://www.openinsuranceobs.com)

## Mitwirkende

Patrick Nobbs, Marketing Director, EMEA & APAC, Sapiens

[patrick.nobbs@sapiens.com](mailto:patrick.nobbs@sapiens.com)

Graham Gordon, Strategy & Product Marketing Director – P&C, Sapiens

[Graham.Gordon@sapiens.com](mailto:Graham.Gordon@sapiens.com)

Yuri Poletto, Gründer und Direktor, Open and Embedded Insurance Observatory

[yuri@openinsuranceobs.com](mailto:yuri@openinsuranceobs.com)

Sarah Watson, Head of Content, Open and Embedded Insurance Observatory

[sarah@openinsuranceobs.com](mailto:sarah@openinsuranceobs.com)

## Referenzen

- [Postbank Digitalstudie - Die digitalen Deutschen - Postbank](#)
- [Open and Embedded Insurance 2022 Report - Open and Embedded Insurance Observatory](#)
- [Europe Embedded Insurance Business and Invest Opportunities - hepster](#)
- ['How embedded insurance helps carriers thrive in the digital era' - article published by IBM](#)
- [Consumer Electronics Report - Statista](#)
- [Embedded Insurance Survey: Germany - Cover Genius](#)
- [Extended Warranty Market Report - Allied Market Research](#)
- [COVID-19, consumers and coverage surge - PwC](#)

## Über uns

Sapiens unterstützt insbesondere den Versicherungssektor bei der digitalen Transformation. Mit 40 Jahren Branchenerfahrung im Rücken, bietet Sapiens eine komplette Versicherungsplattform mit integrierten Low-Code-Lösungen und einem Cloud-first-Ansatz. Mit mehr als 600 Kunden in 30 Ländern bietet Sapiens Versicherern in den Bereichen Sachversicherung, Lebensversicherung und Altersvorsorge eine umfassende Palette an Lösungen. Von Kernlösungen bis hin zu ergänzenden Lösungen, einschließlich Rückversicherung, Finanzen und Compliance, Daten und Analytics, Digitalisierung und Decision Management. Sapiens beschäftigt weltweit mehr als 5.000 Mitarbeiter, davon 150 IT- und Versicherungsexperten in Deutschland.

[Kontaktieren Sie uns](#)