

rgendwie passt Thomas Polak so gar nicht in das Bild eines typischen Versicherungsmitarbeiters. Der 43-Jährige würde eher als Architekt, allenfalls als Designer durchgehen – aber als biederer Versicherungsmanager? Tatsächlich hatte Polak bis vor Kurzem mit dem Assekuranzengeschäft wenig am Hut. Investmentbanker, Medienmacher (Lifestyle-Magazin „Vanguardist“) und Bar-Besitzer („Puff-Bar“) war der umtriebige Unternehmer, bevor er im April dieses Jahres bei der Uniqa als Chief Innovation Officer (CIO) andockte. Aber auch hier ist von Polak wenig Biedereres zu erwarten, wie er selbst im Gespräch klarstellt: „Wir müssen uns intern öffnen, Verbindungen ermöglichen, die Mitarbeiter müssen sich untereinander stärker connecten“, skizziert der CIO seine neue Aufgabe. Klingt eher nach Selbstfindung oder Familienaufstellung. Sein Job habe tatsächlich viel mit Psychologie und Soziologie zu tun, gibt Polak zu.

Wohin genau die Reise der Uniqa gehen wird, will der Quereinsteiger zwar noch nicht im Detail sagen, klar ist aber, dass sich in den nächsten Jahren etwas ändern wird. Und das nicht zu knapp. Denn Uniqa-CEO Andreas Brandstetter, ein langjähriger Freund Polaks, hat Anfang des Jahres erklärt, in den nächsten zehn Jahren nicht weniger als 500 Millionen Euro für die Digitalisierung des Konzerns ausgeben zu wollen.

Auch in anderen großen Versicherungen werden die Themen Innovation und Digitalisierung seit Kurzem immer größergeschrieben. Bei der Wiener Städtischen macht man jährlich nun auch einen „mittleren zweistelligen Millionenbetrag“ locker, um die Digitalisierung voranzutreiben. Sowohl nach außen – Stichwort: Wetter-App oder Risikoradar – als auch nach innen mit Straffung interner Prozesse. Das als verstaubt geltende Versicherungsbusiness muss nach Jahren des weitgehenden Stillstands auf einmal umdenken. Das hat zwei Hauptgründe: das Niedrigzinsumfeld und die

immer größer werdende Anzahl sogenannter Insurtechs (Insurance + Technology), also Start-ups im Versicherungsbereich, die den traditionellen Assekuranzunternehmen sukzessive Teile ihres Geschäfts wegknabbern wollen.

**WENDIGER, WEIL KLEINER.** Eines dieser Start-ups ist L'Amie, ein oberösterreichischer Anbieter, der letzten Herbst als reine Online-Versicherung gestartet ist. „Wir spüren den Bedarf der Kunden, obwohl die Österreicher schon recht konservativ sind“, sagt Thomas Aumayr, Sprecher des Insurtechs. Wie viel Kunden das Jungunternehmen bislang akquirieren konnte, wird nicht verraten, nur so viel: „Es kommen täglich neue

# Tablet statt Außendienst

Fintech war gestern, der neue Start-up-Trend heißt INSURTECH und bringt alteingesessene Versicherungskonzerne gehörig ins Schwitzen. Wie Uniqa & Co. auf die neue Konkurrenz reagieren.

VON ANGELIKA KRAMER

dazu.“ Punkten will man mit mehr Flexibilität durch nur ein Jahr Bindung sowie dem Preis. Haushaltsversicherungen waren im Test bis zu 90 Prozent günstiger als bei der traditionellen Konkurrenz. Aumayr: „Die großen Versicherungen haben das Problem, dass sie einen extrem großen und teuren Offlinevertrieb mit sich herumschleppen und dadurch wenig beweglich sind“.

Tatsächlich dürfte über die Digitalisierung in der Versicherungsbranche hierzulande noch einiges zu holen sein. Vor

**OLD ECONOMY AUF NEUEN WEGEN** Allianz-Österreich-CIO Xaver Wölfl und Wiener-Städtische-Vorstand Ralph Müller rüsten bei Digitalisierung auf, um am Ball zu bleiben.



„Ich sehe Start-ups  
als Chance. Dahinter  
stehen sehr inspirierte  
Menschen, die  
Visionen haben.“

THOMAS POLAK  
CHIEF INNOVATION OFFICER, UNIQA



allein die große Datenmenge, über die große Versicherungen verfügen, soll Ansätze für Innovationen liefern. Mit einem Onlineanteil von lediglich 2,3 Prozent nehmen die Versicherungen nur Platz 16 ein, weit hinter Bekleidung, Elektronik und Büchern. Dabei besagt eine aktuelle PwC-Studie, dass der Zug der Zeit auch hier Richtung Netz geht: Nur noch 35 Prozent aller Kunden präferieren demnach bei der Suche nach der richtigen Police den direkten Kontakt zum Makler.

Also werden wir bald einen Kahlschlag bei Versicherungsmaklern erleben? „Das denke ich nicht. Wenn sich die Rahmenbedingungen nicht sehr dramatisch verändern“, glaubt Xaver Wölfl, seit November letzten Jahres Chief Digital Officer bei Allianz Österreich. Denn auch wenn die Versicherungskunden gerne im Netz vergleichen und gustieren, beim Abschluss zählt hierzulande doch meist noch der persönliche Kontakt.

**AUFRÜSTEN IM NETZ.** Dennoch hat sich die Allianz sehr früh auf Neuerungen eingestellt und ihr IT-System längst umgerüstet. Seit Kurzem kann man sich auf der Allianz-Website unter dem Titel „Mach's einfach“ sein Versicherungspaket zusammenstellen und die Preise individuell berechnen. Auch die Schadensmeldung können Kunden an einem 3D-Auto zur Gänze im Netz vornehmen. Wölfl: „Wichtig ist, dass man die Versicherung für den Kunden so einfach wie möglich macht.“ Auch wenn das Produkt dahinter komplex ist, dürfe das der Kunde nicht spüren, so der Allianz-Manager.

Auch viele der aufkommenden Start-ups setzen auf Vereinfachung. Wie etwa das Schweizer Insurtech Financefox, das in Kürze auch in Österreich starten wird. Stefan Klestil, Partner bei Speedinvest und zuständig für Versicherungen, glaubt, dass Vereinfachung das Gebot der Stunde ist. „Bei Financefox wird dem Kunden, in dem Fall dem Makler, der ganze Papierkram beim Abschluss abgenommen“, schwärmt er. Und er ist überzeugt davon, dass es in wenigen Jahren viel mehr Versicherungsabschlüsse on Demand geben wird. „Wenn ich etwa ein Boot online miete, dann kann ich gleich dazu per Handy eine Unfallversicherung kurzfristig abschließen.“

Bei Speedinvest, Österreichs größtem privaten Venture-Capital-Fonds für Start-ups, ist man von der Innovationskraft im Versicherungsbusiness jedenfalls überzeugt. Bislang hat man mit ▶

FOTOS: INGO FOLIE, WIENER STÄDTISCHE/ELKE MAYR, WOLFGANG WOLAK

# Die wichtigsten Versicherungs-Start-ups

➔ **L'AMIE** ist die erste rein online angebotene Haushalts- und Eigenheimversicherung Österreichs und seit Herbst 2015 in Österreich tätig. Hinter L'Amie steht die britische Versicherung **Lloyds**. Ein Preisvergleich des Portals zoomsquare hat kürzlich ergeben, dass L'Amie bei Haushaltsversicherungen um bis

zu 90 Prozent billiger war als die traditionellen Versicherungen. Das Produktangebot von L'Amie mutet etwas seltsam an: Neben Haushaltsversicherungen werden auch Atom- und Hochzeitsversicherungen (gegen schlechtes Wetter am Hochzeitstag) angeboten. Wie viele Kunden das Start-up zählt, wird nicht verraten.

➔ **AMODO** ist ein kroatisches Unternehmen, das kürzlich von **Speedinvest** eine Geldspritze in Höhe von 500.000 Euro bekommen hat. Die Technologie von Amodo ermöglicht, auf Basis von Smartphone-Daten ganzheitliche Kundenprofile zu erstellen, die dabei helfen, das individuelle Risiko und die Produktbedürfnisse

einzuschätzen. Auch Versicherungen können das Service des Start-ups nutzen, um ihre Produkte besser an den Mann zu bringen. Das Unternehmen zählt 45.000 aktive Kunden, aktuell findet ein Roll-out in vielen europäischen Ländern statt. Österreich ist nicht unbedingt im Fokus der kroatischen Eigentümer.

➔ **FINANCEFOX** Das Schweizer Start-up übernimmt die Organisation der gesamten Versicherungspolizzen seiner User. Das Unternehmen agiert als Versicherungsbroker via App. Für den Kunden ist die App kostenlos, das Unternehmen finanziert sich über Provisionen der Versicherungen. Financefox hat nahezu

alle Versicherungen im Angebot. In den ersten sechs Monaten nach der Gründung hat das Start-up bereits elf Mio. Schweizer Franken an Versicherungsprämien eingesammelt. Auch hier ist **Speedinvest** als Geldgeber mit dabei. Der Start in Österreich soll in Kürze erfolgen, finale Gespräche werden gerade geführt.

➔ **FRIENDSURANCE** Bei der deutschen Friendsurance schließen sich Versicherte zu kleinen Gruppen (Peer-to-Peer) zusammen. Von den gezahlten Versicherungsbeiträgen fließt ein Teil in einen Topf. Wenn kein Schaden passiert, bekommt jeder einen Teil aus dem Topf als Bonus wieder. Bislang erhielten über 80 %

der Nutzer eine Rückzahlung. Spitzenreiter unter den Kunden bekamen jährlich 680 Euro zurückbezahlt.

Ähnlich soll in den USA „Lemonade“ funktionieren. Zuletzt hat sich Warren Buffetts Berkshire Hathaway als Unterstützer dieses Insurtechs, das noch nicht einmal operativ tätig ist, geoutet.

➔ **OSCAR** Das US-Start-up versteht sich als völlig neuartige Krankenversicherung. **Google, Goldman Sachs** und Star-Investor **Peter Thiel** sind als Investoren – insgesamt wurden 750 Millionen Dollar aufgestellt – bereits an Bord. Bessere interaktive Auskünfte über Krankheiten, die richtigen Ärzte (inklusive

Terminvereinbarung) und Behandlungsmethoden und damit mehr Effizienz – alles mittels App – gehören zum Service von Oscar dazu, das bereits 135.000 Kunden zählt. Zuletzt meldeten Medien allerdings etliche Probleme im Geschäftsmodell: Verluste im zweistelligen Millionenbereich waren das ernüchternde Ergebnis.

➔ **SIMPLESURANCE** Das Unternehmen hat eine Software entwickelt, mit der beim Kauf eines Produkts im Internet gleichzeitig eine passende Versicherung angeboten wird. Im österreichischen Endkundengeschäft unter [schutzklick.at](http://schutzklick.at) aufrufbar. Kürzlich hat sich die deutsche **Allianz Versicherung** an

dem Start-up beteiligt. Aus Berlin heraus gelang bereits die Expansion in mehr als 20 Länder, darunter auch die USA und Kanada. Das Start-up, das mittlerweile 100 Mitarbeiter beschäftigt, hat es sich zum Ziel gesetzt, weltgrößter E-Commerce-Provider für Produktversicherungen zu werden.

► **Financefox** und **Amodo** zwei Insurtechs im Portfolio, will es dabei aber nicht belassen. Klestil: „In den nächsten 24 Monaten kommen sicher zwei bis drei neue dazu.“

Während Insurtechs in Österreich, verglichen mit den USA, England aber auch Deutschland, noch in den Kinderschuhen stecken, glauben international die ganz Großen an das Business. Was eben noch die Fintechs waren, ist heute Insurtech. 47 Start-ups aus dem Versicherungsbereich konnten allein im ersten Quartal 2016 eine Finanzierung aufstellen.

So wurde etwa bekannt, dass Warren Buffetts Berkshire Hathaway mit dem US-Start-up Lemonade kooperiert. Auch Google und Goldman Sachs sind in Insurtechs investiert. Neben jenen, die vor allem den Kontakt zu den Kunden reibungsloser gestalten wollen, gibt es auch einige sogenannte Peer-to-peer-Versicherer, bei deren Geschäftsmodell sich eine überschaubare Zahl Gleichgesinnter

# 71 %

ALLER VERSICHERUNGS-CEOS geben an, dass Big Data ihr Unternehmen bereits maßgeblich verändert hat.

untereinander absichert mit teilweiser Prämienrückgewähr.

Die großen heimischen Versicherungen setzen eher auf Kooperation als Konfrontation mit den neuen Mitbewerbern. „Ich sehe Start-ups als Chance. Dahinter stehen sehr inspirierte Menschen, die Visionen haben“, meint Polak, der kürzlich auch die Gelegenheit hatte, sich mit einigen von ihnen auf Einladung von Bundeskanzler Christian Kern auszutauschen. Ähnlich sieht es Allianz-Manager Wölfl: „Wir beobachten die Szene ganz genau. Da sind einige Wettbewerber der Zukunft dabei. Und wer sagt, dass wir nicht das eine oder andere Mal auch kooperieren können?“ Oder gleich zukaufen. Wie die deutsche Allianz, die kürzlich beim Start-up Simpleurance eingestiegen ist.

International richten immer mehr große Versicherungskonzerne Innovation Labs im eigenen Haus ein, um früh von den jungen Ideen profitieren zu können. Swiss Life, Ergo, Allianz und die französische AXA haben sich das Start-up-Know-how auf diesem Wege gesichert. Es ist wohl nur mehr eine Frage der Zeit bis das auch bei uns en vogue wird. ■