

# Sneller innoveren door slimmer samen werken



**N**a de muziekindustrie, het toerisme en de banken slaat de digitalisering eindelijk toe in de verzekeringssector. Jonge innovatieve ondernemingen - 'insurtechs' - komen met frisse ideeën, intuïtieve concepten en zitten kort en snel op de markt. Een paar jaar geleden waren deze insurtechs op één hand te tellen, nu zijn het er volgens onze DIA-database wereldwijd ruim 1.500 en is er in 2016 volgens CB Insights ruim 1,7 miljard USD in insurtechs geïnvesteerd. Voor veel verzekeraars is dit voldoende

aanleiding om zenuwachtig te worden en om meer gevoel en grip te willen krijgen op wat er zich precies in de insurtech-wereld afspeelt en welke ontwikkelingen en partijen je meer of minder serieus moet nemen.

## Geld bepaalt

Braun en Schreiber hebben recent een insurtech-indeling geïntroduceerd die op deze behoefte inspeelt. Zij kijken daarbij vooral naar de verschillende businessmodellen, want daar ligt de essentie van een succesvolle insurtech. De mate waarin een insur-

tech is gefinancierd, is vervolgens de maat voor het echte disruptieve potentieel van een insurtech. Zeker in verzekeringen bepaalt het beschikbare geld de adem. Volgens Braun en Schreiber bestaat slechts een klein deel van de insurtechs uit echt disruptieve gamechangers met een krachtig nieuw businessmodel en voldoende funding. Tröv bijvoorbeeld; een nieuwe verzekeraar die het afgelopen jaar in het Verenigd Koninkrijk en Australië is geïntroduceerd. Bij Tröv kun je losse items uit je inboedel verzekeren, gedurende elke gewenste periode. Dus bijvoorbeeld alleen je camera, audio-installatie, computer en

kunst; de zaken waar je echt om geeft. En je kun per item op elk moment de verzekering aan- en uitklikken. Veel consumenten hebben er een hekel aan ergens lange tijd aan vast te zitten. Tröv speelt daarop in. Slechts een klein deel van de klanten van Tröv maakt gebruik van de aan- en uitzetoptie. Het is echt een psychologisch voordeel en een heel effectieve. Tröv groeit iedere maand tussen de 40 en 50 procent. Het bedrijf heeft circa 90 miljoen USD aan venture capital in de kas en kan dus nog wel even vooruit.

## Herverzekeraars omarmen insurtech

Het onderzoek gaat ook in op de strategieën die gevestigde spelers - verzekeraars, tussenpersonen en herverzekeraars - toepassen als antwoord op de insurtech-ontwikkelingen. Gevestigde spelers hanteren zeer verschillende strategieën. Van actief samenwerken of investeren tot observeren en zelf ontwikkelen en tot concurreren

hebben en doen. Dat is natuurlijk jammer. Door allerlei nieuwe technologieën veranderen de verwachtingen, wensen en het gedrag van klanten. Daar moeten de gevestigde verzekeraars in mee. Een flink aantal insurtechs is daar alleen veel beter in. Voor verzekeraars is samenwerking met insurtechs daarom noodzakelijk. Alleen zo kunnen ze sneller het gat dichttussen wat klanten verwachten en wat ze zelf kunnen leveren.

## Insurtechs willen samenwerken

Wat ze volgens ons tegenhoudt? Onvoldoende overzicht en inzicht in wat er letterlijk en figuurlijk te koop is. Dat is precies de reden waarom wij DIA (Digital Insurance Agenda) hebben opgezet: een tweedaagse conferentie om verzekeraars in contact te brengen met de beste, door ons geselecteerde vijftig insurtechs, om zo de innovatie te versnellen. De laatste editie, DIA Amsterdam, trok 850 bezoekers uit veertig

*'Voor veel verzekeraars is dit aanleiding om zenuwachtig te worden'*

of volstrekt negeren. Herverzekeraars (de verzekeraars van de verzekeraars) zijn de pioniers, dat bewijzen ook de investeringen en partnerships die partijen als Munich Re en Swiss Re aangaan. De traditionele verzekeraars nemen een neutrale positie in, terwijl tussenpersonen insurtechs als bedreiging ervaren en de concurrentie aan willen gaan. Het is opmerkelijk dat met name herverzekeraars, die in de keten het verst van klanten af staan, insurtech het meest omarmen. En hoe dichter partijen bij de klant staan des te minder zij juist iets met insurtech

landen en zes continenten. Volgens Braun en Schreiber willen insurtechs juist wel graag samenwerken. Dat komt overeen met onze eigen analyse van de 1.500 insurtechs in de DIA-database. Het leeuwendeel beoogt vooral de digitale transformatie en innovatie binnen verzekeraars te versnellen. Tröv werkt in het Verenigd Koninkrijk samen met Axa, in Australië met Suncorp en in de Verenigde Staten met Munich Re. Door met incumbents te teamen maakt Tröv gebruik van de schaal van die grote gevestigde partijen. En die grote verzekeraars kunnen

**90**

**Tröv groeit iedere maand tussen de 40 en 50 procent en het bedrijf heeft circa 90 miljoen USD aan venture capital in de kas**

op hun beurt een kijkje in de keuken nemen en kennis maken met een volstrekt nieuw businessmodel. Het partnership van Tröv met Munich Re in de VS is extra pikant, omdat Tröv in dit businessmodel de distributie voor zijn rekening neemt en herverzekeraar Munich Re het risico. Reguliere verzekeraars spelen geen rol.

## Insurtech-hoofdstad München

De overtreffende trap van samenwerking vinden we in Duitsland. Twaalf verzekeraars, van multinationals als Allianz en Munich Re tot lokale spelers als Die Bayerische, HUK Coburg en Nürnberger, hebben daar samen geld gestopt in Werk1; tien insurtechs die zijn gevestigd in een oude koekjesfabriek in München. En omdat deze verzekeraars ervan overtuigd zijn dat het gaat om het ontwikkelen van een zich continu versterkend ecosysteem, hebben zij in juli Insurtech Hub Munich gelanceerd. Daarin nemen ook de deelstaat Beieren, de drie daar gevestigde universiteiten en grote ondernemingen uit aanpalende industrieën zoals automotive en gezondheid deel. In de DIA-database ontdekten wij dat niet minder dan 180 insurtechs aan München zijn verbonden. Om dat in perspectief te plaatsen: Californië, de staat van Silicon Valley, telt er volgens het onderzoek van Braun en Schreiber precies 160. Dat maakt München de de facto insurtech-hoofdstad van de wereld. De activiteiten van Insurtech Hub Munich gaat die positie nog verder versterken. Voor ons reden om de volgende DIA in München te laten plaatsvinden. De spraakmakende peer to peer verzekeraar Lemonade is trouwens een van de vijftig insurtechs die daar hun innovatieve oplossingen zullen presenteren.

*Bron: Alexander Braun & Florian Schreiber (2017). The current insurtech landscape: business models and disruptive potential, Institute of Insurance Economics, University of St. Gallen.*