

INSURTECH 2.0



A kezdetek -
insurtech
1.0

02

A jövő -
insurtech
2.0

05

Fokozódó
piaci konszo-
lidáció

Meghatározó
technológiai
trendek

06

Partnerségek
2022-ben

09

Akvizíciók
2022-ben

11

Átalakuló megközelítés: verseny helyett partnerség

Néhány évvel ezelőtt még úgy tekintettek az insurtech-re, mint a biztosítási ágazat status quóját fenyegető veszélyre, nem pedig az innováció lehetőségére. A hagyományos piaci szereplők szemében ezek olyan technológiailag fejlett startupok voltak, amelyek azon - elsősorban a fiatalokból álló - fogyasztói piacon próbáltak meg bevételt szerezni, amelyet ők maguk nem tudtak olyan könnyen kiszolgálni. Ez a hozzáállás azonban az elmúlt években kezd megváltozni. Számos cég felismerte, hogy egy insurtech ma már nem az inkumbensek konkurenciája, hanem potenciális együttműködő partner. Ez egy új korszak, az insurtech 2.0 kezdetét jelöli.

Eleinte az insurtech startupok is versenyre igyekeztek kelní a hagyományos biztosítókkal, és új, személyre szabott termékekkel, digitális vásárlási lehetőségekkel, gyors szerződéskötési lehetőségekkel és egyébekkel igyekeztek megnyerni az ügyfeleket. Az **insurtech 2.0** a verseny helyett a már működő biztosítók és az insurtech vállalatok közötti partnerségek irányába történő elmozdulást jelenti.

Mára egyre inkább az a szemlélet kezd teret nyerni, hogy a speciális területeken, például az adatelemzés vagy a digitális marketing területén szakértelemmel rendelkező tech cégek segíthetik a biztosítókat a működésük javításában vagy az innovatív termékek megalkotásában. A partnerségek révén a biztosítók olyan új technológiákhoz és üzleti modellekhez férhetnek hozzá, amelyek segítenek versenyképesek maradni a gyorsan változó piacon. Eközben az insurtech cégek hozzáférést szerezhetnek a partner biztosító meglévő ügyfélköréhez, élvezhetik a márkaismertség jelentette előnyöket, ezáltal gyorsabban elérhetik a méretgazdaságossági szintet.

A verseny helyett partneri viszonyra törekvés másik oka az a felismerés, hogy a hagyományos biztosítók és az insurtech vállalatok számára egyaránt van hely az egymás mellett élésre és gyarapodásra. Az insurtech-ek jellemzően meghatározott piaci szegmensekre összpontosítanak, vagy olyan hiánypótló termékeket kínálnak, amelyek kiegészítik a hagyományos biztosítók kínálatát.

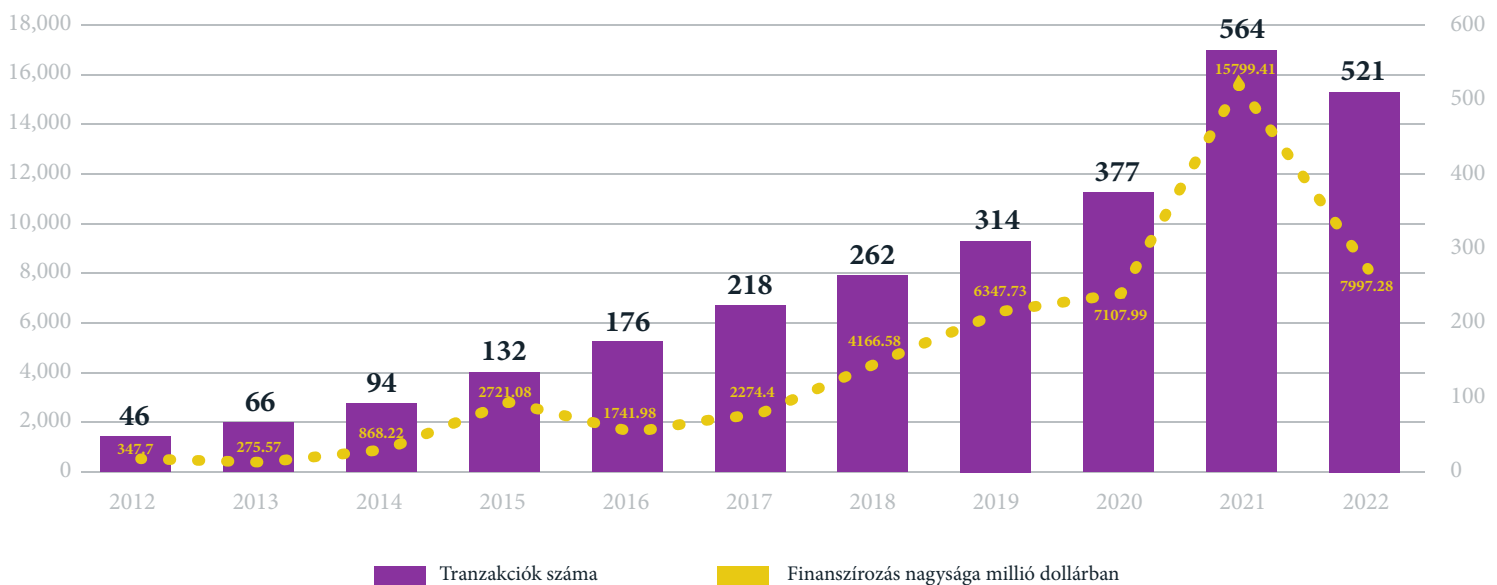


A kezdetek - insurtech 1.0

Kezdetben hihetetlen érdeklődés mutatkozott az insurtech majd minden formája iránt: agresszív pénzgyűjtésnek és gyors növekedésnek lehettünk tanúi. A kockázati tőkebefektetők több száz vállalatot karoltak fel, hogy minél előbb azonosítsák a lehetőségeket az élet- és egészségbiztosítás, a vagyonszolgáltatás és a balesetbiztosítás területén. Mindez 2022 elején csikorogva megállt, a biztosítási startupok első hulláma lecsengeni látszik.

1. ÁBRA: LASSULÁS AZ INSURTECH FINANSZÍROZÁSBAN

Éves teljes InsurTech finanszírozás



Forrás: Gallagher Re, 2022 Q4



A biztosítási technológia iránti érdeklődés kezdeti növekedését nevezzük insurtech 1.0-nak. Kritikus fontosságú megérteni, hogy mit akart elérni az insurtech 1.0, hol ért el sikereket, és hol maradt el. Az első hullámból származó leggyakoribb tévhitek közé az alábbiak tartoznak:

- **A lakossági biztosítások (B2C és B2B2C)**
„a legalacsonyabban csüngő gyümölcsök”. A befektetőket kezdetben azok a cégek vonzották, amelyek olyan termékeket gyártanak, amelyekkel a fogyasztók közvetlenül kapcsolatba kerülnek. A lakás- és a személygépkocsi biztosítások azonban olyan árucikkek, amelyeket hatékonyan áraznak, értékesítenek, és amelyek mögött komoly marketingköltségvetések és bevált értékesítők állnak. Ráadásul ezek a termékek jellemzően csak akkor válnak nyereségessé, ha csomagban kínálják őket. Bár az insurtech-ek nagy előrelépéseket tettek a vásárlási élmény megteremtésében, ez nem bizonyult elegendőnek. Nem sikerült olcsóbban ügyfeleket szerezniük, mint az inkumbenseknek, cserébe jelentős veszteségekről számolniuk be. Ezzel szemben a B2B üzleti modellek, amelyek lehetővé teszik a digitalizálást a hagyományos biztosítási értékláncban, továbbra is viszonylag stabilak maradtak. (Drake Star, 2022)
- **A stratégiának először a piaci részesedés megszerzésére kell irányulnia, és később a nyereségességre.** A „növekedés bármi áron” a kockázati tőke által támogatott iparágakban jellemző szemlélet, azonban a hatékony piacokon játszó biztosítók esetében ez nem érvényes. A túl sok és túl gyors ütemű szerződéskötés általában kockázatvállalási, díjszabási vagy fedezeti problémákhoz vezet. Mindez rövid időn belül kedvezőtlen szelekciót és ijesztő kárhányadokat eredményez. (Matteo Carbone, 2022)
- **A biztosítás megreformálása külső szakértelmet és gondolkodást igényel.** Egy erősen szabályozott és összetett iparágba belépni komoly kihívást jelent. Míg a korai insurtech-ek mindenekelőtt szoftvercéggként gondoltak magukra, a valóság az, hogy a biztosítási területen szerzett szakértelem nemcsak előnyös, hanem elengedhetetlen a sikerhez. Egy 400 éves iparág tapasztalatait nem érdemes figyelmen kívül hagyni.



Számos startup nem bizonyult olyan eredményesnek, mint azt a befektetők remélték. Kissé ironikus módon az elmúlt egy évben az S&P 500 biztosítási index jelentősen felülmúlta az S&P 500, a HSCM Public InsurTech Index (HPIX) és mások teljesítményét. Ez azt bizonyítja, hogy a biztosítási iparág makacsul tartja magát, megingatásához többre van szükség, mint a technológia és a meggyőző dizájn infúziójára. Ugyanakkor az Insurtech 1.0 startupok vitathatatlanul rákényszerítették az inkumbenseket, hogy felismerjék sebezhetőségüket és lemaradásukat.

A következő hullám vállalatai minden bizonnyal a nyereségességet és az erős kockázatvállalást helyezik majd előtérbe a top-line növekedés helyett. Ez az elmozdulás már most is tapasztalható, a piac és a befektetők a piaci részesedés megszerzésén túl sokkal inkább az erős kárhányadi mutatókra és a fegyelmezett növekedés eléréséhez szükséges szilárd gazdálkodásra összpontosítanak.

A jövő - insurtech 2.0

Gyakran a recesszió idején születnek a legtartósabb vállalatok. A tőkéhez való szűkös hozzáférés ugyanis arra kényszeríti az új belépőket, hogy felismerjék a kínálkozó lehetőségeket és törekedjenek az üzemgazdaságosságra. A 2.0-s vállalatok minden bizonnyal inkább a termék- és fedezeti innovációra, mint a felhasználói élményre és az ügyfélszerzésre összpontosítanak majd.

Az insurtech második hulláma is számos hasonló jellemzőt hordoz. Ezek közül a legfontosabbak:

- **A felelős kockázatvállalás elsődlegessége.**

Az insurtech 1.0 tanulsága egyértelmű: a rossz kockázatvállalási stratégiának ára van a pénzügyi teljesítményre, a viszontbiztosítási kapacitásra és az alapvető életképességre. Különösen a fedezetet nyújtó viszontbiztosítók hozzáállása változott az elmúlt években, így ma már elvárják, hogy a nyereségből valamennyit - akár garanciákon vagy befektetésen keresztül - részesedjenek, egyúttal, hogy az insurtech partnerük osztozzon a lefelé mutató kockázatokban is.

- **A célpiac körülmények közötti kiválasztása, specializáció.**

Ma már elsősorban olyan üzletágakat céloznak meg, amelyeknél az egekbe szökő veszteségmutatók arra utalnak, hogy valami alapvetően nem stimmel. Itt lényegesen több felfelé ívelő potenciál van, de ennek felismeréséhez bennfentes ismeretekre és területi szakértelemre van szükség. A speciális vállalatbiztosítási üzletágakhoz (például kiberbiztosításhoz) jóval kevesebben értenek, a B2B értékesítés eltérő marketingmixet igényel, emellett a vállalati vonalak korántsem homogének. Mindez megkönnyíti az insurtechek számára, hogy egy-egy niche területen egyedi forgalmazási, kockázatvállalási és ügyféltámogatási szolgáltatásaikkal megvethessék a lábukat.

- **A disztribúciós csatornák hatékonyabbá tétele.**

A hagyományos értékesítési csatornák hatékonyabbá tétele, valamint újszerű értékesítési csatornák, például a beágyazott biztosítás kiépítése új lehetőségeket teremthet.

- **A kockázatkezelés.** A veszteségek mérséklésének legjobb módja a megelőzés. A technológia, így például a dolgok internete (IoT) nagy szerepet játszhat a kockázat pontosabb kiválasztásának, árazásának és a veszteségek ellenőrzésének támogatásában.



Fokozódó piaci konszolidáció

Az előttünk álló években vélhetően a biztosítók is nyitottabbak lesznek a stratégiai együttműködések és befektetések iránt, főként a termékinnováció, az API-képességek fejlesztése területén, hogy hatékonyan kihasználják a beágyazott biztosításban rejlő lehetőségeket és csökkentsék a fedezeti hiányosságokat (Capgemini, 2023). Mindezek segíthetnek a biztosítóknak abban is, hogy csökkentsék a forgalmazási költségeket és új ügyféladatokat szerezzenek, miközben fellendítik a termékinnovációt és csökkentik a fedezetvállalási kockázatokat.

Az előttünk álló nehéz gazdasági időszak arra kényszeríti az insurtech cégeket, hogy minden lehetőséget megvizsgáljanak. Azok számára, akik nem képesek a jelenlegi stratégiájukkal megfelelő irányba haladni, vagy nem tudják elvégezni az irányváltáshoz szükséges kiigazításokat, az összeolvadás vagy felvásárlás (M&A) vonzó lehetőség. Számítani lehet arra, hogy számos biztosító, sőt akár forrásban gazdag insurtech is aktív lesz az elkövetkező időszakban, ami az egész iparágban nagyobb konszolidációt idézhet elő.

2022 első félévében a nyilvános insurtech vállalatok értékeltségére jelentős nyomás nehezedett, hasonlóan sok más nyilvánosan jegyzett technológiai vállalathoz. Az értékelések csökkenése fellendítheti a stratégiai felvásárlásokat. (KPMG, 2022)



Meghatározó technológiai trendek

Egyes becslések szerint a biztosítástechnológiai piac 2027-ig évente 45%-kal fog növekedni (Technavio, 2022). E mögött számos olyan technológiai trend húzódik, melyek meghatározzák az ágazat növekedését és fejlődését.

AI a prediktív analitikához

Egy biztosító jövedelmezősége nagyban függ attól, hogy a vállalat hogyan dolgozik az információkkal, hogyan elemzi azokat és hogyan készíti előrejelzéseket. Ezért a cégek igyekeznek az adatelemzést széles körben bevezetni. A mesterséges intelligencia egyike azoknak a technológiáknak, amelyek segítenek ezt hatékonyan elvégezni.

Becslések szerint 2030-2040-re a biztosítási folyamatok 10-55%-a automatizált lesz (kockázatvállalás, kárrendezés, nyilvántartás, számlázás), amit a mesterséges intelligencia bevezetése tesz lehetővé. (McKinsey, 2020) A nagy mennyiségű adat elemzése révén az AI segíthet a szolgáltatások jobb árazásában; a magas kockázatú ügyfelek azonosításában; a csalások felderítésében; a biztosítási üzletágban tapasztalható trendek előrejelzésében és a kárigények gyorsabb feldolgozásában.

Emellett az AI lehetővé teszi a biztosítótársaságok számára, hogy megfelelő személyre szabottságot érjenek el, amit az ügyfelek 80%-a annyira szeretne (Epsilon, 2018). Az intelligens algoritmus segíthet kiértékelni az ügyfelek viselkedését az online térben, hogy kedvezőbb és kényelmesebb biztosítási feltételeket kínáljon.

Az AI továbbá gyorsabb kockázatvállalást és kárigény-feldolgozást tesz lehetővé, ami nagy előrelépés az ügyfél-lémény (CX) javításában. A biztosítótársaságok például csökkenthetik a díjakat azon óvatos vezetők esetében, akik bizonyos ideig nem szenvednek balesetet, vagy kedvezményeket nyújthatnak azoknak a sofőröknek, akik kevesebbet vezetnek. Az ilyen személyre szabás növeli az ügyfelek hűségét és elkötelezettségét egy márka iránt.



IoT a veszteségmegelőzésben

A dolgok internete, az IoT összekapcsolja az intelligens otthonokat, az okos telefonokat, az okosórákat, a hangszórókat, az önvezető autókat és egy sor más eszközt, értékes adatokat generálva a biztosítási ágazat számára.

Jóval az IoT-eszközök megjelenése előtt a biztosítótársaságok már kedvezményeket adtak például azoknak a lakástulajdonosoknak, akik biztonsági rendszereket szereltettek be. Az IoT eszközök otthonokban történő használatával a biztosító nyomon követheti a helyiségekben előforduló rendellenességeket, ezzel akár megelőzve a károk keletkezését.

A biztosítók egyre inkább érdeklődnek a csatlakoztatott eszközök iránt. Becslések szerint a globális biztosítási IoT-piac a 2019-es 8,63 milliárd dollárról 2027-re több mint 300 milliárd dollárra nő (Allied Market Research, 2021). Az IoT segítségével az ügyfelek közvetlenül befolyásolni tudják majd a biztosítások díjait, a biztosítók pedig a költségeket és a nyereségséget.



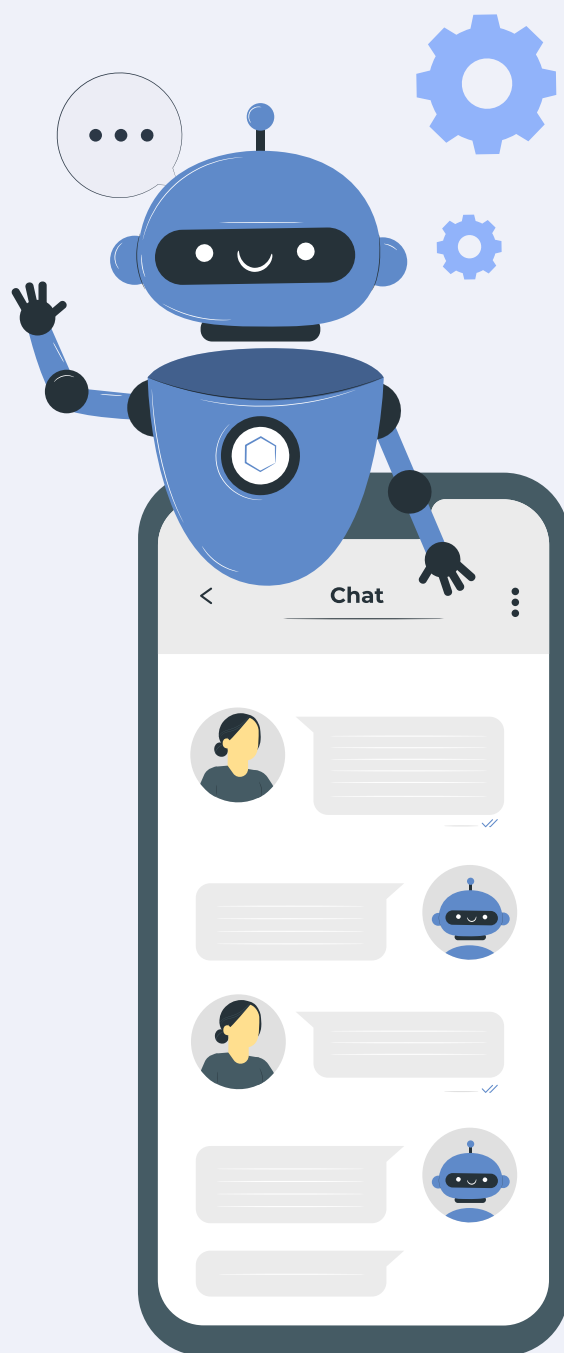
Chatbotok az ügyfelekkel való 24/7 kommunikációhoz

Az AI-on és a gépi tanuláson alapuló chatbot technológia előretörése szintén fontos trend. Előrejelzések szerint 2025-re a fogyasztói interakciók 95%-a virtuális asszisztenseken keresztül (telefonon vagy chaten) fog zajlani. (Servion, 2018) Virtuális asszisztens kommunikál majd az ügyféllel, végig kísérve őt, ha a biztosítási ügynök nem elérhető.

A virtuális asszisztens a nap bármely szakában, hétköznap, hétvégén és ünnepnapokon is válaszol a kérdésekre. Ezt a felhasználók 64%-a pozitívan értékeli, és kész is chatbottal kommunikálni ember helyett (Drift, 2018). A nagy munkaterheléstől megszabadult operátorok így összetettebb kérdésekkel foglalkozhatnak. Mindezek következtében a chatbotok 2023-ra várhatóan 1,3 milliárd dollárral csökkenthetik a biztosítási ágazat költségeit, a 2019-es 300 millió dolláros megtakarítást követően. (Juniper Research, 2019)

A chatbotok a szerződés vagy a kárigénylés bármely szakaszában elkísérhetik az ügyfeleket, a biztosítottak bárhol és bármikor bejelenthetik a biztosítási eseményeket. A chatbot által összegyűjtött biztosítási eseményre vonatkozó információkat dokumentumokba rögzítik, így kevesebb papíralapú dokumentumot kell kitölteni a kárigény benyújtásához. Egyúttal egy intelligens algoritmus képes értékelni a kárigény érvényességét és jogszerűségét is, elkerülve a hamis igényléseket.

A Zurich Insurance már 2019-ben bevezette Zuri nevű virtuális asszisztensét, melynek eredményeként a cég képes volt automatizálni az ügyfélinterakciók 84%-át, a problémák 70%-ára azonnali megoldást nyújtani, és 10%-kal növelni a weboldal látogatóinak elkötelezettségét (Haptik, 2019). A chatbotok használata a biztosításban meghatározó szerepet fog játszani. Az NMSC szerint a pénzügyi szolgáltatók (bankok, biztosítók, egyéb szolgáltatók) globális chatbot-piac a 2019-es 586 millió dollárról 2030-ra közel 7 milliárd dollárra fog nőni (NMSC, 2020).



Drónok a kockázat- és kárfelméréshez

A pilóta nélküli légi járműveket ma már nem csak a mentési műveletekben és a teherszállításban használják. Sikeresen alkalmazzák őket a biztosítási üzletágban a kutatási műveletekben. A biztosítótársaságok kezdik megtanulni a drónok használatát a szerződéskötést megelőző kockázat felmérésében, a káresemények utáni veszteségek számának kiszámítására és a biztosított tárgyak megelőző karbantartására vonatkozó javaslatok megtételére.

A biztosítótársaságok, különösen az Egyesült Államokban, már hosszú évek óta alkalmazznak drónokat, a kereskedelmi drónok 17%-át ők használták, és az elkövetkező években még több légi asszisztens fognak bevetni (Deloitte, 2018). Drónokra különösen akkor van szükség a biztosításban, amikor a kárbecslők a veszélyes körülmények miatt nem tudnak eljutni az eset helyszínére. A Farmers Insurance szerint egy drón egy óra alatt három házat képes feldolgozni, míg egy kárbecslőnek egy egész napra van szüksége a feladat elvégzéséhez (Fortune, 2017)

Az összes felvázolt technológiai trend gazdagítja az ügyfelek digitális élményét, csökkenti a működési költségeket, javítja a szolgáltatást. Ahhoz, hogy a biztosítók lépést tudjanak tartani, technológiai partnereket kell találniuk.



Partnerségek 2022-ben

A biztosítók már ma is az insurtech-ekkel való szövetségek kialakítására összpontosítanak a feltörekvő technológiákban rejlő lehetőségek kiaknázása érdekében. Ennek megfelelően növekvő beruházásokra, továbbá a platform szolgáltatók és a biztosítók közötti szorosabb együttműködésre, a beágyazott biztosításra történő fokozott figyelemre, és az egyedi vállalati biztosítási megoldásokba történő nagyobb befektetésekre lehet számítani. (KPMG, 2022)

Az InsurTech szektorban számos partnerség és szövetség létezik, hetente kötnek új megállapodásokat. 2022-ben is számos jelentős eseménynek lehettünk tanúi.

Previsico és Zurich



A Previsico, a valós idejű árvízjelző insurtech és a Zurich Insurance UK együttműködést kötöttek az árvíz kockázati ellenálló képesség növelése érdekében az Egyesült Királyság közsférájában. (Zurich, 2022)

A Previsico megoldása az ultrarövid távú (nowcasting) és a közepes időtávú csapadékelőrejelzések kombinációját használja a frissített figyelmeztetéseihez. A vállalatok szerint ez a partnerség gyökeres változást hoz a közsféra, különösen a helyi hatóságok számára

A partnerségre azért kerül sor, mert az Egyesült Királyságban egyre nagyobb az árvízveszély. Az Egyesült Királyság éghajlatváltozással kapcsolatos kockázátértékelési technikai jelentése szerint a nem lakóingatlanok éves árvíz kárai az Egyesült Királyságban 2050-re 27%-kal nőhetnek.

A Previsico rendszere háromóránként 48 órás előrejelzéseket fog nyújtani konkrét járási szinten. Amint a rendszer azonosítja, hogy egy helyszínt a felszíni árvíz veszélye fenyeget, figyelmeztetést küld az illetékes kapcsolattartónak. Ennek köszönhetően a szükséges intézkedések időben bevezethetők, és az értékes vagyontárgyak, például az ingatlanok megvédhetők, illetve a műtárgyak és járművek elszállíthatók.



Tractable és Root Insurance



Az amerikai székhelyű insurtech vállalat, a Root Insurance az év elején stratégiai AI-partnerének választotta a Tractable-t a kárigénylési folyamatok racionalizálása és felgyorsítása érdekében. (Tractable, 2022)

A partnerség kezdeti szakasza a Tractable újonnan bevezetett AI Subro termékére összpontosít, amely a bejövő kárigények során a kárképek felülvizsgálatának hatékonyságát és egyszerűsítését növeli.

A Tractable mesterséges intelligenciával működő szoftvert fejleszt balesetek és katasztrófák helyreállítására. Technológiáját a világ 100 legnagyobb biztosítója közül több mint 20 használja Európában, Észak-Amerikában és Ázsiában.

A Lemonade is változtatott stratégiáján, így az Egyesült Királyságban már úgy lépett tavaly piacra, hogy hosszú távú stratégiai partnerséget kötött az Avivával. (Lemonade, 2022)

Utóbbi az együttműködésről azt nyilatkozta, hogy "az összefogással biztosíthatjuk, hogy a meggyőző ajánlatok az ügyfelek szélesebb körét éri el, beleértve a bérlőket, az Egyesült Királyság biztosítási piacának egy alulszolgáltatót, de növekvő szegmensét. 325 éves történelmünk során alkalmazkodtunk és gyarapodtunk a változó világban, és a Lemonade-del való partnerségünk jelzi azt a szándékunkat, hogy továbbra is ezt kívánjuk tenni."



Akvizíciók 2022-ben

A tőzsdei volatilitás, az infláció, az emelkedő kamatlábak és a növekvő finanszírozási költségek miatt a felvásárlások és összeolvadások (M&A) végrehajtása nagyobb kihívást jelent. Mindezek ellenére van néhány olyan kulcsfontosságú tényező, amely az M&A-tevékenységet ösztönzheti. Az elmúlt években jól teljesítő és méretükben megnövekedett insurtechek most jutnak abba a szakaszba, amikor vagy vonzó célpontok a már meglévő szereplők számára, vagy képesek maguk is felvásárlási ügyleteket végrehajtani (Clyde&Co, 2021). Az alábbi néhány figyelemre méltó M&A ügyletre 2022-ben került sor.



American Financial Group (AFG) és Verikai



2022 elején az American Financial Group (AFG) biztosítási holdingvállalat 120 millió dollár értékben felvásárolta a Verikai-t, a gépi tanúlással és mesterséges intelligenciával (AI) foglalkozó vállalatot. (AFG, 2022)

A 2018-ban alapított Verikai az alternatív adatok és a gépi tanulás felhasználásával elsősorban a kockázatvállalási hatékonyságra összpontosít, és a biztosítótársaságok számára kockázatjelentéseket készít a kockázatvállalási folyamat optimalizálása érdekében.

Az AFG nagyon szelektív és megfontolt befektetéseket eszközölt korábban az insurtech térben, és nem igazán fektetett be közvetlenül ilyen cégekbe, de a Verikai-t kihagyhatatlan lehetőségnek tekintette. A Verikai továbbra is önálló vállalként működik, kiszolgál más biztosítási ügyfeleket is.



Munich Re és apinity



A Munich Re 2022 októberében felvásárolta az apinity nevű startupot, amely alkalmazásprogramozási interfész (API) megoldásokat kínál szoftver mint szolgáltatás (SaaS) formájában a biztosítási ágazat számára. (Munich Re, 2022)

Az apinity egy szoftverplatformot kombinál az ágazatspecifikus API-szolgáltatások piactérrel. A Munich Re az apinity GmbH részvényeinek 100%-át szerezte meg, a vételárát nem hozták nyilvánosságra. Az akvizícióval a Munich Re az összes jelenlegi alkalmazottat, meglévő üzleti kapcsolatokat, technológiai platformot megtartja, beleértve az összes létrehozott harmadik féltől származó szolgáltatást.

A Munich Re szerint a hagyományos API-kezelési megoldásokkal ellentétben az apinity szilárd, üzletorientált felhasználói élményre épül, miközben olyan kritikus üzleti folyamatokat is kezel, mint a szerződéskezelés és az előfizetések kezelése. Az apinity különösen a biztosítók számára teszi sokkal könnyebbé a részvételt a nyílt biztosítás kulcsfontosságú területén, emellett a Munich Re célja az is, hogy a természeti katasztrófa és a kibebiztosítási szolgáltatásai is elérhetőek legyenek az apinity piactérén.



Verisk és Maverá



mavera

A Verisk, a világ egyik vezető adatelemző szolgáltatója 2022 decemberében kötött megállapodást a svédországi székhelyű insurtech cég, a Maverá felvásárlásáról (Verisk, 2022).

A 2008-ban alapított cég iparágvezető pozíciót szerzett az északi biztosítási piacon, köszönhetően SaaS platformjának és adatvezérelt megközelítésének, amely hatékonyan kezeli az összetett személyi sérüléssel kapcsolatos kárigényeket. A vállalat döntéstámogató platformja racionalizálja a kárigények értékelését és a döntéshozatalt, és az adatokat összekapcsolja az északi régióban működő exkluzív orvosi tanácsadói hálózatának orvosi szakértelmével. Az ügylettel a Verisk kontinentális európai terjeszkedését és a globális biztosítási ágazat technológiai és elemzési partnereként való folyamatos növekedését kívánja támogatni.



Travelers és Tröv



Az amerikai Travelers biztosító 2022 februárjában vásárolta fel a korai insurtech vállalat, a Tröv technológiáját, lakossági üzletágának erősítésére. (Coverager, 2022)

A 2012-es alapítású Tröv ingóságok egyedi, rövid időtartamra történő biztosításával kezdte tevékenységét, majd beágyazott biztosítási specialistává fejlődött.

A Travelers a befektetéssel arra törekszik, hogy ügyfeleinek személyre szabott megoldásokat tudjon nyújtani a választott csatornán. A Travelersnek nem ez az első insurtech felvásárlása. Vállalati üzletágának erősítésére 2017-ben 490 millió dollárért felvásárolta a Simply Business-t, egy brit online biztosításközvetítőt, amely a kisvállalati piacra összpontosít.



Allianz X és simplesurance



A company of Allianz

Az Allianz csoport digitális befektetési ága, az Allianz X 2022 szeptemberben megszerezte a berlini székhelyű simplesurance részvényeinek 100%-át. Az Allianz X 2016 óta stratégiai befektetője az insurtech vállalatnak, és legutóbb 2019-ben bővítette részesedését. (simplesurance, 2022)

A simplesurance a beágyazott biztosítások egyik vezető szolgáltatója, amely terület 2030-ra várhatóan 700 milliárd dollárt fog érni - kilencszer többet, mint 2020-ban. (Simon Torrace, 2020).

A Simplesurance a gyorsan változó ökoszisztémákra összpontosít, mint például a mobilitás, az e-kereskedelem, az utazás, a fintech és a banki szolgáltatások. Az ezeken a területeken aktív

vállalatok a Simplesurance segítségével képesek beágyazni a biztosítást az ügyfélutakba nemcsak a digitális értékesítés, hanem a hagyományosan erős offline értékesítési csatornák (például az autópár) esetén is. Az Allianz X és a simplesurance közötti együttműködésnek már meg is született az első sikerei, például a heycar minőségi használtautó-platformba ágyazott gépjármű-biztosítási megoldás formájában.



Nem telt el egy évtized, hogy a biztosítási ágazat a technológiai világ célkeresztjébe került, ahol kockázati tőkebefektetők és startupok százai igyekeztek felforgatni a piac állóvizét, mára nyugodtan kijelenthetjük, hogy a digitális diszrupció egyelőre elmaradt. Ennek ellenére az ágazat természetesen átalakulóban van, hogy lépést tartson a technológiával.

A tőzsdei insurtech cégek nyilvános értékelése, amelyek némelyike akár 85%-90%-kal is visszaesett, tipikus jelenségnek tekinthető. A technológia által átalakított iparágakban gyakran előfordul, hogy a korai kihívók nem ismerik fel a piac összetettségét, és néha túlságosan rövid távú víziókkal kecsegtetnek. Az insurtech 1.0-ból megtanultuk, hogy nehéz megváltoztatni egy erősen szabályozott iparágat, különösen melynek ügyfélköre meglehetősen ritkán néz körül a versenytársak ajánlatai között. Most a piaci kihívók új csoportja tanul elődei hibáiból. Ahogy belépünk az "insurtech 2.0"-ba, az eddig levont tanulságokból új legjobb gyakorlatok születhetnek.

Felhasznált irodalom:

Gallagher Re Global Insurtech Report Q4 2022, 2023 február,
<https://www.ajg.com/gallagherre/-/media/files/gallagher/gallagher-re-insurtech-report-q4-2022.pdf>
(letöltés dátuma: 2023. február 2.)

Drake Star Insurtech Industry Report, 2022 július,
<https://www.drakestar.com/hubfs/Research/INSURTECH/Global%20InsurTech%20Industry%20Report%202022.pdf>
(letöltés dátuma: 2023. január 9.)

Insurtech: Still No Sign of Disruption, Matteo Carbone, 2022. július 27.,
<https://www.insurancethoughtleadership.com/going-digital/insurtech-still-no-sign-disruption>
(letöltés dátuma: 2023. január 10.)

Life Insurance Top Trends 2023, Capgemini, 2023. január,
https://prod.ucwe.capgemini.com/wp-content/uploads/2023/01/Top-Trends-Life-Insurance_2023.pdf
(letöltés dátuma: 2023. január 20.)

Pulse of Fintech, H1'22, KPMG, 2022. szeptember,
<https://assets.kpmg.com/content/dam/kpmg/xx/pdf/2022/08/pulse-of-fintech-h1-22.pdf>
(letöltés dátuma: 2023. január 11.)

InsurTech Market by management, deployment, and Geography - Forecast and Analysis 2023-2027, technavio, 2022. október,
<https://www.technavio.com/report/insurtech-market-industry-analysis>
(letöltés dátuma: 2023. január 9.)

Transforming the talent model in the insurance industry, McKinsey & Company, 2020. július 6.,
<https://www.mckinsey.com/industries/financial-services/our-insights/transforming-the-talent-model-in-the-insurance-industry>
(letöltés dátuma: 2023. január 18.)

New Epsilon research indicates 80% of consumers are more likely to make a purchase when brands offer personalized experiences, Epsilon, 2018. január 19.,
<https://www.epsilon.com/us/about-us/pressroom/new-epsilon-research-indicates-80-of-consumers-are-more-likely-to-make-a-purchase-when-brands-offer-personalized-experiences>
(letöltés dátuma: 2023. január 14.)

IoT Insurance Market, Allied Market Research, 2021. április,
<https://www.alliedmarketresearch.com/iot-insurance-market-A09784>
(letöltés dátuma: 2023. január 17.)

What Makes Emerging Technologies The Future Of Customer Experience?, Servion Global Solutions, 2018. július,
<https://servion.com/blog/what-emerging-technologies-future-customer-experience/>
(letöltés dátuma: 2023. január 17.)

Why Are Chatbots Important?, Drift, 2018,
<https://www.drift.com/learn/chatbot/why-are-chatbots-important/>
(letöltés dátuma: 2023. január 17.)

Bank Cost Savings via Chatbots to Reach \$7.3 Billion by 2023, as Automated Customer Experience Evolves, Juniper Research, 2019. február,
<https://www.juniperresearch.com/press/bank-cost-savings-via-chatbots-reach-7-3bn-2023>
(letöltés dátuma: 2023. január 20.)

Elevated Customer Support for the World's Leading Insurance Company using AI, haptik, 2019,
<https://www.haptik.ai/resources/case-study/zurich-case-study>
(letöltés dátuma: 2023. január 20.)

Chatbot Market in BFSI, Next Move Strategy Consulting, 2020. június,
<https://www.nextmsc.com/report/chatbot-market-in-bfsi>
(letöltés dátuma: 2023. január 22.)

InFocus Insurance industry drone use is flying higher and farther, Deloitte, 2018,
<https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/us/Documents/financial-services/us-fsi-infocus-drones-for-insurance.pdf>
(letöltés dátuma: 2023. január 22.)

How Allstate and Farmers Insurance Will Use Drones to Assess Damage From Hurricane Harvey, Fortune, 2017. augusztus,
<https://fortune.com/2017/08/30/hurricane-harvey-drones-insurance/>
(letöltés dátum: 2023. január 24.)

Pulse of Fintech, H2'21, KPMG, 2022. január,
<https://assets.kpmg.com/content/dam/kpmg/xx/pdf/2022/02/pulse-of-fintech-h2-21.pdf>
(letöltés dátuma: 2023. január 24.)

Zurich extends Previsico partnership boosting flood resilience across the UK public sector, Zurich, 2022. június,
<https://www.zurich.co.uk/media-centre/zurich-extends-previsico-partnership>
(letöltés dátuma: 2023. január 25.)

Root Insurance selects Tractable as a strategic AI partner to streamline claims operation, Tractable, 2022. január,
<https://tractable.ai/en/resources/root-insurance-selects-tractable-as-a-strategic-ai-partner-to-streamline-claims-operations>
(letöltés dátuma: 2023. január 25.)

Lemonade launches in the UK, Lemonade, 2022. március,
<https://investor.lemonade.com/news-and-events/news/news-details/2022/Lemonade-Launches-in-the-UK/default.aspx>
(letöltés dátuma: 2023. január 25.)

Insurtech M&A dealmaking will rise to new heights in 2022, Clyde&Co, 2021. december,
<https://www.clydeco.com/en/insights/2021/12/insurtech-m-a-dealmaking-will-rise-to-new-heights>
(letöltés dátuma: 2023. január 26.)

American Financial Group, Inc. Announces Purchase of Verikai, Inc., AFG, 2022. január,
<https://www.afginc.com/news-releases/news-release-details/american-financial-group-inc-announces-purchase-verikai-inc>
(letöltés dátuma: 2023. január 26.)

Munich Re buys API-focused insurtech, Munich Re, 2022. október,
<https://www.munichre.com/en/company/media-relations/media-information-and-corporate-news/corporate-news/2022/munichre-buys-api-focused-insurtech.html>
(letöltés dátuma: 2023. január 26.)

Verisk Agrees to Acquire Swedish InsurTech Maveria, Continues Growth of Personal Injury Solutions Across Europe, Verisk, 2022. december,
<https://www.verisk.com/newsroom/verisk-agrees-to-acquire-swedish-insurtech-maveria-continues-growth-of-personal-injury-solutions-across-europe/>
(letöltés dátuma: 2023. január 27.)

Travelers acquires Trövs technology assets, coverager, 2022. február,
<https://coverager.com/travelers-acquires-trovs-technology-assets/>
(letöltés dátuma: 2023. január 27.)

Allianz X acquires insurtech pioneer simplesurance, simplesurance, 2022. szeptember,
https://www.simplesurance.com/wp-content/uploads/Allianz-X_Media-Release_Allianz-X-acquires-insurtech-pioneer-simplesurance.pdf
(letöltés dátuma: 2023. január 29.)

Embedded Insurance: a \$3 Trillion market opportunity, that could also help close the protection gap, Simon Torrance, 2020. december,
<https://simon-torrance.medium.com/embedded-insurance-a-3-trillion-market-opportunity-that-could-also-help-close-the-protection-gap-4a6eeb705cb3>
(letöltés dátuma: 2023. január 29.)

