

Es braucht noch einige Schritte...

Einfach versichert mittels «Zero Touch»

The Oracle of Omana

Why Warren Buffett Likes Insurance

«It's so much fun because you get the money at the start, you know, and then you find out whether you've done something stupid later on.»

«With insurance, the primary interaction happens at the sale of a policy, and after that, the insurer collects premiums with minimal ongoing involvement unless a claim is filed. This is unlike many other industries that require continuous customer service and frequent transactions, which can add complexity and cost.»



Wie bei jedem Orakel ist die Quellenlage etwas unscharf!

Noli Me Tangere

**Wollen Kunden
wirklich Interaktionen mit
Versicherern?**



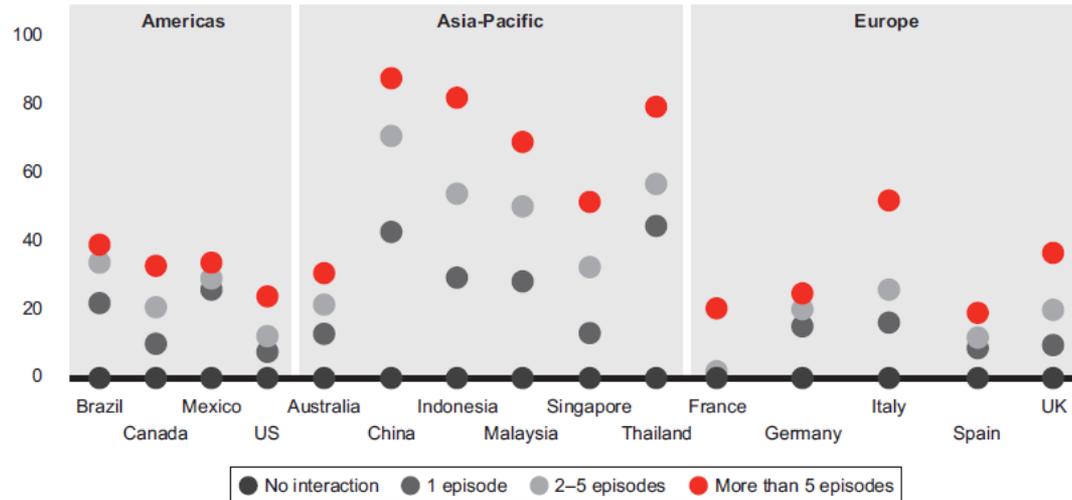
Mehr Touchpoints = höhere Loyalität

Die Sicht der Versicherer



Figure 16: When P&C insurers engage with customers, it creates more opportunities to enhance loyalty

Net Promoter Score® of P&C customers, based on the number of interactions with their insurer in the past 12 months (indexed to zero)



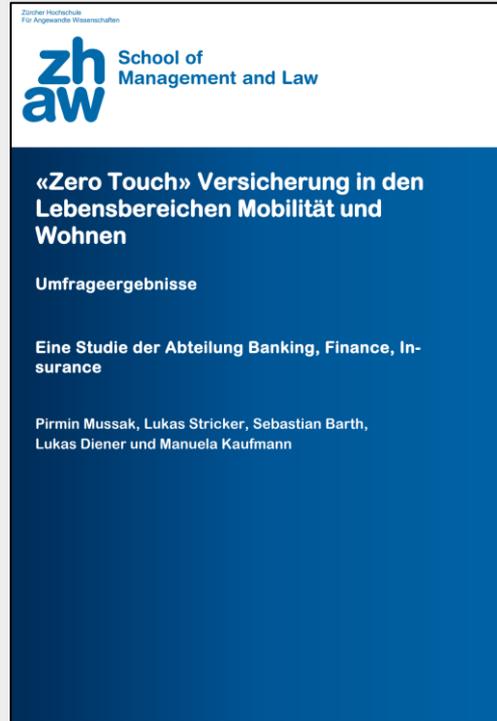
Source: Bain/Research Now Insurance NPS Survey, 2018

Versicherungsstudie 2025

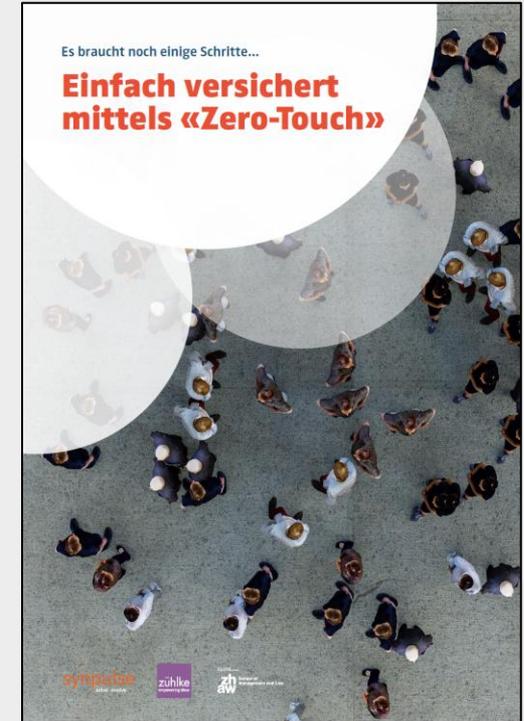
Fokus «Zero Touch»

Umfrage bei 1'606 Bewohner
und Bewohnerinnen der West-
und Deutschschweiz

10 Interviews mit Versicherungen
sowie 4 Interviews mit Experten aus
der Branche



[„Zero Touch“-Versicherung: Neue Ansätze treffen auf wachsendes Interesse | ZHAW Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften](#)



[Versicherungsstudie | ZHAW Institut für Risk & Insurance IRI](#)

Touchpoint ≠ Touchpoint

Was mein geschätzter Kollege Nils Hafner dazu sagt...



Was heisst «Zero Touch»?

End-to-end gedacht

**Embedded
Insurance**



Vertrieb



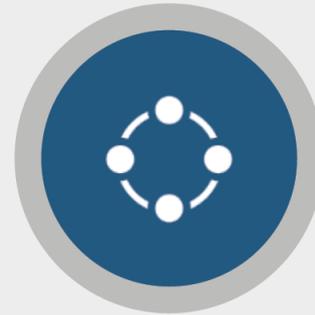
**Parametrische
Versicherung**



Schaden



**Zero Touch
Versicherung**



**Vertrieb &
Schaden E2E**

Formel: [Embedded im Vertrieb] + [Parametrisch im Schaden] = [Zero-Touch Versicherung]

Abbildung 1: Zero Touch Konzept

Quelle: Versicherungsstudie 2025

Was heisst «embedded»?

Zunehmende Tiefe der Integration



Die Abbildung 2 stammt von Synpulse.

Quelle: Embedded Insurance Unveiled: Dispelling a Myth | Synpulse

Versicherung schon immer an ein Risiko gekoppelt

Embedding bezieht sich auf den «Point-of-Sales»

Die Einbettung kann unterschiedliche Formen annehmen

Businessmodell wechselt: B2C → B2B2C

Kunde verliert Auswahlmöglichkeit

Was passiert im Schaden?

Was heisst «parametrisch»?

Eine Änderung des Risikos für Kunden und Versicherer

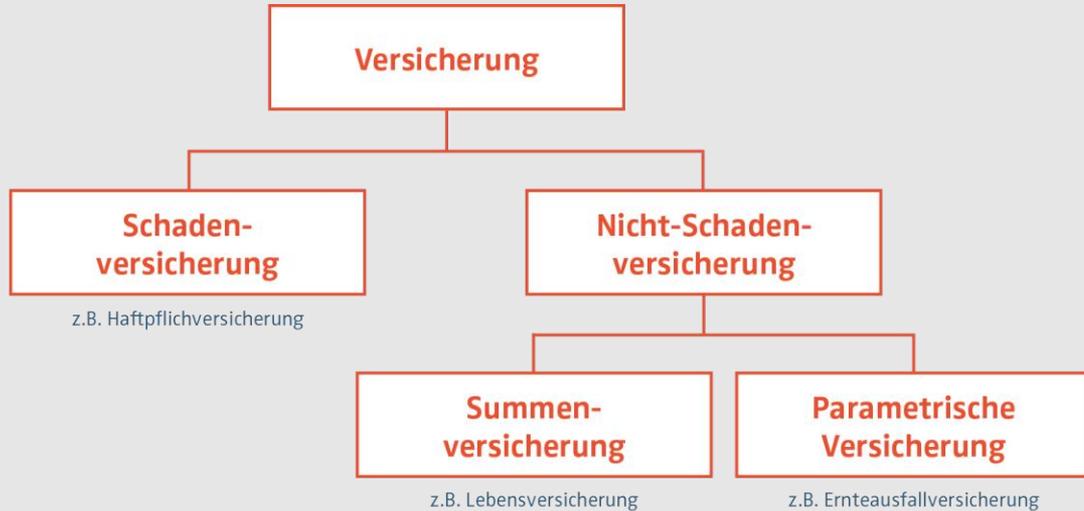


Abbildung 4: Aufteilung der verschiedenen Versicherungsvertragsformen. Eigene Darstellung, in Anlehnung an Lin & Kwon (2019), verändert

Ist die Kundschaft bereit?

Befragte mussten sich entscheiden

- 1'606 Personen in der West- und Deutschschweiz
- Repräsentativ bzgl. Geschlecht, Alter und Sprachregion
- Nicht repräsentativ bzgl. Einkommen
- Sparten Motorfahrzeug und Hausrat
- Datenerhebung im August 2024

Motorradfahrzeugs- versicherung A	Motorradfahrzeugs- versicherung B	Schaden- abwicklung A	Schaden- abwicklung B
✓ Abschluss Sofort, kein Aufwand für Vergleich, Anschluss und Einlösen des Kontrollschildes	✓ Abschluss Aufwand für Vergleich, Abschluss und Einlösung des Kontrollschildes	✓ Schadenzahlung Automatisch geschätzte und sofortige Schadenzahlung	✓ Schadenzahlung Eigene Meldung des Schadens und Zahlung des Schadens nach Prüfung durch die Versicherung
✓ Transparenz/Kontrolle Ich delegiere die Entscheidung über Preis und Deckungsumfang an meinen Autohändler/Leasinggeber	✓ Transparenz/Kontrolle Freie Auswahl von Versicherungsanbietern und Deckungsumfang	✓ Daten Daten werden durch Sensoren im Fahrzeug laufend erfasst, verarbeitet und geteilt	✓ Daten Daten müssen nur im Schadenfall und manuell geteilt werden

Abbildung 5: Optionenauswahl Embedded

Abbildung 6: Optionenauswahl Schaden



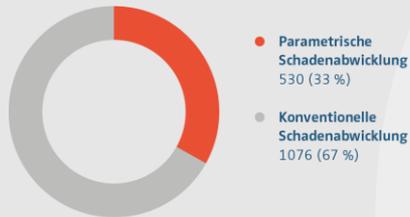
Resultate

In Ihrer Höhe doch überraschend

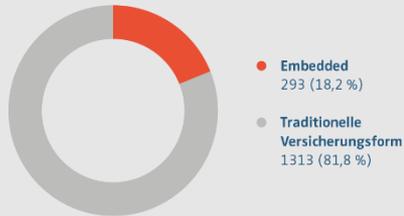
Produktauswahl Motorfahrzeugversicherung



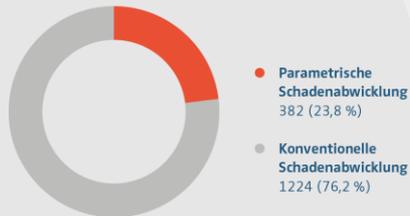
Produktauswahl Schadenabwicklung Motorfahrzeug



Produktauswahl Hausratversicherung



Produktauswahl Schadenabwicklung Hausrat



- «Junge» deutlich affiner
- Kein signifikanter Einfluss des Geschlechts, des Einkommens oder der Sprachregion
- Wer «embedded» mag, ist auch affiner für parametrisch (und vice versa)
- Dennoch wählen nur die wenigsten die volle «Zero Touch» Lösung (15% MF, 7% Hausrat)
- Präferenz hängt vom versicherten Risiko ab
- Psychografische Faktoren spielen teilweise eine Rolle. Müsste genauer erforscht werden

Abbildung 7: Optionenauswahl Zero Touch

Was sagen die Versicherer?

Sie halten sich eher zurück

- Alle arbeiten aktiv an den Themen, sehen diese aber eher als Nische für transaktionelle Versicherungen
- Die Idee, als Marke in den Hintergrund zu rücken, stösst nicht auf ungeteilte Begeisterung
- Es bestehen Zweifel, ob die Kundschaft die neuen Lösungen wirklich annehmen wird, wenn sie sich der vollen Konsequenzen bewusst werden, zum Beispiel der möglichen Doppeldeckungen oder Versicherungslücken
- Nicht zuletzt hat sich der Fokus in den vergangenen 12-18 Monaten auf das Kerngeschäft verschoben
- Kundensegmentierung nach psychografischen Merkmalen gilt als zu aufwendig



Es besteht eine gewisse Diskrepanz von Angebot und Nachfrage, die für einen stetigen Druck in Richtung «Zero Touch» sorgen könnte

Das Projektteam vermutet allerdings, dass auf dem Weg einige Zwischenschritte erforderlich sein werden

Zum Abschluss einige Zitate unserer Interviewpartner

«Für einfache und unkomplizierte Versicherungsprodukte wird sich Embedded Insurance durchsetzen.»

Sam Peter, Leiter Partnerships & Major Accounts bei AXA Schweiz

«Möglicherweise braucht auch eine Embedded-Lösung ein gewisses Mass an Beratung.»

Philipp Marty, Leiter Marketing bei Baloise

«Mittelfristig wird sich Embedded stark auf die Vertriebsstruktur der Versicherer auswirken, da immer mehr Anbieter von Versicherungslösungen auftauchen werden, – seien es Telecom Anbieter oder Autohäuser. Der Wettbewerb wird dadurch intensiver, was letztlich den Kunden zugutekommen wird.»

Jens Schädler, Chief Growth Officer bei bolttech

«Eigentlich wäre das Optimum einer Embedded-Lösung, sie mit einer parametrischen zu kombinieren.»

Martin Frick, Member of the Advisory Boards, Calvin Risk und Enterprise Bot

Besten Dank

Manuela Kaufmann, Richard Polya, Lukas Diener, Marco Luzzatto, Lukas Stricker und Pirmin Mussak
Mai 2025