



Sprechen unsere Haustiere bald schwedisch?

Thesen zur strategischen Unternehmensführung im
dynamischen Wettbewerbsumfeld

Hamburg, im Januar 2020

ELBE19
GROUP

Markt für Tierversicherung im Ausland teilweise deutlich weiter entwickelt

Weltweit wird im Bereich der Tiergesundheit ein dreistelliger Milliardenbetrag pro Jahr umgesetzt, Tendenz steigend.

So ist zum Beispiel in Schweden jeder zweite Hund und 16% der Katzen und in Großbritannien jeder vierte Hund krankenversichert.

In Deutschland leben 14,8 Mio. Katzen und 9,4 Mio. Hunde, davon sind jedoch nur etwa 20% Hunde und knapp 10% Katzen mit einer Krankenversicherung ausgestattet. Ein riesiger und anscheinend noch lange nicht ausgeschöpfter Markt für anerkannte Tierversicherer und neue Wettbewerber.

- Worauf sollten deutsche Anbieter achten, wenn ausländische Player in den deutschen Markt expandieren und versuchen die aktuelle Marktsituation auszunutzen?
- Welche Entwicklungen der Anspruchsgruppen, insbesondere der Kunden und Tierärzte, müssen bei zukünftigen Unternehmensentscheidung Berücksichtigung finden?
- Welche Strategieoptionen haben die etablierten Gesellschaften im Hinblick auf die rasanten technologischen Entwicklungen? Wie sind ihre Geschäftsmodelle weiterzuentwickeln?



Thesen zur Wettbewerbsentwicklung

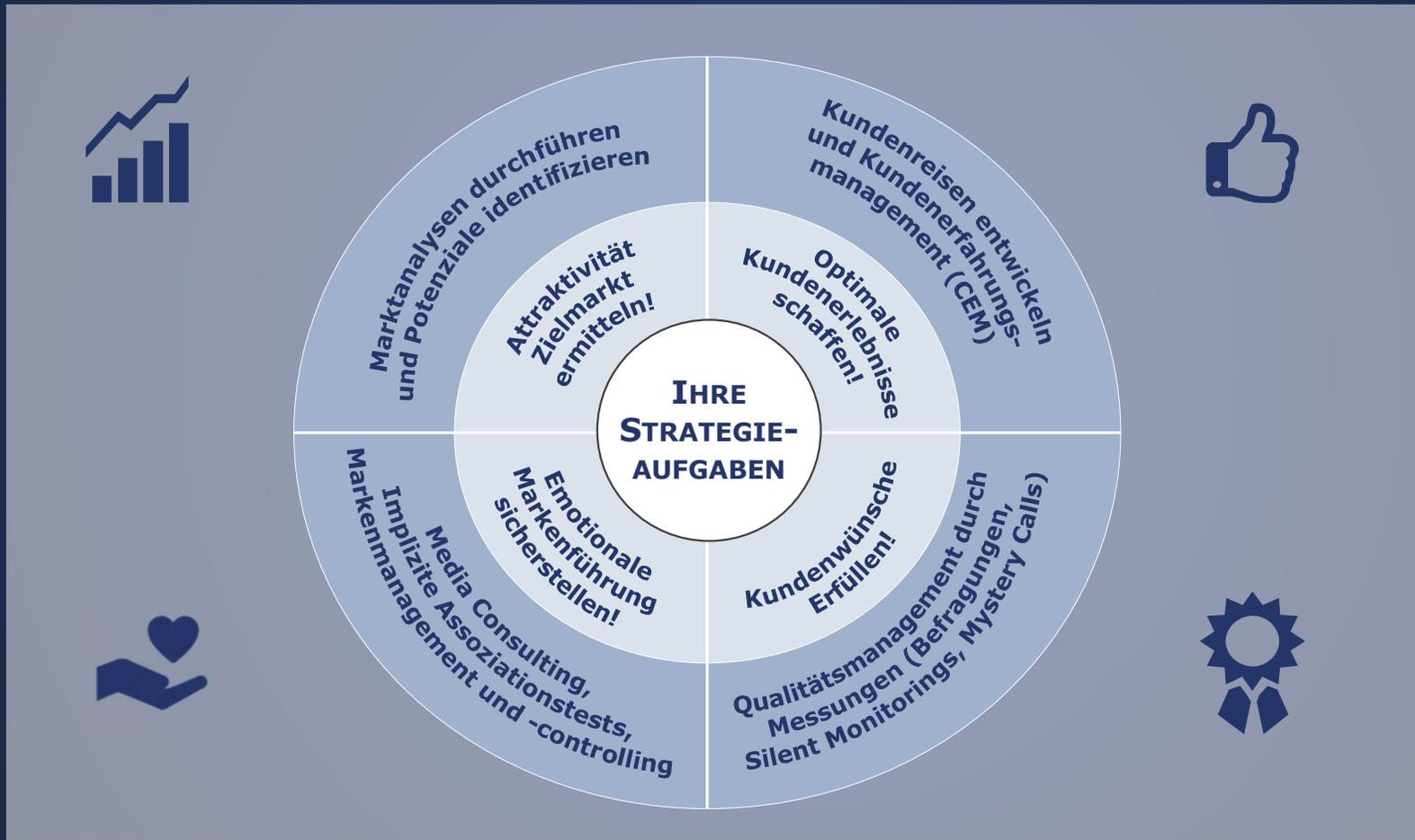
Aus dem aktuellen Marktumfeld und dem unausgeschöpften Potenzial ergeben sich verschiedenste Implikationen für die Marktakteure:

1. Die **Kosten** für Tierhalter werden in naher Zukunft deutlich steigen. Die Tierärzte müssen die GOT-Sätze anheben, um wirtschaftlich zu bleiben und moderne Behandlungsmethoden anbieten zu können. Versicherer müssen über diese Entwicklung aufklären und die Vertriebschance nutzen, gleichzeitig jedoch in puncto Preispolitik ihre Produkte unter die Lupe nehmen.
2. Kurzfristige Bedarfe der Kunden im Tierversicherungsbereich müssen identifiziert und z.B. durch **SpotInsurance**-Produkte gedeckt werden.
3. Die **Idee der Telematik**-Tarife erhält Einzug in den Tierversicherungsmarkt. In Zukunft hat jeder Tierbesitzer eine digitale Krankenakte, die ihm attraktive Konditionen beschert und den Versicherern eine bessere Kalkulationsgrundlage bietet.
4. Die Macht der **Vergleichsportale** sollte nicht unterschätzt werden. Der übliche Weg vieler digital Natives führt trotz negativer Publicity über Check24, Finanzcheck, Verivox und co. Auch wenn viele nicht tatsächlich hier abschließen, wird auf diesen Plattformen das Relevant Set definiert.
5. Ohne **Digitalisierung** kein Geschäft. Big-Tech-Giganten sind auf dem Vormarsch. Auch InsurTech-Unternehmen erobern die Märkte und ihr Erfolg gibt Ihnen Recht. Traditionelle Tierversicherer sollten mittels dieser Best-Practice-Beispiele (Deutsche Familienversicherung/Pet Protect etc.) lernen oder Kooperationsvorteile näher betrachten.

Thesen zur Wettbewerbsentwicklung

6. Ohne persönlichen Ansprechpartner wird jedoch kein Tierversicherer weit kommen. Es muss eine **Omnichannel-Strategie** etabliert werden. Dadurch wird man sowohl den traditionellen als auch den modernen Kundentypen gerecht.
7. Wie jede neue Technologie bietet auch **Blockchain** Möglichkeiten der Effizienzsteigerung und Optimierung bestehender Abläufe. Die Technologie bietet viele Vorteile, allerdings bleibt auch immer abzuwägen, ob Versicherer diesen Hype mitgehen sollten oder der Einsatz etablierter Prozesse aktuell sinnvoller ist.
8. Erfolgreiches **Markenmanagement** gewinnt im Zeitalter des Internets noch mehr an Bedeutung. Zukunftsfähige Versicherungen stellen den Kundennutzen klar heraus und verfügen über ein Produktportfolio, dessen Leistungs- und Nutzenversprechen an jedem, auch digitalen Kontaktpunkt bewiesen wird.
9. Erfolgreiche Marken berühren die Menschen. **Emotionalisierung** ist seit Jahren in aller Munde und nach wie vor von höchster Relevanz. Die Kommunikationsmöglichkeiten mittels emotional aufgeladener Bewegtbilder z.B. auf YouTube sollte unbedingt wahrgenommen werden.
10. Versicherungen müssen **Tierärzte** als Partner und Kunden verstehen und die Zusammenarbeit intensivieren. In Schweden wird diese enge Kooperation als einer der Erfolgsfaktoren im Tierversicherungsmarkt gesehen. Abrechnungen die direkt über den Tierarzt erfolgen, sind nicht nur ein Benefit für den Kunden, sondern gewährleisten auch eine kostengünstigere und reibungslose Schadenbearbeitung. Zusätzlich können Betrugsrisiken minimiert werden

Ihre Strategieraufgaben – Unsere Unterstützung





Kontakt



Lenard Goedeke

CEO

✉ lenard.goedeke@elbe19.com

☎ +49 40.6385 685-10



Ute Hunsicker

Senior Market Research Consultant

✉ ute.hunsicker@elbe19.com

☎ +49 40.6385 685-11

ELBE19
GROUP

näher.tiefer.mehr