

Embedded Insurance: Was Unternehmen bei der rechtlichen Gestaltung beachten sollten

Versicherungen, die sich nahtlos in den Kaufprozess eines Produkts einfügen – etwa eine Garantieverlängerung beim Elektronikgerät oder ein Reiseschutz direkt im Buchungsportal – gelten als spannende Wachstumstrends der Versicherungsbranche. „Embedded Insurance“ verspricht auch Händlern zusätzlichen Umsatz, stärkere Kundenbindung und ein besseres Nutzererlebnis. Doch zwischen Idee und Umsetzung liegen einige rechtliche Hürden.

Wie Unternehmen Versicherungen rechtmäßig in ihre Geschäftsmodelle integrieren können, haben wir Dr. Ulrich Keunecke, Partner bei KPMG Law und Experte für Versicherungsrecht, gefragt.

Was genau versteht man unter „Embedded Insurance“, Herr Dr. Keunecke?

Embedded Insurance bezeichnet die Integration von Versicherungsprodukten direkt in den Kaufprozess eines anderen Produkts oder einer Dienstleistung. Kund:innen bekommen den Versicherungsschutz dort angeboten, wo sie ihn brauchen, zum Beispiel die Diebstahlversicherung beim Fahrrad, die Reparaturversicherung des Smartphones oder die Reiseversicherung als Zusatzoption zur Buchung. Der Abschluss erfolgt meist digital und ohne Medienbruch. Dies ist komfortabel für Verbraucher:innen und erhöht die Abschlussquote.

Warum ist diese Art der Versicherung so stark im Kommen, auch in Deutschland und Europa?

Zwei Entwicklungen treiben den Trend: Erstens ist der klassische Versicherungsmarkt weitgehend gesättigt und Wachstum ist nur durch neue Vertriebskanäle möglich. Zweitens erwarten Konsument:innen zunehmend „One-Stop-Shopping“: Wer online ein Smartphone kauft, erwartet, im selben Checkout-Prozess die passende Versicherung abschließen zu können.

Für welche Branchen oder Geschäftsmodelle ist Embedded Insurance besonders interessant?

Embedded Insurance eignet sich besonders für den Einzelhandel, E-Commerce, Mobilitätsanbieter, Reiseveranstalter und Hersteller von Smart Devices. Voraussetzung ist, dass die Versicherung einfach verständlich ist und sich digital abschließen lässt wie beispielsweise Diebstahl-, Reparatur- oder Garantieversicherungen.

Brauchen Händler eine Erlaubnis und wann gilt ein Unternehmen, das eine Versicherung in sein Produkt integriert, rechtlich als Versicherungsvermittler?

Wenn ein Händler die Versicherung „mitverkauft“, ist er normalerweise Vermittler. Und sobald ein Unternehmen aktiv Versicherungen vermittelt, ist in der Regel eine Erlaubnis nach § 34d Gewerbeordnung erforderlich. Für

produktakzessorische Vermittler gibt es allerdings eine Ausnahme. Diese greift, wenn der Versicherungsschutz direkt mit dem Kauf eines Produkts verbunden ist und der Versicherungsschutz lediglich eine Ergänzung zum Hauptprodukt darstellt.

Als besondere Kategorie der produktakzessorischen Vermittler mit zusätzlich reduzierten Anforderungen gibt es die Kleinstvermittler. Bei diesen besteht aufgrund des geringen Umfangs ihrer Tätigkeit nur ein sehr geringes Risiko, weshalb sie von der Erlaubnispflicht befreit sind. Die durch Kleinstvermittler vermittelten Versicherungen müssen beispielsweise eine Zusatzleistung zur Lieferung einer Ware oder zur Erbringung einer Dienstleistung darstellen und unter anderem darf die Jahresprämie von 600 Euro nicht überschritten werden.

Gibt es Möglichkeiten, ein solches Modell umzusetzen, ohne selbst als Vermittler aufzutreten?

Ja, insbesondere das Tippgeber-Modell ist hier eine Option. Händler geben lediglich Hinweise in Form eines QR-Codes oder Flyers. Dann sind sie nicht direkt in den Verkaufsprozess involviert. Eine Vermittlungserlaubnis ist dann nicht erforderlich. Allerdings sind die Abschlussquoten hier niedriger und die Vergütung ist auf Lead-Prämien beschränkt.

Welche Informations- und Dokumentationspflichten gelten, wenn ein Produkt mit einer Versicherung kombiniert wird?

Vor Vertragsabschluss müssen Kund:innen ein Produktinformationsblatt (IPID), die Widerrufsbelehrung und die allgemeinen Versicherungsbedingungen erhalten. Zudem ist ein „Demands-and-Needs-Test“ vorgeschrieben, der sicherstellt, dass das Produkt zum Kundenbedarf passt. Viele Händler lösen dies über digitale Multiple-Choice-Dialoge im Checkout-Prozess.

Wie lassen sich Datenschutz und Datenaustausch zwischen Plattform, Händler und Versicherer rechtssicher gestalten?

Je nach Ausgestaltung des Angebotes, der vorgesehenen Verwendungszwecke der Daten und der Dateninhalte verlangt die DSGVO eine Einwilligung der Kund:innen zur Datenverarbeitung. Händler und Versicherer werden in der Regel eine Vereinbarung zur gemeinsamen Verarbeitung personenbezogener Daten treffen müssen, da sie meist entlang eines gemeinsamen Zwecks agieren und auch gemeinsam die Mittel der Datenverarbeitung bestimmen. Besonders sensibel sind Daten aus Loyalty-Programmen oder Kassensystemen. Besondere Datenkategorien wie beispielsweise Informationen, die Rückschlüsse auf den Gesundheitszustand der Kund:innen zulassen, dürfen für Vertriebszwecke generell nicht verarbeitet werden, es sei denn die Kund:innen haben in die Verarbeitung dieser Daten ausdrücklich eingewilligt. Eine wirksame Einwilligung setzt unter anderem eine hinreichende Information über die beabsichtigte Datenverarbeitung voraus.

Wie beeinflussen internationale Regelungen wie die „Consumer Duty“ in Großbritannien oder die „Loi Hamon“ in Frankreich Embedded Insurance in Deutschland?

Internationale Regelungen setzen neue Standards für Transparenz und Fairness. Die britische „Consumer Duty“ verpflichtet Anbieter unter anderem, auf ein angemessenes Preis-Leistungs-Verhältnis von Finanzprodukten und

damit auch von Versicherungen zu achten. Frankreich erlaubt durch die „Loi Hamon“ eine jederzeitige Kündigung nach einem Jahr und will mit dieser Wechselmöglichkeit den Wettbewerb stärken. Die BaFin beobachtet diese Entwicklungen und plant, sich am britischen Modell zu orientieren. Für deutsche Anbieter bedeutet das: mehr Dokumentation, aber auch mehr Kundenorientierung.

Was müssen Unternehmen beachten, wenn sie integrierte Versicherungen grenzüberschreitend innerhalb der EU anbieten wollen?

Trotz der Harmonisierung durch die IDD gibt es länderspezifische Besonderheiten, etwa bei Informationspflichten oder Kündigungsrechten. Zusätzlich müssen Zahlungsströme rechtskonform gestaltet werden, insbesondere bei Plattformmodellen mit mehreren Beteiligten. Eine sorgfältige rechtliche Prüfung ist unerlässlich, um Compliance-Risiken zu vermeiden.

Welche technischen Voraussetzungen müssen Händler und Plattformen erfüllen, um Versicherungen erfolgreich zu integrieren?

Die Integration erfordert flexible Checkout-Systeme, API-Schnittstellen zu Versicherern und eine DSGVO-konforme Datenverarbeitung. Unternehmen sollten in skalierbare Infrastruktur investieren und sicherstellen, dass alle Prozesse – von der Bedarfsermittlung bis zur Dokumentation – digital und rechtssicher abgebildet werden können.

Welche Auswirkungen hat die Embedded Insurance auf klassische Versicherungsmakler und Agenturen?

Embedded Insurance verändert den Zugang zur Kundschaft. Standardprodukte werden zunehmend digital und direkt beim Kauf abgeschlossen. Klassische Makler verlieren hier an Relevanz, können sich aber durch Spezialisierung auf komplexe Risiken und persönliche Beratung differenzieren. Die Nachfrage nach individueller Betreuung bleibt bestehen – gerade bei Industrie- und Spezialversicherungen.

Wie können große Maklerhäuser von integrierten Versicherungen und digitalen Vertriebsmodellen profitieren?

Auch wenn Embedded Insurance nicht direkt in das Geschäftsmodell großer Maklerhäuser passt, profitieren sie von technologischen Fortschritten. KI-gestützte Risikobewertung, effizientere Prozesse und datenbasierte Beratung ermöglichen eine stärkere Positionierung im Industriegeschäft. Die Digitalisierung wird zum strategischen Vorteil.

Welche Rolle spielt künstliche Intelligenz bei der Entwicklung und Umsetzung der kaufintegrierten Versicherung?

KI ermöglicht präzisere Risikobewertungen, personalisierte Angebote und automatisierte Entscheidungsprozesse. Sie erkennt Muster im Verbraucherverhalten und unterstützt die Entwicklung neuer Produkte. Für Embedded Insurance bedeutet das: höhere Abschlussquoten, bessere Zielgruppenansprache und effizientere Schadenregulierung.

Wie kann Blockchain-Technologie Embedded Insurance verändern?

Blockchain schafft transparente und unveränderliche Transaktionsdaten. Smart Contracts ermöglichen automatisierte Schadensregulierung, etwa bei wetterindexbasierten Policien. Das stärkt das Vertrauen der Kund:innen und reduziert den administrativen Aufwand. Besonders relevant ist das für Mikroversicherungen und Echtzeit-Abschlüsse.

Wie schätzen Sie die weitere Entwicklung von Embedded Insurance in den nächsten Jahren ein?

Es sieht so aus, dass die integrierte Versicherung zum Standard wird. Denkbar sind auch tokenisierte Garantiekarten, automatisierte Schadensregulierung über Wetterdaten, auf Near Field Communication (NFC) basierende Vertragsabschlüsse an Tankstellen und sogar Voice-gestützte Versicherungsangebote. Die BaFin beobachtet internationale Modelle wie die britische „Consumer Duty“ und strebt mehr Transparenz und Dokumentation an.

Was raten Sie Unternehmen, die Embedded Insurance in ihr Geschäftsmodell integrieren möchten?

Unternehmen sollten frühzeitig rechtliche Expertise einholen, um regulatorische Anforderungen wie Vermittlerstatus, Informationspflichten und Datenschutz sauber umzusetzen. Wer diese Hürden meistert, kann Embedded Insurance erfolgreich und profitabel in sein Geschäftsmodell integrieren.

Ansprechpartner:

Dr. Ulrich Keunecke
Tel: +49 30 530199 200
ukeunecke@kpmg-law.com