



01.06.2023 15:30 CEST

## **Erfolgsmischung: Wie unter dem Zurich Dach Deutschlands wachstumsstärkstes Insurtech aufgebaut wurde**

- **Dentolo steigert das Prämienvolumen in Digital Health von 1,7 Millionen Euro 2020 auf 21,4 Millionen Euro im Jahr 2022**
- **Kontinuierliches und profitables Wachstum – Bestand von aktuell 42 Millionen Euro mit niedrigen Schadenquoten**
- **Zurich nutzt die digitalen Fähigkeiten aus dem Start-up- und Direktgeschäft für die digitale Transformation der Zurich Gruppe**

## Deutschland

**Köln, 1. Juni 2023:** Die Zurich Gruppe Deutschland hat mit dentolo das wachstumsstärkste Insurtech in Deutschland entwickelt. Das gebuchte Prämienvolumen Digital Health ist von 1,7 Millionen Euro 2020 auf 21,4 Millionen Euro im Jahr 2022 gestiegen – nachdem das Angebot Ende 2019 erst an den Markt ging. Damit liegt der Anbieter für Zahnzusatz- und Tierkrankenversicherungen unter den deutschen Insurtechs beim Wachstum auf dem ersten Platz. In Punkto Prämienvolumen ist dentolo bereits jetzt in der Spitzengruppe etabliert und belegt den vierten Platz. Zu diesen Ergebnissen kommt eine aktuelle Marktstudie des Marktforschungsinstituts IMWF GmbH.

In einem Pressegespräch haben die Zurich Töchter DA Direkt sowie dentolo Bilanz der ersten vier Jahre erfolgreicher Partnerschaft unter dem Dach der Zurich Gruppe Deutschland gezogen. „Mit der Neuausrichtung der DA Direkt in 2019 haben wir konsequent auf die Erschließung neuer Märkte gesetzt. Durch die Akquisition von dentolo konnten wir noch im selben Jahr an den Markt gehen. Mit dem „Perfect Fit“ der beiden Partner zum Start von Digital Health haben wir in kurzer Zeit eines der erfolgreichsten Start-ups im deutschen Versicherungsmarkt geschaffen“, sagt Peter Stockhorst, Vorstand Direct & Digital der Zurich Gruppe Deutschland und CEO der DA Direkt. „Mit unseren neuen Fähigkeiten auf Basis der einzigartigen dentolo-Plattform gehen wir neue Wege im Markt. Und wir sehen noch deutlich mehr Potenzial für nachhaltiges Wachstum in Digital Health, insbesondere in der Tierkrankenversicherung.“

### **Digitale Transformation durch Dreiklang**

Im Jahr 2019 hat die Zurich Gruppe Deutschland das Berliner Insurtech dentolo Deutschland GmbH übernommen. Der Erwerb als Teil der Neuausrichtung von DA Direkt ermöglichte den Einstieg in neue Märkte, wie in das Geschäft mit Zahnzusatzversicherungen und der Tierkrankenversicherung.

Die digitalen Fähigkeiten aus dem Start-up- und Direktgeschäft nutzt Zurich zur Umsetzung der digitalen Transformation im gesamten Konzern. Daher wurde 2021 das Vorstandsressort „Direct & Digital“ eingesetzt, um das

digitale Know-how effizient zu bündeln.

„Die zunehmende Digitalisierung des Kunden bietet Chancen für alle Player. Und für jede Zielgruppe müssen eigene maßgeschneiderte Angebote entwickelt werden. Doch die Fähigkeiten unserer Mitarbeitenden sowie die Technologien im Hintergrund können übergreifend eingesetzt werden“, so Stockhorst. Ein Beispiel für den Technologietransfer von der DA Direkt zur Zurich Gruppe Deutschland ist das Mitte 2022 gelaunchte Kundenportal „Meine Zurich“. Die positiven Erfahrungen aus dem digitalen Geschäft der DA Direkt mit mehr als 250.000 Portal-Konten haben die Entwicklung des Portals maßgeblich beeinflusst.

### **Start-up-Spirit im Konzern**

Der Erwerb von dentolo kennzeichnet eine Erfolgsmischung für die Zurich Gruppe Deutschland: Das Berliner Start-up hat seine moderne IT-Plattform eingebracht, an die Kundenservice und Schaden- sowie Leistungsbearbeitung angebunden sind. In Verbindung mit einem innovativen Digital Marketing Set-up sowie dem agilen Produktmanagement der DA Direkt, gelang der Markteintritt in 90 Tagen und darauf folgend die kontinuierliche Skalierung des Geschäftes.

„Bei dentolo setzen wir auf ein diverses und datenbasiertes Online-Marketing. Wir fokussieren uns neben den Pull-Kanälen, wie SEO / SEA, vor allem auf die relevanten Social Media Plattformen, insbesondere Instagram und TikTok. Die enge Zusammenarbeit mit Content Creators ermöglicht uns die Ansprache ganz neuer Kundengruppen und beflügelt unser Neugeschäft nachhaltig,“ so Philipp Krause, Gründer und Managing Director von dentolo. Ein weiterer Treiber war die exklusive Partnerschaft mit der Fressnapf-Gruppe im letzten Jahr, die eine Nutzung vieler weiterer Schnittstellen für die Kommunikation im Fressnapf-Ökosystem ermöglichten.

„Das Gelingen einer Zusammenarbeit zwischen Insurtech und klassischem Versicherungskonzern hat nicht zuletzt eine kulturelle Dimension“, sagt Philipp Krause „Kundenzentrierung und digitale Kompetenz, gepaart mit exzellenten Produkten und Fachkenntnis sind eine echte Erfolgsmischung. Wir waren uns deshalb von Beginn an einig, dass dentolo als eigenständige Einheit und Marke bestehen bleibt“, führt er weiter aus. Peter Stockhorst ergänzt: „Damit unterstreichen wir unsere Maßgabe, das Wesen des Start-Ups zu schützen, um die Innovationskraft und -geschwindigkeit zu erhalten. Denn

es ist oft im Markt zu beobachten, dass das Wachstumspotenzial von Start-ups mit einer zu starken Integration erheblich beschnitten wird.“

## **Neue Wege im Zahn- und Tierversicherungsmarkt**

Nach dem erfolgreichen Markteintritt mit der Zahnzusatzversicherung Ende 2019 folgte 2021 die Markteinführung der Tierkrankenversicherung. Das starke Wachstum in den beiden neuen Geschäftsfeldern untermauert der bis heute aufgebaute Bestand mit über 100 Tsd. Kunden und 42 Mio. Euro Jahresbeiträgen. Dabei zeigt sich der wirtschaftliche Erfolg im Jahr 2022 in einem positiven BOP (nach IFRS) von 2,3 Mio. Euro bei einer Schadenkostenquote von 89%. „In diesem frühen Stadium bei hohem Wachstum profitabel zu sein ist sicherlich einzigartig im Insurtech Markt. Wir erwarten eine weitere Beschleunigung des äußerst starken und ertragreichen Wachstums.“, so René Billing, Vorstand Direct Insurance von DA Direkt.

Neben dem mehrfach ausgezeichneten Zahnzusatzprodukt zeigt sich insbesondere das innovative Tierkrankenprodukt als außergewöhnlich beliebt und absatzstark. Unter der Marke petolo haben dentolo und DA Direkt gemeinsam ein Leistungspaket für Haustiere geschnürt, das den klassischen Versicherungsschutz mit Servicekomponenten aus der Telemedizin verbindet. „Wir bieten unseren Kunden mehr als nur eine Versicherung. Mit unserem digitalen Angebot des Online-Tierarztes sind wir Vorreiter im Markt. Je nach Tarif profitiert der Kunde nach der kostenlosen Video-Sprechstunde sogar von einer höheren Erstattungsleistung,“ erklärt René Billing.

---

## **Die DA Direkt Versicherung**

DA Direkt ist eine Tochtergesellschaft der Zurich Gruppe in Deutschland mit Beitragseinnahmen (2021) von 280 Millionen Euro und rund 1,34 Millionen Versicherungsverträgen. Seit über 40 Jahren immer für Sie da.

Der Direktversicherer bietet das Beste aus zwei Welten: Digital und persönlich. Bequeme digitale Services und persönliche Unterstützung rund um die Uhr. Als Teil der weltweit erfolgreichen Zurich Insurance Group kombiniert DA Direkt fundiertes Versicherungswissen mit innovativem Vordenken der internationalen Unternehmensgruppe.

Weitere Informationen: [www.da-direkt.de](http://www.da-direkt.de)

## Kontaktpersonen



### **Bernd O. Englien**

Pressekontakt

Leiter Unternehmenskommunikation

Unternehmenssprecher / CSR / Public Affairs

[bernd.englien@zurich.com](mailto:bernd.englien@zurich.com)

(0221) 7715 5638



### **Samuel Gönner**

Pressekontakt

Referent Unternehmenskommunikation

[samuel.goenner@zurich.com](mailto:samuel.goenner@zurich.com)

+49 (0)221 7715-5641