

Impulse aus der Versicherungsbranche für den Bausektor

Wie Innovationsökosysteme den Weg für digitale und nachhaltige Transformationen ebnen

Robert Richstein und Philipp Johannes Nolte

1. Innovationsbedarf in der Versicherungsindustrie und der Bauwirtschaft

Sowohl die Versicherungsbranche als auch die Bauwirtschaft stehen exemplarisch für etablierte, hochregulierte Gewerbe mit tief verankerten Strukturen. Beide Sektoren leisten einen wesentlichen Beitrag zur deutschen Volkswirtschaft – und beide sehen sich mit massivem Druck konfrontiert. Ursachen sind unter anderem inflationsgetriebene Kostensteigerungen, zunehmende Fachkräfteengpässe, makroökonomische Unsicherheiten, ambitionierte Klimaziele, wachsende gesellschaftliche Erwartungen sowie technologische Umbrüche, die tiefgreifende Investitionen in Digitalisierung und Nachhaltigkeit erfordern (vgl. GDV 2024).

Gleichzeitig erschweren komplexe gesetzliche Vorgaben, bürokratische Prozesse und gewachsene Routinen die Umsetzung neuer Ideen in beiden Branchen. Innovationen, die dringend erforderlich sind, um auf die vielfältigen Herausforderungen zu reagieren und die Branchen in eine digitale und nachhaltige Zukunft zu führen, scheitern häufig an strukturellen Hürden – sowohl innerhalb der Unternehmen als auch an der Schnittstelle mit Politik und Regulierung. Laut ifo Institut führt der hohe Bürokratieaufwand beispielsweise dazu, dass Unternehmen sich weniger auf zukunftsgerichtete Entwicklungen von Produkten und Dienstleistungen fokussieren. Statt auf Verbesserung zu setzen, konzentrieren sie ihre Energie auf die Einhaltung und Ausschöpfung bestehender regulatorischer Vorgaben – was die Innovationsdynamik hemmt und Potenziale der deutschen Volkswirtschaft ungenutzt lässt (vgl. ifo Institut 2024).

Vor diesem Hintergrund stellt sich die Frage, wie Innovation in hochregulierten und bürokratisch geprägten Branchen gezielt gefördert werden kann. Die grundlegende Offenheit gegenüber dem Einsatz neuer Technologien – etwa Künstlicher Intelligenz – ist in der Bau- und Versicherungsbranche unabdingbar und hat dort bereits Einzug gehalten. Um jedoch das volle Potenzial von Innovation zu erschließen, bedarf es für die meisten Unternehmen eines neuen Verständnisses der Zusammenarbeit sowie des Aufbaus offener Strukturen für Wissensaustausch.

Innovationsökosysteme – also Netzwerke aus etablierten Unternehmen, Start-ups, intermediären Akteuren, Wissenschaft und Politik – bieten hierfür einen strukturellen Rahmen. Sie ermöglichen es, Wissen zu teilen, Risiken zu verteilen und neue Lösungen koordiniert zu entwickeln (vgl. Ahrend, Redmann 2023). In Deutschland gewinnen solche Ökosysteme zunehmend an Bedeutung. Dies unterstrich auch die Bundesregierung im Jahr 2024, als sie die bereits 2017 gestartete Digital Hub Initiative zur Förderung der digitalen Transformation um weitere Hubs erweiterte. Die Initiative umfasst inzwischen 25 spezialisierte Digital Hubs in ganz Deutschland, die jeweils einen branchenspezifischen Fokus verfolgen (vgl. Bundesministerium für Wirtschaft und Energie 2024). Ein Hub zur Förderung der digitalen und nachhaltigen Transformation im Versicherungsumfeld wird durch den InsurLab Germany e.V. betrieben. Unter dessen Dach vernetzen sich über 90 Mitglieder – von traditionellen Versicherungsunternehmen und Maklerorganisationen über Start-ups, Universitäten, Strategieberatungen und Fachkanzleien bis hin zu Organisationen der öffentlichen Hand und spezialisierten Technologieanbietern. Gemeinsam schaffen sie Räume für Pilotprojekte, wechselseitiges Lernen und langfristige Kooperationen. Die Entwicklungen und Erkenntnisse aus dem InsurLab Germany bieten auch für andere Sektoren wertvolle Impulse. Gerade im Bauwesen – das ähnlich reguliert, fragmentiert und risikosensibel ist – können die gewonnenen Erfahrungen aus kooperativen Innovationsmodellen entscheidend dazu beitragen, digitale und nachhaltige Transformation gemeinsam und wirksam voranzutreiben.

2. Voraussetzungen für erfolgreiche Transformation in der Versicherungsbranche

Die digitale Transformation begleitet die Versicherungsindustrie bereits seit vielen Jahren, und regelmäßig werden neue Technologien daraufhin geprüft, ob sie einen Mehrwert für die Branche generieren können (vgl. Munich Re und ERGO 2025). Doch im Sinne einer Zwillingstransformation

ist die Digitalisierung nicht die einzige Veränderung, die Versicherungen heute beschäftigt. Regulatorischer und gesellschaftlicher Druck sowie veränderte Kundenerwartungen zwingen die Branche zunehmend dazu, auch eine nachhaltige Transformation mitzudenken (vgl. Ernst & Young 2023).

Die nachhaltige Transformation der Versicherungswirtschaft bezieht Umwelt-, Sozial- und Unternehmensführungsfaktoren (ESG) mit ein. Darüber hinaus ist in der Branche ein wachsendes Bewusstsein entstanden, dass Nachhaltigkeit weit mehr als ein Aspekt der nicht-finanziellen Performance ist. Nachhaltigkeit ist im Versicherungswesen kein Selbstzweck, sondern eine Notwendigkeit – denn ohne entsprechende Anpassungen werden Risiken wie Naturkatastrophen langfristig unbeherrschbar und damit nicht mehr versicherbar (vgl. Golnaraghi 2021).

Um die digitale und nachhaltige Transformation erfolgreich in traditionellen Versicherungsunternehmen voranzutreiben, bedarf es eines integrierten Ansatzes, der technologische, kulturelle und organisatorische Aspekte gleichermaßen berücksichtigt. Dies gilt insbesondere dann, wenn sich Organisationen für die Zusammenarbeit in Innovationsökosystemen öffnen und offene Strukturen für Wissensaustausch aufbauen wollen.

In der deutschen Versicherungsbranche gilt die Firmenkultur als eine Art Generalschlüssel für die erfolgreiche Transformation. Die besondere Stabilität des Geschäftsmodells ist dabei Chance und Herausforderung zugleich: Während andere Branchen frühzeitig durch digitale Herausforderer unter Innovationsdruck geraten sind, setzte der Veränderungsdruck in der Versicherungswirtschaft vergleichsweise spät ein (vgl. Oliver Wyman 2021). Das hat zu einer gewachsenen Kultur geführt, die auf Planbarkeit, Sicherheit und Risikominimierung ausgerichtet ist – zentrale Prinzipien eines Systems, das auf langfristige Verpflichtungen und regulatorische Verlässlichkeit baut. Diese kulturelle Prägung manifestiert sich in einer ausgeprägten Perfektionsorientierung, funktionalen Silostrukturen, hoher Integrationstiefe und unternehmensindividuellen Produkt- und Prozesslogiken. Sie sorgt für operative Stabilität, verlangsamt jedoch zugleich die Reaktionsfähigkeit auf externe Impulse. Zusätzlich erschwert die tiefe Einbindung in regulatorische Rahmenbedingungen einen offenen Umgang mit Unsicherheit und iterative Lernprozesse, die für transformative Innovation unerlässlich sind.

Transformation verlangt dementsprechend nicht nur technologische Offenheit, sondern auch einen kulturellen Wandel: weg von einer risikoaversen Null-Fehler-Kultur hin zu einer lernorientierten Haltung. Eine zentrale Rolle spielt dabei das Vertrauen in die eigene Gestaltungsfähigkeit – intern wie extern. Erst wenn Mitarbeitende und Führungskräfte bereit sind,

Verantwortung in offenen Strukturen zu übernehmen, kann eine produktive Zusammenarbeit mit Partnern aus Innovationsökosystemen entstehen. So wird Kultur nicht zum Bremsklotz, sondern zum Enabler eines systemischen Wandels, der weit über technologische Anpassung hinausgeht.

Neben den kulturellen Voraussetzungen spielen auch organisationale Faktoren eine zentrale Rolle dafür, ob die Transformation hin zu einer digitalen und nachhaltigen Zukunft gelingt – insbesondere dann, wenn sich Unternehmen aktiv in Innovationsökosysteme einbringen wollen. In der Versicherungsbranche haben sich in den letzten Jahren spezifische Führungsrollen etabliert, um digitale und nachhaltige Transformationen strategisch voranzutreiben. Der Chief Digital Officer (CDO) ist mittlerweile ein fester Bestandteil vieler Unternehmensstrukturen. Wie Markus Zimmermann – bis Mai 2025 Managing Director bei Accenture – in einem Kommentar im Online-Fachmedium *Versicherungsbote* (2023) betont, wurde die Rolle bereits vor mehr als zehn Jahren eingeführt, um ein deutliches Signal für die strategische Bedeutung der Digitalisierung zu setzen – auch wenn die konkrete Ausgestaltung der Funktion anfangs vielfach unklar blieb. Heute ist die Digitalisierung fest in der strategischen Agenda verankert, und der CDO übernimmt die übergreifende Koordination von Digitalinitiativen, Schnittstellenmanagement sowie den Aufbau datengetriebener Geschäftsmodelle.

Parallel dazu gewinnen auch Nachhaltigkeitsaspekte an Bedeutung, was sich in der zunehmenden Etablierung von Positionen wie dem Chief Sustainability Officer (CSO) zeigt. Diese Rolle ist nicht nur für die ESG-Strategie verantwortlich, sondern zunehmend auch für die Integration von Nachhaltigkeitszielen in Produkte, Prozesse und Partnerschaften (vgl. Deloitte 2021).

Solche spezialisierten Führungsrollen markieren eine wichtige Voraussetzung dafür, dass Transformation in Unternehmen wirksam verankert werden kann. Ebenso zentral sind jedoch die unternehmensinternen Strukturen und Prozesse: Wesentlich ist eine vertrauensvolle Zusammenarbeit mit den Fachbereichen sowie mit unterstützenden Funktionen wie Einkauf, Recht & Compliance und dem Betriebsrat. Erstere entwickeln im Idealfall eine aktive Nachfrage nach neuen Lösungen und Implementierungsunterstützung, während es bei Letzteren darum geht, Bedenken und Widerstände durch routinierte Abstimmungsprozesse zu überwinden. Auch die Anpassung traditioneller, monolithischer Produktentwicklungsprozesse hin zu agileren, stärker an Kundenbedarfen orientierten Zyklen ist ein wichtiger Hebel, um Reaktionsfähigkeit und Innovationsgeschwindigkeit zu erhöhen.

Gerade im Zusammenspiel mit externen Partnern innerhalb von Innovationsökosystemen sind solche organisatorischen Voraussetzungen entscheidend. Denn nur wenn Entscheidungswege klar, Prozesse anschlussfähig und Zuständigkeiten eindeutig geregelt sind, können neue Lösungen effektiv eingebracht, getestet und skaliert werden. Organisatorische Offenheit und interne Anschlussfähigkeit werden so zur Grundbedingung für erfolgreiche externe Kollaboration – vorausgesetzt, sie sind nicht nur strukturell möglich, sondern auch strategisch gewollt und von der Unternehmensführung – etwa durch CDO oder CSO – aktiv unterstützt. So wird Zusammenarbeit im Innovationsökosystem nicht zur Ausnahme, sondern zur gestaltbaren Normalität – und damit zur Voraussetzung für wirksame Transformation.

3. InsurLab Germany: Plattform für kooperative Innovation und systematische Zusammenarbeit

3.1 Einleitung

Innovation erfordert Austausch, Vertrauen und geteiltes Wissen – nicht Isolation. Besonders in einer stark regulierten und risikosensiblen Branche wie der Versicherungswirtschaft ist es entscheidend, Räume für kooperative Lernprozesse und strukturierten Dialog zu schaffen. Genau hier setzt der InsurLab Germany e.V. an: Seit 2017 wirkt der branchengetragene Verein als zentrale Plattform, um Zusammenarbeit zu ermöglichen, Innovationskraft zu bündeln und Veränderungsprozesse strategisch zu begleiten.

Mit seiner breiten Mitgliedschaft aus etablierten Versicherern, Start-ups, Beratungen sowie wissenschaftlichen und öffentlichen Institutionen bringt das InsurLab Germany zentrale Akteure in den Dialog – mit dem Ziel, nicht nur Einzelinitiativen zu unterstützen, sondern ein gemeinsames Ökosystem aufzubauen, das Vertrauen, Sichtbarkeit, Anschlussfähigkeit und Innovationsfähigkeit nachhaltig stärkt.

Dabei erfüllt das InsurLab Germany eine doppelte Funktion: Zum einen fungiert es als organisierende Struktur, die Formate und Programme zur Verfügung stellt – etwa Peer-to-Peer-Gruppen, Matchingformate oder Scoutingprozesse. Zum anderen versteht es sich als neutraler Raum für Zusammenarbeit, in dem Organisationen kartellrechtlich abgesichert voneinander lernen, sich orientieren und gemeinsame Schritte gehen können – ohne strategische Verbindlichkeit,

aber mit hohem operativem Nutzen. Die Vorteile eines solchen kooperativen Innovationsverbunds liegen auf der Hand:

- Schaffung einer rechtlich abgesicherten Austauschplattform, die auch Gespräche zwischen potenziellen Wettbewerbern ermöglicht.
- Förderung des Wissens- und Erfahrungstransfers zu Digitalisierung, Regulierung, ESG und neuen Technologien.
- Bereitstellung von Interpretationshilfen bei regulatorischen Fragestellungen – insbesondere zu ESG-Anforderungen und technologischen Entwicklungen wie KI.
- Ermöglichung von Benchmarking durch vergleichbare Formate, Projekte und Initiativen.
- Bündelung von Technologie- und Partnerscouting, einschließlich Pooling – also der gemeinsamen Sammlung und Nutzung von Angeboten, Referenzen und Marktzugängen.
- Reduktion von Kooperationsrisiken durch vertrauensbildende Rahmenbedingungen.
- Stärkung der internen Innovationskultur, indem Problemlösungsbereitschaft, Eigeninitiative und Innovationsfreude sichtbar gewürdigt werden.
- Positionierung als attraktiver Arbeitgeber und Partner durch das gelebte Bekenntnis zu Offenheit, Kooperation und Zukunftsgestaltung.

In der Summe ermöglicht das InsurLab Germany nicht nur konkrete Innovationsprojekte, sondern wirkt auch systemisch: als kultureller Enabler, als Vernetzungsarchitektur und als vertrauenswürdiger Katalysator für eine lernfähige, zukunftsorientierte Branche. Dabei ist die Plattform vollständig durch Mitgliedsbeiträge finanziert und agiert unabhängig von staatlicher Förderung.

3.2 Formate für Austausch, Zusammenarbeit und sektorales Lernen

Topic Groups

Die Topic Groups des InsurLab Germany bilden das Herzstück des kontinuierlichen Austauschs innerhalb der Mitgliedsorganisationen. Sie sind themenbezogene, von Mitgliedern selbst organisierte Arbeitsgemeinschaften, in denen sich Fach- und Führungskräfte aus Versicherungen, Start-ups, Beratungen und weiteren Akteuren regelmäßig zu konkreten Herausforderungen und Innovationsfeldern austauschen. Der Fokus liegt dabei auf gemeinsamen Lernprozessen, dem kollegialen Erfahrungsaustausch und der praxisnahen Entwicklung von Lösungsansätzen.

Die Vielfalt der Themen spiegelt hierbei die Breite der Transformationsaufgaben in der Branche wider. So gibt es aktuell sowohl Gruppen, die sich mit digitalen Technologien wie Künstlicher Intelligenz, Prozessautomatisierung oder digitalen Ökosystemen beschäftigen, als auch solche, die sich auf Nachhaltigkeitsthemen konzentrieren – etwa auf die Integration von ESG-Kriterien in Produktentwicklung und Underwriting oder die Rolle der Versicherungswirtschaft bei der grünen Transformation. Übergreifend geht es dabei stets um die Frage, wie Veränderung operativ und strategisch konkret gestaltet werden kann.

Topic Groups treffen sich in der Regel drei- bis viermal pro Jahr – häufig digital, teils hybrid oder in Präsenz – und nutzen verschiedene methodische Ansätze wie Workshops, Design-Thinking-Elemente oder Open-Space-Formate. Externe Expert*innen und Start-ups werden regelmäßig eingebunden, um neue Perspektiven zu eröffnen. Einige Gruppen veröffentlichen ihre Ergebnisse auch als Whitepaper oder Buchbeiträge und leisten so einen sichtbaren Beitrag zum sektoralen Wissenstransfer.

Topic Days

Die Topic Days ergänzen die kontinuierlich arbeitenden Topic Groups um fokussierte, ganztägige Veranstaltungsformate. Sie bringen Vertreter*innen aus Mitgliedsunternehmen und angrenzenden Branchen zusammen, um zentrale Fragestellungen der digitalen und nachhaltigen Transformation gemeinsam zu beleuchten. In einem kompakten Format verbinden sie fachliche Tiefe mit bereichsübergreifender Vernetzung – und bieten Raum für Inspiration, Austausch und konkrete Umsetzungsideen.

Die thematische Bandbreite reicht dabei von regulatorischen Entwicklungen wie der EU-Verordnung DORA (Digital Operational Resilience Act) über technologische Innovationen wie Generative KI bis hin zu Branchenthemen wie Gesundheitsvorsorge oder Nachhaltigkeitsstrategien. So wurden in den Jahren 2024 und 2025 unter anderem ein Topic Day zu ESG & Transparenz, ein weiterer zum Thema Generative KI in der Versicherungspraxis sowie Veranstaltungen zu Digital Health und Versorgungsmodellen der Zukunft umgesetzt. Neben Beiträgen aus den Mitgliedsunternehmen selbst kommen auch regelmäßig externe Impulsgeber*innen zu Wort – etwa aus der Telekommunikation, dem Banking oder der Forschung.

Die Formatlogik der Topic Days ist bewusst offen: Je nach Thema und Zielgruppe kommen Keynotes, Fachpanels, Workshops, World Cafés oder auch interaktive Tools wie Mentimeter zum

Einsatz. Ziel ist es, sowohl strategische Orientierung zu geben als auch operative Impulse zu ermöglichen. Durch die aktive Beteiligung unterschiedlichster Ebenen – von Vorständen bis zu Fachkräften – entsteht ein praxisnaher, hierarchieübergreifender Austausch, der auch innerhalb der Mitgliedsorganisationen Wirkung entfalten kann.

insureNXT – Innovationsmesse

Als ein jährliches Leuchtturm-Event der Branche wird die insureNXT von der Koelnmesse in Zusammenarbeit mit dem InsurLab Germany organisiert. Die internationale Kongressmesse bringt Versicherer, Start-ups, Dienstleister, Wissenschaft und Cross-Industry-Akteure an zwei Tagen in Köln zusammen – mit dem Ziel, Innovationen sichtbar zu machen, Kooperationen zu fördern und strategische Impulse für die Weiterentwicklung der Branche zu setzen.

Zu den Sprecher*innen der insureNXT 2025 zählten hochkarätige Vertreter*innen der europäischen Versicherungswirtschaft und ihrer Aufsicht: darunter Dr. Norbert Rollinger (CEO R+V Versicherung, Präsident des GDV), Dr. Alexander Vollert (Group COO AXA Group) und Petra Hielkema (Vorsitzende EIOPA). Sie diskutierten zentrale Themen wie die Rolle von Künstlicher Intelligenz in Geschäftsprozessen, die regulatorischen Anforderungen an Nachhaltigkeit und Resilienz sowie die Notwendigkeit sektorenübergreifender Partnerschaften.

Was die insureNXT besonders macht, ist die Vielfalt an interaktiven Formaten: Auf der Center Stage präsentieren führende Köpfe der Branche ihre Visionen und Strategien, während in der Demo Arena konkrete Innovationen, Produkte und Kooperationen live vorgestellt werden. Ergänzt wird das Programm durch Masterclasses, Roundtables, Networking-Formate und Wettbewerbe wie den insureNXT Innovators Award (vgl. insureNXT 2025).

Für Mitglieder des InsurLab Germany ist die insureNXT mehr als eine Messe – sie ist der zentrale Begegnungsort des Ökosystems. Das Team des InsurLab Germany betreibt aktives Community-Management, um den Austausch und Zusammenhalt zwischen Expert*innen aus unterschiedlichen Unternehmen zu fördern, die sich im Alltag nur selten persönlich begegnen. Die insureNXT schafft dafür den idealen Rahmen: Sie bietet Sichtbarkeit für eigene Projekte, öffnet den Zugang zu internationalen Perspektiven und ermöglicht konkrete Anknüpfungspunkte für Transformationsprozesse – innerhalb der Branche und darüber hinaus.

Weitere Formate

Neben den etablierten Formaten wie Topic Groups, Topic Days und der insureNXT bietet das InsurLab Germany eine Vielzahl weiterer Angebote, die das Ökosystem stärken und unterschiedliche Zielgruppen ansprechen. Ein zentrales Element ist dabei der Bereich Wissenstransfer und Sichtbarkeit: So wurden 2025 themenspezifische Sammelbände zum Einsatz von Generativer KI in der Versicherungswirtschaft sowie zum Thema Embedded Insurance veröffentlicht – mit praxisnahen Beiträgen aus Mitgliedsunternehmen, die sowohl technische Umsetzungen als auch organisationale Rahmenbedingungen beleuchten. Solche Publikationen dienen nicht nur der Orientierung, sondern unterstützen auch die interne Kommunikation innerhalb der Organisationen – und erzielen darüber hinaus substanzielle Reichweite in Fachmedien (vgl. Versicherungsmonitor 2025).

Auch im Bereich Weiterbildung hat sich das InsurLab Germany in Partnerschaft mit der University of Cologne Business School systematisch aufgestellt. Mit der InsurLab Academy wurde ein Format etabliert, das praxisnahe Kompetenzentwicklung zu aktuellen Schwerpunktthemen wie Digitalisierung, Nachhaltigkeit oder Regulatorik ermöglicht. Kuratiert mit Expert*innen aus dem Netzwerk, bietet die Academy Webinare, Workshops und Lernreisen für verschiedene Rollen und Erfahrungsstufen (vgl. Universität zu Köln 2025).

Für gezielte unternehmensübergreifende Entwicklung stehen darüber hinaus Themen-Bootcamps zur Verfügung – kompakte, moderierte Formate, in denen z. B. Schaden-, ESG- oder Innovationsverantwortliche an realen Use Cases arbeiten und gemeinsam Lösungsansätze entwickeln. Ergänzt wird das Angebot durch exklusive Formate auf Top-Management-Ebene, etwa den C-Level-Kaminabend, bei dem sich Vorstände und Bereichsleiter*innen informell zu strategischen Weichenstellungen austauschen – auch über Unternehmensgrenzen hinweg.

Diese Vielfalt an Formaten macht deutlich: Das InsurLab Germany versteht sich nicht nur als Veranstalter, sondern als Plattform, die Begegnung, Entwicklung und Umsetzung miteinander verzahnt. Genau aus dieser Logik heraus ergibt sich auch die nächste Ebene der Zusammenarbeit: Die gezielte Kooperation mit Start-ups, die nicht nur externe Impulsgeber, sondern zunehmend strategische Partner im Transformationsprozess werden.

3.3 *Venture Clienting als Erfolgsmodell*

Vom Prinzip zur Praxis: Venture Clienting im InsurLab Germany

Venture Clienting ist ein kollaborativer Innovationsansatz, bei dem etablierte Unternehmen gezielt als einer der ersten Kunden von Start-ups auftreten – ohne sich an diesen zu beteiligen oder Anteile zu erwerben. Im Unterschied zu klassischen Venture-Capital-Modellen geht es dabei nicht um die Bereitstellung von Wagniskapital, sondern um die konkrete Nutzung innovativer Produkte und Technologien zur Lösung strategischer Herausforderungen. Auf diese Weise profitieren Start-ups von frühem Umsatz, echtem Marktfeedback und Referenzprojekten – Corporates wiederum von schnellem Zugang zu externem Innovationspotenzial (vgl. Gutmann et al. 2024).

Das InsurLab Germany hat diesen Ansatz frühzeitig adaptiert und über die Jahre systematisch weiterentwickelt. Heute unterstützt es seine Mitglieder nicht nur durch den Zugang zu einem kuratierten Start-up-Netzwerk, sondern insbesondere durch eine gezielte Scouting-Logik, die auf individuelle Suchprofile, strategische Herausforderungen und Technologieschwerpunkte zugeschnitten ist. Ob es um KI-gestützte Schadenbearbeitung oder neue Kundeninteraktionen geht – jährlich werden auf Wunsch der Mitglieder qualifizierte Start-ups identifiziert, vorqualifiziert und vorgestellt.

Ein besonders strukturierter Zugang zu Venture Clienting ist das jährlich durchgeführte Colaborator-Programm, das seit 2018 besteht. Aus einem offenen Call for Start-ups, der sich an nationale und internationale Start- und Scale-ups richtet, werden in einem mehrstufigen Auswahlprozess diejenigen Lösungen identifiziert, die besonders gut die aktuellen Bedarfe und Herausforderungen der Versicherungswirtschaft adressieren. Die 25 bis 30 geeignetsten Start-ups werden anschließend im Rahmen einer digitalen Pitch-Session von Vertreter*innen der Mitgliedsunternehmen gesichtet, bewertet und für vertiefende Pilotprojekte oder Partnerschaften ausgewählt.

Die erste Phase der Zusammenarbeit erstreckt sich über etwa ein halbes Jahr und wird mit einem gemeinsamen DemoDay abgeschlossen. Dieser stellt nicht das Ende, sondern vielmehr einen wichtigen Meilenstein in der Kooperation dar: Er bietet Raum, um die bisherigen Fortschritte zu präsentieren, Learnings auszutauschen und gemeinsam auf Erfolge zurückzublicken. Für die beteiligten Versicherer schafft der DemoDay zudem die Möglichkeit, intern und extern Innovationssignale zu senden und das Thema Start-up-Zusammenarbeit in der Organisation sichtbar zu machen. Für Start-ups wiederum ist der Tag von strategischer Bedeutung:

Durch konkrete Anwendungsbeispiele und erste Resultate gelingt es ihnen, Vertrauen in der Branche aufzubauen und zusätzliche Kooperationspartner zu gewinnen – ein entscheidender Schritt, um das in der Versicherungswirtschaft verbreitete Henne-Ei-Problem zu überwinden, bei dem erste Referenzen häufig über künftige Geschäftsbeziehungen entscheiden.

So wird aus dem abstrakten Ziel der „Zusammenarbeit mit Start-ups“ ein strukturierter, transparenter und ergebnisorientierter Prozess – und Venture Clienting zu einem festen Bestandteil moderner Innovationspraxis in der Versicherungsbranche.

Start-up-Beispiele: Treiber der digitalen und nachhaltigen Transformation

Im Folgenden werden drei Start-ups in kompakten Kurzporträts vorgestellt, die exemplarisch zeigen, wie junge Technologieunternehmen die digitale und nachhaltige Transformation im Versicherungsumfeld aktiv mitgestalten – und dabei konkrete Mehrwerte für etablierte Marktakteure schaffen.

1. Vaarhaft (Deutschland): KI-gestützte Betrugserkennung für die Versicherungsbranche: Vaarhaft ist ein deutsches Start-up, das sich auf die Erkennung von Bildmanipulationen und Deepfakes spezialisiert hat. Mit seiner KI-basierten Softwarelösung unterstützt es Versicherungsunternehmen dabei, Bildbetrug in Schadensfällen in Echtzeit zu identifizieren und so die Integrität digitaler Medien sicherzustellen. Die Technologie von Vaarhaft analysiert eingereichte Bilder auf Anzeichen von Manipulation – darunter KI-generierte Veränderungen oder klassisches Bildediting. Durch die API-basierte Integration in bestehende Workflows können Versicherer automatisierte Prüfungen durchführen und erhalten innerhalb von Sekunden eine Einschätzung zur Authentizität der eingereichten Medien. Das beschleunigt nicht nur die Schadenbearbeitung, sondern reduziert zugleich das Risiko von Betrugsfällen deutlich. Ein zentrales Feature ist die sogenannte „SafeCam“-Funktion: Sie ermöglicht es Kund*innen, Bilder direkt über eine abgesicherte Webanwendung aufzunehmen. Dadurch wird sichergestellt, dass die Fotos authentisch sind und nicht nachträglich bearbeitet wurden – ein entscheidender Beitrag zur verlässlichen, digitalen Dokumentation von Schadensfällen (vgl. Vaarhaft 2025).
2. Mitigrate (Norwegen): Klimaresilienz durch datengetriebene Prävention: Mitigrate ist ein 2021 in Oslo gegründetes ClimateTech-Start-up, das sich auf KI-gestützte Flutprävention spezialisiert hat. Die SaaS-Plattform richtet sich gezielt an Versicherer, die von reaktiver Schadenregulierung zu proaktiver Risikovermeidung übergehen wollen. Mithilfe geodatenbasierter

Analysen und satellitengestützter Risikomodellierung liefert Mitigate automatisierte Handlungsempfehlungen zur Schadenvermeidung – sowohl auf Einzelobjekt- als auch auf Portfolioebene. Die Plattform besteht aus zwei Modulen: Prevent bietet standortspezifische Diagnosen und über 40 konkrete Maßnahmen pro Gebäude, während Portfolio eine strategische Übersicht über gesamte Bestände ermöglicht. Beide Module sind modellagnostisch, API-fähig und auf eine rasche Integration in bestehende Systeme ausgelegt.

3. Exploris Health (Schweiz): Digitale Prävention im Herz-Kreislauf-Bereich: Exploris Health ist ein Digital-Health-Start-up aus der Schweiz, das sich auf KI-gestützte Diagnostiklösungen im Bereich Herz-Kreislauf-Erkrankungen spezialisiert hat – eine der häufigsten und kostenintensivsten Krankheitsgruppen in der Versicherungswirtschaft. Mit dem „Cardio Explorer“ hat das Unternehmen einen präzisen, nicht-invasiven Test entwickelt, der Verengungen der Herzkranzgefäße frühzeitig erkennen kann – lange bevor sie klinisch auffällig werden.

Die Lösung ermöglicht eine gezielte Risikoselektion sowie evidenzbasierte Präventionsmaßnahmen – beides zentrale Hebel zur Kostenreduktion und Kundenbindung für Krankenversicherer. Auch im Bereich der Therapieoptimierung bei chronischen Erkrankungen bietet Exploris Health personalisierte Ansätze, die Patienten helfen, ihre Versorgung aktiver zu gestalten und Komplikationen zu vermeiden.

Durch die Verbindung aus prädiktiver Modellierung, KI-gestützter Diagnostik und medizinischer Validierung leistet Exploris Health einen wichtigen Beitrag zur Transformation hin zu einem datenbasierten, präventiven Gesundheitswesen – im Interesse von Versicherten und Versicherern gleichermaßen (vgl. Exploris Health 2025).

4. Impulse für die Baubranche

Mehr noch als die Versicherungswirtschaft ist die Baubranche durch ein hochgradig fragmentiertes Akteursnetzwerk geprägt – von Auftraggebern, Projektentwicklern und Investoren über Architekt*innen, Ingenieur- und Fachplanungsbüros bis hin zu ausführenden Gewerken, Betreiber-gesellschaften und Behörden. Dabei besteht Konkurrenz sowohl zwischen den verschiedenen Akteursgruppen als auch innerhalb einzelner Segmente: Architekturbüros konkurrieren ebenso miteinander wie Bauunternehmen oder Projektentwickler. Der Austausch zu Digitalisierung und

Nachhaltigkeit gilt häufig als Risiko – gleichbedeutend mit einem möglichen Verlust von Wettbewerbsvorteilen. Erschwerend kommt hinzu, dass große Marktakteure mit starker Positionierung nicht selten einem Overconfidence Bias unterliegen: Der Austausch mit kleineren Mitstreiter*innen erscheint aus ihrer Perspektive oft wenig lohnenswert.

Um sektorübergreifende Kooperationen in der Bauwirtschaft gezielt zu ermöglichen, bedarf es – wie in der Versicherungsbranche – eines integrierten Ansatzes, der technologische, kulturelle und organisatorische Voraussetzungen in den Unternehmen gleichermaßen adressiert. Zwar haben viele Unternehmen bereits mit eigenen Innovations-, Digital- und Nachhaltigkeitseinheiten sowie durch neue Rollen wie Chief Digital Officer oder Nachhaltigkeitsbeauftragte sichtbare Erfolge erzielt, doch ihr Potenzial ließe sich durch branchenweite, unternehmensübergreifende Strukturen noch erweitern. Was es braucht, sind Orte und Formate, die Innovationsgeist bündeln, skalieren und weiteren Marktteilnehmern zugänglich machen – etwa durch geteilte Lernräume, gemeinsame Plattformen oder kooperative Entwicklungsprozesse. Dabei ist es zentral, auch politische und regulatorische Entscheidungsträger*innen auf höchster Ebene einzubinden, um frühzeitig Orientierung zu geben und ein starkes Transformationssignal an die Branche zu senden.

Die Schaffung solcher Lernräume und Plattformen würde nicht nur etablierte Akteure der Baubranche stärken, sondern zugleich Start-ups und Scale-ups zugutekommen, die – analog zur Versicherungswirtschaft – mit innovativen Lösungen die digitale und nachhaltige Transformation vorantreiben. Sie gewinnen Sichtbarkeit und können die Praxistauglichkeit ihrer Lösungen demonstrieren – gerade gegenüber Unternehmen, die wenig Erfahrung mit der Einbindung von Start-ups haben. Die Qualität innovativer ConstructionTech-Start-ups in der Baubranche lässt sich exemplarisch am Kölner Unternehmen Specter Automation verdeutlichen. Das Start-up digitalisiert das Baustellenmanagement mit einer 3D-basierten Software zur intuitiven Projektsteuerung direkt vor Ort. Durch die Integration von Echtzeitdaten und die Automatisierung von Prozessen wie Kommunikation und Dokumentation trägt Specter Automation dazu bei, die Effizienz auf Baustellen zu steigern und Fehler zu minimieren. Mit einer erfolgreichen Seed-Finanzierungsrunde von über 5 Millionen Euro im März 2025 und einer wachsenden internationalen Präsenz zeigt Specter Automation, wie digitale Innovationen in der Baubranche umgesetzt werden können (vgl. Specter Automation 2025). Ein klarer Hinweis auf weiteres Innovationspotenzial ist das wachsende Interesse von Venture-Capital-Investoren an digitalen und nachhaltigen Lösungen für

die Bauwirtschaft. Ein Beispiel hierfür ist der im Jahr 2023 gegründete Fonds Realyze Ventures. Dieser investiert gezielt in europäische Start-ups, die technologische Innovationen für die Bau- und Immobilienwirtschaft entwickeln – mit besonderem Augenmerk auf Dekarbonisierung, Prozessautomatisierung und die Bewältigung des Fachkräftemangels (vgl. Realyze Ventures 2025).

Die aktuelle politische Lage bietet eine günstige Gelegenheit, den gezielten Aufbau eines unabhängigen Innovationsökosystems in der Baubranche anzustoßen. In seiner Rede beim Tag der Bauindustrie am 21. Mai 2025 betonte Bundeskanzler Friedrich Merz die Dringlichkeit, das Bauen in Deutschland einfacher, schneller und kostengünstiger zu gestalten (vgl. Presse- und Informationsamt der Bundesregierung 2025).

Trotz dieser politischen Signale fehlt innerhalb der Digital Hub Initiative bislang ein spezialisierter Hub für die Bauwirtschaft – vergleichbar mit dem, den das InsurLab Germany e.V. für die Versicherungsbranche bereitstellt. Zahlreiche Initiativen – von den BIM-Hubs bis hin zu Branchenevents wie der BIM World oder dem Construction Summit – verdeutlichen jedoch, dass bereits eine lebendige Community existiert, die als Fundament für einen solchen Hub dienen kann. Angesichts der politischen Aufmerksamkeit und der strukturellen Herausforderungen ist der richtige Zeitpunkt gekommen, diese Aktivitäten in einem zentralen Hub der Digital Hub Initiative zu bündeln. Eine solche Plattform würde den Wissenstransfer fördern, Kooperationen erleichtern und gemeinsame Innovationsprojekte ermöglichen. Gleichzeitig würde ein Hub auf Ebene der Digital Hub Initiative die Sichtbarkeit der Bauwirtschaft als Innovationsfeld national wie international deutlich erhöhen. Langfristig kann ein starkes Innovationsökosystem nicht nur Effizienz und Nachhaltigkeit am Bau vorantreiben, sondern auch die internationale Wettbewerbsfähigkeit des Standorts Deutschland sichern.

Literaturverzeichnis

- Ahrend, K.-M. / Redmann, K. (Hrsg.) (2023): Innovationsökosysteme. Netzwerke nutzen und Innovationskraft steigern, Stuttgart: Schäffer-Poeschel Verlag.
- Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (2024): Ausbau der Digital-Hub Initiative, URL: <https://www.bmwk.de/Redaktion/DE/Pressemitteilungen/2024/04/20240429-bmwk-ausbau-der-digital-hub-initiative.html> (aufgerufen am: 04/09/25).

- Sherwood, D. / Sullivan, K. (2021): Building a more sustainable insurance industry, URL: <https://www.deloitte.com/us/en/insights/industry/financial-services/inclusive-and-sustainable-insurance.html> (aufgerufen am: 04/09/25).
- Pfalzgraf, P. / Neumann, N. / Meier, F. (2023): Konsumentenstudie – Bedeutung von Nachhaltigkeit im Versicherungsbereich aus Kundenperspektive, URL: https://www.ey.com/de_de/functional/forms/download/konsumentenstudie-nachhaltigkeit-wird-zum-trend-bei-versicherungsprodukten (aufgerufen am: 04/09/25).
- Exploris Health: Exploris, URL: <https://www.explorishealth.com/> (aufgerufen am: Mai 2025).
- Gesamtverband der Deutschen Versicherungswirtschaft (GDV) (2024): Fakten zur Versicherungswirtschaft, URL: <https://www.gdv.de/resource/blob/182536/e88186def029f1e5e86483bcc4223b27/fakten-zur-versicherungswirtschaft-2024-download-data.pdf> (aufgerufen am: 04/09/25).
- Gutmann, T. / Greiss, S. / Hüttenhein, C. (2024): Venture Clienting – How to Partner with Startups to Create Value. London: Kogan Page.
- ifo Institut (2024): Entgangene Wirtschaftsleistung durch hohen Bürokratieaufwand, URL: https://www.ifo.de/DocDL/20241113_ifo_Studie_Buerokratie.pdf (aufgerufen am: 04/09/25).
- insureNXT (2025): insureNXT, URL: <https://www.insurenxt.com/de> (aufgerufen am: 04/09/25).
- Mitigrate (2025): Mitigrate, URL: <https://www.mitigrate.com/> (aufgerufen am: 04/09/25).
- Munich Re & ERGO (2025): Tech Trend Radar 2025 – What innovations will transform insurance in 2025?, URL: <https://www.munichre.com/en/company/innovation/tech-trend-radar-2025.html> (aufgerufen am: 04/09/25).
- Kottmann, D. / Dördrechter, N. (2021): Die Zukunft von InsurTech in DACH – Der InsurTech-Radar 2021, Oliver Wyman) (Hrsg.), URL: https://www.oliverwyman.de/content/dam/oliverwyman/v2-de/publications/2021/Die_Zukunft_von_InsurTech_in_DACH.pdf (aufgerufen am: 04/09/25).
- Presse- und Informationsamt der Bundesregierung (2025): Rede von Kanzler Merz beim Tag der Bauindustrie, URL: <https://www.bundesregierung.de/breg-de/aktuelles/merz-rede-am-tag-der-bauindustrie-2348980> (aufgerufen am: 01/05/25).
- Realyze Ventures (2025): Realyze Ventures, URL: <https://realzyventures.com/> (aufgerufen am: 04/09/25).
- Specter Automation (2025): Bau mit Specter, URL: <https://www.specter-automation.com/> (aufgerufen am: 04/09/25).

- Golnaraghi, M. (2021): Climate Change Risk Assessment for the Insurance Industry, URL: https://www.genevaassociation.org/sites/default/files/climate_risk_web_final_250221.pdf (aufgerufen am: 04/09/25).
- Universität zu Köln (2025): Leading Insurance Transformation, URL: <https://business-school.uni-koeln.de/de/seminare/leading-insurance-transformation> (aufgerufen am: 04/09/25).
- Vaarhaft (2025): Fraud Detection for fake images and documents, URL: <https://www.vaarhaft.com/> (aufgerufen am: 04/09/25).
- Zimmermann, M. (2023): Warum die Digitalisierung in Versicherung eigentlich jetzt erst so richtig beginnt, URL: https://www.versicherungsbote.de/id/4912275/Warum-die-Digitalisierung-in-Versicherung-eigentlich-jetzt-erst-so-richtig-beginnt/?utm_source=chatgpt.com (aufgerufen am: 04/09/25).
- Gehlen, R. (2025): Versicherungsmonitor, URL: <https://versicherungsmonitor.de/2025/05/19/embedded-insurance-hype-oder-echte-chance/> (aufgerufen am: 04/09/25).