

# >< B2B Saas: Digitale Vergleichsplattform

Date

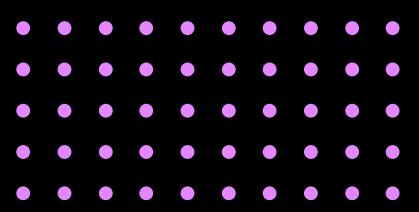
**25.11.2025**

Gesuchsnummer SwissReg:

xxxxxxx



**data**  
is power



# TODAY'S AGENDA

- 1 Einstieg: Case Study I + II
- 2 Das heutige Problem
- 3 Solution B2B & B2C
- 4 Was ist Lamalux? (+Tech Stack)
- 5 Revenue Streams (Pricing Modell)
- 6 Value Proposition Funnel
- 7 SWOT + Nutzenanalyse
- 8 Der Trend Moment

# CASE STUDY I



Marktrecherche zeigt: Aktuell sind viele dubiose Krankenkassen-Vergleiche online

Bald werden die Krankenkassenprämien 2025 bekanntgegeben: Vorsicht, dubiose Krankenkassen-Vergleiche sind online bereits in Stellung!

■ Stiftung für Konsumentenschutz /

Kommerzielle Plattformen wie z.B. comparis.ch und bonus.ch versprechen einen Prämienvergleich, zeigen aber in der Standardansicht nicht alle Angebote an. Dubiose Scheinvergleiche bieten gar keinen Kassenvergleich, sammeln aber persönliche Daten – mutmasslich um diese zur Versicherungsvermittlung zu nutzen. Der Konsumentenschutz fordert die Anbieter auf, einen transparenten und vollständigen Vergleich anzubieten oder ihre Plattformen vom Netz zu nehmen.

Offertenanfrage oder einem Wechsel kräftig mitverdienen. Die Provisionen, welche Krankenkassen an solche Anbieter zahlen, verursachen zudem unnötige zusätzliche Kosten zu Lasten der Allgemeinheit. Hierzu gehören beispielsweise folgende Angebote: vor unlauteren Methoden nicht zurück. «Wir fordern die Anbieter auf, einen transparenten und vollständigen Vergleich anzubieten oder ihre Plattformen vom Netz zu nehmen.» erklärt Sarah Lengyel, Leiterin Gesundheit des Konsumentenschutzes. «Wir werden die verfügbaren Angebote auch dieses Jahr kritisch beobachten und wo nötig einschreiten. Schon im letzten Herbst wurden auf Druck des Konsumentenschutzes mehrere Seiten vom Netz genommen.»

## CASE STUDY II



**Digitale Vergleichsportale gewinnen stark an Bedeutung |  
HZ Insurance**

Immer mehr Konsumentinnen und Konsumenten nutzen digitale Vergleichsportale als erste Anlaufstelle bei der Suche nach günstigeren Alternativen.

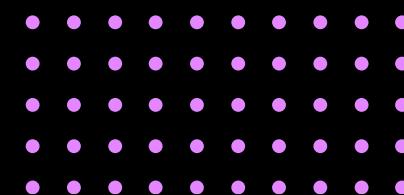
HZ Handelszeitung / Oct. 13

Quelle: Handelszeitung  
vom 13.10.2025

sogar eine Offertberechnung vorgenommen. Am häufigsten geschieht dies über die Webseiten der Versicherer sowie über unabhängige Vergleichsportale. Damit sind diese Kanäle die klare erste Adresse für die

Immer mehr Konsumentinnen und Konsumenten nutzen digitale Vergleichsportale als erste Anlaufstelle bei der Suche nach günstigeren Alternativen.

Versicherungsangeboten über digitale Wege. Laut Swiss Insurance Monitor 2025 ↗ haben sich 37 Prozent der Befragten im letzten Jahr über neue oder alternative Versicherungen informiert, 41 Prozent haben sogar eine Offertberechnung vorgenommen. Am häufigsten geschieht dies



**Prämienvergleich 2026**

Jetzt Krankenkassenprämien vergleichen – unabhängig, transparent und datenschutzfreundlich.

Postleitzahl

**Person 1**

Jahrgang, z.B. 1980

Unfalldeckung 

mit

ohne

Franchise wählen oder berechnen 

Franchise wählen

Optimale Franchise berechnen

---

Weitere Person aus dem gleichen Haushalt hinzufügen

Aktuelle Versicherung (optional) 

aktuellen Anbieter wählen

aktuelles Modell wählen

Versicherungsmodelle anzeigen

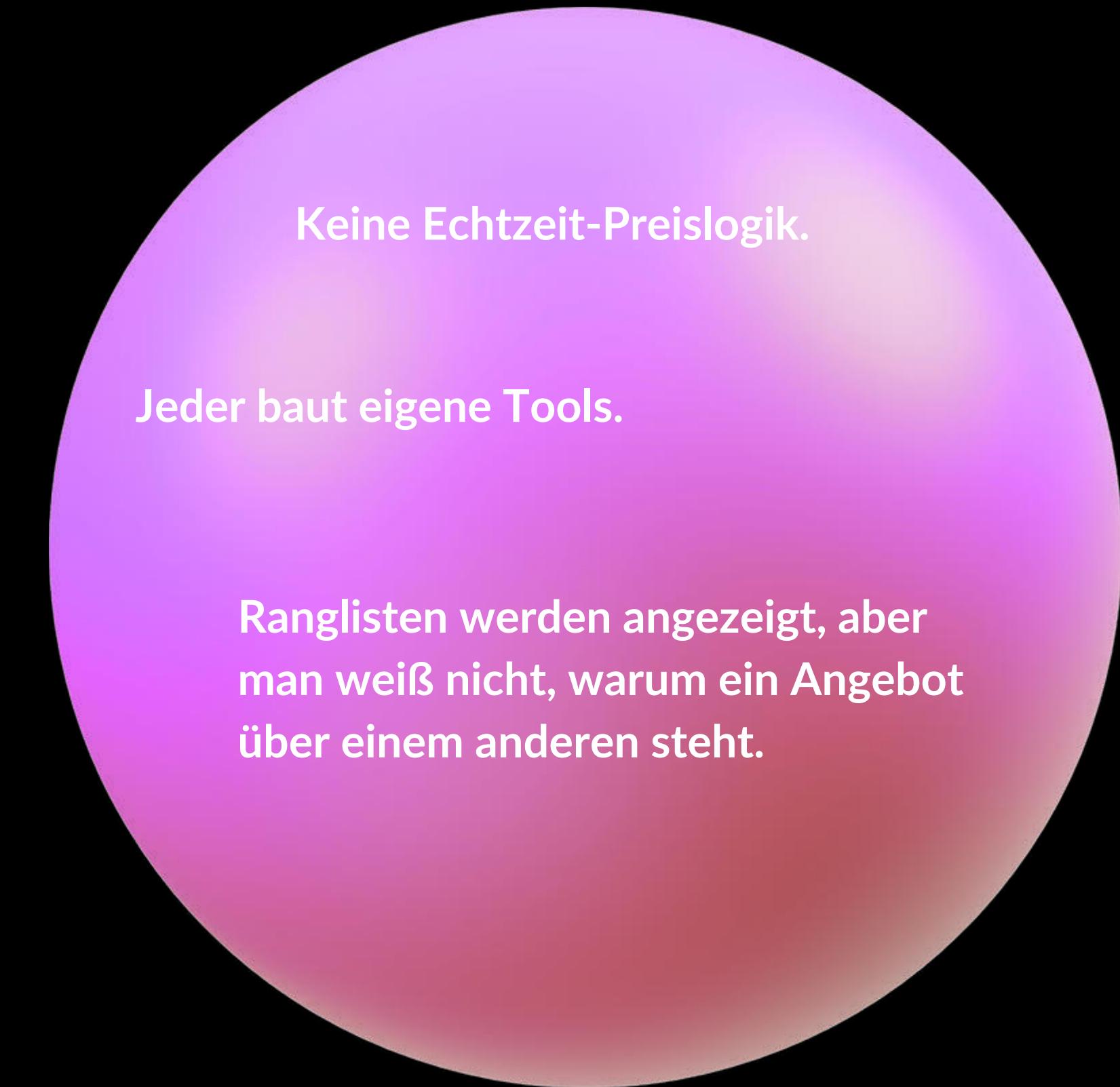
Standard   Hausarzt   HMO   Telmed/Weitere 

Welches Modell passt zu mir?

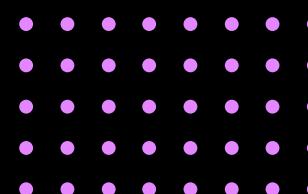
Meine Angaben zurücksetzen

**Vergleichen**

Die Berechnung der Angebote kann einige Sekunden in Anspruch nehmen.



# DAS PROBLEM



Lamalux®

Ich weiss schon,  
was ich will.



[www.lamalux.app](http://www.lamalux.app)

Lamalux ist ein unabhängiger digitaler und kostenloser Vergleichsdienst für die obligatorischen Krankenkassen in der Schweiz.

# Solution B2B & B2C

## Datenlogik



- Echtzeit-Preislogik als Service.
- API Dokumentation (Audit Reporting)
- datengetrieben statt marketinggetrieben
- Database Logic und Swiss S3 Storage

## Skalierung über Länder-Module



- Lokale Tarifmodelle können als Datensätze integriert werden.
- Mit modularen Länderfunktionen kann Lamalux auch in Deutschland, Österreich, Frankreich und Spanien eingesetzt werden
- Gesicherte Domains: .ch / .de / .fr / .eu

## Multi-Sparten Architektur



- Anpassbarkeit in weiteren datenintensiven Entscheidungsbranchen wie alle weiteren Versicherungssparten – von Lebens-, Sach-, Motor-, Haftpflicht- und Gewerbeversicherungen

## CRM-basiertes Lead-Ökosystem



- Durch die CRM-Integration entsteht ein strukturierter, effizienter und DSG-konformer Beratungsprozess.
- Kunden werden Inhouse angerufen und der Kunde hat schon Vertrauen aufgebaut.

## User Experience



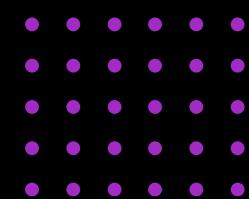
- Filterchips & Badges (UX Komponenten)
- Hochwertige UX: OfferCards, Chips, Badges
- dynamische Prämienberechnung

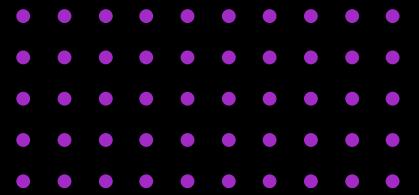
## Dienstleister: White-label



- Jeder Partner hat seine Custom-Domain (partnerborker.prämierechner.ch)
- Tenant Isolation (Row Level Security)

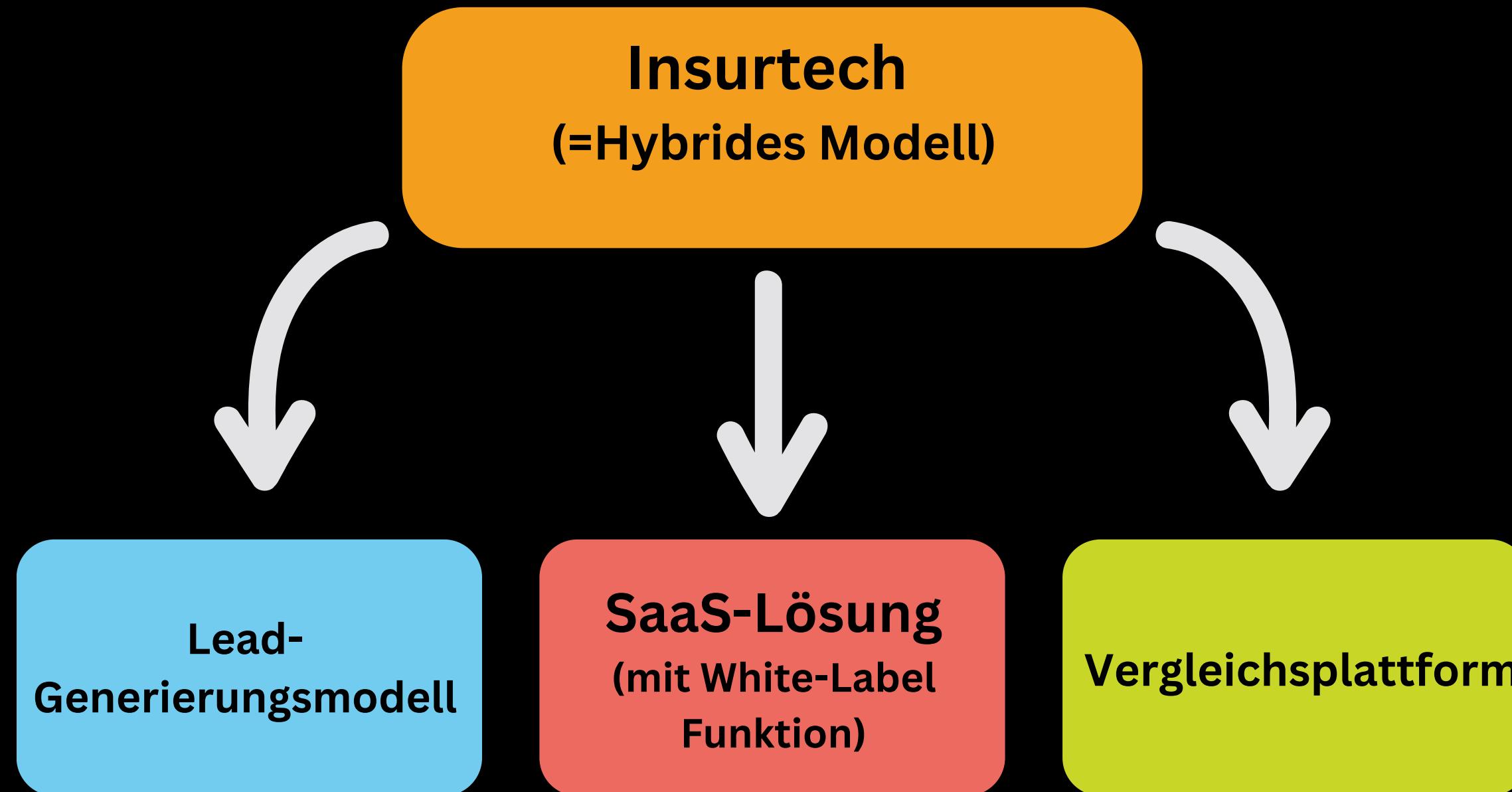
Lamalux ist die Tarif-Infrastruktur, die jeder Broker nutzen kann. Echtzeit-Preisberechnung, API-First, White-Label und Multi-Partner-Fähigkeit.

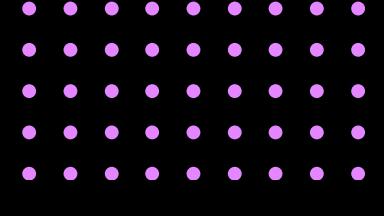




# Was ist Lamalux?

Wir sind der Infrastruktur Layer für Broker und Leadplattformen.





# Revenue Streams



Abrechnung pro generierter  
Offerte (bsp.: 25CHF)

Fixkostendeckung  
operativ

In Zukunft:  
Nutzungspreise für Beratungslogik mit LLM  
Vektor/ RAG /Semantische Suche

## Pricing Modell

Die drei API  
Nutzungsmodelle

### TIER 2 – Essence

#### Plug&Play

**Embedded Insurance Only**

**20 Rappen/ API Call**

**25 CHF für Offerten Datensatz**

**monthly**

**250 CHF**

### TIER 2 – Growth

#### Plug&Play

**custom-domain**  
**Embedded Insurance**  
**+ Zuschlag für Ländermodule**

**20 Rappen/ API Call**

**25 CHF für Offerten Datensatz**

**monthly**

**450 CHF**

### TIER 3 – Enterprise

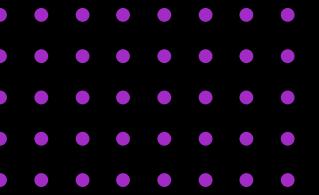
#### Plug&Play

**whitelabel**  
**custom-domain**  
**Embedded Insurance**  
**Incl. 1 Nachbarland**  
**20 Rappen/ API Call**

**25 CHF für Offerten Datensatz**

**monthly**

**950 CHF**



# Lamalux.APP

Welches sind die Vorteile der App-Nutzung für die drei wichtigsten Nutzergruppen?

## Endnutzer (Kunden)

### Optimierte Kosten

Automatische Sparanalyse zeigt, wie viel der Nutzer jährlich sparen kann.

### Intuitives Nutzererlebnis

Keine komplizierten Formulare, sondern Auswahl per Chips, Karten und visuellem Vergleich.

### Unabhängigkeit & Fairness

Die App ist nicht marketinggetrieben wie klassische Vergleichsportale → echte Neutralität.

### Sofortige Transparenz

Alle Modelle, Prämien, Franchisen und Leistungen klar strukturiert – endlich verständlich.

## Berater/ Agenten

### Effizienz im Beratungsprozess

ungebundene Vermittler können die Beratung effizienter gestalten.

## Partner / Broker

### Effizienz nach DSG

Kunden nutzen die Plattform → Leads gehen automatisch an den Partner.

### CRM-Automation

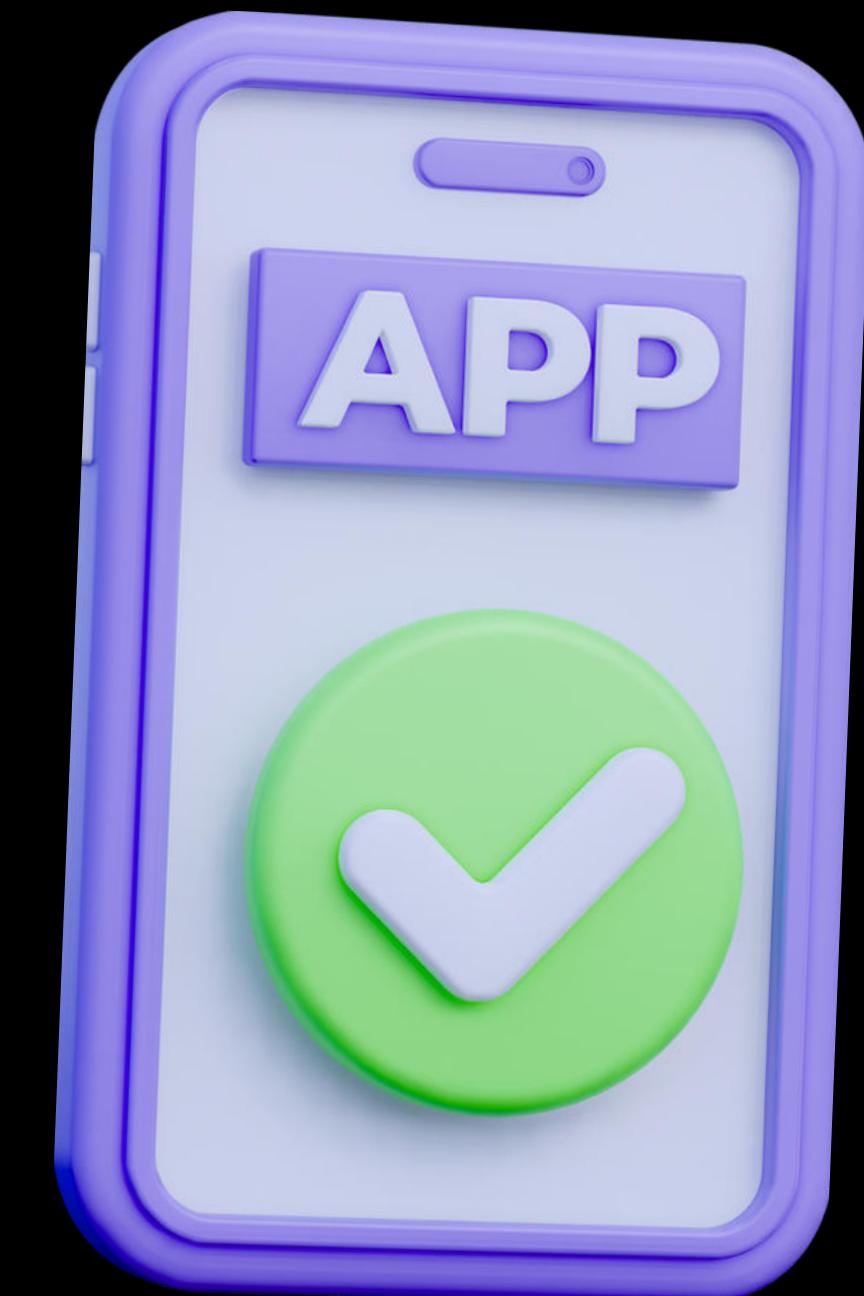
DSG-konformer Leadgewinnungsprozess

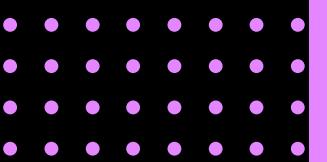
### International einsetzbar

Dynamische Länder-Module für DE/AT/FR/ES → neue Märkte sofort erschließbar.

### Wettbewerbsvorteil

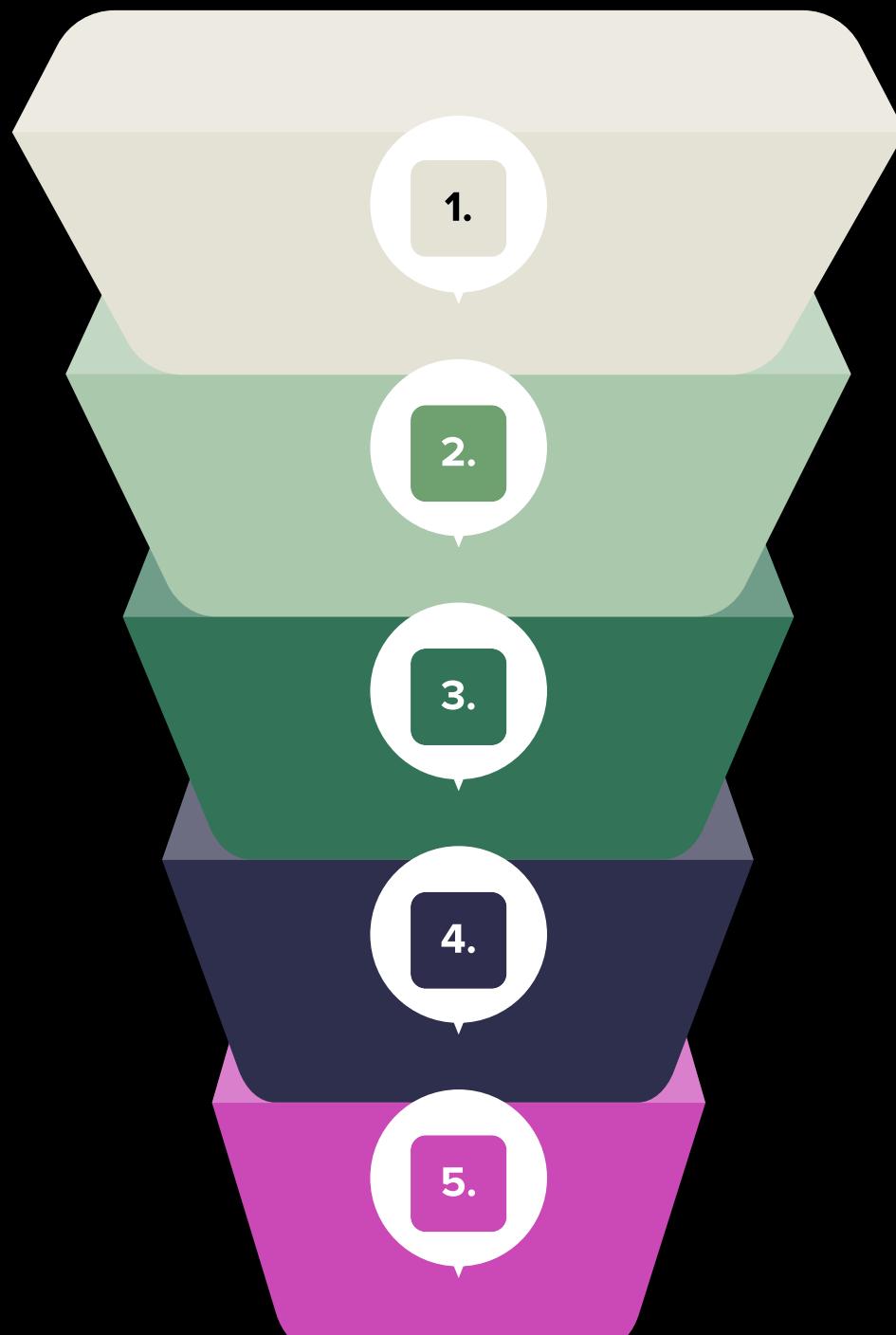
Professionelles digitales Vergleichstool inhouse.





# Value Proposition Funnel

Lamalux is eine hochstabile Tarif-Engine ohne Beratungsrisiko.



## 1. Echtzeit-Preislogik (Priminfo + SQL + API)

- Lamalux liefert normalisierte Echtzeit-Prämien aus einer einzigen, konsistenten Datenbasis.

## 2. API-First Architektur

- FINMA-konforme Nachvollziehbarkeit bieten
- du kannst tausende Vergleiche gleichzeitig verarbeiten

## 3. White-Label

- Module (Haft-, Sach-, etc.)
- Eigene CRM Anbindung inkl. Call Center
- Custom Domain (bertderbär.prämrech.ch)

## 4. Eigenes CRM Inhouse Callcenter

- API-basierte Übergabe in CRM
- Standardisierten Tarif-Engine für alle
- Klare Offerten statt rohe Leads

## 5. Stabilität & Effizienz

- immer korrekte Preise
- immer gleiche Logik
- Kein Marketing, Keine Ranglisten, weder Empfehlungen

# SWOT Analysis

2025

Lamalux ist eine Schweizer SaaS-Lösung für transparente, schnelle und datenbasierte Versicherungsberatung.

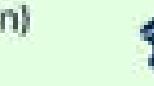
Durch API-basierte Prämienberechnung und CRM-Integration entsteht ein strukturierter, effizienter und DSG-konformer Beratungsprozess.



## Stärken

### Einnahmen:

- SaaS Umsatzmodell (API Gebühren)
- Broker-Partnerschaften
- API Prämienrechner
- Mandate
- CRM gesteuerter Sales Flow
- Mehrsprachige Beratung
- Internationale Erweiterbarkeit
- White Label als Wachstumsstrategie



## Schwächen

- Finanzierungsrisiko Wachstum benötigt Marketingbudget,



## Chancen

- Schweizer Versicherungsmarkt mit hoher Konkurrenz. Bedarf nach Transparenz, Effizienz und moderner Beratungslösung.
- Hoher Beratungsbedarf, digitale Transformation, internationale Nachfrage.

Positiv

## Gefahren

- Regulatorische Änderungen, Datenabhängigkeiten (Änderungen in Versicherungsdaten oder Schnittstellen).
- Wettbewerb und Marktveränderungen können Einfluss nehmen (Einheitskasse)

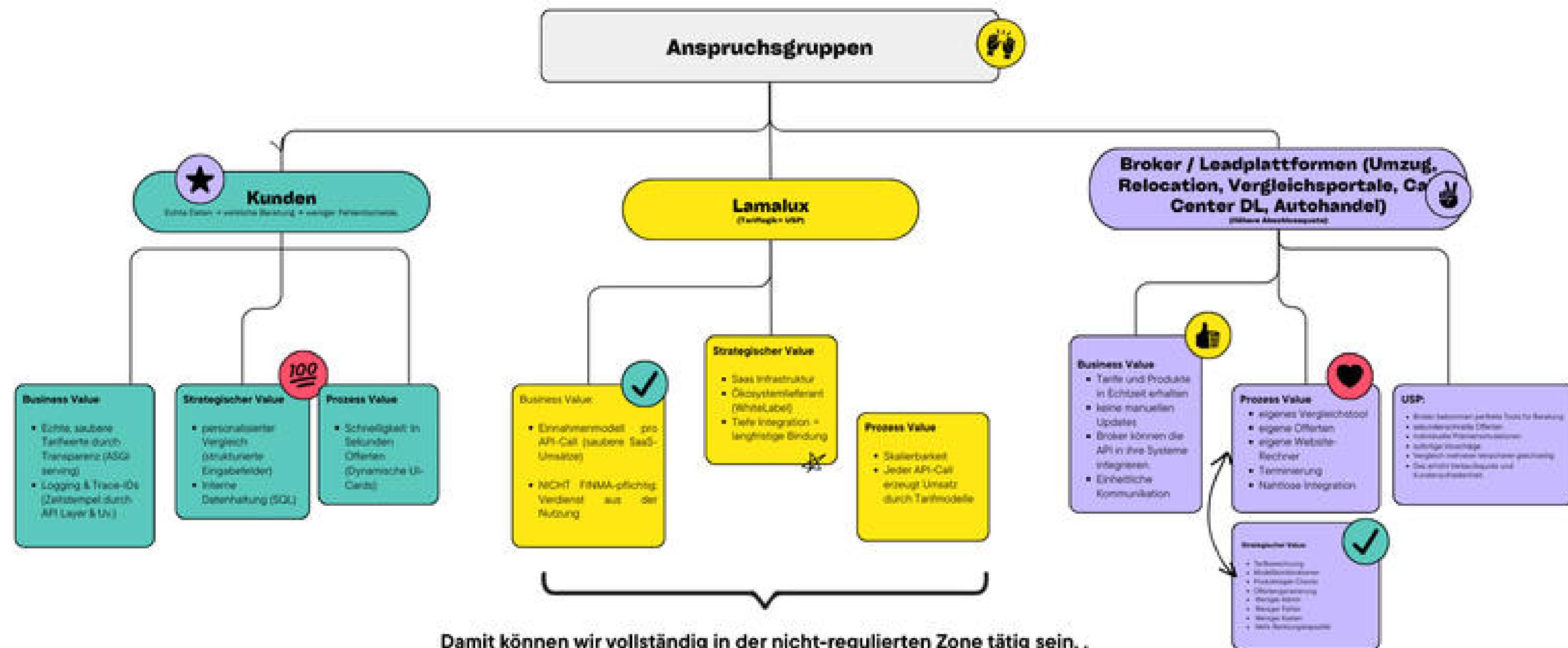
Negativ

Internal Factors

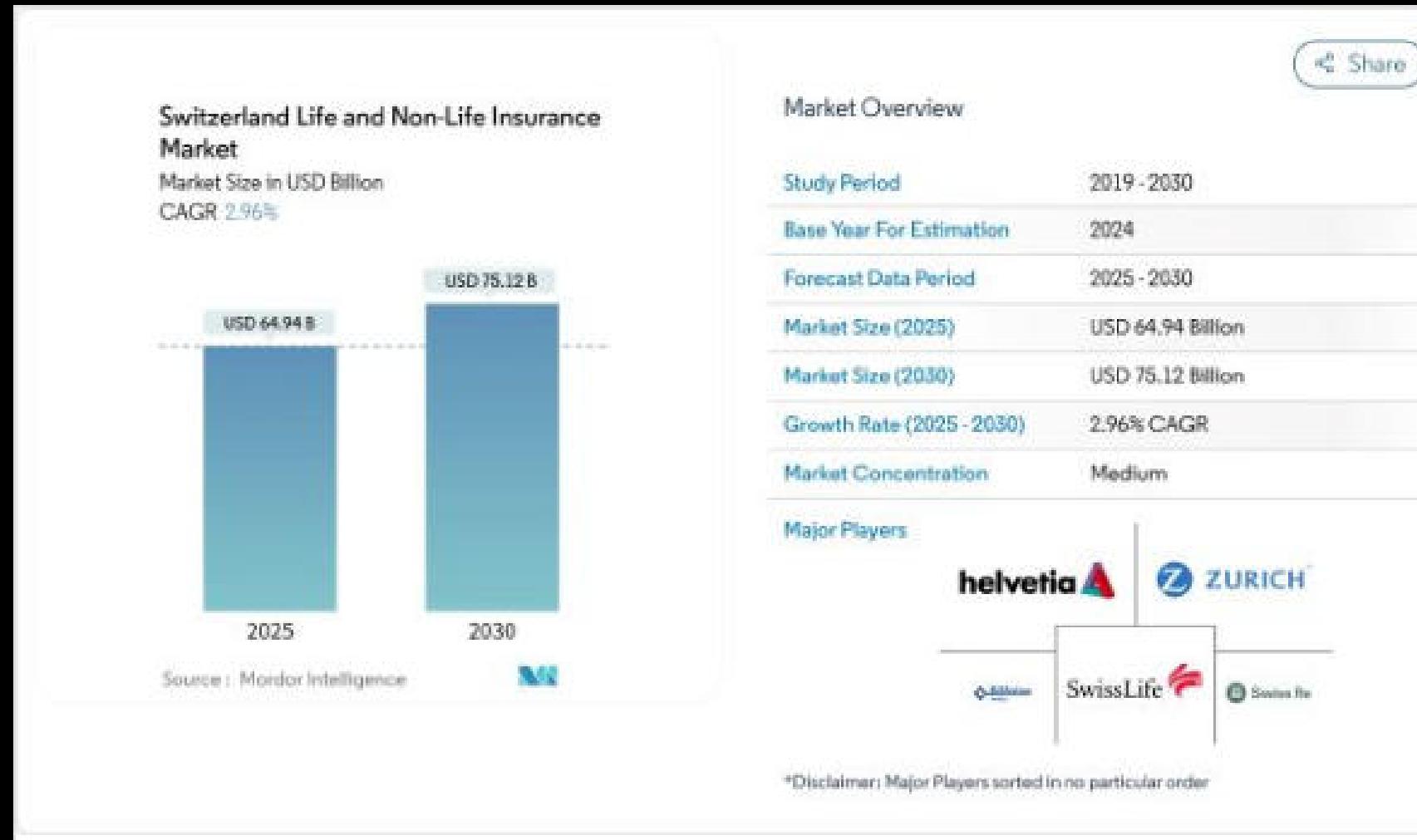
External Factors

# Nutzenanalyse

Wir setzen auf API-Systeme.



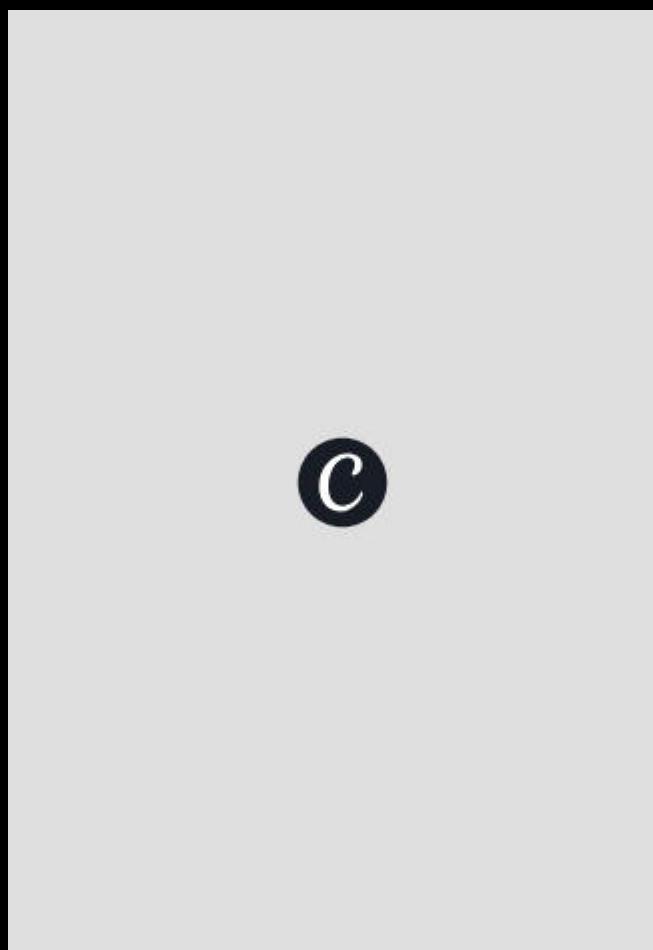
# DER TREND MOMENT



## Switzerland Life & Non-Life Insurance Market - Size, Share & Industry Trends Analysis

The Switzerland Life And Non-Life Insurance Market is expected to reach USD 64.94 billion in 2025 and grow at a CAGR of 2.96% to reach USD 75.12 billion by 2030. Zurich Insurance Company, Swiss Re, Helvetia...

Mordor Intelligence



**Information search: comparison portals outperform insurer and broker websites**

According to the latest Swiss Insurance Monitor for 2023, the internet has become firmly established as a source of information for insurance quotes. The representative nationwide study by the University of Lucerne, in collaboration with FinanceScout24, elaboratum suisse GmbH and the Digital Insurance Association Switzerland (DIAS), examined the customer perspective in the local insurance landscape, among other things. "Overall, 61% of respondents use online insurance portals, representing an increase of 5% compared to the previous year. Closely followed by the websites of insurance companies themselves, with a usage rate of 55% of all respondents who searched for insurance in the last 12 months," says Reto Hofstetter, Professor of Digital Marketing at the University of Lucerne. Although direct dialogue with insurance agents continues to be valued, these traditional discussions and personal involvement in insurance matters have been declining for years. "A major reason for this drop is the user focus offered by online comparison portals," says Jochen Pernegger, who is convinced that users value transparency, neutrality and autonomy. "They appreciate having all the individually prepared information at a glance, in order to subsequently be able to choose the right quote with a clear conscience. And if they then notice that they are presented with exclusive offers, the added value is even greater."

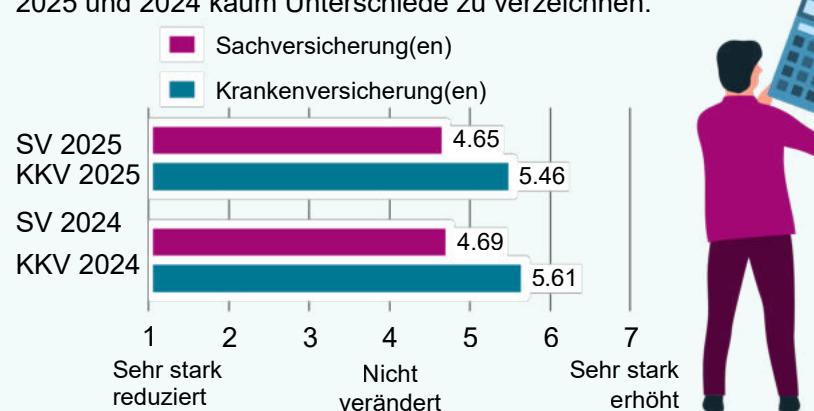
# SWISS INSURANCE MONITOR 2025

## Erhebungsjahr 2025

### Insight 1

#### Prämienentwicklung

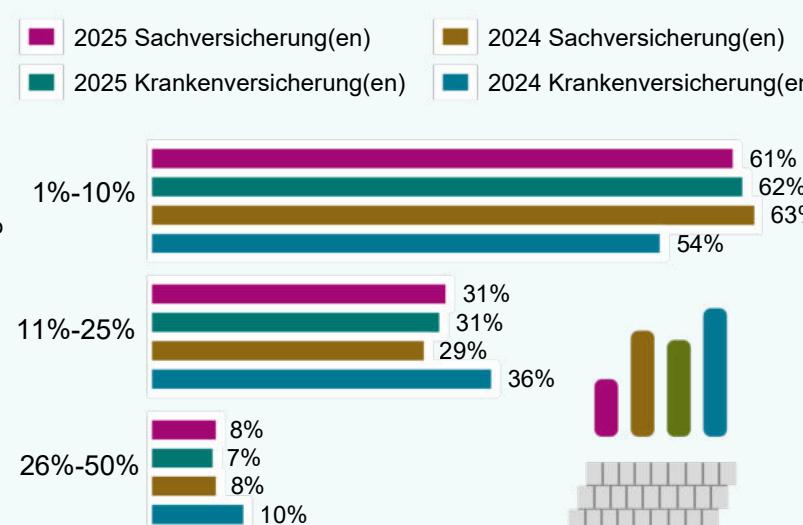
Versicherungsprämien von Krankenversicherungen (KKV) erhöhen sich in dem Erhebungszeitraum von 2025 stärker verglichen mit 2024. Bei Sachversicherungen (SV) sind zwischen 2025 und 2024 kaum Unterschiede zu verzeichnen.



### Insight 2

#### Prozentuale Prämienerhöhung

Durchschnittliche Erhöhung bei Sachversicherungen: 15.47%  
Durchschnittliche Erhöhung bei Krankenversicherungen: 14.01%  
39% der Befragten bei SV und 37% bei KKV haben trotz Prämienerhöhung nichts Weiterführendes unternommen (z.B. die Versicherung kontaktiert oder gewechselt).



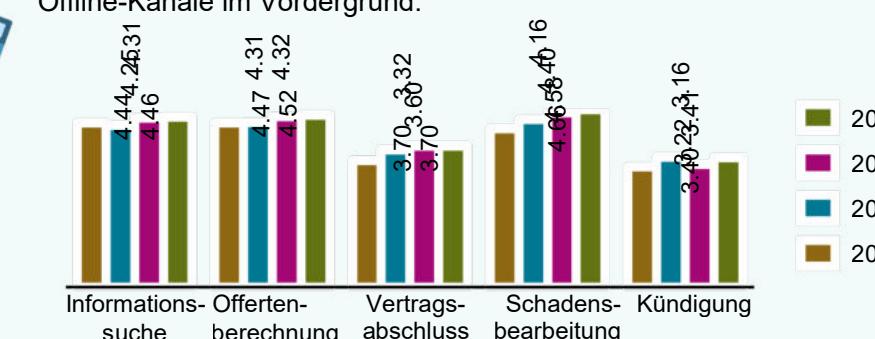
N = Befragte mit Prämienerhöhung  
SV = 268 (52% des SV-Sample)  
KKV = 440 (91% des KKV-Sample)

Swiss Insurance Monitor 2025

### Insight 3

#### Customer Journey: Online versus Offline Verhalten

Der Trend zum Online-Verhalten ist kontinuierlich. Besonders jüngere und urban lebende Personen bevorzugen Online-Kanäle entlang der Customer Journey. Bei Vertragsabschlüssen und Kündigungen stehen Offline-Kanäle im Vordergrund.

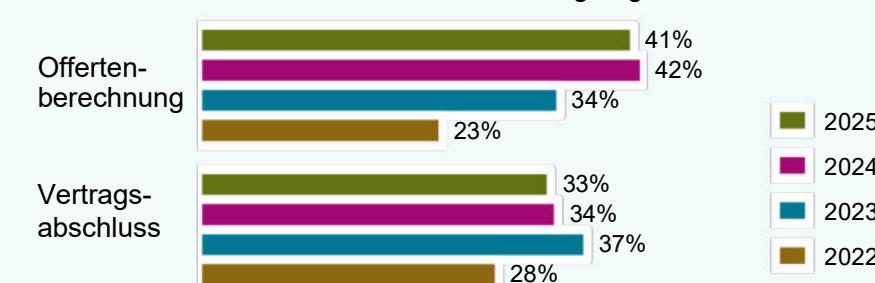


Hinweis: Vergangenes Verhalten wurde auf einer Skala von 1 (ausschließlich offline) – 4 (beide gleich) – 7 (ausschließlich online) erfasst.

### Insight 4

#### Berechnung neuer Offerten und Abschluss von Versicherungsverträgen

41% der Befragten haben in 2025 eine Offerte berechnet und 33% haben einen neuen oder alternativen Vertrag abgeschlossen.



### Insight 5

#### Online-Interaktion und Kommunikation

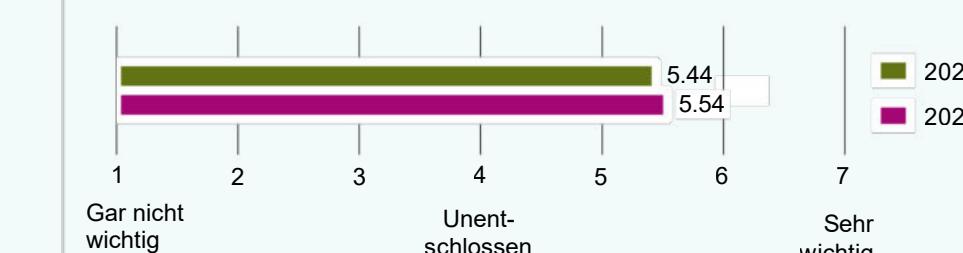
Kundinnen und Kunden ziehen vermehrt die Kommunikation über Online-Kanäle in Betracht.



### Insight 6

#### Technologiefokus: Künstlicher Intelligenz

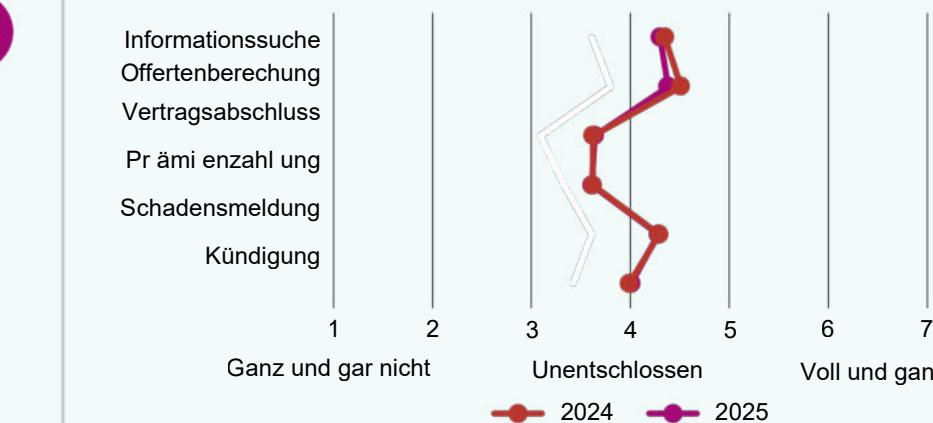
80% der Befragten geben an, dass es ihnen wichtig ist, über den Einsatz von Künstlicher Intelligenz informiert zu werden. 11% sind unentschlossen, und 9% ist es nicht wichtig.



### Insight 7

#### Erwartung an Künstliche Intelligenz

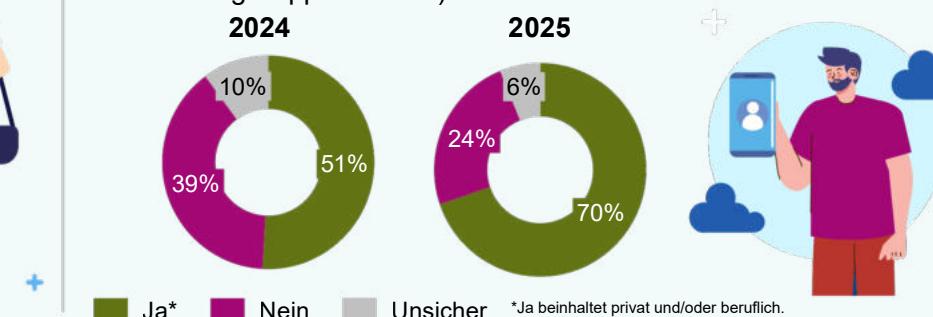
Inwieweit erwarten Sie, dass Anwendungen oder Computerprogramme mit Künstlicher Intelligenz die Bearbeitung der folgenden Versicherungsanliegen verbessern oder erleichtern können?



### Insight 8

#### Nutzung von Anwendungen mit KI

Haben Sie bisher im privaten oder beruflichen Kontext schon einmal Anwendungen mit Künstlicher Intelligenz (z.B. ChatGPT oder anderweitige Applikationen) verwendet?



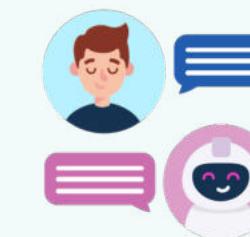
\*Ja beinhaltet privat und/oder beruflich.

### Insight 9

#### Verwendung von KI-Assistenten

Die Mehrheit der Befragten in der Schweiz kann sich weniger vorstellen, mit einer KI per Sprach- oder Chatassistent bei Versicherungsanliegen zu interagieren.

Inwieweit können Sie sich vorstellen, bei der Lösung von Versicherungsanliegen mit einem Sprachassistenten (d. h. durch Sprechen mit einer KI über Ihr Handy oder Ihren Computer) oder einem Chatassistenten (d. h. durch Schreiben mit einer KI) zu interagieren?



### Insight 10

#### Demografische Verteilung der Stichprobe

Altersdurchschnitt:

48,5 Jahre

Geschlecht:

50,5% weiblich, 49,5% männlich



Sprachregionen der Schweiz:

- Deutsch: 68,79%
- Französisch: 24,75%
- Italienisch: 7,9%

Für die Schweiz repräsentative Stichprobe

von 1'006 befragten Personen (N2023 = 1'026, N2024 = 1'009)

Zeitraum der Erhebung: 30. Juni – 07. Juli 2025

Erhebung durch das Online-Panel von YouGov

Autoren: Finken, D., Hütte, I., Schneider, S., Schulz, M., Maas, P., & von Wangenheim, F.

[www.swissinsurancemonitor.ch](http://www.swissinsurancemonitor.ch)

Herzlichen Dank an die Partner der Studie für 2025!

ETH Zürich

University of St.Gallen

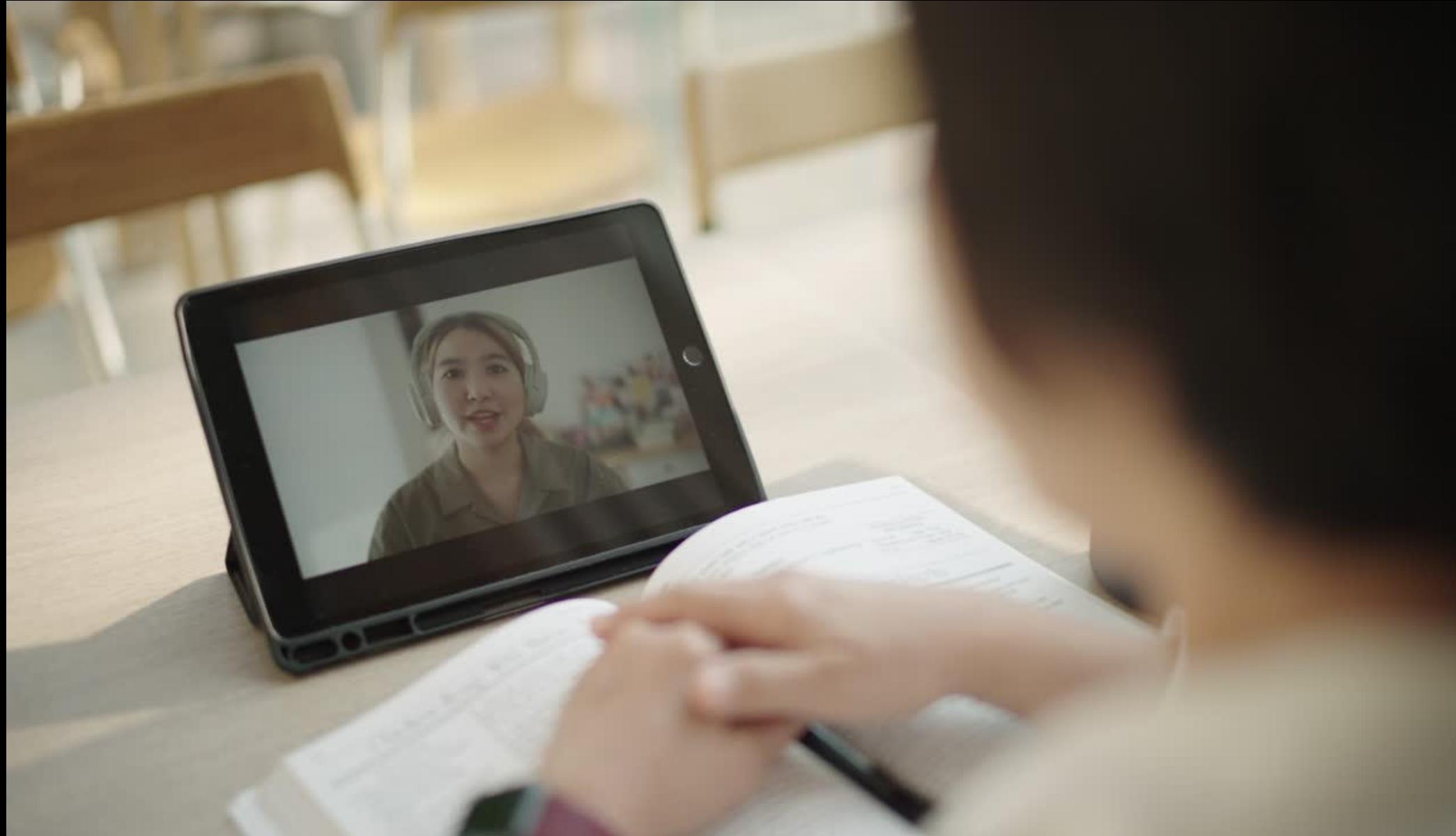
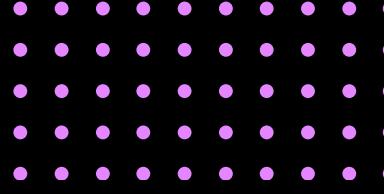
elaboratum

Finance Scout24

moneyland.ch

smg swiss marketplace group





**Digitale +- Abschlüsse:**

**90 KVG**

**46K VVG**

## Bericht Geneeva Association September 2024:

### Future trends and recommendations

Digital platform ecosystems will continue to assume a bigger role in insurance business models and progressively change how insurance products and services are delivered to customers, including those who have limited, inappropriate or no protection today.

Incumbent insurers should proactively embrace the platform economy and engage with digital platform ecosystems now. For the largest insurers, it makes sense to develop proprietary digital platform ecosystems, either via the orchestrator or co-developer model. Partnering with existing digital platform ecosystems, which requires a lower initial investment and provides quicker – if less impressive – returns, is a more realistic approach for most other insurers.

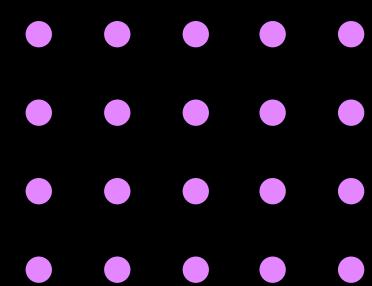
***Insurers should embrace the platform economy and engage with digital platform ecosystems now.***

### For digital platforms

ZA Tech's IT system integrates insurance into the products and services of digital platforms via embedded insurance, enabling rapid introduction of new products to markets via low-risk, low-cost digital insurance propositions. Digital platforms get to maintain control over customer touchpoints, data and experience.

*"Embedded insurance adoption for auto and home will increase over time and our goal is to meet customers where they are and capitalise on, rather than run from, themes of digitisation and price transparency."*

**Dan Bernstein, Liberty Mutual**



## DIREKTE KONKURENZ

- [comparis.ch](#)
- [bonus.ch](#)
- [versicherung-schweiz.ch](#)
- [checkall.ch](#)
- [krankenkassenvergleich-prämiens.ch](#)
- [1A-versichert.ch](#)
- [kranken-kassen.ch](#)
- [krankenkasse-vergleichen.ch](#)
- [krankenkassencheck.ch](#)
- [krankenkassenprämiens-schweiz.ch](#)
- [krankenkassenvergleich.ch](#)
- [krankenkassenvergleich-online.ch](#)
- [krankenkassenversicherung.ch](#)
- [Moneyland.ch](#)
- [changer.ch](#)

## INDIREKTE KONKURENZ

- ✓ Jede Konkurrenz, die keine eigene Berechnungslogik besitzt, kann zu einem Partner werden – mit unserem Tool.
- ✓ Ideale B2B-Partner für unseren API-Rechner
- ✓ Statt gegen den Broker zu „kämpfen“, gebt ihr ihm ein besseres Tool  
→ er wird Vertriebskanal.

Diese Player können eure Lösungen einbetten, um genau denselben Job schneller, besser & integriert auszuführen:

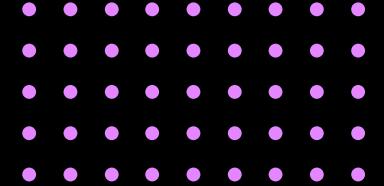
Kategorie 1 – Broker & Vermittler (höchstes Potenzial)

Kategorie 2 – Autohandel & Mobility (Embedded Insurance beim Fahrzeugkauf)

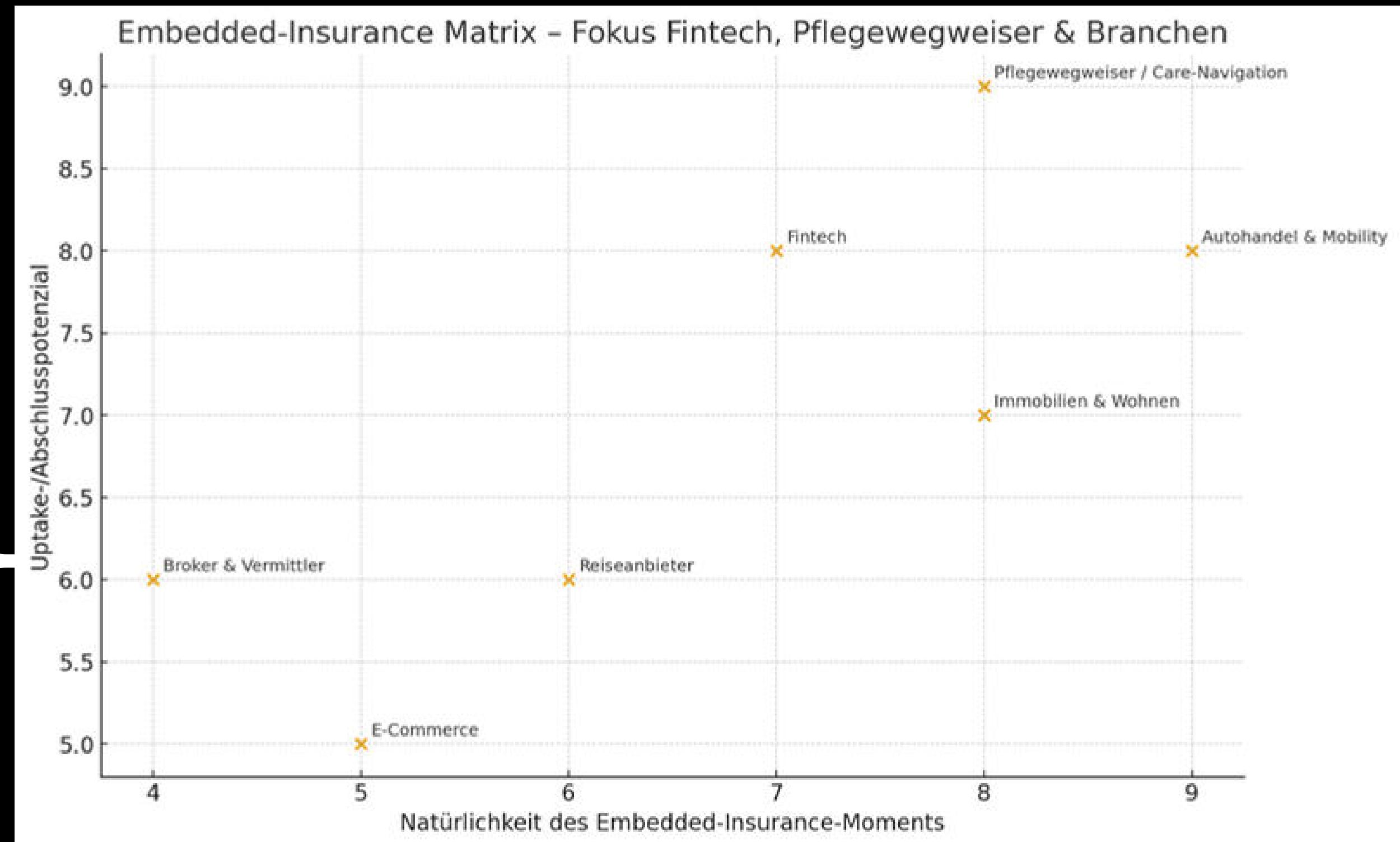
Kategorie 3 – Immobilien, Wohnen & Hypothekenplattformen

Kategorie 5 – E-Commerce & Online-Dienstleister

Kategorie 6 – Arbeitgeber, Expats & Personalbüros

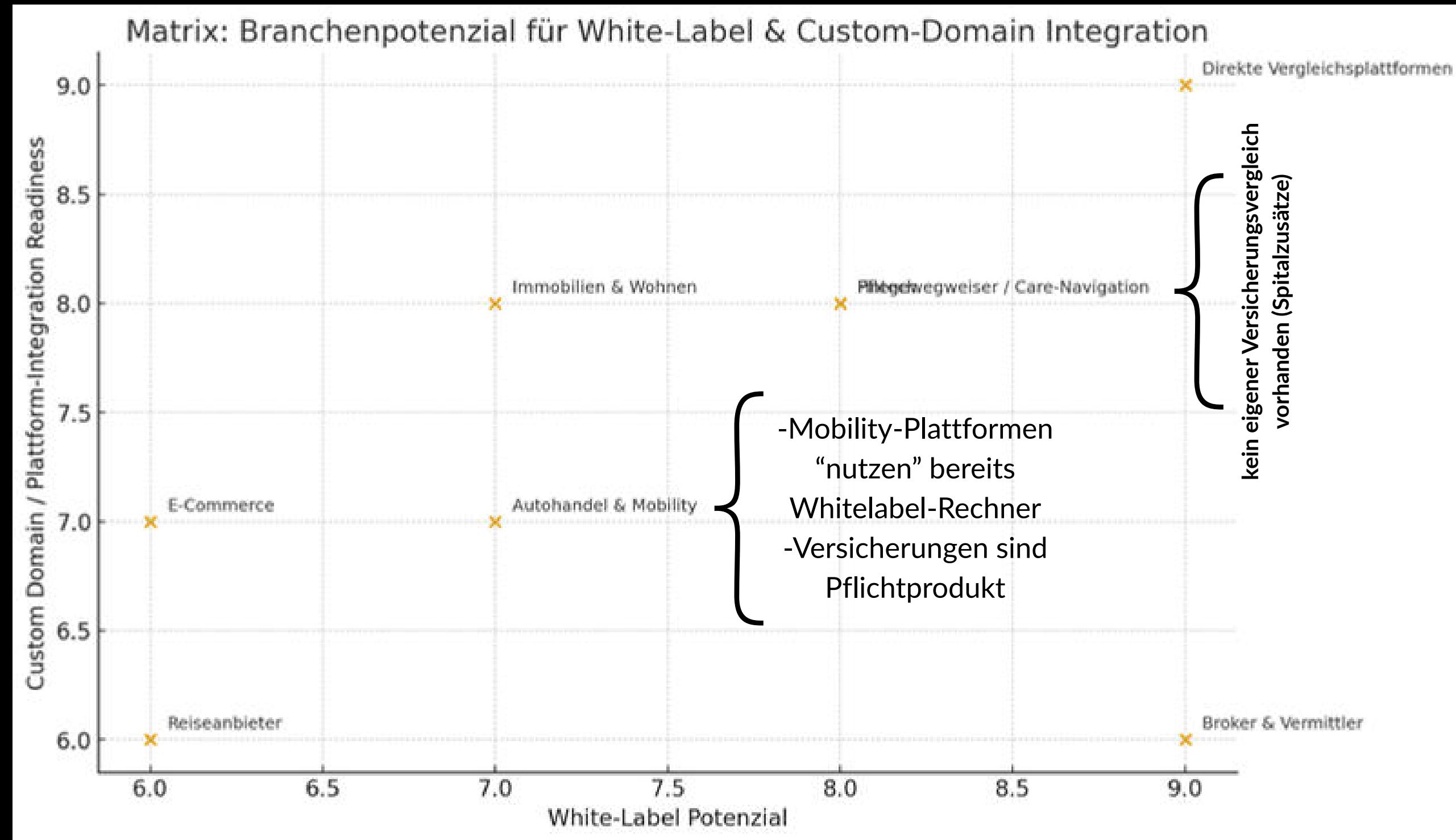
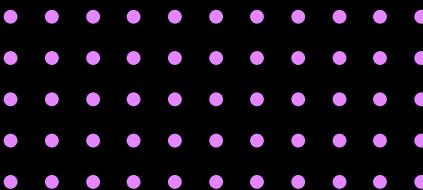


funktionieren für Leads, aber nicht für echtes Embedded Insurance.



Autokauf → hoch, weil Versicherung Pflicht ist

Wo verschmilzt euer Produkt am stärksten mit einer externen Kundensituation, ohne dass der Kunde Beratung braucht?



Fintech wie ergänzen oft Finanzprodukte mit Versicherungen

# DAS TEAM

Von Daten über Design bis Vertrieb – unser Team verwandelt Schweizer Versicherungstransparenz in echten Kundennutzen.



**ALEXANDER  
MORETTI**

Founder & CSO

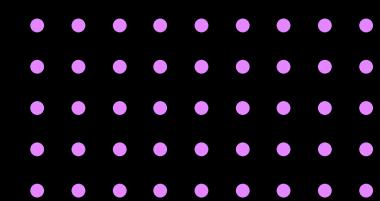


**DAVID  
GRIKOV**

Frontend-Developer Javascript



Backend-Developer Postgres





Danke für's Zuhören :)

[www.lamalux.app](http://www.lamalux.app)

Lamalux ist ein unabhängiger digitaler und kostenloser Vergleichsdienst für die obligatorischen Krankenkassen in der Schweiz.