

RISK & FÖRSÄKRING

2020-02-07 12:10

Dödsfallsförsäkringar är eftersatta i Sverige

LIVFÖRSÄKRING I början av januari i år drog Justincase igång sin verksamhet, där man erbjuder dödsfallsförsäkringar. Försäkringsgivare är Movestic Livförsäkring.

– Dödsfallsförsäkringar är kraftigt åsidosatta i Sverige. Livbolagen vill sälja pensionssparande, sakbolagen krigar om att sälja hem- och motorförsäkring och förmedlarna vill sälja fondlösningar, säger **Björn Häggelin** som är grundare och vd för Justincase.

Idén till Justincase fick han under våren 2017 då han hade gäster från USA. De var helt förundrade över hur den svenska försäkringsmarknaden såg ut när det gällde just dödsfallsförsäkringar.

– I USA är det första man gör att försäkra sin familj så de inte behöver flytta om någon av inkomsttagarna går bort. I Sverige verkar de flesta tro att staten kommer att lösa allting om man dör i förtid. Men det är ingen som kommer att lösa familjens bolån på 4 miljoner när en familjemedlem går bort.

Justincase gjorde en undersökning med YouGov och det visade sig att var tredje svensk familj måste lämna sitt hem om den ena av de vuxna i familjen dör.

– Det tycker vi är en risk helt i onödan, och man kan ta bort den på två minuter genom att teckna en försäkring hos oss.

Efter en lång karriär på Skandia var Björn Häggelin med och drog igång Brummer Life. De senaste åren har han drivit eget företag. Satsningen på Justincase har han finansierat själv. – Vi erbjuder höga ersättningsbelopp och det krävs bara några få frågor om hälsan för att få teckna försäkringen. De belopp man kan välja mellan är 2, 4 eller 6 miljoner som betalas ut om man dör innan man fyllt 90 år.

Försäkringen kan tecknas av personer från 18-64 år. Målgruppen är främst personer i åldern 30-50 år vilket förklarar varför man inte tycker att läkarundersökningar är nödvändiga innan man tecknar försäkringen.

0:00 / 0:00

Movestic är försäkringsgivare för Justincase och när det gäller hälsodeklarationen använder man sig här av en förenklad version. Movestics ordinarie hälsodeklaration gäller för både liv- och sjukförsäkring, medan den förenklade som används av Justincase endast berör livförsäkring.

Från Movestic ser man ingen risk att Justincase ska konkurrera med deras egna livförsäkringar.

– Justincase är en samarbetspartner och ytterligare en distributionskanal för oss. Vi tycker de har gjort ett väldigt enkelt teckningsflöde som kan anpassas till den nivå på försäkring som kunden väljer, säger **Helena Olsson**, Kommunikationschef på Movestic.

Hur skiljer sig Justincase erbjudande från Movestics eget?

– Det är framförallt själva tecknandet av försäkringen som skiljer sig idag. Det som är unikt med Justincase är deras gränssnitt och det enkla teckningsflödet för kunden.

Vad har ni för förväntningar på samarbetet?

– Vi hoppas att nå nya kunder som vi inte träffar i våra existerande försäljningskanaler och samtidigt stärka den ekonomiska tryggheten för nya grupper, säger Helena Olsson.

Justincase har bara varit igång i några veckor, men har fått bra genomslag i massmedia och har redan betalande kunder.

En förklaring till bolagets framgångar i marknadsföring är att man har tagit in Jonas Dahlquist och Johan Öhlin från Brindfors som partners i företaget.

– De ligger tillsammans bakom några av Sveriges största och mest effektiva reklamkampanjer, och har väldigt stor erfarenhet av konsumentorienterade produkter och dess försäljning online. Jag är väldigt glad över ha dem ombord. De är superseniora och har en fantastisk kunduppfattning, nätverk och allt övrigt som krävs för att snabbt sätta Justincase på kartan i Sverige, säger Björn Häggelin.

Justincase har även uppmärksammats av Google och har valts ut som ett av fem startupbolag i Norden som de tror på och som de kan skala upp rejält i sina kanaler.

0:00 / 0:00

locka kunder.

– Vi kommer även inleda samarbeten med relevanta distributörer och plattformar dit konsumenterna i livspåverkande situationer söker sig. Det kan vara personer som ska köpa hus, gifta sig, skaffa barn med mera.

Målet är att få ett antal tusen kunder under första året och sen att skala upp verksamheten rejält, från att idag ha en produkt och en personal på tre personer.

– Vi ska lansera andra produkter också inom personrisker med en hög grad av innovation. Sen hoppas vi snabbt kunna kopiera vårt koncept och lansera i andra länder också.

Björn Häggelin är lite överraskad att det inte kommit fler bolag inom insurtech.

– Inom nätmäklare, bolån, spelsektorn och fintech har det kommit mängder av företag, men inom insurtech är det egentligen bara Hedvig som kommit igång ordentligt.

För närvarande förbereder Justincase sin första investeringsrunda för att skala upp verksamheten.

Hur tror du det går framöver?

– Jag är säker på att det går bra. Dels har vi ett verkligt samhällsproblem i och med att svenska familjer har alldeles för dåligt efterlevandeskydd och dels ökar produktens relevans hela tiden i takt med att hushållens belåningsgrad stiger, säger Björn Häggelin.

