

Executive Summary

Mit rund 19 Millionen Läufern in Deutschland gehört Laufen zu den größten und zugleich emotionalsten Breitensportarten des Landes. Jährlich nehmen mehrere Millionen Menschen an tausenden Veranstaltungen teil. Trotz dieser Größe ist der Markt digital fragmentiert: Training, Events, Community, Equipment, Services und Absicherung finden auf unterschiedlichen Plattformen statt und sind kaum miteinander vernetzt.

RUNIVERSE setzt genau hier an. Die Plattform verbindet erstmals alle relevanten Bestandteile des Laufsports in einer integrierten digitalen Umgebung und schafft damit ein durchgängiges Nutzererlebnis entlang der gesamten Runner Journey. Ergänzt wird dieses Plattformmodell durch ein bereits funktionierendes Embedded-Insurance-Geschäft, das sofortige Umsätze ermöglicht und gleichzeitig ein zentraler Bestandteil der Plattformlogik ist.

Zwei Wachstumsmaschinen in einem Modell

Der Kern von RUNIVERSE liegt in der Kombination aus Plattform und bereits erprobtem B2B-Geschäft. Zum einen entsteht eine vertikale Plattform für Läufer, die Nutzer über viele Jahre vom Training über Wettkämpfe bis hin zu Services und Community begleitet. Ziel ist es, eine dauerhafte Beziehung zum Nutzer aufzubauen und wiederkehrende Nutzung durch den Einsatz von Gamification zu erzeugen.

Zum anderen basiert das Modell auf einem bereits etablierten Embedded-Insurance-Ansatz. Versicherungsprodukte werden dabei nicht isoliert verkauft, sondern direkt in bestehende Prozesse von B2B-Partnern integriert. Ein Läufer, der zum Beispiel bei einem B2B-Partner Equipment kauft, erhält dann direkt den passenden Versicherungsschutz für sein Equipment dazu. Für RUNIVERSE entstehen skalierbare Provisionserträge unabhängig davon, wie schnell die eigene Plattform wächst.

Validierter Produktansatz

Das Embedded-Insurance-Modell ist nicht nur Theorie, sondern bereits erfolgreich im Markt umgesetzt worden. In den vergangenen Jahren wurden über 60.000 Finisherschutz-Policen verkauft. Besonders relevant ist dabei die Anbündelungsquote von rund 30 %, die zeigt, dass ein signifikanter Anteil der Nutzer das Angebot direkt im Buchungsprozess annimmt. Gleichzeitig liegt die Schadenquote bei etwa 6 %, was das Modell auch aus wirtschaftlicher Sicht attraktiv macht.

Diese Zahlen belegen zwei zentrale Punkte: Erstens funktioniert die Integration von Versicherungen im Laufsportkontext sehr gut, wenn sie situativ erfolgt. Zweitens existiert bereits ein valider Zugang zur Zielgruppe. RUNIVERSE baut damit nicht auf Annahmen auf, sondern entwickelt ein bestehendes, funktionierendes Modell konsequent weiter.

Marktzugang

Der deutsche Laufmarkt bietet hervorragende Voraussetzungen für eine skalierbare Plattformstrategie. Neben der großen Gesamtzahl an Läufern ist insbesondere der digital erreichbare Anteil von rund 5,7 Millionen Nutzern relevant. Hinzu kommt eine hohe Aktivität in Form von jährlich tausenden Veranstaltungen sowie eine starke Community-Struktur.

Ein entscheidender Vorteil liegt im bereits vorhandenen Marktzugang. Über bestehende Partnerschaften mit Veranstaltern, Plattformen und Medien bestehen direkte Kontakte zu rund 200.000 Läufern. Dadurch kann RUNIVERSE nicht nur schneller starten, sondern erreicht von Beginn an eine aktive und relevante Zielgruppe.

Charakteristisch für den Markt ist zudem die Kombination aus hoher Wiederkehrtrate und emotionaler Bindung. Läufer trainieren regelmäßig, nehmen wiederholt an Events teil und identifizieren sich stark mit ihrem Sport. Genau diese Eigenschaften sind die Grundlage für funktionierende Plattform- und Gamification-Modelle.

Warum RUNIVERSE gewinnt

RUNIVERSE bildet die gesamte Runner Journey in einer einzigen Plattform ab. Im Zentrum stehen alle Funktionen, die ein Läufer regelmäßig nutzt: die Suche und Buchung von Events, Trainingsplanung, Coaching sowie die Integration von Aktivitäts- und Gesundheitsdaten. Diese Ebene sorgt für die kontinuierliche Nutzung der App im Alltag.

Darauf aufbauend entsteht eine zweite Ebene aus Commerce- und Service-Angeboten. Hier werden Produkte wie Versicherungen, Equipment oder Reisen kontextbasiert integriert. Der entscheidende Unterschied zu klassischen Marktplätzen liegt darin, dass diese Angebote nicht isoliert dargestellt werden, sondern direkt in die jeweilige Nutzungssituation eingebettet sind. Dadurch entstehen deutlich höhere Abschlussraten.

Verbunden werden diese beiden Ebenen durch einen Engagement Layer, der auf Gamification basiert. Nutzer nehmen an Challenges teil, sammeln Punkte und erhalten Belohnungen. Die Integration von Health-Daten ermöglicht es, Aktivität objektiv zu messen und darauf aufbauend personalisierte Anreize zu schaffen. Dieser Mechanismus sorgt nicht nur für Motivation, sondern ist gleichzeitig der zentrale Treiber für langfristige Nutzerbindung. Zusätzlich übertragen Virtuelle Wettbewerbe und liga-basierte Rankings den Wettkampfgedanken in den Alltag und sorgen auch ohne reale Events für kontinuierliche Nutzung und Motivation.



Technologie

Die technologische Grundlage von RUNIVERSE ist bewusst so gestaltet, dass ein schneller Markteintritt möglich ist und Features iterativ ausgerollt werden können. Im Mittelpunkt steht eine Flutter-basierte App für iOS und Android, über die Nutzer mit allen Funktionen interagieren.

Im Hintergrund arbeitet eine zentrale Backend-Infrastruktur, die Nutzerverwaltung, Auswertung von Fitnessdaten, digitale Inhalte, Partnerangebote, Zahlungsprozesse und Versicherungslogik abbildet. Über standardisierte Schnittstellen können Partner wie Veranstalter oder Versicherer effizient angebunden werden. Ergänzt wird das System durch eine KI-basierte Service-Komponente, die Nutzer bei Trainingsfragen, Buchungen und allgemeinen Anliegen unterstützt.

Go-to-Market Strategie

Der Markteintritt erfolgt bewusst schrittweise, um Risiken zu minimieren und frühzeitig echtes Nutzerfeedback zu erhalten. In der ersten Phase steht eine Eventplattform im Mittelpunkt, die direkt mit Embedded Insurance kombiniert wird. Dadurch entsteht sofort ein klarer Nutzen für den Nutzer und gleichzeitig eine erste Umsatzquelle.

Auf dieser Basis wird die Plattform sukzessive erweitert. Funktionen wie Health-Datenintegration, Gamification und personalisierte Services werden schrittweise ergänzt und auf Basis realer Nutzung optimiert. Regelmäßige Feedbackschleifen stellen sicher, dass keine Ressourcen in Features investiert werden, die am Markt vorbeigehen. Das RUNIVERSE wird von Anfang an gemeinsam mit der aktiven Community entwickelt.

Geschäftsmodell

Das Geschäftsmodell von RUNIVERSE kombiniert zwei Erlösströme, die sich gegenseitig verstärken:

Das B2B Embedded Insurance Geschäft sorgt für unmittelbare Umsätze, da es unabhängig von der eigenen Plattform über Partner skaliert. Parallel dazu wird die entstehende Plattform eigener Embedded Insurance Partner und erschließt somit zusätzliche Möglichkeiten der Monetarisierung entlang der gesamten Runner Journey.

Die Entwicklung erfolgt bewusst konservativ. Die Nutzerbasis wächst in den ersten drei Jahren von rund 1.000 auf etwa 30.000 Nutzer, während gleichzeitig die Anzahl integrierter Events von 25 auf 100 deutlich steigt. Auf dieser Grundlage entsteht bereits früh ein signifikanter Umsatz, der in den Folgejahren weiter skaliert.

Mittelverwendung

Für die Umsetzung wird ein Seed-Investment benötigt. Der Kapitaleinsatz ist klar auf Wachstum und Skalierung ausgerichtet.

Die Mittel fließen im Wesentlichen in drei Bereiche: den Aufbau der Plattform, die Erweiterung des B2B-Partnernetzwerks sowie gezielte Marketingmaßnahmen zur Gewinnung der ersten aktiven Nutzer. Ergänzend wird ein schlankes Kernteam aufgebaut, das die operative Umsetzung sicherstellt.

Der entscheidende Vorteil für Investoren liegt darin, dass RUNIVERSE bereits früh Umsätze generiert. Das erste Jahr ist bewusst als Investitionsphase ausgelegt, im zweiten Jahr wird operativ die Gewinnschwelle erreicht, und ab dem dritten Jahr entwickelt sich das Geschäftsmodell nachhaltig profitabel. Das eingesetzte Kapital dient daher nicht der Validierung, sondern der gezielten Beschleunigung eines bereits funktionierenden Ansatzes.

Team

RUNIVERSE wird von einem Team aufgebaut, das die drei zentralen Erfolgsfaktoren vereint: Marktzugang, Produktkompetenz und technologische Umsetzung.



Simon Kohler bringt über 20 Jahre Erfahrung in der Versicherungswirtschaft sowie umfangreiche Expertise im Sportmarketing mit. Darüber hinaus verfügt er über direkten Zugang zur Zielgruppe und ein belastbares Netzwerk im Laufsport.



Dr. Simon Lichte ergänzt diese Perspektive durch langjährige Erfahrung im Produkt- und Innovationsmanagement sowie im Aufbau digitaler Plattformen. Sein Fokus liegt auf der technischen Umsetzung und Skalierung des Geschäftsmodells.

Gemeinsam vereint das Team damit die entscheidenden Kompetenzen, um RUNIVERSE sowohl operativ umzusetzen als auch strategisch weiterzuentwickeln.

Fazit

RUNIVERSE adressiert einen großen, emotional geprägten Markt mit einer klaren strukturellen Schwäche: fehlende Integration. Durch die Kombination aus Plattform und Embedded Insurance entsteht ein Modell, das früh Umsätze generiert und gleichzeitig langfristig skaliert.

Damit verbindet RUNIVERSE das Beste aus zwei Welten: die Stabilität eines funktionierenden Geschäftsmodells und das Wachstumspotenzial einer Plattform.

RUNIVERSE hat das Potenzial, das Betriebssystem für den Laufsport zu werden.