

Digitalisierung und Assekuranz: Haben Versicherer und Vermittler noch eine Zukunft?

Dr. Marc Surminski
Zeitschrift für Versicherungswesen
Hamburg

„Digitalisierung heißt, das Unternehmen vollständig auf Kundenorientierung zu drehen, die internen Prozesse radikal zu vereinfachen und transparent zu machen, der Datenanalyse einen Schwerpunkt im Underwriting zu geben und Vertrieb sowie Schadenbearbeitung mit allen verfügbaren Mitteln für den Kunden – und das Unternehmen – angenehm, einfach und günstig zu machen.“

Versicherungsmonitor, 3.6.2016

Erfahrungen aus andere Branchen: Digitalisierung zerstört alte Geschäftsmodelle

- >> Musikindustrie / Plattenhändler**
- >> „Kodak“**
- >> Zeitungen?**
- >> Reisebüros?**
- >> Banken?**

Digitalisierung verändert das Verhalten der Menschen grundlegend:

- **Kommunikation**
- **Informationsbeschaffung**
- **Einkauf**

Warum soll diese Veränderung vor der Versicherungswirtschaft halt machen?

Versicherungswirtschaft geschützt vor digitaler Disruption?

- >> zu stark reguliert
- >> zu komplex
- >> zu kapitalintensiv
- >> (... und Gewinnmargen zu gering)

Veränderungen schon heute spürbar: Ein erheblicher Anteil des Neugeschäfts in Kfz kommt über die Internet-Vergleichsportale

- **Wo ist die Grenze?**
- **Trend: Einfache Massenprodukte
zunehmend über standardisierten
Online-Vertrieb**
- **Gefahr: Kontrollieren Check24 und
Co. den Markt?**

Digitale Revolution durch die InsurTechs?

Investoren glauben weltweit daran:

2014: 800 Mio. US-Dollar

2015: 2,6 Mrd. US-Dollar

**>> auf der Suche nach dem neuen
Uber, Airbnb etc.**

Digitale Revolution durch die InsurTechs?

Investoren glauben an Deutschland:

Kapital für InsurTechs

2015: 23,0 Mio. US-Dollar

2016: 82,4 Mio. US-Dollar

Was wollen die InsurTechs in Deutschland?

Erste Stufe:

Geschäftsmodell Online-Makler / digitaler Policenverwalter:

- **Die Schnittstelle zwischen Versicherer und Kunde besetzen**
- **Den traditionellen Vermittlern die Kunden wegnehmen**

Was wollen die InsurTechs in Deutschland?

Zweite Stufe:

Digitale Versicherer „auf der grünen Wiese“ gründen

>> „Versicherungen neu erfinden“

Ansatzpunkt der InsurTechs:

- **Leistungskräftige moderne Technik für die komplette Online-Verwaltung von Versicherungen (keine IT-Altlasten)**
- **Besser und billiger Bestände verwalten**
- **Mehrwert bieten (Einfachheit, Flexibilität, Kundennutzen, Betreuung)**

1. Online-Vermittler

Bislang noch keine Revolution im deutschen Markt:

Viel heiße Luft, wenig Geschäft

- >> oft nur reine Makler-Apps**
- >> leicht kopierbar**
- >> keine Alleinstellungsmerkmale als Online-Makler**
- >> Geschäftsmodell „Policenräuber mit Maklervollmacht“**

Aber: bleibt das so?

Offene Fragen für die Zukunft:

- **Wie spricht man die Internet-Generation im Vertrieb an?**
- **Sind Menschen, die einen Großteil ihre Zeit online verbringen, überhaupt noch für den persönlichen Vertrieb erreichbar?**

Als Versicherer und Vermittler die Herausforderung der InsurTechs annehmen

- >> alle Kanäle zum Kunden künftig nutzen (digital und traditionell)**
- >> die gleichen technischen Lösungen anbieten wie die InsurTechs**
- >> auch Vermittler müssen die Daten beherrschen**

**Technisch mit den InsurTechs
gleichziehen und dann die
Überlegenheit des persönlichen
Vertriebs ausspielen**

>> „Hybride Vermittler“

**Auch die Internet-Generation legt auf persönliche Beratung Wert:
Über 50% wollen einen persönlichen Kontakt zu einem Vermittler, wenn es um komplexere Themen geht**

Es gibt unendlich viel Information im Internet, aber nur wenig Orientierung

>> Chance für den persönlichen Vertrieb

Allerdings:

- Standardprodukte werden verstärkt in den Online-Bereich abwandern**
- >> Stärke des persönlichen Vertriebs bei komplexen, beratungsintensiven Produkten**
- >> Deutliche Marktberreinigung bei Vermittlern**

„Wir sind als Online-Makler nur dort erfolgreich, wo die Kunden von den Vermittlern schlecht betreut werden.“

**Dennis Just
Gründer des Online-Maklers Knip**

Disruptives Zukunftsszenario Nr. 1

RoboAdvice

Cognitive Computing

- >> Was kann ein Roboter / ein Algorithmus besser als ein Berater?**
- >> Persönliche Beratung ergänzen oder ersetzen?**

Disruptives Zukunftsszenario Nr. 2

Die Siri-Revolution

- **Perfektionierter digitaler Assistent für alle Lebensbereiche**
- **Auch für Finanzen und Versicherungen**
- **Auch in der Rolle des Maklers?**
- **Persönliche Beratung nur noch für eine elitäre Minderheit?**

2. Gründung neuer digitaler Versicherer

Digitale Ableger etablierter Versicherer

- Friday (Basler)
- Nexible (Ergo)

Insurtechs

- Flyyper (Innerhalb von Tagen mit neuen Produkten auf Veränderungen reagieren)
- Ottonova (Neuer reiner Online-Krankenversicherer)

Konzept der Etablierten:

- Radikaler Neuanfang unbelastet von der Alt-IT**
- Kostengünstiger Vertrieb nur noch Online**
- Komplett digitale Strukturen**
- Nutzung von Start-Up-Kreativität**

Konzept der Etablierten:

Vision: Künstliche Intelligenz

- >> Totale digitale Automatisierung**
- >> Keine menschlichen Sachbearbeiter
mehr im standardisierten
Massengeschäft**

Konzept der InsurTechs: Revolution

Neues Underwriting

- **Daten aus dem Netz**
- **Social Media Underwriting**
- **Neuartige Algorithmen für die Risikoanalyse u. Kalkulation**
- **Pay as you live-Tarife: Umfassend gemessenes Verhalten der Kunden bestimmt Deckungsumfang und Prämie**

Konzept der InsurTechs: Revolution

Vision FinanceFox

- **Eine Police für alle Lebensbereiche, automatische Anpassung eines Vertrags an veränderte Risikosituation in Echtzeit**
- >> Abschaffung der bisherigen Versicherungsprodukte**

... Bisher noch keine Revolution zu sehen, auch nicht in den USA:

- Oscar (digitaler Krankenversicherer)**
 - Lemonade (digitaler Sachversicherer)**
- >> Interessante Ansätze, aber wirklich disruptive Geschäftsmodelle?**

**Vitality (Generali):
Bonus bei freiwilliger Messung von
Gesundheitsdaten**

**Zukünftig denkbar:
Deckung nur dann, wenn Versicherer
auf alle Daten des Kunden zugreifen
kann
(Social Media, Health Tracker etc.)**

Grundfrage: Wer hat die Daten?

Nicht die Versicherer:

- >> echte digitale Revolution beruht auf neuen Kalkulationsmöglichkeiten durch die Internet-Datenmengen**
- >> neue Service-Möglichkeiten etwa zur Steuerung des Kundenverhaltens oder der Risikoprävention**

Google & Co. haben die Daten

Gefahr: Versicherer irgendwann

- **nur noch Zulieferer für
Serviceleistungen (etwa
Schadenabwicklung)**
- **nur noch Kapazitätsgeber**

Versicherer müssen gegensteuern:

- Optimierte Nutzung der vorhandenen eigenen Daten**
- Öffnung für neue Konzepte / neue Partnerschaften mit InsurTechs**

„Innovativ und kreativ werden“

>> Damit Versicherer nicht zukünftig aus ihrem Geschäft gedrängt werden

Digitalisierung und Assekuranz: Haben Versicherer und Vermittler noch eine Zukunft?

Dr. Marc Surminski
Zeitschrift für Versicherungswesen
Hamburg