

INNOVIEREN
IM
NETZWERK

Auszug

Versicherung 2030

Versicherungsforen-**Themendossier**

Eine Publikation der

 **Versicherungs**foren Leipzig

Versicherung 2030

„Die meisten überschätzen, was in einem Jahr erreichbar ist, aber unterschätzen, was sie in zehn Jahren erreichen können“. Je nach Quelle hat Bill Gates diesen Ausspruch geprägt, andere nennen IT-Experten und Science-Fiction-Autoren. Davon unabhängig: Ein kurzer Rückblick in die letzten zehn Jahre zeigt, wie richtig die Aussage ist, gerade bezogen auf die technologischen Entwicklungen.

Als das iPhone als erstes Smartphone 2007 vorgestellt wurde, konnten sich nur wenige vorstellen, wie selbstverständlich Smartphones – bedienbar lediglich über einen Touchscreen – im Jahr 2020 geworden sind. Damals war wohl ebenfalls unvorstellbar, dass 2020 ganze Branchen monatelang im Homeoffice arbeiten. Dafür stecken heutzutage Entwicklungen noch in den Kinderschuhen, die vor kurzem undenkbar, aber in naher Zukunft selbstverständlich sein werden: Smart-Home-Systeme, selbstfahrende Autos und maschinelles Lernen.

In zehn Jahren schreiben wir das Jahr 2030: Was wird Technologie dann können, was wird zu den oben genannten Entwicklungen hinzugekommen sein? Manches, was uns jetzt als selbstverständlich erscheint, ist dann vielleicht bereits wieder

verschwunden oder zumindest in den Hintergrund gedrängt. Was bedeutet der technologische Fortschritt nun für die Versicherungsindustrie und wie wird diese Branche in einer Dekade aussehen?

Diese Fragestellung ist für nur einen Artikel wohl zu umfangreich. Daher möchte ich mich im Folgenden nur auf einige Einflüsse auf die Entwicklung von Versicherungsprodukten fokussieren. Diese Entwicklungen können sowohl externer als auch interner Natur sein. Zunächst: Ich vermute, dass wir bis 2030 keine allzu großen Überraschungen auf diesem Gebiet erleben. Besonders, wenn man heute genau hinsieht: Was sich bis 2030 etabliert hat, wird sich mit großer Wahrscheinlichkeit bereits heute im Kleinen finden.

InsurTechs als Innovationstreiber

Innovationstreiber werden hier weiterhin die InsurTechs – also Technologiefirmen, die sich im Sektor Assekuranz bewegen – sein, die im Gegensatz zu den großen, etablierten Versicherungsunternehmen nicht mit Legacy-IT und gewachsenen Personalstrukturen zu kämpfen haben, sondern von Grund auf neu anfangen können.

In der Gruppe der InsurTechs bekommen derzeit jene die größte Aufmerksamkeit, die auf neue, technologieunterstützte Ansätze im Online-Vertrieb setzen. Sie verwenden ihre hohen Investitionsgelder auf gezieltes, aggressiveres Performance Marketing und möchten so Teile des Marktes für sich gewinnen. Vielleicht wird sich der eine oder andere Anbieter in der nächsten Dekade etabliert haben, vermutlich mindestens genauso viele werden aufgrund der hohen Kundengewinnungskosten nie in die schwarzen Zahlen kommen. Die großen technologiegetriebenen Produktinnovationen passieren momentan jedoch eher im Hintergrund.

Ebenso bilden sich derzeit spezialisierte Lösungsanbieter heraus, die sich auf einen bestimmten Aspekt der Versicherungsindustrie fokussieren. Das ist gut so – über die gesamte Wertschöpfungskette hinweg bietet sich momentan immer noch reichlich Optimierungsbedarf, wir stehen erst am Beginn ihrer Fragmentierung. Der beginnende Prozess ist nicht mehr aufzuhalten und wird sich in den kommenden Jahren beschleunigen.

Schauen wir uns nun ein paar externe Entwicklungen an, die in den nächsten Jahren einen

nachhaltigen Einfluss auf die Versicherungsbranche und deren Produkte ausüben werden. Ein paar Beispiele: Der richtige Einsatz von international erhobenen Daten und den passenden Analyse-Tools hat das Potential, das Underwriting zu revolutionieren – anstatt auf simple Risikomodelle zurückzugreifen, kann hiermit ziemlich genau das Risiko des jeweiligen Kunden kalkuliert werden. Die Schadenquote wird optimiert werden können – mit faireren Preisen für den Verbraucher – ohne dass dabei auf Profitabilität verzichtet werden muss.

Digitale Zahlungsdienstleister werden eine Vielzahl von Bezahlungsmöglichkeiten ermöglichen, von Kreditkarte, über Mobile Pay, Bankkonten etc. Automatische Betrugserkennungssoftware wird bereits vor Abschluss dem Versicherer melden, ob ein Policenkauf aus betrügerischen Absichten erfolgt.

Die neuen Möglichkeiten, die sich durch Machine-Learning (und irgendwann künstliche Intelligenz) ergeben, werden die Schadenbearbeitung deutlich vereinfachen, so dass die meisten Schadenfälle nicht mehr manuell, sondern komplett digital reguliert werden. Nur für fragliche Fälle wird dann ein Spezialist gefragt sein, der wiederum maschinengestützt Entscheidungen fällen kann. Neben der Kostenersparnis erfordert eine solche Schadenregulierung deutlich

weniger Zeit und kann transparenter gestaltet sein. Durch die Einbindung neuer Technologien profitiert hier nicht nur der Versicherer, sondern auch der Kunde.

Auch branchenintern wird sich in den nächsten Jahren einiges tun. Kreative und individuelle Versicherungslösungen werden nicht nur möglich, sondern auf Dauer der Standard sein. Bei einem Schadenfall in der verbundenen Hausratversicherung, beispielsweise einem zu Bruch gegangenen Fernseher, könnte sich der Kunde neben der Auszahlung des Geldwerts auch direkt für eine Neubestellung des defekten Geräts entscheiden. In der entsprechenden Versicherungs-App wird der Kunde direkt auf diese Möglichkeit hingewiesen werden.

Plattformen als digitale Infrastruktur

All dies existiert bereits heute, meist als „Use-case“ – also als Versuchsballon in kleinem Maßstab – und wird in den nächsten zehn Jahren flächendeckend das Bild prägen. Für die erfolgreiche Integration all dieser Lösungen über einen Flickenteppich hinaus ist jedoch eine entsprechende Infrastruktur von Nöten. Was nützen individuelle und kreative Lösungen, wenn sie nicht technisch integrierbar sind. Hier ist bis 2030 der wahrscheinlich größte Nachholbedarf innerhalb der Versicherungsbranche anzudeuten.

Eine für diese Zwecke konzipierte Plattform kann dieses darstellen und lässt sich in ein voll-digitales Endprodukt übertragen. Wie in einem Baukasten können Anbieter eingebunden, aber auch das Produkt selbst modifiziert und optimiert werden. Bei White-label-Anbietern werden diese dann weiterhin entsprechend der Wünsche des jeweiligen Partners in der eigenen Markenidentität (Logos, Farbe, Sprache, etc.) gestaltet werden.

Mit wenig Aufwand und in kürzester Zeit lässt sich so ein Produkt kreieren, welches auf eine spitze Zielgruppe passgenau zugeschnitten ist. Ebenso werden manuelle Vorgänge deutlich verringert, Datenübertragung via Excel-Tabellen, der größte Teil der postalischen Korrespondenz und andere Effizienzblocker gehören somit der Vergangenheit an.

Zukunftsfähig durch digitale Produkte

Für die Versicherungsindustrie liegt hier enormes Potential. Bereits heute können Unternehmen so ihren Kunden innovative Lösungen anbieten, ohne die eigene IT grundlegend erneuern zu müssen – das spart Zeit und Geld. Gleichzeitig können sie weiterhin auf der Höhe der technologischen Entwicklungen bleiben, denn hierauf sind die Zulieferer der neuen Versicherungswelt spezialisiert.

Statt alleinig über einen Preiskampf Kunden zu gewinnen und zu halten, kann jetzt die Expertise im Vertrieb sowie die Personalisierung der Produkte im Vordergrund stehen. Technologisch unterstützt, kann dem Kunden auf jedem Vertriebskanal – z. B. auf Website, App, im persönlichen Gespräch online oder vor Ort – ein Angebot, entsprechend des jeweiligen Bedürfnisses und Risikos, gemacht werden.

Im Jahr 2030 wird dieses System – Spezialisten für jeden Teil der Wertschöpfungskette – der Goldstandard in der Versicherungsbranche sein. Für Kunden und Unternehmen umständliche, langwierige und unverständliche Vorgänge werden endgültig der Vergangenheit angehören, nicht-digitale Lösungen werden in der Breite keinen Absatz mehr finden. Und ich bin mir in noch einer Sache sicher: Auch in zehn Jahren wird es weiterhin einen großen Bedarf nach Risikoabsicherung geben. Diesem Bedarf wird nur passgenauer entsprochen werden können.

Autor



Christian Macht

CEO
Element

Impressum

Autor(en) des vorliegenden Themendossiers

Marianne Kühne et al.

T +49 341 98988-284

E marianne.kuehne@versicherungsforen.net

Feedback zum vorliegenden Themendossier

Wenn Sie uns Ihre Meinung mitteilen möchten, würde uns das sehr freuen. Vielleicht gibt es ja ein spezielles Thema, über das Sie im Themendossier einmal lesen möchten? Haben Sie weitere Fragen und Anregungen oder Anlass zur Kritik? In jedem Fall freuen wir uns über eine Nachricht von Ihnen.

Bitte senden Sie Ihre Kommentare an

Magdalena Dröse

T +49 341 98988-225

E magdalena.droese@versicherungsforen.net

Abonnement des Versicherungsforen-Themendossiers

Aufgrund der Partnerschaft Ihres Unternehmens mit den Versicherungsforen Leipzig steht Ihnen das Abonnement des Versicherungsforen-Themendossiers unternehmensweit zur Verfügung! Gern können Sie deshalb weitere Empfänger aus Ihrem Haus registrieren lassen. Nutzen Sie dazu einfach unser Anmeldeformular unter www.versicherungsforen.net/abo_themendossier. Eine Übersicht über alle Partnerunternehmen finden Sie unter www.versicherungsforen.net/partner.

Abbestellen des Versicherungsforen-Themendossiers

Sie wollen das Themendossier in Zukunft nicht mehr empfangen? Senden Sie einfach eine E-Mail mit dem Betreff „unsubscribe Themendossier“ an kontakt@versicherungsforen.net.

Downloadbereich mit aktuellen Zahlen und Fakten zur Versicherungswirtschaft

Im Downloadbereich unter www.versicherungsforen.net/daten-fakten finden unsere Partner aktuelle Zahlen, Daten und Fakten zu verschiedenen versicherungswirtschaftlichen Themen. Diese werden fortwährend erweitert und regelmäßig aktualisiert. Aussagekräftige Charts sorgen für einen schnellen und detaillierten Überblick über relevante Branchenthemen. Sie möchten diese Informationen in Ihre Präsentationen einbinden? Dann stellen wir Ihnen die Zahlen, Daten und Fakten gern im neutralen Power-Point-Format zur Verfügung, das Sie mit einem Klick in das eigene Corporate Design überführen können.

Versicherungsforen-Newsletter

Wenn Sie regelmäßig per E-Mail über Aktualisierungen im Bereich „Wissen“ auf www.versicherungsforen.net, Veröffentlichungen, gegenwärtige Veranstaltungen sowie Nachrichten aus unserem Partnernetzwerk informiert werden möchten, können Sie sich auf www.versicherungsforen.net/newsletter anmelden. Diesen Service bieten wir auch für Nicht-Partnerunternehmen kostenfrei an.

