

Experten-Studie: So sehen Versicherungsprodukte im Jahre 2030 aus



Adcubum - Hamburg

© Adcubum Solutions AG

Die Produktlandschaft der Versicherer wird sich von Standardtarifen und -modulen hin zu einem stärker datenbasierten und individualisierbaren Versicherungsschutz entwickeln. Das gilt sowohl hinsichtlich des risikogerechten Deckungsumfangs als auch bezogen auf Deckungsanpassungen in der Laufzeit.

Vor diesem Hintergrund hat der Softwarehersteller Adcubum in Zusammenarbeit mit den Versicherungsforen Leipzig eine umfassende Studie über die Zukunft der Versicherungsbranche ausgearbeitet. Die Studie stützt sich auf die Analyse relevanter Zukunftstrends, aktuelle technologische Best Practices sowie auf Interviews mit Versicherungs-Vorständen und Experten für die digitale Transformation hin zur Assekuranz 4.0. Zusätzlich wurde eine repräsentative Kundenbefragung durchgeführt.

„Die Erstellung von solchen hochkomplexen Versicherungsprodukten erfordert eine Reihe spezialisierter Akteure aus ganz unterschiedlichen Branchen. In Zukunft werden wir es daher vermehrt mit Wertschöpfungsnetzwerken zu tun haben, in denen die Assekuranzen mit vielen Marktteilnehmern kooperieren werden“, sagt Vincent Wolff-Marting, Leiter Kompetenzteam Digitalisierung und Innovation bei den Versicherungsforen Leipzig.

Mögliche Kooperationspartner der Versicherungen sind beispielsweise Unternehmen, die über umfangreiche Daten verfügen, wie etwa Automobilhersteller, die das Fahrverhalten ihrer Kunden auswerten. Die Assekuranzen nehmen in diesem Szenario die Rolle des Risikoträgers im Hintergrund ein. Ihre Aufgaben werden dabei primär im Bereich der Bestandsverwaltung und der Schadenabwicklung liegen.

Aber nicht nur die Rollen der Versicherer verändern sich. Auch das Wettbewerbsumfeld unterliegt einem Wandel. So kommen die künftigen Mitbewerber nicht nur aus der Versicherungsbranche, sondern auch aus den Bereichen Handel, Telekommunikation, Gebäudetechnik und eben Automotive. „Die Kfz-Branche hat es vorgemacht. Mit Versicherungsprodukten und Garantien, die als Zusatzleistung zum Kaufvertrag angeboten werden“, erläutert Dr. Holger Rommel, COO der Adcubum AG. Durch die zunehmende Digitalisierung wird dieser Trend noch weiter zunehmen. Immer mehr physische Produkte werden durch datenbasierte Dienste ergänzt und erweitert. „Anbieter von smarten Heizungen können schon heute anhand der übermittelten Informationen den optimalen Zeitpunkt für den nächsten Wartungstermin festlegen. Der Schritt zu einer individuellen Wärmegarantieversicherung auf Datenbasis ist da nicht mehr weit. Die Versicherer werden sich stärker digitalisieren müssen, um flexibel auf diese Veränderungen reagieren zu können“, so Rommel weiter.

Für die Versicherungsnehmer bedeuten diese neuen Versicherungskonzepte ebenfalls einen Paradigmenwechsel. Die Mehrheit der Nutzer steht datenbasierten und individualisierbaren Versicherungskonzepten noch eher skeptisch gegenüber. Um ein besseres Verständnis der Kundensicht hinsichtlich dieser Konzepte zu erhalten, wurde in Kooperation mit dem Marktforschungsinstitut YouGov zusätzlich eine repräsentative Kundenbefragung unter 2049 Bundesbürgern durchgeführt. Demnach wären nur neun Prozent der Befragten, die noch keinen solchen Tarif haben, bereit, ihrem Versicherer Verhaltensdaten zur Verfügung zu stellen, um einen Beitrag zu erhalten, der ihrem individuellen Risiko entspricht. Drei von zehn Nutzern lehnen die Weitergabe von Verhaltensdaten ab, wären aber offen für eine Versicherung nach dem Baukastenprinzip. 14 Prozent wären sowohl an einer Versicherung nach dem Baukastenprinzip, als auch an einem verhaltensbasierten Tarif interessiert, wenn sie dafür ein besseres Angebot bekommen würden. Vier Prozent der Befragten nutzen bereits einen Tarif, bei dem sie den Beitrag durch ihr Verhalten beeinflussen können, wie z.B. einen Telematik-Tarif in der Kfz-Versicherung, der gutes Fahrverhalten belohnt. „Um in der neuen Produktwelt erfolgreich zu sein, müssen die Versicherungsunternehmen also immer zwei Perspektiven einnehmen – die technologische und die ihrer Kunden“, fasst Digitalisierungsexperte Wolff-Marting zusammen.

Mehr Details und weitere hochrelevante Erkenntnisse sind ab sofort in der Studie „Assekuranz 4.0 – Versicherungen im digitalen Dreieck, Wie sich das Geschäftsmodell Versicherung in seinen Produkten, Prozessen und Arbeitswelten verändern wird“ ersichtlich. Die Studie ist auf der Website von Adcubum auf Anfrage gratis erhältlich:
<http://www.adcubum.com/aktuell/adcubum-studie>

Die Versicherungsforen Leipzig GmbH

Die Versicherungsforen Leipzig verstehen sich als Dienstleister für Forschung und Entwicklung (F&E) in der Assekuranz. Als Impulsgeber für die Versicherungswirtschaft liegt ihre Kernkompetenz im Erkennen, Aufgreifen und Erforschen neuer Trends und Themen, zum Beispiel im Rahmen von Studien und Forschungsprojekten unter unmittelbarer Beteiligung von Versicherern. Basierend auf aktuellen wissenschaftlichen und fachlichen Erkenntnissen entwickeln und implementieren sie zukunftsweisende Lösungen für die Branche. Mit dem speziellen Wissen der Versicherungsbetriebslehre, der Versicherungsinformatik, der Versicherungsmathematik und des Versicherungsrechts schaffen die Versicherungsforen Leipzig die Basis für die Lösung anspruchsvoller neuer Fragestellungen innerhalb der Assekuranz. Zudem

ermöglichen die wissenschaftliche Interdisziplinarität und der hohe Praxisbezug einen aufschlussreichen „Blick über den Tellerrand“.

Weitere Informationen:

Adcubum Deutschland GmbH

Geschäftsführung

Michael Süß

Telefon: +49 40 6077102 59

E-Mail: Michael.Suess@adcubum.com

Pressekontakt:

Arne Stuhr

Telefon: +49 177 3055 194

E-Mail: Presse@adcubum.com