

Medienmitteilung

Die Lebensversicherung am Scheideweg: Neue Technologien verändern die Art der Interaktion zwischen Versicherern und Konsumenten

- Neue Technologien und digitale Daten machen den Risikoprüfungsprozess in der Lebensversicherung effizienter und verbessern Risikoselektion sowie Preisgestaltung
- Mit Hilfe von Technologien und digitalen Daten können Lebensversicherer ihre Reichweite vergrössern und die Kundenbindung erhöhen
- Die Lebensversicherer müssen ihre Geschäftsmodelle anpassen, indem sie mehr in neue Technologien investieren und ihre Talentstrategien überdenken
- Technologische Fortschritte stellen die Lebensversicherer allerdings auch vor Herausforderungen, unter anderem im Bereich des Datenschutzes und hinsichtlich der Ausbreitung nicht traditioneller Branchenakteure

Zürich, 16. Dezember 2015 – Die Lebensversicherungsbranche steht am Scheideweg: Neue Technologien ermöglichen eine Revolutionierung des Risikoprüfungsprozesses, des Umgangs mit Daten und der Einbindung von Kunden. Die neueste *sigma*-Studie von Swiss Re, «Lebensversicherung im digitalen Zeitalter: Ein grundlegender Wandel steht bevor», beschäftigt sich mit der Frage, wie die Lebensversicherer einige der heutigen technologischen Möglichkeiten aufgreifen und wie die Zukunft aussehen könnte. Im Fokus stehen Themen wie die Nutzung von Big Data, die kognitive Informatik sowie Ansätze für Versicherer, ihre Reichweite mit Hilfe von digitalen Daten zu vergrössern. Ausserdem befasst sich die Studie mit den sich abzeichnenden Herausforderungen für Lebensversicherer wie z. B. der Schaffung einer positiven digitalen Erfahrung für Konsumenten, der Beobachtung regulatorischer Veränderungen (vor allem hinsichtlich des Datenschutzes) und dem Umgang mit nicht traditionellen Branchenakteuren als möglichen Partnern oder Konkurrenten.

Media Relations, Zürich
Telefon +41 43 285 7171


Kurt Karl, Zürich
Telefon +41 43 285 3369

Clarence Wong, Hong Kong
Telefon +852 2582 5644

Milka Kirova, Armonk
Telefon +1 914 828 6503

Swiss Re AG
Mythenquai 50/60
Postfach
8022 Zürich

Telefon +41 43 285 2121
Fax +41 43 285 2999

www.swissre.com
 @SwissRe

Die Vorteile des digitalen Zeitalters sind in der Lebensversicherung bereits zu spüren. Neue Datenquellen und Onlineplattformen bieten neue Möglichkeiten zum Speichern und Analysieren von Informationen. Ein zunehmender Trend sind die Nutzung von Big Data und neuen Analysewerkzeugen um den Risikoprüfungsprozess weiter zu Automatisieren und zu Verbessern. Entwicklungen in der kognitiven Informatik werden diesen Trend weiter vorantreiben und konsistentere Entscheidungen und Kosteneinsparungen im Risikoprüfungsprozess bewirken.

«Die Nutzung der Lernfähigkeit kognitiver Systeme sowie deren Spracherkennungs- und Textverständnisalgorithmen werden die Extraktion aussagekräftiger Informationen aus sämtlichen Datenquellen, einschliesslich unstrukturierter medizinischer Berichte, ermöglichen», sagt Kurt Karl, Chefökonom bei Swiss Re. «Gleichzeitig dürften Big Data und neue Analysewerkzeuge dem noch sehr jungen Bereich der auf der Vorhersageanalytik («predictive analytics») basierenden Risikoprüfung Auftrieb geben.»

Darüber hinaus können neue Technologien den Gesundheitszustand der Konsumenten und folglich die Risikoselektion für Versicherer verbessern. So sind Ärzte bislang nur in begrenztem Umfang in der Lage, den Gesundheitszustand eines Patienten zu beobachten, nachdem dieser die medizinische Einrichtung verlassen hat. In der Zukunft können sie die Herzfrequenz ihrer Patienten mit Hilfe sogenannter Wearables, d. h. internetfähiger elektronischer Geräte, die (nahe) am Körper getragen werden, aus der Ferne überwachen, wodurch die Früherkennung eines Herzinfarkttrisikos deutlich verbessert wird. Diese Informationen können dazu genutzt werden, Arzneimitteltherapien zu optimieren und zu personalisieren, was zu einem Wandel in Richtung Echtzeitriskoprüfung führen dürfte.

Einbindung des Konsumenten

Im Hinblick auf die Konsumenten untersucht die Studie, wie das Verfahren zur Beantragung einer Lebensversicherung mit Hilfe neuer Technologien weniger langwierig und invasiv gestaltet werden kann. Neue Datenquellen und Werkzeuge für die Vorhersageanalytik bieten Chancen die Kundenbedürfnisse differenzierter zu Ermitteln. Dies kann den Lebensversicherern dabei helfen, ihre Konsumenten besser einzubinden. Ausserdem lassen sich die neuen Formate für die Kommunikation und den Informationsaustausch dazu nutzen, die Produkte zugänglicher und attraktiver zu machen und etwa das Antragsverfahren durch den Einsatz von Spielelementen (Gamification) zu vereinfachen.

Abbildung 1: Mögliche technologiebasierte Produkt- und Serviceangebote der Versicherer



Quelle: Swiss Re Economic Research & Consulting.

Des Weiteren können Technologien neue Möglichkeiten für eine regelmässige Interaktion mit den Konsumenten schaffen, um die Kundenbindung zu verbessern und die sich verändernden Bedürfnisse der Konsumenten zu erkennen. So haben beispielsweise einige Lebensversicherer Bonusprogramme eingeführt: Konsumenten, die sich für einen gesünderen Lebensstil entscheiden, sich mehr bewegen, regelmässige Vorsorgeuntersuchungen wahrnehmen oder mit dem Rauchen aufhören, erhalten hierbei eine Belohnung. Solche Programme sorgen möglicherweise nicht nur für eine verstärkte Kundenbindung, sondern haben auch das Potenzial, die Gesundheit der Versicherungsnehmer zu fördern und den Schadenverlauf zu verbessern.

Neue Technologien bieten ausserdem die Möglichkeit, neue Kundensegmente zu erschliessen. Dies ist vor allem in den Schwellenländern der Fall, wo der Vertrieb von Versicherungen über mobile Geräte in den letzten zehn Jahren exponentiell zugenommen und vielen bislang unterversicherten oder nicht versicherten Menschen den Abschluss einer Lebensversicherung ermöglicht hat.

Chancen und Herausforderungen

Um von den Chancen des digitalen Zeitalters zu profitieren, müssen die Lebensversicherer ihre Geschäftsmodelle sowie ihre Investitionen in die Technologie überprüfen und optimieren; zudem müssen sie ihre Talentstrategien überdenken. Dies umfasst auch die Umwandlung bestehender IT-Systeme in flexible, innovationsfreundliche Plattformen. Erst dadurch werden die Versicherer in der Lage sein, neue Datenquellen zu erschliessen, eine zentrale Sicht auf den Kunden zu erhalten und für alle Berührungspunkte mit den Konsumenten eine konsistente Erfahrung zu bieten.

Darüber hinaus müssen sich die Lebensversicherer adaptive Beschaffungsfähigkeiten aneignen. Der Einkauf arbeitet traditionell nur mit einer kleinen Anzahl an bekannten Anbietern zusammen und hat wenig Erfahrung, was die Zusammenarbeit mit spezialisierten Start-up-Unternehmen betrifft. Diese Situation verändert sich bereits. Einige Lebensversicherer sind Partnerschaften mit kleineren Technologieunternehmen eingegangen, um eigene Datenanalysekapazitäten aufzubauen. Technologische Entwicklungen könnten etablierte Versicherer zur Aufnahme neuer Geschäftsmodelle anregen und ihnen die Gelegenheit geben, neue Dienstleistungen ausserhalb des Versicherungsbereichs anzubieten.

Neben den vielen Chancen gibt es allerdings auch Herausforderungen. Die Lebensversicherer werden deshalb neue Risikomanagementverfahren umzusetzen haben, insbesondere was den Schutz von Konsumentendaten betrifft. Des Weiteren müssen sie unbedingt regulatorische Veränderungen im Zusammenhang mit der Nutzung digitaler Daten und Analysen in der Risikoprüfung sowie im grenzüberschreitenden Geschäft beobachten und sich entsprechend anpassen. Zudem sind die Lebensversicherer gezwungen, auf die Ausbreitung nicht traditioneller Branchenakteure zu reagieren. Die neuen Marktteilnehmer bieten Chancen für beidseitig vorteilhafte Partnerschaften, könnten letztlich jedoch auch mit traditionellen Versicherern konkurrieren.

Bemerkungen für die Redaktionen

Swiss Re

Die Swiss Re Gruppe ist ein führender Wholesale-Anbieter von Rückversicherung, Versicherung und anderen versicherungsbasierten Formen des Risikotransfers. Die von Swiss Re direkt oder über Broker betreuten internationalen Kunden sind Versicherungsgesellschaften, mittlere bis grosse Unternehmen und Kunden des öffentlichen Sektors. Swiss Re nutzt ihre Kapitalstärke, ihre Fachkompetenz und ihre Innovationsfähigkeit zur Entwicklung von Lösungen, die von Standardprodukten bis hin zu ausgeklügelten kundenspezifischen Versicherungsdeckungen für sämtliche Geschäftssparten reichen und das Eingehen von Risiken ermöglichen, was für Unternehmen und den allgemeinen Fortschritt von wesentlicher Bedeutung ist. Swiss Re wurde 1863 in Zürich gegründet und ist über ein Netz von Gruppengesellschaften und Vertretungen an rund 70 Standorten präsent. Das Unternehmen wird von Standard & Poor's mit «AA-», von Moody's mit «Aa3» und von A.M. Best mit «A+» bewertet. Die Namenaktien der Holdinggesellschaft für die Swiss Re Gruppe, Swiss Re AG, sind an der Schweizer Börse SIX Swiss Exchange gemäss International Reporting Standard kotiert und werden unter dem Tickersymbol SREN gehandelt. Für weitere Informationen zur Swiss Re Gruppe besuchen Sie unsere Website www.swissre.com oder folgen Sie uns auf Twitter @SwissRe.

So erhalten Sie diese *sigma*-Studie:

In elektronischer Form steht die *sigma*-Studie Nr. 6/2015 «Lebensversicherung im digitalen Zeitalter: Ein grundlegender Wandel steht bevor» in deutscher, englischer, französischer und spanischer Sprache auf der Website von Swiss Re bereit: www.swissre.com/sigma. Die Fassungen in chinesischer und japanischer Sprache erscheinen demnächst.

Gedruckte Ausgaben von *sigma* Nr. 6/2015 sind jetzt ebenfalls auf Deutsch, Englisch, Französisch und Spanisch erhältlich. Die Druckfassungen auf Chinesisch und Japanisch folgen in Kürze. Bitte senden Sie Ihre Bestellung mit vollständiger Postanschrift an: sigma@swissre.com

So können Sie diese *sigma*-Medienmitteilung beziehen:

In elektronischer Form ist diese *sigma*-Medienmitteilung in deutscher, englischer, französischer, spanischer und portugiesischer Sprache auf der Website von Swiss Re erhältlich: www.swissre.com