



# Digitalisierung in der deutschen Versicherungswirtschaft IT Sicht – Quo vadis?

Dr. Dirk Heiss  
Stuttgart, 19. März 2014

# Was passiert gerade?

## Was bedeutet das?



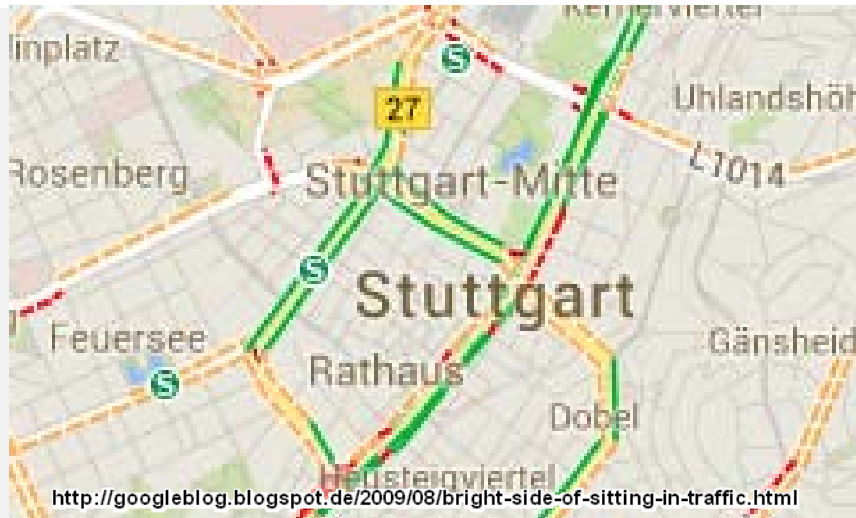
2005



2013





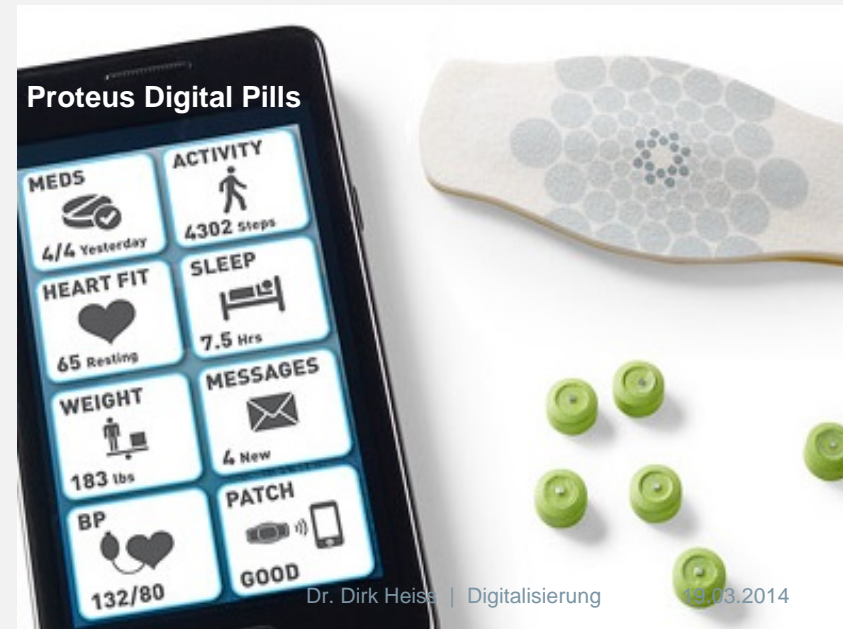


TECH | 2/16/2012 @ 11:02AM | 2,382,647 views

## How Target Figured Out A Teen Girl Was Pregnant Before Her Father Did

334 comments, 173 called-out + Comment Now + Follow Comments

Every time you go shopping, you share intimate details about your consumption patterns with retailers. And many of those retailers are studying those details to figure out what you like, what you need, and which coupons are most likely to make you happy. Target, for example, has figured out how to data-mine its way into your womb, to figure out whether you have a baby on the way long



Dr. Dirk Heise | Digitalisierung

19.03.2014

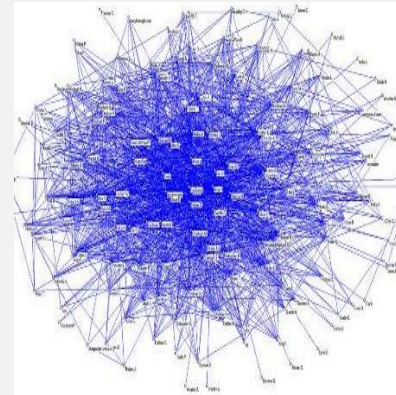
# Was bedeutet Digitalisierung?

## Internet – Information Immer und überall

Über Datennetzwerke und mobile Endgeräte stehen Informationen und Services jederzeit zur Verfügung und ermöglichen aus einer konkreten Situation heraus eine Kaufentscheidung oder Kundeninteraktion.



## Big Data



Strukturierte und unstrukturierte Daten aus eigenen Datenbanken und dem Internet werden weitgehend automatisch analysiert und erlauben in Echtzeit z. B. individuelle Kundenprofile, Kaufverhalten und Risikoanalysen.

Informationen fließen nicht mehr von einem Sender zu vielen Empfängern, sondern jeder interagiert mit jedem. Dabei ist das Vertrauen in die Information von Gleichgesinnten höher als von Institutionen und Unternehmen.



## Soziale Netzwerke

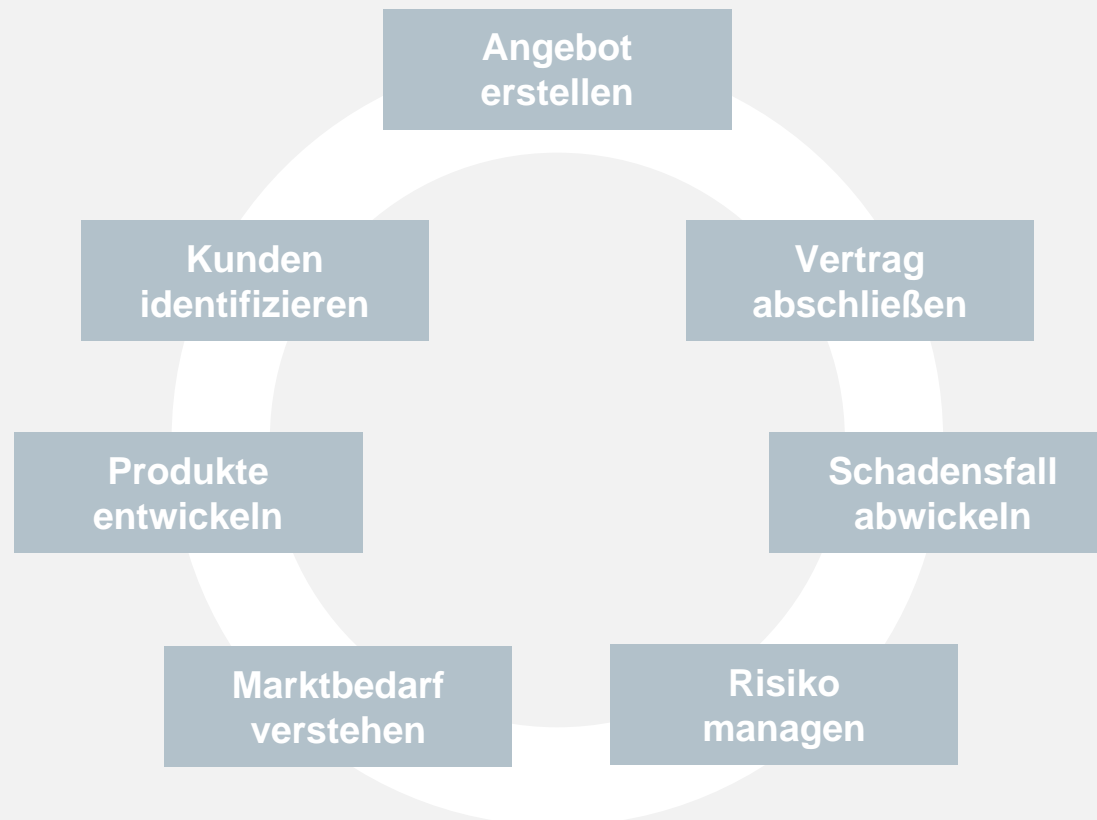


## Personalisierung

Leistungen können durch den Anwender und durch seine Profilinformationen (u.a. aus Big Data) individuell zugeschnitten werden. Kunden erwarten von Unternehmen personalisierte Ansprache, Informationen, Angebote.

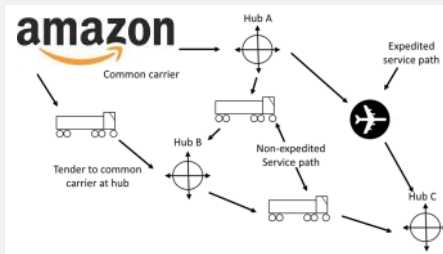
Was passiert gerade?

Was bedeutet das?



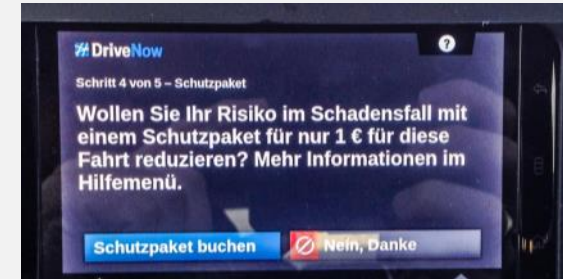
# Beispiele aus der digitalisierten Welt

## Amazon Predictive Shipping



Angebot erstellen

## DriveNow Schutzpaket



## Nest Home Automation



Kunden identifizieren

Produkte entwickeln

Vertrag abschließen

Schadensfall abwickeln

## IBM Watson in der Medizin



## Google Trends



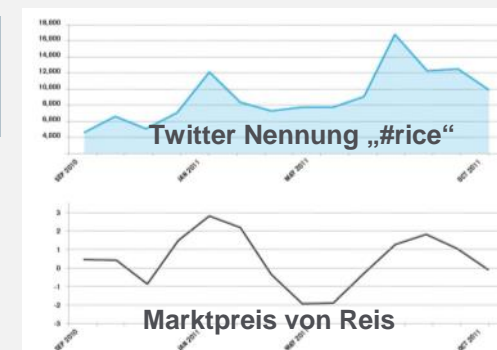
Marktbedarf verstehen

Risiko managen



Quantified Self

## Twitter als Preisindikator







# Kaufentscheidung für Versicherungsprodukte: Kosten, Kundenerfahrung und Einfachheit

	Nonlife			Life		
	UK	F	D	UK	F	D
<b>Cost</b>	1	1	1	1	1	1
<b>Trusted brand name</b>	4	4	4	3	4	4
<b>Commercials (TV, sport events,...)</b>	7	8	9	7	6	9
<b>Ease of obtaining a policy</b>	2	3	3	2	3	3
<b>Past experience with insurance</b>	3	2	2	4	2	2
<b>Recommendations from friends</b>	6	5	5	6	5	5
<b>Recommendation by agent or broker</b>	8	9	8	8	7	7
<b>Community activities and CSR</b>	9	7	7	9	9	8
<b>Available product information</b>	5	6	6	5	8	6

Quelle: Gartner European Consumer Study 2012  
1: häufigste Nennung 9: seltenste Nennung

# Technische Innovationen können in kurzer Zeit drastische Marktveränderung verursachen

## Beispiele aus der IT-Industrie



 **BlackBerry**

**Microsoft**

**NOKIA**

Internet,  
Social,  
Mobile



**amazon**

**Google**



## Vorhersage für die Versicherungsindustrie?

**Traditional  
Insurance  
Company**

Aktuell im Fokus:  
Kosteneffizienz,  
Vertrieboptimierung,  
Prozessautomatisierung,  
Profitabilität

Digitalization, Big  
Data,  
Consumerization

**“Insure as you go”**

**Car Manufacturers**

**Big Pharma**

**Retail and Social Media  
Companies**

**Niche Players**

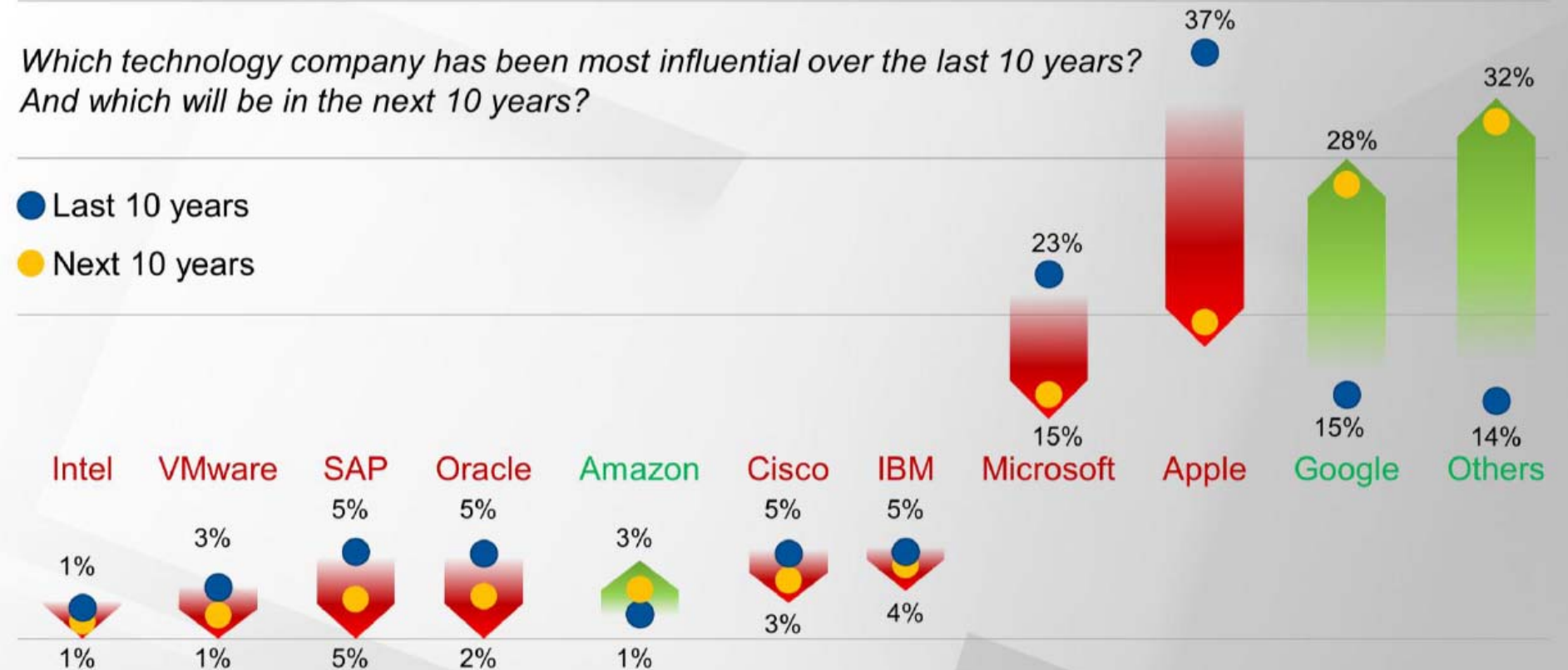


# Gartner Marktanalyse der IT-Unternehmen

## Aufsteiger und Absteiger

*Which technology company has been most influential over the last 10 years?  
And which will be in the next 10 years?*

- Last 10 years
- Next 10 years



Percentage of respondents mentioning, Gartner annual CIO survey, 2013 1305/1255 respondents



	These	Konsequenz
<b>Big Data</b>	Big Data wird Marktrealität und von Kunden akzeptiert, wenn es ihnen individualisierte, auf ihre Situation zugeschnittene Lösungen ermöglicht.	Versicherungsangebote werden ad hoc auf Basis der individuellen Kundensituation erstellt. Sie passen zum Kundenbedürfnis und benötigen keine Erklärung
<b>Lösungs-orientierung</b>	Am Markt werden Angebote am erfolgreichsten sein, die einen Mehrwert oder eine Lösung für ein Problem des Kunden bieten.	Versicherungsprodukte werden in vielen Bereichen Bestandteil eines Produkts oder Services und auch über diesen Vertriebsweg verkauft – online und situationsbezogen
<b>Versicherung quo vadis?</b>	Nicht klassische Werte wie Marke oder Marktposition sind in der digitalen Welt Erfolgsfaktoren, sondern die Fähigkeit, Veränderungen schnell in neue Geschäftsmodelle umzusetzen	Es darf angezweifelt werden, ob die Versicherungsindustrie in Bereichen wie digitale Vertriebswege, Kenntnis und Zugang zum Kunden aufholen kann. Es bleibt ihr die Produkt- und Risikoexpertise – in Partnerschaft mit Playern aus der digitalen Welt



Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!

