

Big Data: Auswirkungen auf die Geschäftsmodelle der Versicherer

*Christian G. Hofmeister
Business Development Executive
Big Data Insurance Team Europe*

christian.hofmeister@de.ibm.com

Stuttgart, März 2014

Deutscher Verein für
Versicherungswissenschaft



Big Data ein Überblick

Daten und Technologie

Prozesse und Arbeitsabläufe

Strategien

Status Quo Big Data / Einstieg in Big Data

Big Data The New Natural Resource

Big Data is the digital convergence of structured data found inside databases, and unstructured data flowing from new sources like social networks, mobile devices, sensors, RFID, smart meters and financial systems. Today, organizations can capture and analyze any data, regardless of what type, how much, or how fast it is moving, and make more informed decisions based on that information.

Big Data is growing fast

Annual growth rate

60%

Structured and unstructured data¹

In social media alone, every 60 seconds

600

new blog posts are published, and

34,000

tweets are sent²

The digital universe will grow to

2.7ZB

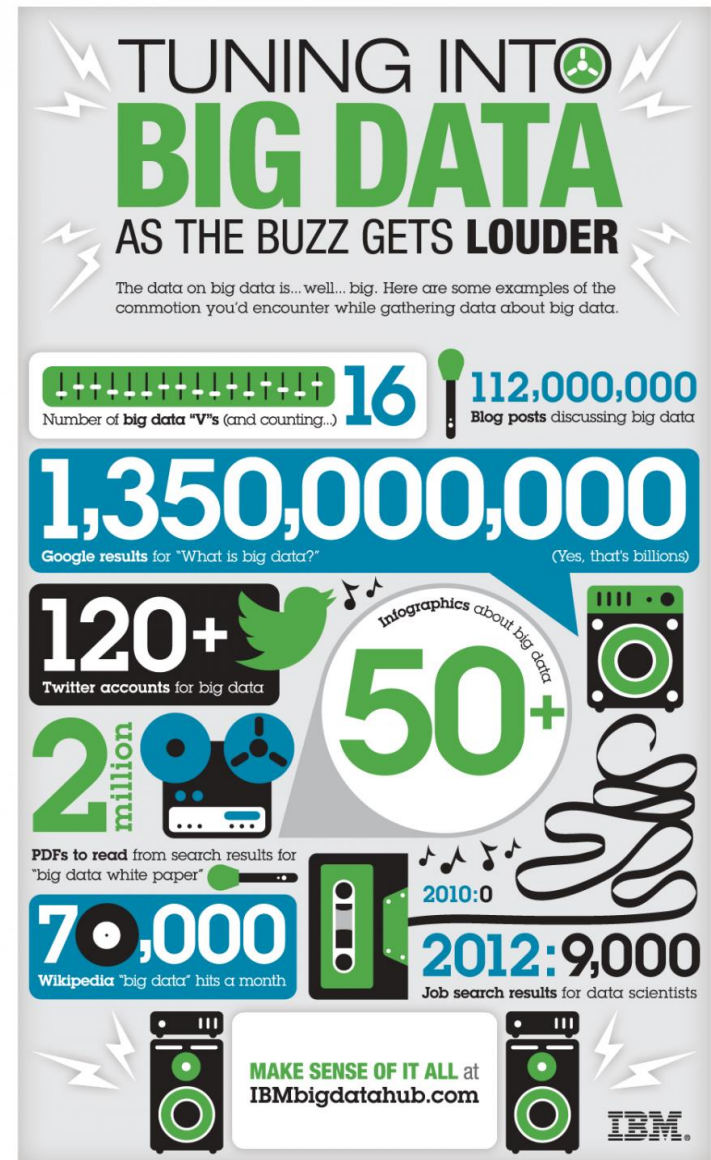
in 2012, up

48%

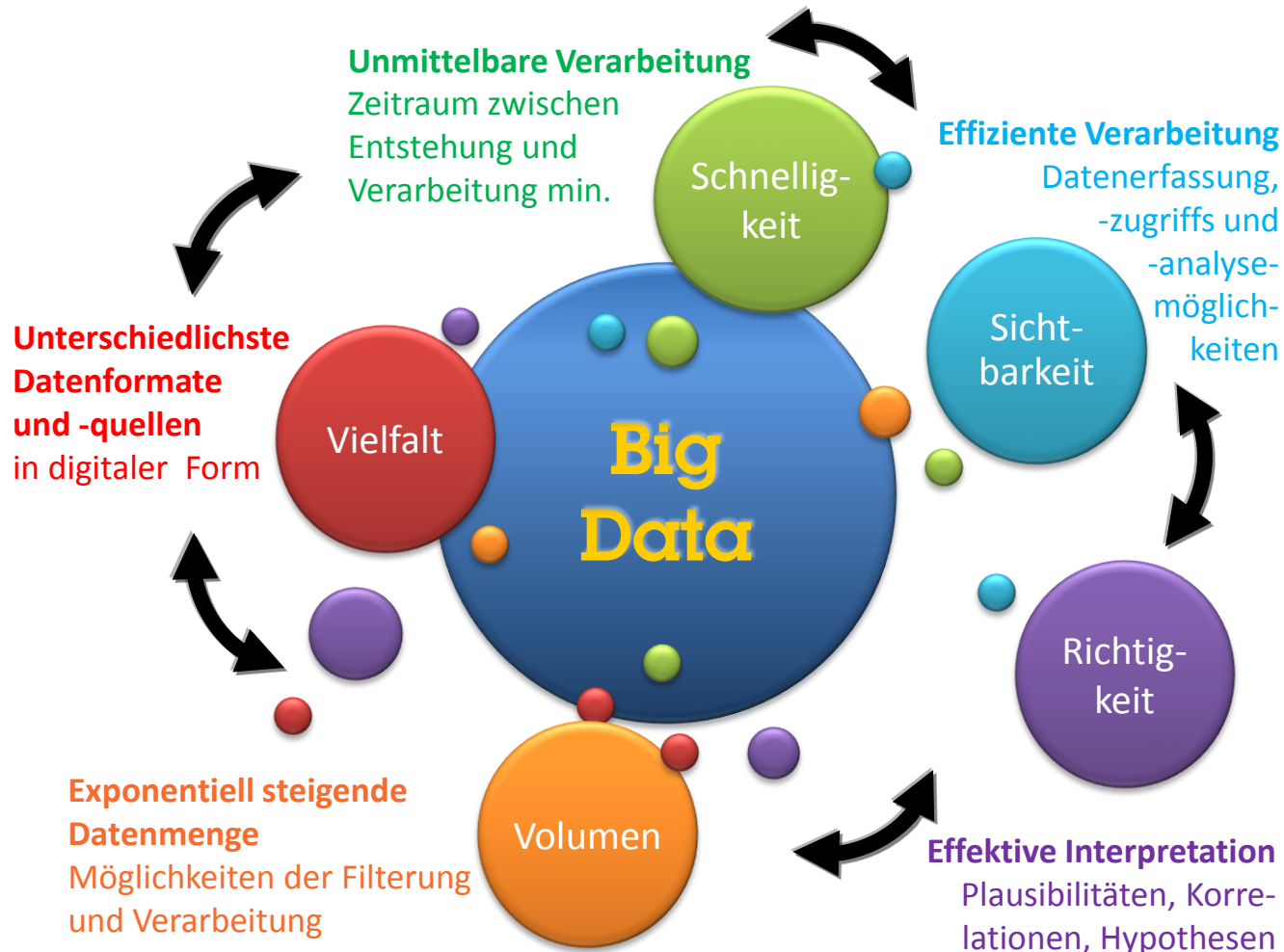
from 2011, toward nearly

8ZB

by 2015³



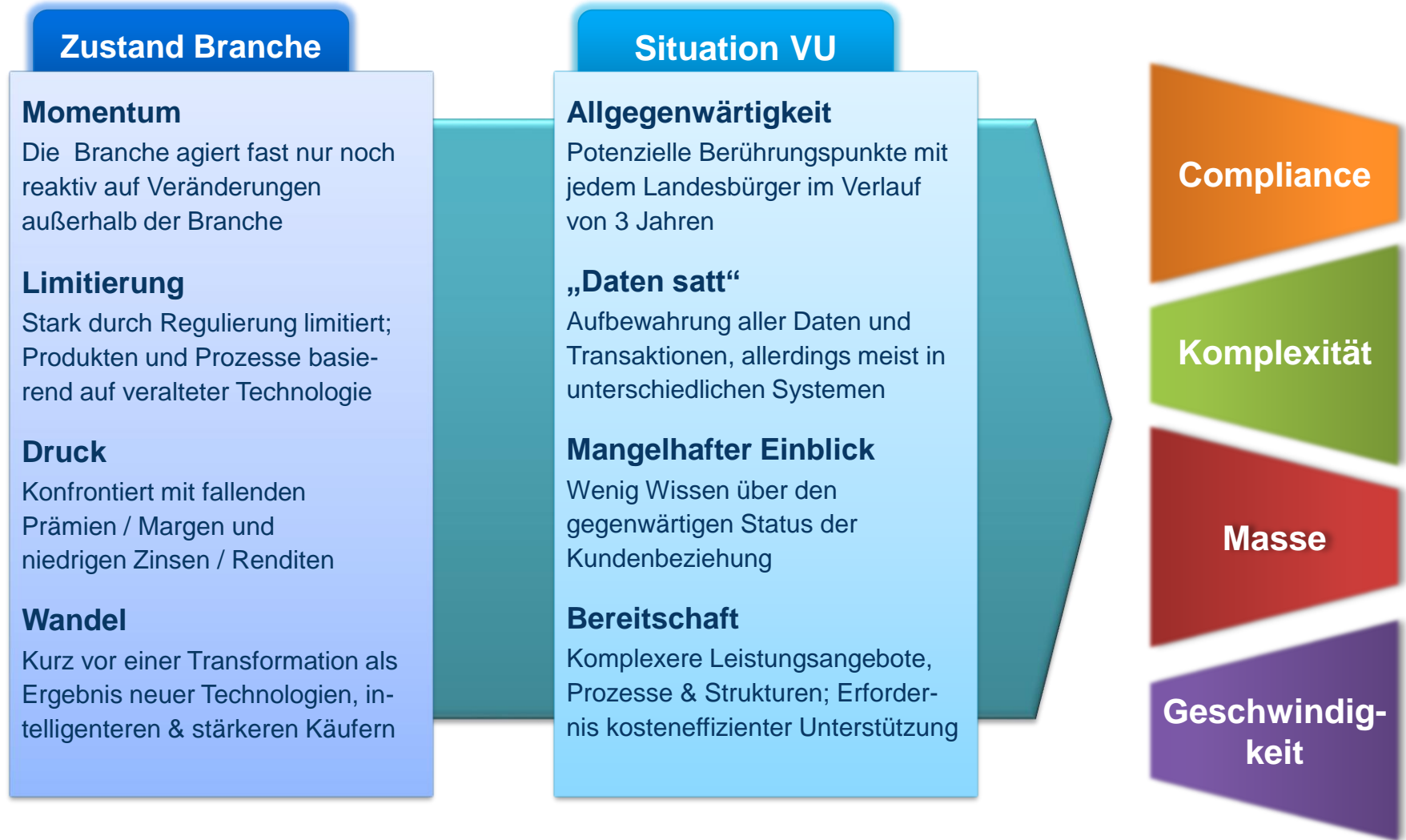
“The trick is analyzing and using data in its native format – whether that’s PDF, video, text or something else – in real time ... the underlying point of all of these new technologies is the ability to process and analyze big data in a cost-effective manner”



Warum hat Big Data gerade für Versicherer und deren Geschäftsmodelle eine so hohe Relevanz?

- Informationen über den VN / das versicherte Objekt sind ein „Produktionsfaktor“ von Versicherungen
- Mit „Big Data“ wird der Informationsraum, die Datenmenge und damit die Menge an Produktionsfaktoren drastisch erhöht
- Die Wettbewerbsfähigkeit des Versicherungsunternehmens hängt von der Verfügbarkeit und der Verarbeitungsfähigkeit über Informationen ab.
- Die durch Big Data erweiterte Diagnose- und Analytic-Möglichkeiten stehen dem grundlegenden Prinzip der Versicherbarkeit gegenüber
- Big Data erzeugt noch nicht beantwortete Fragen zur asymmetrischen Informationsverteilung (adverse Selektion, moral hazard, Marktversagen)

Die Branche der Versicherer steht vor großen Herausforderungen und besitzt noch ein hohes Potenzial für die digitale Transformation



Big Data ein Überblick

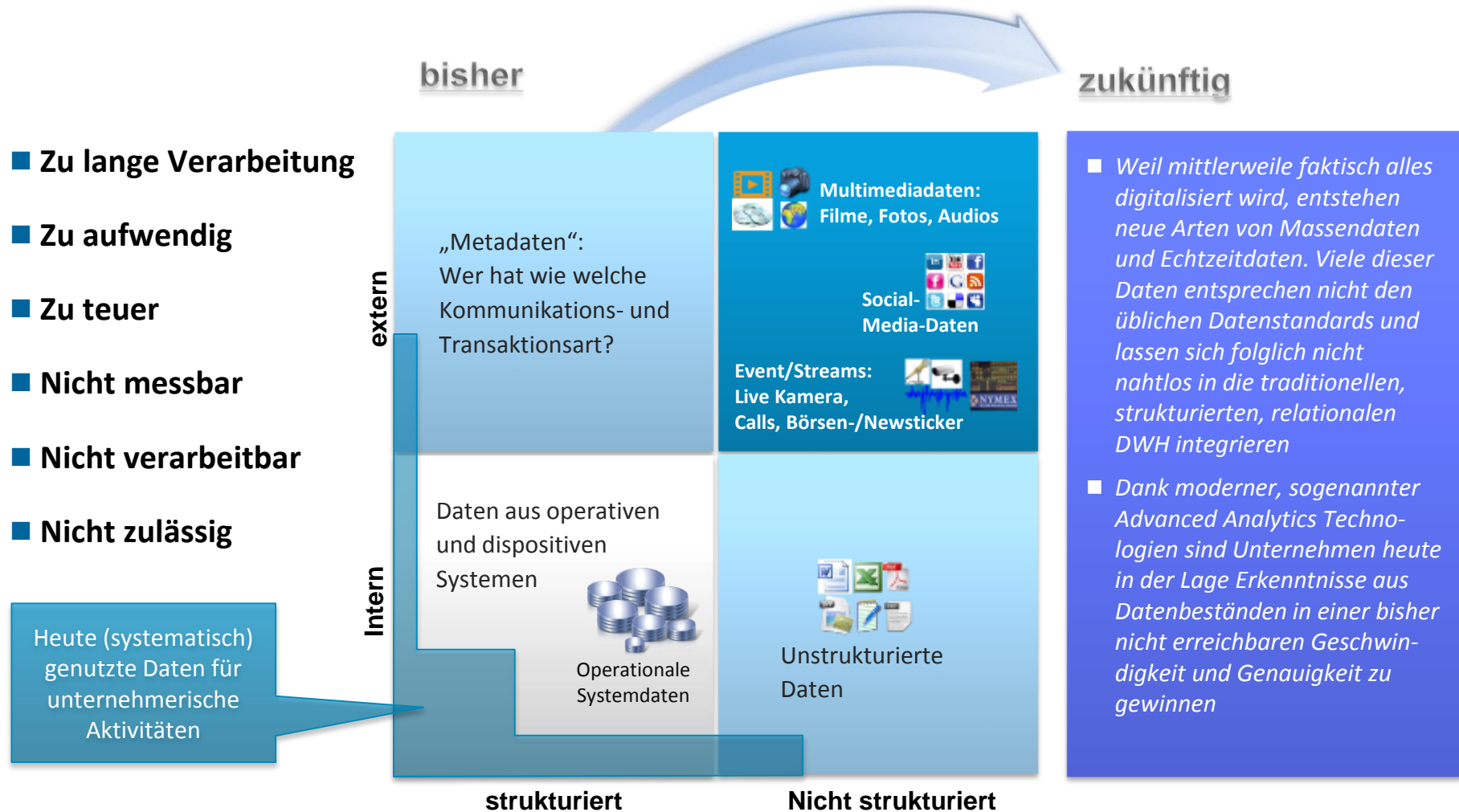
Daten und Technologie

Prozesse und Arbeitsabläufe

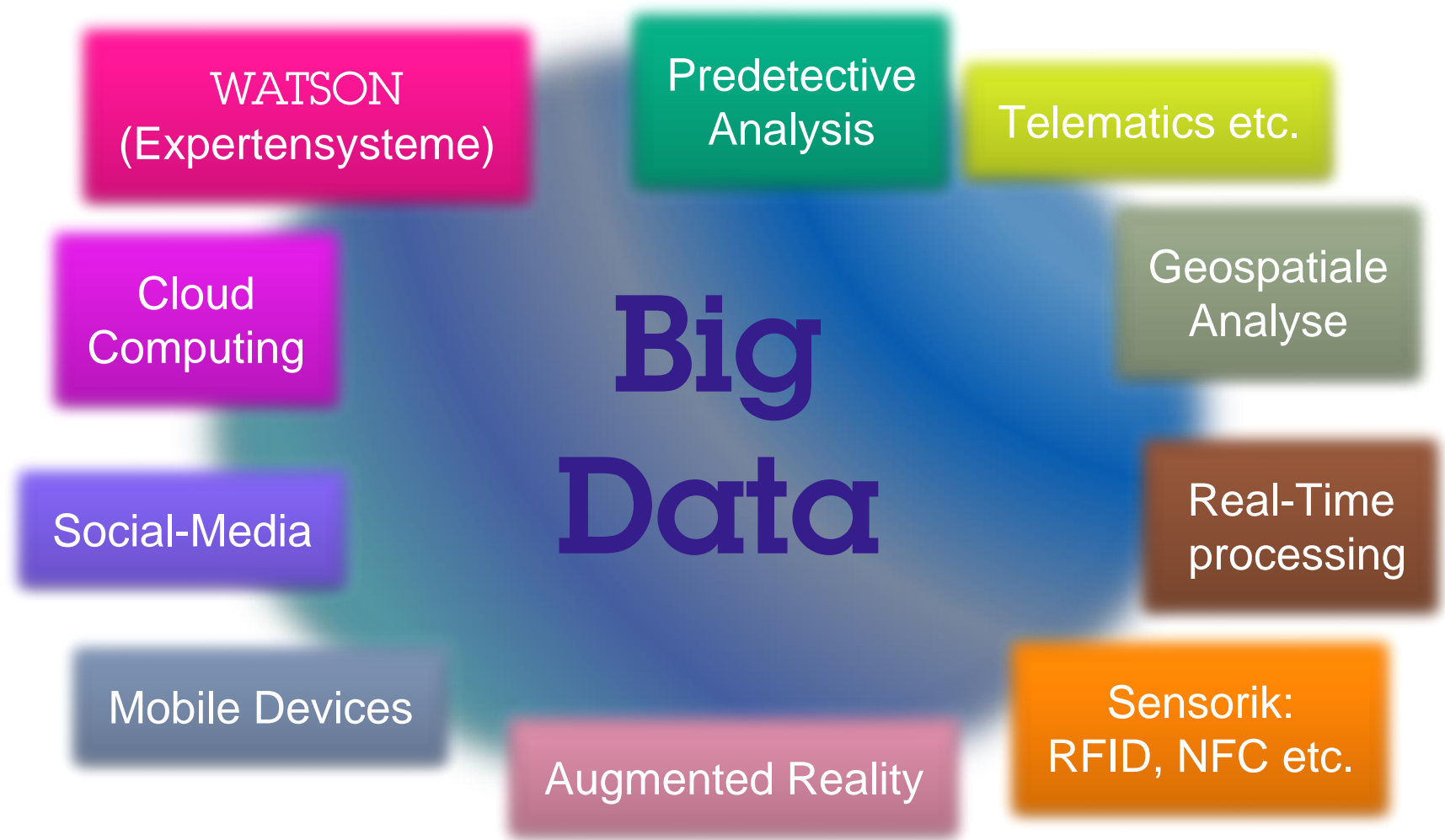
Strategien

Status Quo Big Data / Einstieg in Big Data

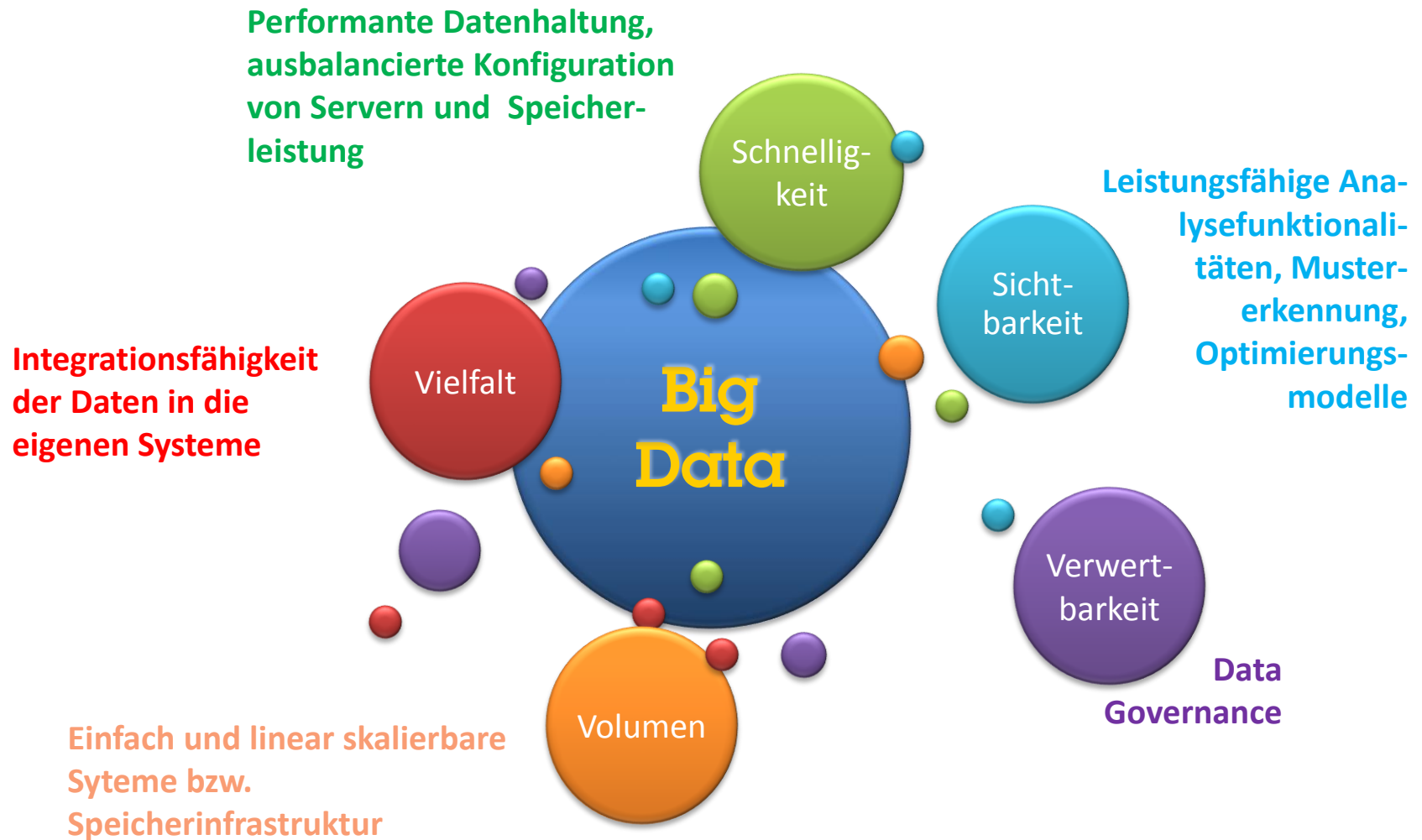
Unternehmen nutzen (bisher) nur einen Ausschnitt der verfügbare Daten ... aus guten Gründen



Grundlage für Big Data ist die informationstechnologische Entwicklung sowie die sich hieraus ergebenden Anwendungsmöglichkeiten



Technologische und organisatorische Anforderungen zur Beherrschung von Big Data



Big Data ein Überblick

Daten und Technologie

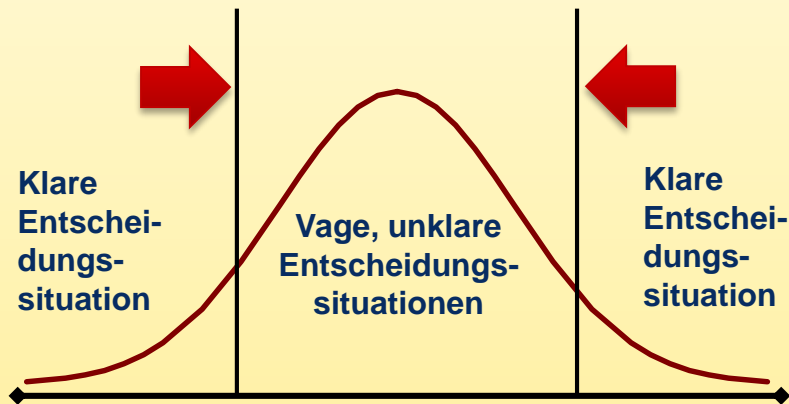
Prozesse und Arbeitsabläufe

Strategien

Status Quo Big Data / Einstieg in Big Data

Senkung der Stück- resp. Prozesskosten bei gleichzeitiger Erhöhung Qualität der Prozessausführung durch Big Data

Verbesserung der Entscheidungsqualität



Beispiele:

- Antragsbearbeitung
- Kampagnenmanagement
- Inkasso: Mahnung / Zahlungserinnerung
- Schaden: Betrug – Regulierung
- Konditionen: Optimierte Pricing

Reduktion der Stückkosten



Wie hoch ist der Anteil der Vorgänge in der Massenvorverarbeitung, die ein Sachbearbeiter u. a. aufgrund unklarer oder unvollständiger Informationslage sich auf den Bildschirm holen muss und welche Ursachen hat die manuelle Verarbeitung?

Es können mehr Vorgänge automatisiert verarbeitet werden bzw. der Bearbeitungsaufwand reduziert sich

Operationale „Big Data Einstiegspunkte“ für Versicherer



Big Data ein Überblick

Daten und Technologie

Prozesse und Arbeitsabläufe

Strategien

Status Quo Big Data / Einstieg in Big Data

Strategische Veränderungen im Versicherungsmarkt

Das Kundenverhalten wird integraler Bestandteil des Geschäftsmodells;
Differenziertere Leistungsangebote und laufende Interaktion



Aufgliederung der Wertschöpfungskette in Bestandteile des „best service offerings“

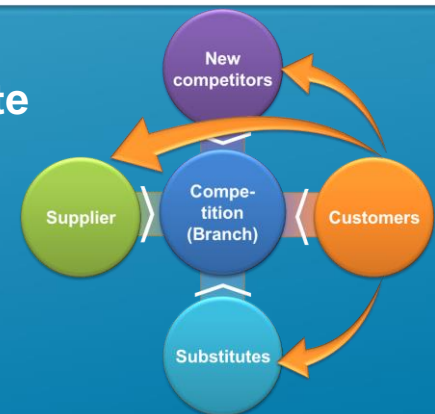


Management und Angebot des Trade-off zwischen:

- Sicherung
- Vorsorge
- Versicherung



Veränderung der Wettbewerbskräfte und Gewichtungen im Marktmodell



Vergangene und auch aktuelle Digitalisierungsinitiativen ziel(t)en vorrangig nur auf die Digitalisierung bestehender Prozesse hin



Strategische Optionen für Versicherer im Lichte von Big Data



Beispiel Vertrieb: Wie kann die Beratungsdienstleistung mit Unterstützung von Big Data zukünftig im Markt bestehen

„Wir erwarten ein Jahrzehnt, in dem Kunden an Macht gewinnen und Unternehmen mehr denn je gefordert sein werden, individuelle Lösungen anzubieten – mit messbaren Resultaten für den Kunden

- ... neue Partnerschaft zwischen Kunden und Dienstleister verlangt eine andere Art der **Interaktion**
- ... die Versicherungsindustrie wird digital: 41% der Konsumenten weltweit nutzen Online-Tools als **Basis für finanzielle Entscheidungen**
- ... der Kunde erkennt die Bedeutung des Serviceanbieters und Experten: Da das Leben komplexer und Zeit ein knapperes Gut werden, gewinnen **persönliche Hilfeleistungen** an Bedeutung. Kunden suchen zusehends Hilfe bei Coaches und Beratern“

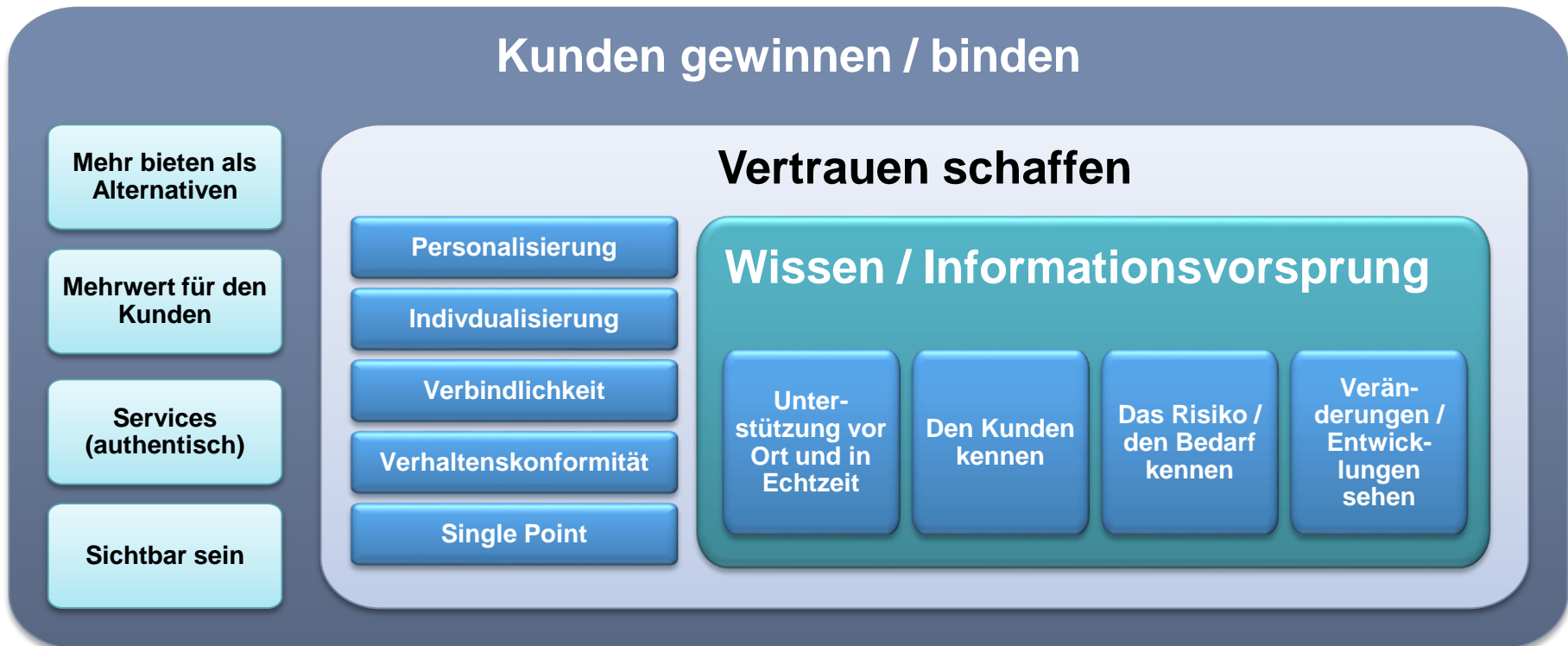
Prof. Dr. Markku Wilenius, Senior Advisor Group Economic Research and Corporate Development, Allianz SE



Big Data und die verbundenen Analytics-Instrumente sowie die steigende Digitalisierung der Administration ermöglichen ein Angebotspektrum, dass aufgrund des Aufwandes und der Kosten bisher der „Beratungs-Manufaktur“ (Hochfinanz) vorbehalten war.

Strategische Option für den Vertrieb: „Advisor und Administrator“

- Auflösung des überwiegend zeitpunktbezogene Beratungsleistung
- Steuerung (auch) an verhaltensorientierten Merkmalen des Kunden und Vermittlers
- Geschwindigkeit: Informationen, Entscheidungen und Kommunikation/Dialog



Nest-Übernahme durch Google aus Sicht der Versicherer

Big Google schleicht sich ins Schlafzimmer*

Mit der milliardenschweren Übernahme des Thermostat-Herstellers Nest macht der Konzern einen großen Schritt in das vernetzte Zuhause

Mit dem Nest-Kauf ergänzt der Konzern seine Kenntnisse um eine weitere wichtige Facette. Nest beweist mit seinen Geräten eine Kernkompetenz, die Googles Fähigkeiten ideal ergänzt: Dank intelligenter Algorithmen erforschen die Thermostate die Alltagsgewohnheiten der Nutzer im Haushalt. Sie wissen, wer wann zu Hause ist, wann das Heim geheizt werden muss, wer welche besonderen Wünsche hegt. Noch funktioniert das nur für die Temperatursteuerung, doch Nest-Gründer Fadell hegt bereits öffentlich Pläne, wie man die Lichtsteuerung oder die Türschlösser mit derselben intelligenten Steuerung aufrüsten kann. Das Protect-Thermostat etwa enthält bereits einen Bewegungsmelder und kann so auch die Präsenz von Personen in einzelnen Räumen erkennen.

Alle Nest-Geräte sind ans Netz angebunden, tauschen sich untereinander, mit dem Smartphone des Nutzers und Servern des Unternehmens aus. Der Temperatursensor im Rauchmelder liefert Daten für die Steuerung des Thermostats und kann auch gleich melden, ob jemand anwesend ist oder nicht. Fadell dürfte mit jedem weiteren Sensor neue Kontrollmechanismen etablieren, um seine Vision des vernetzten Haushaltes voranzutreiben.



- Feuer
- Hausrat
- Diebstahl
- Stromausfall
- House - Keeping
- Etc.

Quelle: Die Welt, 15.01.2014

Big Data ein Überblick

Daten und Technologie

Prozesse und Arbeitsabläufe

Strategien

Status Quo Big Data / Einstieg in Big Data

Big Data Aktivitäten und Ergebniserwartung

- Studie: Executive Report in Zusammenarbeit mit der Saïd Business School an der Universität Oxford -

Aktueller Status ihrer Big Data Aktivitäten

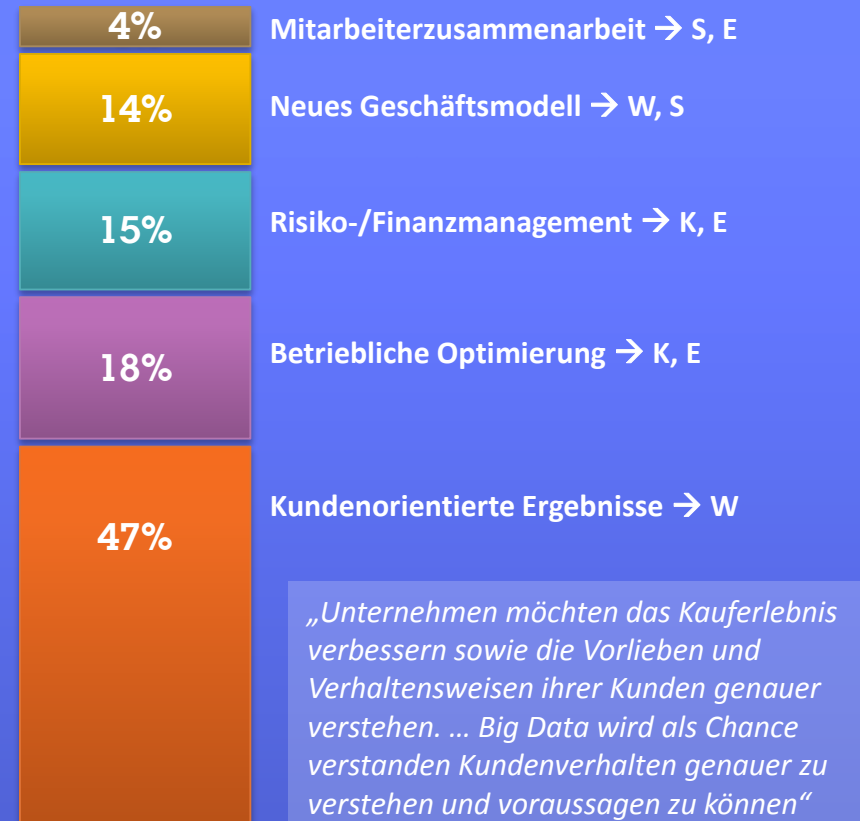


- Branchenübergreifend konzentriert sich der Business Case für Big Data im Wesentlichen auf kundenorientierte Ziele
- Fortschritte mit Big Data lassen sich nur mit einer vorhandenen skalierbaren und flexiblen Infrastruktur erzielen
- Unternehmen beginnen auf Basis vorhandener oder neu zugänglicher interner Datenquellen
- Die Nutzung von Big Data erfordert Analytics-Kompetenzen, die in den Unternehmen allerdings häufig fehlen

Status bei deutschen Versicherern (Schätzung)



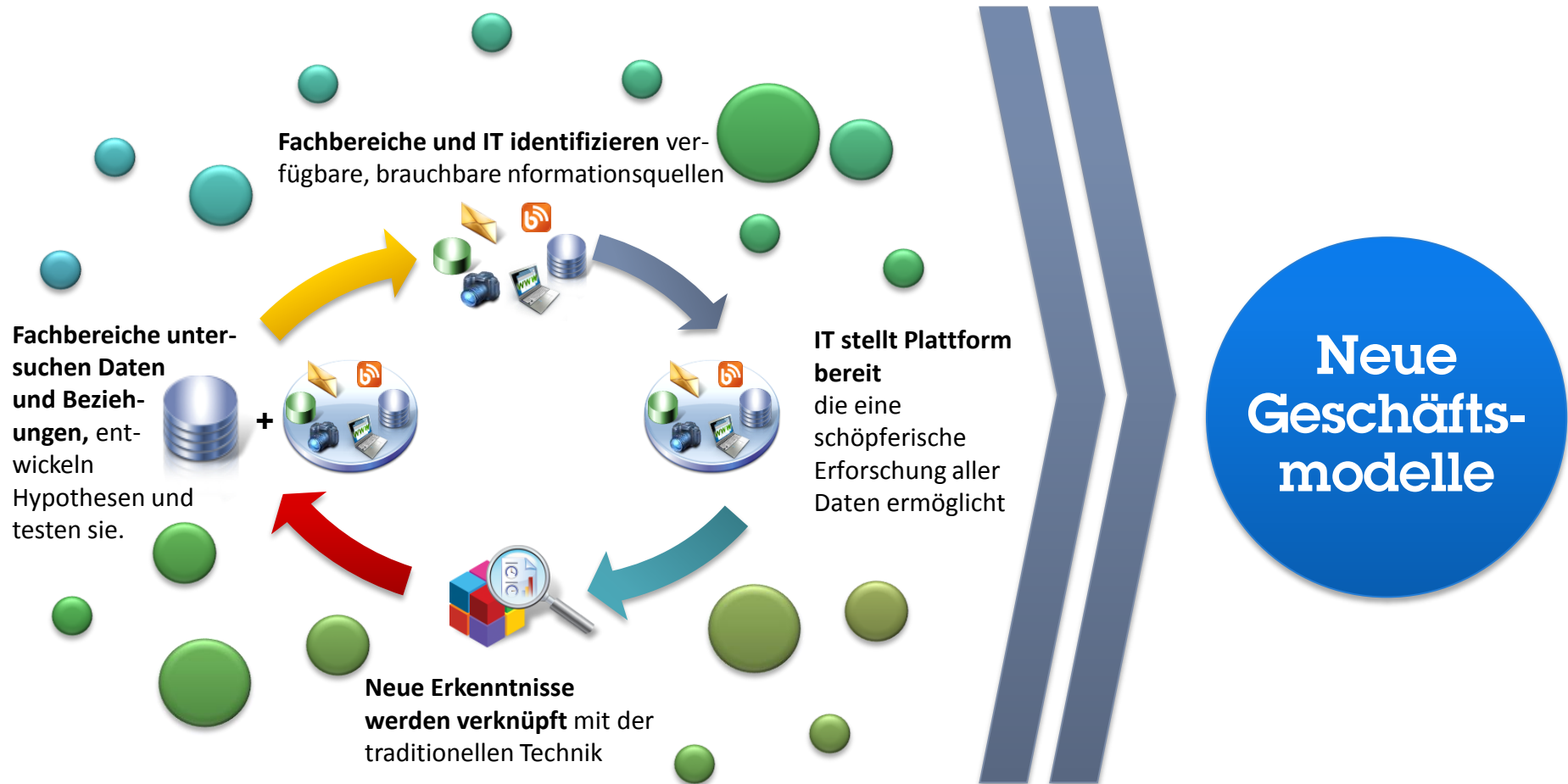
Wichtigsten Zielsetzungen nach Prioritäten



Quelle: IBM Executive Report IBM; für Vers.-Markt: Expertenschätzung

Legende: **S** = Strategie, **E** = Effizienz, **W** = Wachstum, **K** = Kosten

Der Einstieg in Big Data erfordert einen explorativen Ansatz und eine kreativen “Auswahl” aus externen und internen Datenquellen



Neue Daten und Wege Daten zu verarbeiten

Ermöglicht durch Big Data

Thesen

Technologisch

- Big Data erfordert eine Neugestaltung des Arbeitsmodelles zwischen der IT und den Marktbereichen → explorativer Ansatz

Operativ

- Big Data ermöglicht Versicherern neue, differenzierte Leistungsangebote. Voraussetzung hierfür ist die Fähigkeit, den Industrialisierungsgrad zu steigern und die Prozesse sowie Daten intern und extern zu verknüpfen

Strategisch

- Das Geschäftsmodell Versicherung wird Bestand haben, allerdings werden versicherungsfremde Unternehmen in die Wertschöpfungskette verstärkt eindringen.
- Der Wettbewerb an der Kundenschnittstelle verschärft sich drastisch, sei es beim Verkauf, der Betreuung oder im Leistungsbereich; dabei eröffnen sich für die Kunden völlig neue Möglichkeiten, ihre „Marktkräfte“ einzusetzen und zwar nicht nur im Prämienvergleich

Bevor Antoni van Leeuwenhoek, der Entdecker des Mikroskops, 1675 sein Instrument ausreichend entwickelt hatte, hatte er keine Hypothese über das gehabt, was er da sehen würde: einzellige Tiere. „Heute müssen wir Mikroskope und Teleskope für Daten bauen.“*

THINK

BIG

BIG