

24.09.2008 - 08:00 Uhr

## Accenture-Studie: Die Versicherungsprodukte der nächsten Generation

Zürich (ots) -

"Erhöhte Sehschärfe - Technologiebasierte Innovationen in der Versicherungswirtschaft: Bedeutung, Chancen und Herausforderungen

Verstärkter Wettbewerb und das wachsende Bedürfnis nach massgeschneiderten und individualisierten Versicherungsprodukten verlangen nach neuen, wegweisenden Innovationen. Vor diesem Hintergrund hat Accenture zusammen mit dem I-Lab, einer gemeinsamen Forschungsinitiative von ETH Zürich, Universität St.Gallen und der Versicherungsindustrie, eine Studie zur Bedeutung neuer Technologien in der Versicherungswirtschaft durchgeführt.

Im Fokus der Studie stehen ubiquitäre Technologien. "Dies sind Systeme, die es ermöglichen, Alltagsgegenstände mit digitaler Logik auszustatten. Die damit gewonnenen Daten können dann für eine genaue Sicht auf einzelne Objekte genutzt werden und verbessern so die Sehschärfe auf versicherte Objekte und Personen", erläutert Guido Scherer, Partner Financial Services Accenture AG, den zentralen Begriff. Die verbesserte Sehschärfe macht bisher nicht messbare Zusammenhänge erkennbar und ermöglicht den Versicherern, umfassendere und individuelle Leistungen anzubieten.

Die Versicherungsdienstleistungen von morgen

Aus den Ergebnissen der Studie lassen sich drei Entwicklungen ableiten, welche die Versicherungsdienstleistungen von morgen prägen werden: (1) Genauere Tarifierung durch verhaltensbezogene Daten, (2) aktives Risikomanagement und (3) zunehmende Integration der Versicherungsleistung in das zu schützende Objekt. "Sie alle tragen dazu bei, dass sich das Erscheinungsbild von Versicherungsprodukten in den nächsten Jahren ändern wird", so Elgar Fleisch, Professor für Informations- und Technologiemanagement ETH Zürich und Universität St.Gallen.

Eine Sparte, in der sich diese Entwicklungen schon heute abzeichnen ist die KFZ-Versicherung. Pay-as-you-drive (PAYD) - unter diesem Schlagwort bieten heute einzelne Versicherer Fahrzeugpolicen an, die sich die Vorzüge ubiquitärer Technologien zunutze machen. Durch die Installation einer On Board Unit im Fahrzeug, mit der GPS-Positionsdaten erfasst und verarbeitet werden können, werden eine kilometergenaue Prämienrechnung, das rasche Auffinden des Unfallorts sowie weitere attraktive Services möglich. Der britische Versicherer Norwich Union hat sich in diesem Bereich einen grossen Erfahrungsschatz erarbeitet, obschon nicht alle der lancierten Produkte im Bereich PAYD erfolgreich waren.

Letzten Endes entscheidet die richtige Positionierung über Erfolg und Misserfolg eines technologiebasierten Versicherungsproduktes: Umweltbonus statt Risikozuschlag, Prävention statt Verhaltensbestrafung, Betreuung statt Überwachung. Nur mit den richtigen Argumenten lassen sich Kunden für neue Technologien begeistern. Die gesellschaftliche Akzeptanz des Einsatzes ubiquitärer Systeme wird davon abhängen, welche Arten von Daten künftig in die Prämienberechnung mit eingehen.

Datenschutzdiskussionen mit Transparenz und einem aktiven Dialog begegnen Befragte zu möglichen Herausforderungen beim Einsatz neuer Technologien verweisen die Studienteilnehmer vorrangig auf enge rechtliche Rahmenbedingungen und mögliche aufkeimende Bedenken hinsichtlich des Datenschutzes. Sie sind sich einig, dass

Diskussionen über den Datenschutz folgen werden, vor allem dann, wenn der Nutzen für den Kunden nicht klar ersichtlich ist. Dem erfolgreichen Einsatz der Technologie wird dies aber kein Abbruch tun, insbesondere dann nicht, wenn Transparenz bei der Verwendung der Daten gewährleistet und der Dialog mit der Öffentlichkeit aktiv geführt wird. Datenschutzdiskussionen lassen sich gemäss der Mehrheit der Studienteilnehmer aber auch vermeiden, indem den Kunden ein verbessertes Servicespektrum oder attraktive Zusatzleistungen angeboten werden. Gesellschaftliche Veränderungen lassen die Vorbehalte gegenüber ubiquitären Technologien ohnehin schwinden. Das Verständnis von Privatsphäre hat sich aufgrund von Plattformen wie z.B. Facebook oder YouTube gewandelt und fördert einen offeneren Umgang mit persönlichen Daten. Ein weiterer Trend, der dem Einsatz ubiquitärer Technologien entgegenkommt, ist das Selbstverständnis vor allem jüngerer Generationen im Umgang mit neuen Technologien.

Technologieeinsatz intensiviert Zusammenarbeit mit externen Partnern und senkt Kosten

Die zusätzlichen Daten, welche die neuen Technologien liefern, bieten auch alternative Methoden in der Schadensrekonstruktion. Ähnlich wie Black Boxes in Flugzeugen geben ubiquitäre Systeme in Fahrzeugen oder Mobiltelefonen Aufschluss über den Hergang von Schadensereignissen und beugen Betrugsversuchen vor. Eine wesentliche Grundvoraussetzung, um solche Vorteile der Technologie auszunutzen, ist aber die notwendige Öffnung gegenüber externen Partnern, um auch von deren Kompetenzen im Bereich des Technologieeinsatzes, des Vertriebs oder des Data Minings zu profitieren. Schadens- und Leistungsprozesse erfahren durch den Einsatz von Technologien demnach eine klare Qualitätsverbesserung, gleichzeitig werden sie günstiger und die Abwicklung kann dank dem Abbau unnötiger Daten-Schnittstellen massiv beschleunigt werden.

Über die Studie

Die Studie "Erhöhte Sehschärfe - Technologiebasierte Innovationen in der Versicherungswirtschaft" untersucht die Chancen und Herausforderungen, die sich durch den Einsatz ubiquitärer Technologien für die Versicherungsmärkte in Deutschland, Österreich und der Schweiz ergeben. Dazu wurden 45 Führungskräfte auf Geschäftsleitungs- und Verwaltungsratsebene aus Deutschland, Österreich und der Schweiz befragt. Die Mehrheit der Befragten setzt sich aus Vertretern der Versicherungsbranche zusammen (77 Prozent) und 23 Prozent der Befragten kommen aus verwandten Unternehmen (Technologieanbieter, Dienstleister, Kunden, Verbände und Makler).

Über I-Lab

Das I-Lab ist eine gemeinsame Initiative der ETH Zürich, der Universität St.Gallen (Institut für Technologiemanagement und Institut für Versicherungswirtschaft) und der Versicherungswirtschaft. Gemeinsame Zielsetzung ist die über die reine Forschung hinausgehende Identifikation und Implementierung innovativer Einsatzmöglichkeiten neuer Technologien in der Assekuranz. Die Internetadresse lautet [www.i-lab.ch](http://www.i-lab.ch).

Über Accenture

Accenture ist ein weltweit agierender Managementberatungs-, Technologie- und Outsourcing-Dienstleister. Mit dem Ziel, Innovationen umzusetzen, hilft das Unternehmen seinen Kunden durch die gemeinsame Arbeit leistungsfähiger zu werden. Umfangreiches Branchenwissen, Geschäftsprozess-Know-how, internationale Teams und hohe Umsetzungskompetenz versetzen Accenture in die Lage, die richtigen Mitarbeiter, Fähigkeiten und Technologien bereit zu stellen, um so die Leistung seiner Kunden zu verbessern. Mit rund 180.000 Mitarbeitern in 49 Ländern erwirtschaftete das Unternehmen im vergangenen Fiskaljahr (zum 31. August 2007) einen Nettoumsatz von 19,7 Milliarden US-Dollar. Die Internet-Adresse lautet [www.accenture.ch](http://www.accenture.ch).

Die gesamte Studie steht unter [www.accenture.ch](http://www.accenture.ch) zum Download zur Verfügung.

Kontakt:

Accenture  
Fraumünsterstrasse 16  
8001 Zürich  
Jacqueline Leichsering  
Tel.: +41/44/219'55'28  
Fax: +41/44/219'88'89  
E-Mail: [j.leichsering@accenture.com](mailto:j.leichsering@accenture.com)  
Internet: [www.accenture.ch](http://www.accenture.ch)

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100008862/100570196> abgerufen werden.