

eraneos

WE'RE

OPEN

E-Paper



Open Insurance

Mit Open Insurance
relevant bleiben

Einleitung

Open Insurance

„Open Insurance“ als Antrieb der Veränderung. Egal ob im Zusammenhang mit Plattformen oder Ökosystemen: Versicherer sollten die Möglichkeiten nicht ignorieren und neue Fähigkeiten aufbauen.



Hannes Dorfmaier
Manager, Industry Head Insurance

© Alle Urheber- und Veröffentlichungsrechte sind vorbehalten; eine Vervielfältigung oder Weitergabe an Online-Dienste, auch auszugsweise, ist nur mit Zustimmung zulässig.

Was kann ein MES und wieso sollte man sich damit auseinandersetzen?



Ein Versuch es einzuordnen

Gemäss Google Trends ist der Begriff open Insurance nicht weniger gesucht als open Banking und auch nicht weniger lange bekannt. Trotzdem ist open Insurance in der Diskussion noch nicht so angekommen, und was ist überhaupt open Insurance und was hat es mit Ökosystemen zu tun?

Der Business Ecosystem View

Häufig versteht sich unter open Insurance das Angebot oder der Bezug von Produkten und Services an- beziehungsweise von Partner, durch Öffnung der Versicherer Value Chain. Damit können folglich umfassendere Kundenservices entstehen, welche die Customer Journey unterstützen. Etwas breiter gefasst könnten wir es auch als den Aufbau oder die Teilnahme an einem Ökosystem verstehen.

Leider - wie so oft - etwas ungeliebt behandelt: der Konsument. Diesen muss man neben den Partnern auch noch als Stakeholder einbeziehen. Eigentlich der Entscheidende.

Insbesondere Konsumenten haben ein grosses Interesse an mehr Transparenz, Offenheit und Möglichkeiten (= Individualisierung!). Nebenbei fördert Transparenz und Offenheit die Innovation, welche die Versicherungsbranche bis vor nicht zu langer Zeit noch wie Strohfeuer gescheut zu haben scheint. Nicht gänzlich selbst verschuldet, durch Regulierungen zur Bürokratie verdammt, ohne dabei Kundennutzen zu stiften.

Der Technology View

Man kann open Insurance auch noch durch die Technologie-Brille betrachten: Dann spricht man insbesondere von API-Architekturen gepaart mit dem Plattformgedanken oder verschiedenen Versicherungsapplikationen. APIs (Schnittstelle zur Programmierung von Anwendungen) sollen eine simple Art sein Daten auszutauschen. Designt dafür diese einfach anzuwenden, überall im Web verfügbar, sicher, zuverlässig ... - Reibungsverluste sollten schlichtweg beseitigt werden und der User merkt davon am besten nichts, ausser natürlich den neuen Möglichkeiten.

Im Banking ist dies bereits verfügbar und teilweise in Anwendung (mitunter getrieben durch die Zahlungsdiensterichtlinie – PSD2), z.B. Zugriff auf Bankenfremde Konten mit nur einer App. Möglich machen dies standardisierte Schnittstellen. Man spricht dabei von open APIs.

Closed APIs lassen sich auch im Versicherungsumfeld finden, beispielsweise für den Austausch von Schadensinformationen zur Betrugsbekämpfung. Könnte man hinsichtlich der gesuchten Definition daraus schlussfolgern, dass open Insurance eigentlich open Innovation ist? Oder vielleicht eher dem Ansatz der open Platform Innovation entspricht?

Open Insurance und open Platform Innovation

Closed Innovation bedeutet komplette Kontrolle über den Innovationsprozess innerhalb des Unternehmens und ist somit ausser Reichweite für Konsumenten und Partner - Stichwort Betriebsblindheit? Resultiert oftmals in hohen Sunk Costs, langsamer Innovation (eher Evolution), zu wenig Kundenfokus etc. Im Gegensatz dazu der Ansatz open Innovation. Dieser erlaubt die Vermischung von Firmen und externem Know-how und Ideen, wobei es dabei verschiedene Ansätze gibt (inside out, outside in, bi-directional).

Was könnte das für die Versicherungsbranche bedeuten?

Um zukünftig relevant zu bleiben, benötigt die Branche innovative Ansätze, welche Kundennutzen stiften, das ist unbestritten. Anderenfalls wird es nicht möglich sein neue Revenue Streams zu generieren und das Portfolio wird mit zunehmender Geschwindigkeit erodieren.

Die Öffnung bedeutet Zugriff für Stakeholder auf Kundendaten, auch für Mitbewerbende. Somit ist es nicht nur eine vertikale Integration, sondern auch eine horizontale. Damit wären wir auch wieder bei Ökosystemen, dessen Formung jedoch ein Thema für sich darstellt.

Um diese Sorgen und Ängste rund um Offenlegung von Informationen und Know-how etwas zu nehmen – open Innovation muss dies nicht bedeuten. Es gibt Instrumente wie Licensing, IP Management usw., um dies zu managen.

Darüber hinaus existiert die Angst von den bestehenden Versicherungen, dass wachsende (tech-) Plattformen sie eines Tages obsolet machen, oder zumindest nur noch im Hintergrund als purer Risk-Taker und Leistungserbringer agieren lassen.

Fragen wir uns im Rahmen dieser Befürchtungen einmal: Wem «gehört» eigentlich der Kunde wirklich?

- Tesla hat in Q1/2020 88'400 Autos ausgeliefert. Seit 2019 bietet Tesla, in Kooperation mit einem Versicherer, seinen Kunden auch gleich mit dem Fahrzeugkauf eine Versicherung an.
- Apple hat 2019 ca. 185 Millionen iPhones verkauft. Wie viele davon haben wohl AppleCare+ (Sorglospaket für premium Support und Reparaturen)?

Diese Services und Produkte auf den Plattformen der GAA-FAs & Co erzeugen Kundennutzen, ohne, aus Sicht des Kunden, etwas mit Versicherung zu tun zu haben.

Allheilmittel Plattform?

Einfach den Plattform-Gedanken von Facebook, Uber, Airbnb & Co kopieren, reicht das? Leider nein, aus einem einfachen Grund:

Von den genannten Plattformen wissen wir, dass mit steigender Nutzerzahl auch der Nutzen für alle Beteiligten exponentiell steigt. Wer würde Facebook nutzen, wenn es kaum (aktive) User gäbe (Henne - Ei Problem sozusagen). Alle Entrepreneur unter uns, insbesondere im B2C Bereich, können davon ein Lied singen.



Der positive Netzwerkeffekt im Bereich des klassischen Versicherungsgeschäftes, der Übernahme eines Risikos, ist nicht vorhanden. Denn es erhöht sich grundsätzlich der Bedarf am Risiko Transfer nicht. Den Plattformgedanken schlichtweg zu reproduzieren scheint daher wenig vielversprechend. Denken wir an die genannten Beispiele von Tesla und Apple. Mit ihren zusätzlichen Services erzeugen sie weitere Touchpoints mit ihren Kunden und sammeln dabei strukturierte Daten, womit sie wiederum ihre Services verbessern können.

Diese Firmen haben erkannt – mit

- A einer state-of-the-art Plattform,
- B einer (grossen) segmentierten Kunden-Basis,
- C vielen Kunden Touchpoints und
- D einem guten Kundenverständnis (!)

ist es möglich, zusätzliche Services entlang der Customer Journey zu designen und zu monetarisieren.

Wenn nicht einfach eine Plattform, was dann?

Greifen wir den Begriff «open Platform Innovation» nochmals auf. Wir haben festgestellt, es ist notwendig, dass Versicherungen sich öffnen um neue, möglichst viele, Anknüpfungspunkte zu schaffen. Damit ist es möglich neue Kundenkanäle zu erstellen und mehr strukturierte Daten über (potenzielle) Kunden zu sammeln. Für diesen Datenaustausch – sei es firmenintern, mit Partnern oder Konsumenten – braucht es standardisierte Schnittstellen.

Daten, Daten, Daten ... darauf läuft es hinaus.

Mittels Anknüpfung vieler Quellen über eine open Platform entsteht ein Netzwerk. Dieses ermöglicht es einerseits strukturierte Daten, welche für die verbesserte Produktentwicklung (z.B. spezifisch auf Kundensegmente, oder Preisfestlegung) verwendet werden können. Andererseits fördert es open Innovation. Zusammen ermöglicht es, aus der Sicht des Netzwerk-Erstellers, die Entstehung eines Ökosystem und aus der Sicht des Konsumenten, eine ununterbrochene Customer Journey.

Die erforderlichen Capabilities

Selbstverständlich ist es nicht zu leugnen, dass damit einhergehend viele herausfordernde Thematiken im Bereich Security und Datenschutz sowie Data Management und Analytics auf uns zukommen. Insbesondere im letzteren ist es entscheidend Capabilities aufzubauen und diese strategisch prioritär zu behandeln.

Wir haben auch festgestellt, dass APIs der Schlüssel für den Aufbau von open Ecosystems sind. Genauso wie das Erlauben von open Innovation. Dieser Ansatz und Gedanke muss jedoch erst einmal Teil der Firmenkultur werden, wofür ein grosses Umdenken erforderlich ist.

Man sieht - im Gegensatz zu open Banking – ist open Insurance noch in der Findungsphase. Vermutlich auch deshalb, weil es nicht regulatorisch getrieben ist und nur wenige Versicherer derzeit überhaupt in der Lage sind sich dem Ansatz zu widmen. Es scheint mir jedoch sicher, dass open Insurance ein wichtiger Baustein-, wenn nicht sogar der einzige Weg, zum nachhaltigen Erfolg in der Schaffung von Ökosystemen sein wird.

Die Themen, welchen sich die Versicherungsbranche prioritär stellen muss, sind jene der Capabilities und Kultur. Sofern man weiterhin für den Konsumenten relevant bleiben will.

Experienced in a wide range of industries

Eraneos Group ist eine internationale Management- & Technologieberatungsgruppe, die Dienstleistungen von Strategie bis Implementierung anbietet. Sie ist aus dem 2021 angekündigten Zusammenschluss von Ginkgo Management Consulting, Quint Group und AWK Group hervorgegangen. Die Gruppe betreut Kunden auf drei Kontinenten, wo rund 1.000 engagierte und hochqualifizierte Fachleute gemeinsam daran arbeiten, das volle Potenzial der Digitalisierung auszuschöpfen. Die Dienstleistungen reichen von der Entwicklung digitaler Geschäftsmodelle und Datenanalysen bis hin zu Cybersicherheit, von

Sourcing und IT-Beratung zum Management komplexer Transformationsprojekte. Eraneos Group hat Niederlassungen in der Schweiz, Deutschland, Luxemburg, Spanien, den Niederlanden, China, Singapur und den USA. 2021 erzielte die Gruppe einen Umsatz von fast 200 Millionen Euro.

[Contact us >](#)

[Our offices >](#)

[Visit our website >](#)