

REFERAT

von Markus Hongler, Vizepräsident SVV
Anlass **Jahresmedienkonferenz des SVV 2018**
Datum 18. Januar 2018
Ort Zürich

InsurTech – Konkurrenz oder Katalysator für die Versicherungswirtschaft?

Es gilt das gesprochene Wort.

Sehr geehrte Damen und Herren

InsurTech ... Das Wort alleine jagt manchem von uns Versicherern ganz schön den Puls in die Höhe. Die Gefühlslage bewegt sich irgendwo zwischen Nervosität und Begeisterung. Denn InsurTechs sind nichts Geringeres als Start-ups mit dem technologischen Potenzial, den Versicherungssektor auf den Kopf zu stellen.

Die erhöhte Herzfrequenz kommt also nicht von ungefähr. Und der digitale Fortschritt hält nicht nur uns auf Trab. Er verändert die gesamte Gesellschaft.

Ein Leben ohne Internet und Handy? Sie kennen die Antwort – für die junge Generation ist das unvorstellbar. Ein eigenes Auto oder die eigenen vier Wände? Darauf hingegen können heute schon viele gut verzichten. Denn so etwas kann man sich schliesslich auch teilen: Sharing Economy nennt sich dieses System, das gerade Sachversicherer herausfordert. Statt einem eigenen Auto bestellt man via App spontan eine Fahrgelegenheit oder reserviert das Mobility-Fahrzeug. Die Ferienunterkunft sucht man virtuell via Airbnb. Filme auf DVD – vergessen Sie es: Netflix und Youtube bieten Zugang zu allem, was das Herz begehrt. Ich muss gestehen: Dienstleistungen online überall und zu jeder Zeit zu beziehen, ist sehr komfortabel.

Als Firmenchef mache ich mir Gedanken, was die Digitalisierung – und die Kundenbedürfnisse, die sich damit verändern – für unser Geschäft bedeuten. Der Datenschutz ist nur eine der Überlegungen. Es geht vor allem darum, wie der Kunde uns wahrnimmt, was er von uns erwartet, und: weshalb er sich von seinem Versicherer abwenden könnte, was seine Alternativen sind. Da wo die «neue digitale Welt» mit den Dienstleistungen der Versicherer zusammenkommt, entsteht InsurTech. Die Frage lautet: Sind InsurTech-Unternehmen dabei Konkurrenten oder Katalysatoren?

Die vier InsurTech-Kategorien

InsurTechs digitalisieren nicht einfach ein analoges Geschäft. Sie suchen nach ganz neuen Wegen, um mit den Kunden zu kommunizieren. Sie sind schnell und setzen in der Kundeninteraktion auf Einfachheit und Transparenz.

InsurTechs lassen sich grob in vier Kategorien unterteilen:

- Am bekanntesten sind Versicherungsportale. Sie vergleichen Versicherer und ihre Produkte und Angebote. 60 Prozent der Digital Natives informieren sich heute ausschliesslich online – auch über solche Portale.
- Die Versicherungsverwaltung richtet sich an Private wie auch an Unternehmen. Sie reicht vom digitalen, papierlosen Versicherungsordner bis hin zu Verwaltungsprogrammen für Personaladministration, Gebäudemanagement oder Fahrzeugflotten.
- Beratungs- und Sales Tools stellen Technologien für das Suchen, Vergleichen und Analysieren von Versicherungsinformationen bereit.
- Peer-to-Peer/Cashback Unternehmen bieten Kunden die Möglichkeit, sich online einer Solidargemeinschaft anzuschliessen und sich so für ein bestimmtes Risiko oder für eine bestimmte Zeit gemeinsam zu versichern.

Technische Voraussetzungen

Für die Umsetzung dieser Geschäftsmodelle setzen die InsurTechs auf neue Trends, die auch für die Entwicklung der Versicherungswirtschaft eine zentrale Rolle spielen. Die Trends, die innerhalb der letzten Jahre entstanden sind, sind faszinierend und revolutionär zugleich. Künstliche Intelligenz, Blockchain-Technologie, Internet der Dinge – ihr Potenzial ist immens! Und wir Versicherer? Wir schauen nicht aus sicherer Entfernung zu, sondern nutzen die neuen technologischen Möglichkeiten. Schliesslich erwarten das auch unsere Kunden. Und unsere Voraussetzungen sind gut.

Wirtschaftliches Potenzial

In der Schweiz zählen wir im Moment rund 20 Unternehmen zu den InsurTechs. Die grosse Menge der Unternehmen ist in den USA zu Hause. Sie sind wahre Kapitalmagnete. In den letzten paar Jahren ist der Kapitalzufluss stark angewachsen, und eine Trendwende ist nicht absehbar. Das Potenzial solcher Firmen und deren teilweise disruptive Geschäftsmodelle werden vom Kapitalmarkt sehr hoch eingeschätzt.

Einschätzung: Good or Bad?

Müssen wir uns nun überhaupt von InsurTechs aus der Ruhe bringen lassen? Bedeuten InsurTechs nun mehr Stress oder Begeisterung? Sicher ist: InsurTechs machen uns Druck, sie rütteln auf. Und das ist gut! Warum?

Wir profitieren von den Ideen und Innovationen von Start-ups und bieten im Gegenzug Versicherungs-Know-how, das sich über Jahrzehnte – ja sogar über mehr als 150 Jahre! – etabliert hat. Das Potenzial dieser Zusammenarbeit ist gross und wird bereits gelebt:

- Swissslife investiert in Bexio, einen Software-Provider. Dieser erleichtert z. B. Auftragsverwaltung, Rechnungstellung und Produkteverwaltung für KMU.
- Die Axa ist mit dem Züricher IT-Start-up Veezoo im Bereich der Datenverarbeitung eine Partnerschaft eingegangen.
- Die Baloise hat die Umzugsplattform Movu gekauft.
- Die Helvetia ist an der Hypotheken-Plattform Moneypark beteiligt.
- Die Mobiliar ist zu 50 Prozent am Online-Markplatz Scout24 und an der Carsharing-Plattform Sharoo beteiligt.
- Die Westschweizer Versicherungsgesellschaft Vaudoise platziert mehrere Millionen Franken in FinTech- und InsurTech-Fonds der Investmentgesellschaft Blackfin Capital.

Wir, die Versicherer, bauen Digitalisierungs-Expertise auf und nutzen Synergien mit versicherungsnahen Bereichen. Und wir werden auch selber zu InsurTechs. Zum Beispiel mit der Autoversicherung Friday der Baloise oder mit Axa Sure, einer App, die es ermöglicht, Gegenstände schnell und einfach on demand zu versichern.

Rahmenbedingungen

Den Weg der Zusammenarbeit und der Eigenentwicklung werden wir – ja müssen wir! – weiter beschreiten. Dafür brauchen wir ein Umfeld, das auf folgenden Regulierungsgrundsätzen beruht:

1. Die Rahmenbedingungen sind prinzipienbasiert und lassen Raum für Innovation.
2. Regulierung so wenig wie möglich und nur so viel wie nötig.
3. Für gleiches Geschäft und gleiche Risiken gelten die gleichen Regeln.

Das heisst: gleich lange Spiesse für alle, also für die Versicherer und für InsurTech-Firmen. InsurTechs definieren bestehende Kundenschnittstellen neu. Sie widmen sich meistens nur einzelnen Teilen der Wertschöpfungskette, z.B. Vertrieb, Administration, Schaden oder Asset Management. Sie belassen, wenn immer möglich, die kapitalintensiven Risiken bei den traditionellen Versicherern. Dadurch sind sie oft nicht wie diese reguliert und müssen letztlich nicht die gleichen Kapitalanforderungen erfüllen.

Gilt für sie: no risk, more fun? Etwas salopp ausgedrückt könnte man von digitaler Rosinenpickerei sprechen. Das ist selbstverständlich legitim und gehört zum Wettbewerb. Durch asymmetrische Regulierung darf dieser Wettbewerb aber nicht verzerrt werden.

Der Gesetzgeber hat mit dem Aufkommen von FinTech die Bankenverordnung bereits angepasst. Aber auch für Versicherer müssen die Rahmenbedingungen mit den neuen Gegebenheiten Schritt halten. Gerne möchte ich an dieser Stelle drei konkrete Beispiele nennen:

- Wegen der veränderten Kundenbedürfnisse und Geschäftsmodelle müsste unserer Ansicht nach die Bewilligungspraxis für versicherungsfremde Angebote von bestehenden Versicherern im Versicherungsaufsichtsgesetz VAG überprüft werden. Sie ist heute sehr restriktiv.
- Stichwort Cloud Computing: Die Auslegung des neuen Finma-Rundschreibens über die Auslagerung von Prozessen muss es den Versicherern weiterhin ermöglichen, ihre Daten auf Clouds im Ausland auszulagern. Geschieht das nicht, wäre das ein erheblicher Wettbewerbsnachteil.
- Und schliesslich könnten die Versicherer die Investitionen in neue Technologien und Start-ups stark erhöhen, wenn sie diese Investitionen mit weniger Kapital unterlegen müssten. Dafür ist eine Anpassung im Schweizer Solvenztest SST nötig, dem Regelwerk, das die Eigenkapitalanforderungen der Versicherer vorschreibt.

Fazit

Wir Versicherer stehen mitten in der digitalen Revolution. Wir wollen sie aktiv mitgestalten und uns in diesem Umfeld profitabel weiterentwickeln – im Interesse unserer Kundinnen und Kunden.

Wir nehmen den Schwung von Start-ups auf und arbeiten mit ihnen zusammen. Auf diesem Weg sind wir auf Rahmenbedingungen angewiesen, die offen, prinzipienbasiert und technologieutral sind und allen Marktteilnehmern die gleichen Chancen bieten.

Die technologische Entwicklung wird uns noch ein Weilchen nicht zur Ruhe kommen lassen. Mit fairen Rahmenbedingungen wird sie weiterhin begeistern – uns, und auch die Kunden.