

REFERAT

von Michèle Rodoni, Vorstandsmitglied SVV und CEO Mobiliar
Anlass **Jahresmedienkonferenz des SVV 2022**
Datum 2. Februar 2022
Ort Zürich

Die Digitalisierung des Versicherungssektors – in einem geeigneten gesetzlichen Rahmen eine Chance für Branche und Kunden

Es gilt das gesprochene Wort.

Sehr geehrte Damen und Herren

Hätten wir die Pandemie noch vor wenigen Jahren gehabt, hätten wir diese Pressekonferenz absagen müssen. Doch seit der Erfindung des Internets im Jahre 1991 hat die digitale Revolution unsere Gesellschaft und unsere Gewohnheiten tiefgreifend verändert. Wir alle profitieren von den damit einhergehenden Vorteilen. Seither greifen technologische Veränderungen immer rasanter um sich, wobei sich das Tempo seit Beginn der Pandemie noch weiter beschleunigt hat. In vielen Branchen spielte die Pandemie die Rolle eines Beschleunigers.

Doch wie wirkt sich die Pandemie auf die Versicherungsbranche aus?

Natürlich sind auch wir betroffen. Während einige Branchen stark unter der Coronakrise gelitten haben und Mitarbeitende in Kurzarbeit schicken oder sogar entlassen mussten, blieben wir Versicherer davon verschont. Mehr noch: Wir konnten unsere Mitarbeiterzahlen sogar erhöhen!

Als solidarische Wirtschaftsakteure haben wir daher Verantwortung übernommen und ab Sommer 2020 zusätzliche Lehrstellen angeboten. Gleichzeitig haben wir – soweit möglich – Lernenden nach ihrer Ausbildung einen festen Arbeitsplatz angeboten. Denn wir dürfen nicht vergessen, dass Mitarbeitende mit einer soliden Ausbildung zu den Schlüsselfaktoren für den Erfolg eines Unternehmens zählen. Dies gilt für die Versicherungsbranche in besonderem Masse.

Vor allem mit Blick auf die demographische Entwicklung gewinnt lebenslanges Lernen zunehmend an Bedeutung. Aus diesem Grund werden Privatversicherer nicht müde, in die Nachwuchsförderung zu investieren.

Neben Lehrstellen bieten Versicherer Hochschulabsolventen Praktika an. Sie bilden qualifizierte Spezialisten aus und sichern so die Zukunft ihres Unternehmens und der gesamten Branche. Derzeit sind über 2000 Lernende und Praktikant/innen bei Versicherungsgesellschaften in Ausbildung.

Unsere Arbeitsweise hat sich verändert

Auch wenn die Pandemie glücklicherweise keine negativen Auswirkungen auf unsere Mitarbeiterzahlen hatte, so hat sie dennoch unsere Arbeitsweise tiefgreifend verändert. In den letzten Jahren haben wir hohe Investitionen in die digitale Transformation getätigt.

Die Coronakrise hat uns vor Augen geführt, dass wir in diesem Bereich bereits gut aufgestellt waren. Denn wir hatten bereits neue Arbeitsformen entwickelt und fest etabliert. Aus diesem Grund konnten wir nahtlos auf die Arbeit aus dem Homeoffice umstellen.

Die gute Nachricht für die Versicherungsbranche lautet, dass wir in den letzten zwei Jahren unsere Aktivitäten aufrechterhalten konnten. Für unsere Kunden waren keine Veränderungen spürbar und sie mussten auch keine Leistungsunterbrechungen oder Qualitätsverluste bei unseren Leistungen hinnehmen.

Mithilfe geeigneter Tools haben wir unsere Kunden per Videokonferenz beraten, virtuelle Meetings abgehalten und Schadenfälle mit höchster Geschwindigkeit bearbeitet: So können wir einen Schadenfall nunmehr per Videoanruf beurteilen, ohne uns vor Ort begeben zu müssen.

Um gleichzeitig dem Bedürfnis unserer Kundinnen und Kunden nach persönlicher Beratung nachzukommen, ermöglichen wir auch wieder in gewohntem Ausmass persönliche Treffen bei den Kunden zuhause oder in unseren Generalagenturen.

Der Schweizer Versicherungssektor zahlt jeden Tag durchschnittlich rund 140 Millionen Franken Renten und Leistungen an seine Kunden. Dies veranlassen wir aus unseren Büros oder aus dem Homeoffice. Beide Arbeitsoptionen sind mittlerweile fest etabliert und ermöglichen einen reibungslosen Ablauf. Dies beweist, dass der Versicherungssektor in Sachen Digitalisierung bereits weit fortgeschritten ist.

Da die Kundenzufriedenheit an oberster Stelle steht, ist die Tatsache für uns von zentraler Bedeutung, dass wir unsere Leistungen auf einem gleichbleibend hohen Niveau erbringen konnten und unsere Kunden somit nicht zusätzlich unter der Krise zu leiden hatten.

Die Digitalisierung: ein echter Mehrwert für unsere Kunden

Technologische Tools sind wichtig, da sie uns helfen, unseren Kundenservice zu verbessern. Aber wie? Die Digitalisierung bietet völlig neue Möglichkeiten: So sind wir für unsere Kunden 24 Stunden am Tag auf dem digitalen Weg erreichbar, wobei einfache Prozesse vollautomatisiert durch Chatbots übernommen werden. Auch die Bearbeitung von Schadenfällen ist effizienter. Mit auf künstlicher Intelligenz basierenden Software-Programmen können Leistungen rasch und zum richtigen Wert bezahlt werden, während gleichzeitig Versicherungsbetrug erschwert wird. Die Technologie hilft, Betrugsfällen vorzubeugen und diese zu erkennen und möglichst Zahlungen für nicht gerechtfertigte Schadenfälle zu vermeiden. So können Prämien erhöhungen verhindert werden, die sich auf alle Versicherten auswirken würden.

Doch die digitale Transformation betrifft nicht nur Prozesse, sondern auch Produkte. So hat das Zeitalter der personalisierten Versicherungspolicen begonnen. Dank leistungsfähiger technologischer Tools können wir unsere Produkte verfeinern. Dies kommt den Kunden zugute, da die Produkte auf ihr Profil, ihre Risiken und ihre Bedürfnisse zugeschnitten sind. Da die Versicherung auf dem Solidaritätsprinzip beruht, besteht hierbei die zentrale Herausforderung darin, das richtige Gleichgewicht zwischen Solidarität und Individualisierung zu finden.

Darüber hinaus hat die Digitalisierung unserer Prozesse und Produkte Auswirkungen auf unsere Nachhaltigkeit: So kann zum Beispiel dank neuer Technologien ganz auf das systematische Ausdrucken von Policen und Rechnungen verzichtet werden.

Wie Sie sehen, sehen wir die Digitalisierung als Chance. Eine Chance für uns und unsere Kunden.

Über welche Kanäle erfolgt der Vertrieb?

Seit den Anfängen des Internets gingen Branchenexperten davon aus, dass die Versicherungsbranche auf den digitalen Vertriebsweg umsteigen wird. Diese Vorhersagen haben sich zumindest bis zum gegenwärtigen Zeitpunkt und für die Schweiz als falsch herausgestellt. Unseren Generalagenturen kommt noch immer eine grosse Bedeutung zu und dies wird auch in Zukunft so bleiben.

Bei der Mobiliar betrachten wir unsere digitalen Angebote als Ergänzung zu unserem Netzwerk an Generalagenturen.

Wir wissen, dass sich 90% unserer Kundinnen und Kunden wünschen, sowohl online als auch über lokale Experten Zugriff auf unsere Leistungen zu haben. Dank moderner Technologien sind wir jederzeit und ortsunabhängig für unsere Kunden erreichbar. Die überwältigende Mehrheit der Schweizer wünscht sich, den Kommunikationskanal frei wählen zu können. Um diesem Bedürfnis Rechnung zu tragen, werden wir weiter über den digitalen und den analogen Kanal für unsere Kunden da sein.

Allgemein gesprochen kommt es regelmässig vor, dass Kunden vom Internet zum Berater wechseln. Der Verbraucher ist mobil, autonom und entwickelt sich stetig in seinen Bedürfnissen weiter. Was er sucht, ist «Bequemlichkeit»: einfach, schnell, effizient. Unsere Kundinnen und Kunden wählen bei jeder Interaktion den für sie passenden Kommunikationsweg, während es als Versicherer unsere Aufgabe ist, uns an ihre Bedürfnisse und Erwartungen anzupassen.

Diese Erwartungen entwickeln sich mit den Möglichkeiten, die die Technologie bietet. Wer hätte es vor 30 Jahren für möglich gehalten, dass wir heutzutage einen Schadensfall mit einem Smartphone fotografieren würden? Heute eine Selbstverständlichkeit.

Für ein gelungenes Kundenerlebnis müssen wir das Vertrauen der Kunden gewinnen, wofür es von zentraler Bedeutung ist, die Bedürfnisse der Kunden in den Mittelpunkt zu stellen. Dieser Grundsatz gilt auch – und ich würde sogar sagen in besonderem Masse – im digitalen Zeitalter. Die Vorgehensweise jedes Versicherers bei der Nutzung dieser neuen Möglichkeiten ist unterschiedlich, hat aber immer das gleiche Ziel: die Kundenzufriedenheit.

**Kommen wir nun zum Thema der Gesetzgebung. In einem Satz würde ich sagen:
«Ja» zu einer modernen und den Marktbedürfnissen entsprechenden Gesetzgebung**

Unser Sektor befindet sich im Wandel. Die verschiedenen Versicherer nutzen die bestehenden Rahmenbedingungen, um ihr Geschäftsmodell individuell auszuweiten oder zu transformieren.

Eines ist sicher: Um ihr volles Potenzial ausschöpfen zu können, braucht die Digitalisierung günstige Rahmenbedingungen.

Dies gilt auch für den gesetzlichen Rahmen der Versicherungsbranche als eine der derzeit am stärksten reglementierten Sparte. Alle vorgesehenen Bestimmungen sollten angesichts komplexer Versicherungsprodukte zum Schutz der Kunden beitragen.

Die Schweiz verfügt in Versicherungsfragen über eine moderne Gesetzgebung: So wurden das VVG revidiert und das Datenschutzgesetz angepasst, während die Revision des VAG in Kürze verabschiedet wird. Diese Gesetze erfüllen die aktuellen Anforderungen. Unser Verband unterstützt sie daher. Sie stärken in vielerlei Hinsicht die Rechte der Versicherten, legen gleichzeitig ihre Pflichten dar und ermöglichen eine dem digitalen Zeitalter entsprechende Abwicklung der Versicherungsverträge.

Lassen Sie mich **einige Beispiele** machen:

Das revidierte Versicherungsvertragsgesetz (VVG) ist dieses Jahr in Kraft getreten. Sie sieht nun ein ordentliches Kündigungsrecht und ein 14-tägiges Widerrufsrecht vor.

Das Versicherungsaufsichtsgesetz (VAG) wird derzeit im Parlament beraten. Wir begrüßen insbesondere die Lockerung der Regeln für die Einführung neuer, innovativer Geschäftsmodelle, einschliesslich von Geschäften ohne direkten Versicherungsbezug. Hierbei denke ich an die Ökosysteme.

Für unseren Verband ist klar, dass das Kosten-Nutzen-Verhältnis von Regulierungen ausgewogen sein muss und dass die Ausführungsbestimmungen von zusätzlichen Normen absehen sollen.

Eine Überreglementierung dient niemandem. Gute Rahmenbedingungen gewährleisten hingegen die langfristige Wettbewerbsfähigkeit der Versicherer. Davon profitieren die Wirtschaft und die Gesellschaft als Ganzes.

Ich möchte ein wichtiges Thema für uns Versicherer ansprechen: Die **künstliche Intelligenz**, die in den kommenden Jahren eine immer wichtigere Rolle für unser Geschäftsmodell spielen wird. Die gesetzlichen Anforderungen werden heute weithin durch das Datenschutzgesetz geregelt.

Entscheidend ist, dass alle Anbieter gleich behandelt werden. Egal, ob es sich um traditionelle Anbieter oder neue Insurtechs handelt.

Wie Sie sicher verstanden haben, unterstützt unser Verband eine einfache und effiziente Gesetzgebung. Wir setzen uns für eine Reglementierung ein, die einen gesunden Wettbewerb zwischen Geschäftsmodellen und Produkten fördert. Dieser Grundsatz sollte jedweden Rechtsetzungsarbeiten zugrunde liegen.

Wir sind jedoch auch überzeugt, dass der Staat in bestimmten Fällen die Rolle eines engagierten Partners einnehmen kann und muss. Um sich weiterentwickeln zu können, bedürfen einige Versicherungsbereiche der staatlichen Kooperation. Nehmen wir zum Beispiel den Elementarschadenpool – eine weltweit einzigartige partnerschaftliche Lösung, die sich seit ihrer Schaffung im Jahre 1953 bewährt hat. Aus unserer Sicht wäre es wichtig, den Ansatz der öffentlich-privaten Partnerschaft auch für andere grosse Risiken anzuwenden.

So stellen Cyberkriminalität, Stromengpässe und Pandemien weitere grosse Gefahren dar, mit denen wir leben müssen. Nur gemeinschaftliche Lösungen des privaten und öffentlichen Sektors können die Resilienz der Schweiz erhöhen. Dies ist für die Wirtschaft und die Gesellschaft von grundlegender Bedeutung.