Megatrends in der Sachversicherung
Ökosysteme und Plattformen

Serienteil 5: Ökosysteme und Plattformen
In der Sachversicherungsbranche sind Ökosysteme und Plattformen zu wichtigen Treibern von Innovation und Wachstum geworden. Immer mehr Versicherer setzen auf diese Handlungsfelder, um ihre Kunden besser zu binden, ihre Prozesse zu optimieren und neue Geschäftsmöglichkeiten und Profit-Pools zu erschließen. Doch was sind eigentlich Ökosysteme und Plattformen und welche Vorteile bieten sie für die Branche? Dieser Artikel gibt eine Einführung in das Thema und zeigt auf, wie Versicherer von diesen Ansätzen profitieren können. Dabei werden auch mögliche Herausforderungen und Zukunftstrends aufgezeigt. Das Ziel des Artikels ist es, Versicherern eine Orientierungshilfe für die Nutzung von Ökosystemen und Plattformen zu bieten und ihnen Impulse zu geben, welchen Ansatz Deloitte bei der Entwicklung dieser Geschäftsmodelle für die Mandanten wählt.

MAKING AN IMPACT THAT MATTERS since 1845

Begriffsdefinition: Ökosystem oder Plattform

Definition Ökosystem

Ein Ökosystem umfasst eine Gruppe von Unternehmen, die miteinander kooperieren und Dienstleistungen austauschen, um ihren Kunden ein umfassendes Angebot zu bieten. Ein Ökosystem kann aus verschiedenen Partnern bestehen, die zusammen eine Wertschöpfungskette abbilden, um einen Mehrwert für die Kunden zu schaffen.

Ökosystembeispiel 1

Zusammenschluss aus einem Versicherer, einem Schadensdienstleister, einem Reparaturdienstleister und einem Telematikanbieter, die zusammen ein integriertes Angebot zur Schadensregulierung anbieten. Der Schadensdienstleister könnte den Schaden aufnehmen und bearbeiten, der Reparaturdienstleister die Reparatur durchführen und der Telematikanbieter könnte Daten aus dem Fahrzeug des Kunden sammeln, um den Schaden zu bewerten und eine präzise Schadensregulierung zu ermöglichen.

Ökosystembeispiel 2

Zusammenschluss aus Versicherer, einem Smart-Home-Systemanbieter und einem Sicherheitsdienstleister. Zusammen könnten sie ein Angebot zur Prävention von Einbrüchen und anderen Schäden offerieren, indem sie das Smart-Home-System mit der Versicherungspolice verknüpfen und einen 24-Stunden-Sicherheitsdienst bereitstellen, der bei Alarmen sofort reagiert.

Abb. 1 – Ökosystembeispiel im KFZ-Bereich

Ein Ökosystem aus Versicherer, Schadensdienstleister, Reparaturdienstleister und Telematikanbieter könnte integriert z.B. KFZ-Schadenfällte regulieren

Definition Plattform
Eine Plattform hingegen ist ein digitales Instrument, das Unternehmen in die Lage versetzt, ihre Produkte und Dienstleistungen online anzubieten. Es handelt sich um eine technische Infrastruktur, die es verschiedenen Organisationen ermöglicht, ihre Angebote zu integrieren und damit ein einheitliches Kundenerlebnis zu schaffen.

Plattformbeispiel 1
Eine von verschiedenen Versicherern implementierte Online-Plattform, auf sie ihre Produkte anbieten und Kunden diese vergleichen und direkt abschließen können. Kunden können sich so einen Überblick über die Versicherungsprodukte verschaffen und z.B. direkt verschiedene Policen bei unterschiedlichen Unternehmen abschließen, ohne die Plattform wechseln zu müssen.

Plattformbeispiel 2
Eine Plattform, auf der Versicherer Telematik-Daten sammeln und analysieren können, um präzisere Risikobewertungen vorzunehmen und ihren Kunden personalisierte Angebote vorzustellen. Versicherer könnten die Plattform nutzen, um Daten von verschiedenen Quellen zu sammeln, wie beispielsweise von vernetzten Fahrzeugen oder Smart-Home-Systemen, um ein besseres Verständnis für die Bedürfnisse der Kunden und die Risiken zu erlangen.

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass Ökosysteme eher auf die Zusammenarbeit von Unternehmen und die Integration von Dienstleistungen ausgerichtet sind, während Plattformen eher eine technische Infrastruktur darstellen, die es verschiedenen Anbietern ermöglicht, ihre Produkte und Dienstleistungen online zu integrieren und zu vermarkten.

Aus unserer Sicht können Unternehmen an einem Ökosystem teilnehmen, ohne gleichzeitig eine Plattform zu unterhalten, es ist aber schwierig bis unmöglich eine Plattform zu unterhalten, ohne sich zumindest in einem rudimentären Ökosystem verbunden zu haben.

Herausforderungen und Erfolgsfaktoren von Ökosystemen in der Sachversicherung

Die Vorteile von Ökosystemen für Versicherer liegen vor allem in der Möglichkeit, die Kundenbindung zu stärken und die Kundenerfahrung zu verbessern. Durch die Einbindung von Partnern und Dienstleistern können Versicherer ihren Kunden zusätzliche Services anbieten, die über die klassischen Versicherungsleistungen hinausgehen. Dadurch können sie ihre Rolle als Lösungsanbieter ausbauen und ihr Angebot attraktiver gestalten. Zudem können Ökosysteme helfen, neue Geschäftsfelder zu erschließen und den Kundenstamm zu erweitern.

Allerdings gibt es auch Herausforderungen bei der Umsetzung von Ökosystemen. Dazu gehört zum Beispiel die Zusammenarbeit mit unterschiedlichen Partnern und Dienstleistern, die oft verschiedene Technologien und Standards verwenden. Auch die Integration von Daten und Prozessen kann eine komplexe Aufgabe sein. Zudem müssen Versicherer sicherstellen, dass die Daten der Kunden und Partner sicher und rechtskonform verarbeitet werden.

Um ein Ökosystem in der Sachversicherung erfolgreich zu etablieren, sind folgende Faktoren zu beachten:

- **Klare Vision und Strategie**
  Ein Ökosystem muss eine klare Vision und Strategie haben, die auf die Bedürfnisse der Kunden ausgerichtet ist. Die Partner im Ökosystem müssen gemeinsame Ziele verfolgen und zusammenarbeiten, um einen Mehrwert für die Kunden zu schaffen.

- **Starke Partner**
  Die Partner im Ökosystem sollten sorgfältig ausgewählt werden, um sicherzustellen, dass sie die notwendigen Fähigkeiten und Ressourcen mitbringen, um das Angebot des Ökosystems zu unterstützen und zu erweitern.

- **Offene Architektur**
  Ein erfolgreiches Ökosystem sollte eine offene Architektur haben, die es den Partnern ermöglicht, leicht miteinander zu interagieren und Daten auszutauschen. Eine offene Architektur erleichtert auch die Integration neuer Partner in das Ökosystem.

- **Technologische Integration**
  Eine erfolgreiche Integration der Technologie ist entscheidend für ein Ökosystem in der Sachversicherung. Die Partner müssen in der Lage sein, Daten schnell und einfach auszutauschen, um die Effizienz und Effektivität des Ökosystems zu verbessern.

- **Kundenorientierung**
  Ein Ökosystem sollte sich auf die Bedürfnisse der Kunden konzentrieren und ihnen ein nahtloses und ganzheitliches Kundenerlebnis bieten. Die Partner sollten eng mit den Kunden zusammenarbeiten, um deren Anforderungen zu verstehen und maßgeschneiderte Angebote erstellen zu können.

Insgesamt bieten Ökosysteme für Versicherer jedoch ein großes Potenzial, um ihre Position in der Branche zu stärken und von den Chancen der Digitalisierung zu profitieren. Um erfolgreich zu sein, sollten sie jedoch auf eine klare Strategie und eine agile Umsetzung setzen, die auf die Bedürfnisse und Anforderungen der Kunden ausgerichtet ist.

Herausforderungen, Erfolgsfaktoren und Rollen des VU auf Plattformen in der Sachversicherung

Plattformen als digitale Marktplätze spielen eine wichtige Rolle als Vergleichs- und Abschlussoptionen. Sie bieten den Vorteil, dass sie den Versicherern eine große Reichweite und damit eine hohe Sichtbarkeit und Kundenakquise ermöglichen. Gleichzeitig profitieren Kunden von einer schnellen und unkomplizierten Abwicklung sowie von einer größeren Transparenz bei den Produkten und Preisen.

Darüber hinaus gibt es Plattformen, die sich auf spezifische Themen und Produkte konzentrieren, wie zum Beispiel die Telematik-Plattformen für die Kfz-Versicherung oder solche für die Verwaltung von Schadensfällen. Hierbei geht es vor allem darum, die Prozesse zu vereinfachen und zu automatisieren sowie die Daten zu nutzen, um Risiken besser zu bewerten und die Kundenbedürfnisse gezielter zu erfüllen.

Die Vorteile von Plattformen liegen vor allem in der Möglichkeit, die Effizienz und Qualität der Prozesse zu steigern, die Kosten zu senken und die Kundenbindung zu erhöhen. Durch die Digitalisierung der Prozesse können Versicherer zudem flexibler und agiler auf Veränderungen im Markt reagieren und ihr Angebot schnell anpassen.

Allerdings gibt es auch hier Herausforderungen, die es zu meistern gilt. Dazu gehören zum Beispiel die Integration von unterschiedlichen Systemen und Datenquellen sowie die Einhaltung von Datenschutz- und Sicherheitsstandards. Zudem müssen Plattformen transparent und fair gestaltet sein, um das Vertrauen der Kunden und Partner zu gewinnen und zu erhalten.

Um eine Plattform in der Sachversicherung erfolgreich zu etablieren, sind folgende Faktoren zu beachten:

- **Angebotsumfang und Qualität**
  Grundlage für eine erfolgreiche Plattform in der Sachversicherung sollte eine breite Palette von Versicherungsprodukten sein, die den Bedürfnissen der Kunden entsprechen. Die Qualität der Produkte und Dienstleistungen sollte hoch sein, um das Vertrauen der Kunden zu gewinnen und langfristige Beziehungen aufzubauen.

- **Benutzerfreundlichkeit**
  Die Plattform sollte einfach zu bedienen sein und eine benutzerfreundliche Schnittstelle haben. Kunden sollten in die Lage versetzt werden, Versicherungsangebote schnell und einfach zu vergleichen und auszuwählen. Eine einfache und intuitive Benutzeroberfläche erhöht die Wahrscheinlichkeit, dass Kunden die Plattform nutzen und empfehlen.

- **Effektive Datenanalyse**
  Basis für den Erfolg der Sachversicherungsplattform ist die effektive Analyse großer Datenmengen über Kunden und deren Verhalten. Dadurch kann die Plattform personalisierte Angebote erstellen, die den individuellen Bedürfnissen der Kunden entsprechen. Dies kann zu höheren Absatzraten und einer höheren Kundenzufriedenheit führen.

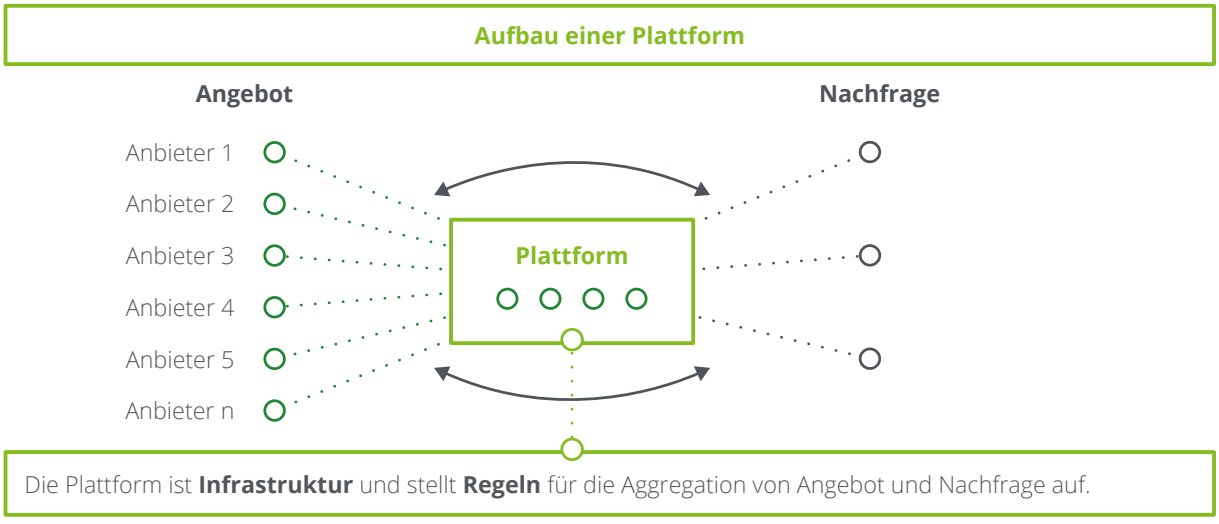
- **Partnerschaften und Kooperationen**
  Partnerschaften und Kooperationen mit Versicherungsunternehmen, Maklern und anderen Dienstleistern sind ebenfalls aufzubauen. Nur so kann die Plattform ihren Kunden eine breitere Auswahl an Versicherungsprodukten und Dienstleistungen anbieten.

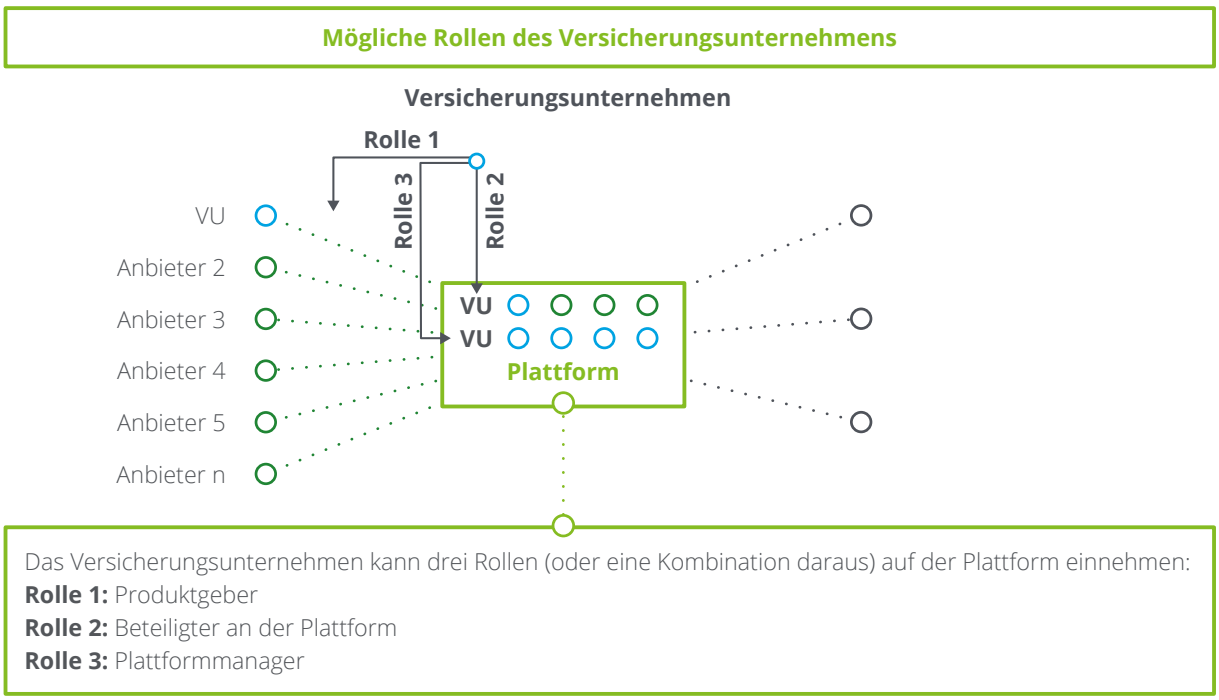
- **Vertrauen und Sicherheit**
  Eine Plattform in der Sachversicherung sollte eine sichere und zuverlässige Umgebung bieten, um das Vertrauen der Kunden zu gewinnen und zu halten.

Innerhalb einer Plattform gibt es sehr verschiedene Rollen, die das Versicherungsunternehmen einnehmen kann. Die einfachste ist die des Produktgebers. Dabei offeriert das Versicherungsunternehmen als einer der Anbieter auf der Plattform seine Produkte an (Option 1). Sollte es seinen Einfluss auf der Plattform erhöhen wollen, ist eine Beteiligung an der Plattform denkbar. Dabei kann die Plattform beispielsweise eine Gemeinschaftsorganisation mehrerer Versicherungsunternehmen sein (Option 2). Sollte das Versicherungsunternehmen die volle Kontrolle wünschen, ist es auch möglich, das gesamte Managementsystem der Plattform zu übernehmen und als Anbieter zu fungieren, welcher auch darüber entscheiden kann, welche Wettbewerber/Produkte auf der Plattform erhältlich sein werden.

Insgesamt bieten Plattformen für Versicherer ein großes Potenzial, um ihre Position in der Branche zu stärken und von den Chancen der Digitalisierung zu profitieren. Um erfolgreich zu sein, sollten sie jedoch auf eine klare Strategie und eine agile Umsetzung achten, die auf die Bedürfnisse und Anforderungen der Kunden und Partner ausgerichtet ist.

Abb. 2 – Aufbau und Rollen des VU auf einer Plattform
Das Versicherungsunternehmen kann auf der Plattform Rollen vom Produktgeber bis zum Plattformmanager einnehmen.





Die Zukunft von Ökosystemen und Plattformen in der Sachversicherung

Ökosysteme und Plattformen sind ein wichtiger Trend in der Sachversicherung und werden voraussichtlich in Zukunft eine wichtige Rolle spielen. Dabei sind einige Entwicklungen und Trends zu beobachten.

Weitere Vernetzung und Integration

In Zukunft wird es eine noch engere Vernetzung und Integration von Ökosystemen und Plattformen geben. Versicherer werden vermehrt auf Zusammenarbeit und Kooperation mit anderen Unternehmen setzen, um ihre Angebotspalette zu erweitern und noch zielgerichteter auf die Bedürfnisse der Kunden auszurichten. Dabei wird es vermehrt um die Integration von verschiedenen Dienstleistungen und Produkten gehen – Stichwort „Embedded Insurance".

Künstliche Intelligenz und Automatisierung

Ein weiterer Trend ist die verstärkte Nutzung von künstlicher Intelligenz und Automatisierung. Durch die Verknüpfung von verschiedenen Datenquellen und die Analyse großer Datenmengen können Versicherer Risiken besser bewerten und präventive Maßnahmen ergreifen, um Schäden zu vermeiden. Zudem können Automatisierung und künstliche Intelligenz dazu beitragen, die Effizienz und Qualität von Prozessen weiter zu steigern.

Individualisierung und personalisierte Angebote

Zukünftig wird es vermehrt um Individualisierung und personalisierte Angebote gehen. Versicherer werden verstärkt auf die Bedürfnisse und Anforderungen der Kunden eingehen und individuelle Angebote und Lösungen bereitstellen. Durch die Nutzung von Daten und Analysen können Versicherer ihre Angebote noch zielgerichteter auf die Bedürfnisse der Kunden ausrichten und so ihre Wettbewerbsfähigkeit steigern.

End-to-End-Management der Kundenreise

Perspektivisch wird es wichtiger, den Kunden Ende-zu-Ende auf dessen Kundenreise(n) zu begleiten, um diesen an keiner Stelle zu verlieren. Ökosysteme können dabei helfen, da sie den Kunden in den Mittelpunkt stellen, in Echtzeit und über möglichst viele Kanäle wie Apps, Bots oder Online-Portale zu kommunizieren – damit der Kunde den von ihm präferierten Kanal individuell wählen kann. Das erlaubt den Ökosystembetreibern, die Bedürfnisse und Rückmeldungen der Kunden besser zu analysieren und somit rechtzeitig Maßnahmen zu ergreifen, bevor ein Kunde über einen Wechsel nachdenkt.

Veränderungen im Wettbewerbsumfeld

Schließlich ist zu erwarten, dass sich das Wettbewerbsumfeld in der Sachversicherung in Zukunft weiter verändern wird. Durch die Etablierung von Ökosystemen und Plattformen werden neue Wettbewerber auf den Markt kommen, die mit innovativen Lösungen und Geschäftsmodellen den Markt aufmischen werden. Versicherer werden daher vermehrt auf Innovation und Agilität setzen müssen, um im Wettbewerb bestehen zu können.

Fazit: Ökosysteme und Plattformen als Chance für die Sachversicherung

Ökosysteme und Plattformen sind ein wichtiger Trend in der Sachversicherung und bieten zahlreiche Chancen für Versicherer. Durch die Zusammenarbeit mit anderen Unternehmen können sie ihr Angebot erweitern und noch zielgerichteter auf die Bedürfnisse der Kunden ausrichten. Zudem können Automatisierung und künstliche Intelligenz dazu beitragen, Prozesse effizienter und schneller zu gestalten, Risiken besser zu bewerten und präventive Maßnahmen zu ergreifen. Die Individualisierung und personalisierte Angebote können Kunden begeistern und das Wettbewerbsumfeld in der Sachversicherung verändern.

Dennoch sind auch einige Herausforderungen zu meistern, wie beispielsweise die Integration verschiedener Systeme und Dienstleistungen oder die Sicherheit der Daten. Versicherer sollten daher strategisch vorgehen und gezielt auf die Chancen von Ökosystemen und Plattformen setzen, um sich im Wettbewerb zu positionieren und ihre Wettbewerbsfähigkeit zu steigern.

Insgesamt bieten Ökosysteme und Plattformen somit eine vielversprechende Perspektive für die Sachversicherung. Werden sie erfolgreich umgesetzt, können sie dazu beitragen, das VU zukunftsfähig zu machen und für Kunden noch attraktiver zu gestalten.

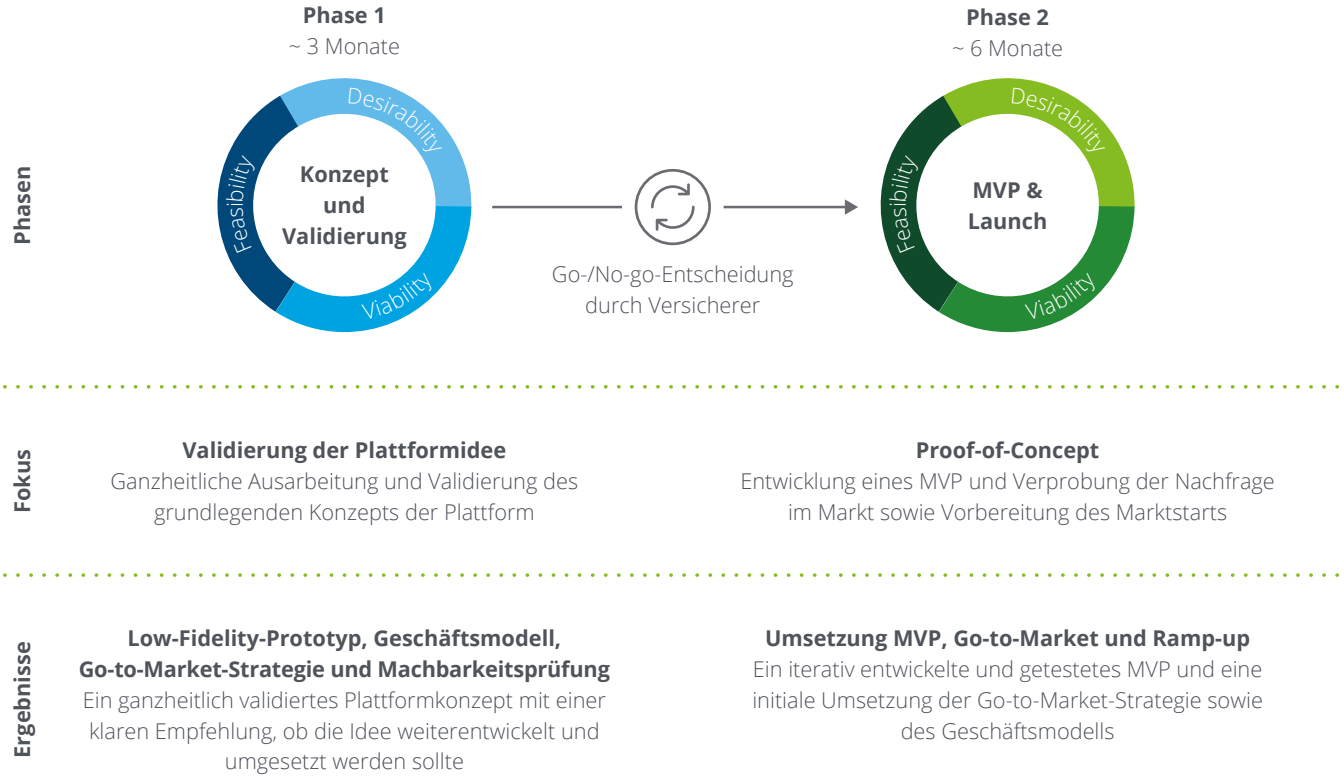
Unser Umsetzungsvorgehen am Beispiel einer Plattform

Deloitte setzt bei der Erarbeitung von Sachversicherungsplattformen auf ein Zwei-Phasen-Modell. In Phase eins wird das Konzept erarbeitet und validiert, d.h., die Plattformidee wird ganzheitlich ausgearbeitet und das grundlegende Konzept wird über z.B. Umfragen validiert. Als Ergebnis der ersten Phase erhält der Versicherer ein ganzheitliches Plattformkonzept inkl. Empfehlung, welche dann hausintern geprüft und eine Go-/No-go-Entscheidung getroffen werden kann.

In Phase zwei geht es darum ein „Minimal Viable Product" (MVP) zu erstellen, um den Produkt-/Market-Fit schnellstmöglich zu testen. D.h., die Plattform wird federführend durch Deloitte entwickelt und getestet sowie in einer ersten Ausbaustufe live implementiert. Somit erhält der Versicherer zeitnah eine marktechte Rückmeldung zum Erfolg der Plattform.

Abb. 3 – Vorgehen bei der Umsetzung

Eine Sachversicherungsplattform wird in zwei Phasen ganzheitlich mit dem Versicherer konzipiert, validiert und entwickelt.



Kontakte

Nils Dennstedt
Partner
Insurance Sector Lead
Tel: +49 40 32080 4463
ndennstedt@deloitte.de

Corin Targan
Director
Customer Strategy & Transformation
Tel: +49 151 58002268
ctargan@deloitte.de

Sven Heinzelmann
Senior Manger
Customer Strategy & Transformation
Tel: +49 40 32080 4480
sheinzelmann@deloitte.de

Deloitte bezieht sich auf Deloitte Touche Tohmatsu Limited („DTTL“), ihr weltweites Netzwerk von Mitgliedsunternehmen und ihre verbundenen Unternehmen (zusammen die „Deloitte-Organisation“). DTTL (auch „Deloitte Global“ genannt) und jedes ihrer Mitgliedsunternehmen sowie ihre verbundenen Unternehmen sind rechtlich selbstständige und unabhängige Unternehmen, die sich gegenüber Dritten nicht gegenseitig verpflichten oder binden können. DTTL, jedes DTTL-Mitgliedsunternehmen und verbundene Unternehmen haften nur für ihre eigenen Handlungen und Unterlassungen und nicht für die der anderen. DTTL erbringt selbst keine Leistungen gegenüber Kunden. Weitere Informationen finden Sie unter www.deloitte.com/de/UeberUns.

Deloitte bietet branchenführende Leistungen in den Bereichen Audit und Assurance, Steuerberatung, Consulting, Financial Advisory und Risk Advisory für nahezu 90% der Fortune Global 500®-Unternehmen und Tausende von privaten Unternehmen an. Rechtsberatung wird in Deutschland von Deloitte Legal erbracht. Unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter liefern messbare und langfristig wirkende Ergebnisse, die dazu beitragen, das öffentliche Vertrauen in die Kapitalmärkte zu stärken, die unsere Kunden bei Wandel und Wachstum unterstützen und den Weg zu einer stärkeren Wirtschaft, einer gerechteren Gesellschaft und einer nachhaltigen Welt weisen. Deloitte baut auf eine über 175-jährige Geschichte auf und ist in mehr als 150 Ländern tätig. Erfahren Sie mehr darüber, wie die rund 415.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter von Deloitte das Leitbild „making an impact that matters“ täglich leben: www.deloitte.com/de.

Diese Veröffentlichung enthält ausschließlich allgemeine Informationen und weder die Deloitte GmbH Wirtschaftsprüfungsgesellschaft noch Deloitte Touche Tohmatsu Limited („DTTL“), ihr weltweites Netzwerk von Mitgliedsunternehmen noch deren verbundene Unternehmen (zusammen die „Deloitte Organisation“) erbringen mit dieser Veröffentlichung eine professionelle Dienstleistung. Diese Veröffentlichung ist nicht geeignet, um geschäftliche oder finanzielle Entscheidungen zu treffen oder Handlungen vorzunehmen. Hierzu sollten Sie sich von einem qualifizierten Berater in Bezug auf den Einzelfall beraten lassen.

Es werden keine (ausdrücklichen oder stillschweigenden) Aussagen, Garantien oder Zusicherungen hinsichtlich der Richtigkeit oder Vollständigkeit der Informationen in dieser Veröffentlichung gemacht, und weder DTTL noch ihre Mitgliedsunternehmen, verbundene Unternehmen, Mitarbeiter oder Bevollmächtigten haften oder sind verantwortlich für Verluste oder Schäden jeglicher Art, die direkt oder indirekt im Zusammenhang mit Personen entstehen, die sich auf diese Veröffentlichung verlassen. DTTL und jede ihrer Mitgliedsunternehmen sowie ihre verbundenen Unternehmen sind rechtlich selbstständige und unabhängige Unternehmen.

Stand 06/2023