

Mit IoT einen erfolgreichen Versicherungszyklus schaffen

4 Juli 2019 | Digital Transformation | [Mike Hogg](#)

Lesezeit: 2 Minutes

In der Versicherungsbranche gab es schon immer einen positiven Zyklus: Eine angemessen angewandte Versicherung trägt zu einem sicheren Verhalten bei und senkt so das Verlustrisiko. Denken wir an eine Hausratversicherung, die nicht ausbezahlt wird, wenn die Haustür nicht abgeschlossen wurde, und niedrigere Prämien beinhaltet, je besser die Schlösser sind.

Dasselbe gilt für Reiseversicherungen, die weder vor Verlust noch vor Schäden an Laptops in aufgegebenen Gepäckstücken schützt. Die Bedingungen der Versicherungsprodukte sind so strukturiert, dass sie ein Verhalten fördern, das das Verlustrisiko reduziert. Dies wiederum ermöglicht das Versichern eines breiteren Spektrums von Risiken zu akzeptablen Kosten.

Das Internet der Dinge als Enabler für Versicherer

Das Internet der Dinge – oder genauer gesagt die Fähigkeit verteilter Sensorsysteme, ihre Daten in Echtzeit mit internetbasierten Servern zu teilen – bietet auch in der Versicherungsbranche unzählige Möglichkeiten. Versicherer können jederzeit live prüfen, ob Kunden die Deckungsbedingungen einhalten. Neben dem Ermitteln geografischer Positionen, der Nutzung von versicherten Gegenständen zu bestimmten Tageszeiten und der Beladung von Fahrzeugen, kann auch die gefahrene Geschwindigkeit, die Umstände der Umgebung und vieles mehr untersucht werden.

Das Internet der Dinge

- ermöglicht eine kostengünstigere Analyse ebendieser Aspekte im Vergleich zu manuellen Inspektionen,
- reduziert das Risiko auf beiden Seiten,
- und liefert im Schadensfall zeitnah Daten.

Je mehr die gesammelten Daten für Abrechnungs- und Deckungsentscheidungen verwendet werden, desto wichtiger ist es, dass die Daten authentisch, exakt, privat und zuverlässig sind. Bestehende Lösungen können unzureichend sein, wenn die potenziellen Gewinne bei Betrug erheblich sind. Daher ist der Einsatz robuster Lösungen entscheidend.

Datengesteuerte Versicherer als Vorreiter

Wie so oft beim Einsatz neuer Technologien werden die ersten Implementierungsinitiativen,

die das aktuelle Geschäftsmodell unterstützen, gleichzeitig neue Geschäftsmodelle offenbaren. Durch die Überprüfung der versicherten Vermögenswerte können Versicherer etwa das Verhalten ihrer Kunden besser verstehen und die Produkte entsprechend anpassen. Die nun verfügbaren Daten bringen Versicherer auch in eine starke Position für die Erbringung ergänzender Dienstleistungen, wie Audits oder Effizienzberatungen. Es ist zu erwarten, dass sich Versicherer mit Unternehmensberatern zusammenschliessen, um die Daten zu nutzen und Erkenntnisse daraus zu gewinnen – oder dass Datenunternehmen in die Versicherungsbranche wechseln.

Viele Versicherer nutzen das Internet der Dinge bereits. Durch das Unternehmen [Black Telemetrics Box für Fahrzeuge in Grossbritannien](#) ist es Versicherern möglich, die Prämien der Fahrleistung einer Person anzupassen. Es gibt auch viele Start-ups, die in diesen neuartigen Bereich vordringen. [Beam Dental verwendet IoT-Zahnbürsten](#), und ermöglicht so wiederum um eine kostengünstigere Zahnversicherung. Wer in diesem Bereich keine Möglichkeiten verfolgt, wird wahrscheinlich bald seine Mitbewerber auf der Überholspur sehen.

Cyber-Security-Versicherungen mit grossem Potential

Durch die Technologie vergrössert sich weiter die Bandbreite der zu deckenden Risiken – und somit auch die Anzahl an möglichen Versicherungen. Viele Versicherer haben beispielsweise [Cyber-Security-Produkte eingeführt](#). Das können etwa Softwareanwendungen sein, die sicherstellen, dass Systeme mit Sicherheitspatches auf dem neuesten Stand gehalten werden und der Netzwerkschutz ordnungsgemäss funktioniert: Keine WannaCry-Probleme auf entsprechend gewarteten Systemen. [Allein in diesem Bereich gibt es grosses Potential für Versicherer](#) – wie viele Unternehmen (geschweige denn Haushalte) haben heute eine Cyber-Security-Versicherung?

Zu weiteren Artikeln der «Future of Insurance»-Reihe:

- [Wie Versicherer in den nächsten fünf Jahren an der Spitze bleiben](#) – Der Druck, als Versicherer die eigenen Dienstleistungen zu digitalisieren, führt zu einem Wandel in der Versicherungsbranche.
- [Die drei wichtigsten Bedürfnisse von Versicherungskunden im 2019](#) – Nur wenn Versicherer die Bedürfnisse ihrer Kunden kennen, können sie dem digitalen Wirbelsturm langfristig standhalten.
- [Warum Versicherer den Fokus auf Customer Experience verlagern sollten](#) – Die Digitalisierung macht den Versicherungskunden zum Dreh- und Angelpunkt von Angeboten.

- Warum eine datengetriebene Kultur für Versicherer unerlässlich ist – Big Data ist Teil der DNA jedes Versicherers. Trotzdem: Von einer systematischen Nutzung grosser Datenmengen sind Versicherungsgesellschaften noch weit entfernt.