



IoMT und Connected Insurance

Was das Internet of Medical Things für
Lebens- und Krankenversicherer bedeutet

1.	Einleitung 3
2.	IoMT - Wie das Internet of Things den Gesundheitsbereich verändert 6
3.	Von Connected Health und Connected Insurance 10
4.	Marktperspektive und Expertensichtweisen: Wo stehen Deutschlands Lebens- und Krankenversicherer heute? 13
5.	Große Herausforderungen - enormes Potenzial für Versicherer 31
6.	Interviewpartner 33
	Versicherungsforen Leipzig GmbH 35
	Zühlke 36

1

Einleitung

Der Begriff Internet of Things (IoT) ist inzwischen weit verbreitet. Häufig fällt er im Zusammenhang mit vernetzten Geräten, zum Beispiel im Haushalt. Viele Menschen assoziieren das IoT daher vor allem mit dem Kühlschrank, der selbstständig Lebensmittel bestellt, oder Markisen, die sowohl mit dem ortsabhängigen Wetterdienst als auch mit Wettersensoren verknüpft sind und so bei Unwetterwarnung automatisch eingezogen werden. Während die smarten Geräte im privaten Umfeld aktuell hauptsächlich darauf ausgelegt sind, den Alltag der Nutzer:innen zu erleichtern, werden sich in Zukunft auch Versicherungen auf die zusätzlichen Möglichkeiten, die IoT-Lösungen bieten, einstellen müssen, um innovative Produkte zu entwickeln. Im Bereich der Kfz-Versicherungen ist der Einsatz von Geräten, die die Fahrweise aufzeichnen, schon heute gängig. Auch in anderen Versicherungszweigen halten IoT-Lösungen zunehmend Einzug. Ein Beispiel hierfür ist die Früherkennung von Bränden durch IoT-Sensoren bei Gebäudeversicherungen.¹

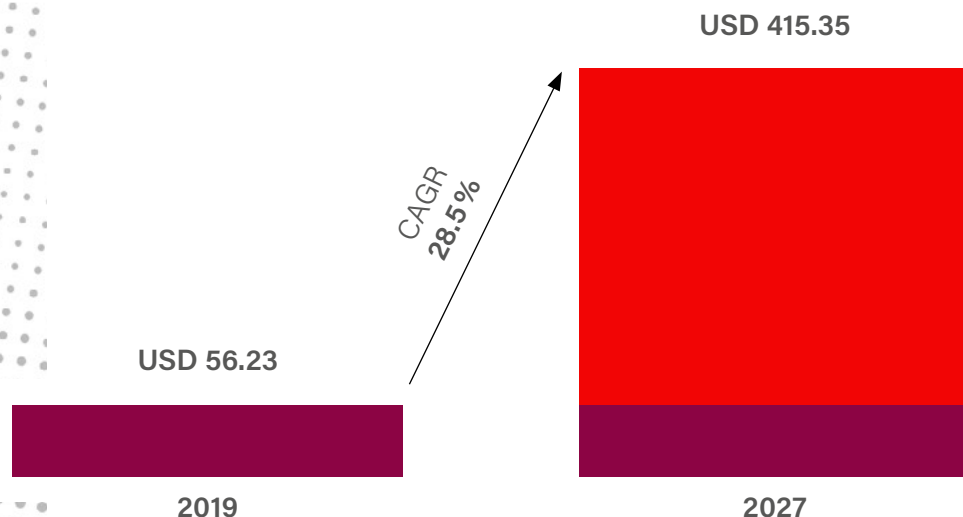
Im Gesundheitsbereich ist die Nutzung bisher eher verhalten, doch auch hier finden die vernetzten Geräte Anwendung. Der Einsatz des Internets der Dinge im medizinischen Bereich wird Internet of Medical Things (IoMT) genannt. Im Jahr 2019 umfasste der weltweite IoMT-Markt ein Volumen von mehr als 56 Milliarden US-Dollar und ist seitdem stark gewachsen – Tendenz weiterhin steigend. Bis 2027 wird ein Marktvolumen von 415 Milliarden US-Dollar prognostiziert², was einer jährlichen Wachstumsrate von 28,5 Prozent entspricht.

¹ HZ Insurance (2020): Wie das Internet der Dinge die Assekuranz verändert, abgerufen am 24.08.2021 unter: <https://www.handelszeitung.ch/insurance/wie-das-internet-der-dinge-die-assekuranz-verandert>

² The Courier (2021): Internet of Medical Things (IoMT) Market Size to reach USD 415.35 Billion by 2027 at 28.5 % CAGR, abgerufen am 24.08.2021 unter: <https://www.mccourier.com/internet-of-medical-things-iomt-market-size-to-reach-usd-415-35-billion-by-2027-at-28-5-cagr-according-to-reportcrux-market-research/>

Analog zur Kfz- und Gebäudeversicherung können IoMT-Lösungen auch im Bereich der Kranken- und Lebensversicherung eingesetzt werden. Einige Krankenkassen bieten bereits Bonusprogramme an, in deren Rahmen mithilfe von Wearables, wie Smartwatches, erfasste Daten genutzt werden. Versicherte können so Vergünstigungen ihres Tarifs erhalten, indem sie eine bestimmte Anzahl von Schritten sammeln oder Sportprogramme absolvieren. So können zum Beispiel Versicherte bei der AOK bis zu 185 Euro erhalten, wenn sie ihren Puls regelmäßig für eine bestimmte Zeit auf 120 treiben oder 10.000 Schritte am Tag gehen.³ Die Techniker Krankenkasse bietet mit TK-Fit ein vergleichbares Programm: Ob 40 km Radfahren oder 60.000 Schritten pro Woche – und das über zehn Wochen lang, können hier Bonuspunkte gesammelt werden.⁴

Internet of Medical Things (IoMT) weltweit, prognostiziertes Marktvolumen in Milliarden USD



Quelle: ReportCrux Market Research

³ AOK.de (2021): Bonusprogramm AOK-Fit-Bonus, abgerufen am 24.08.2021 unter: <https://www.aok.de/pk/rh/inhalt/bonusprogramm-aok-fit-bonus/>

⁴ TK.de (2021): Gesundheit belohnen lassen, abgerufen am 24.08.2021 unter: <https://www.tk.de/techniker/magazin/digitale-gesundheit/spezial/tk-fit-2066260>

Das Whitepaper setzt sich mit verschiedenen Fragen zum Internet der Dinge im medizinischen Bereich sowie deren Bedeutung für Versicherungen auseinander: Wie verändert das IoMT heute und in Zukunft das Gesundheitswesen? Welche Rolle spielen die vernetzten Medizingeräte für Versicherungen? Welche Potenziale und Herausforderungen ergeben sich daraus für die Zukunft? Und wie behaupten sich die konventionellen Versicherer im Vergleich zu Start-ups auf dem Markt?

Anhand mehrerer leitfadengestützter Tiefeninterviews mit Expert:innen aus den Bereichen Innovationsmanagement und Produktmanagement im Feld der Lebens- und Krankenversicherung, die bei konventionellen Versicherern, Rückversicherern oder Start-ups tätig sind, konnten einige wichtige Erkenntnisse herausgearbeitet werden.

2

IoMT – Wie das Internet of Things den Gesundheitsbereich verändert

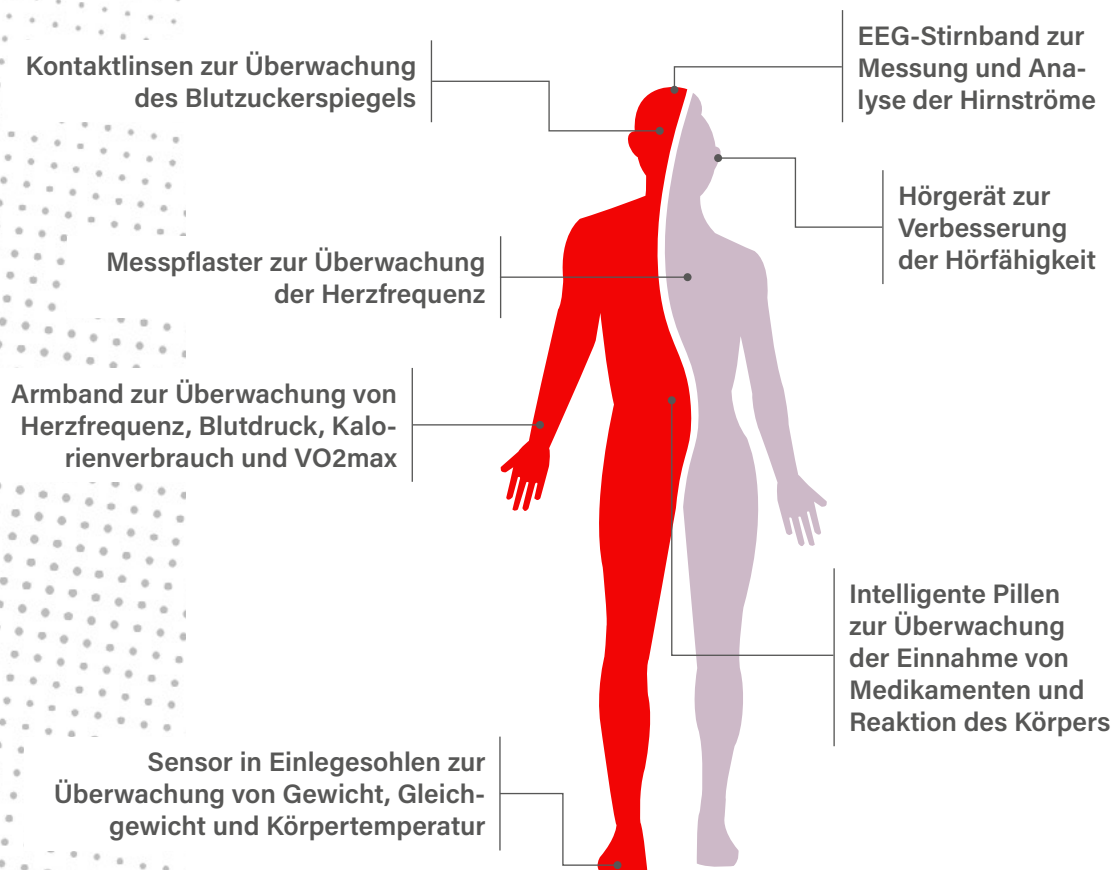
Als Internet of Medical Things (IoMT) wird die vernetzte Infrastruktur aus Medizingeräten und verschiedenen Anwendungen und Systemen im Gesundheitsbereich bezeichnet. Die medizinischen Geräte übertragen Messdaten selbstständig in eine Cloud und können so bspw. Ärzt:innen eine bessere Entscheidungsgrundlage für die Auswahl der richtigen Therapie bieten sowie bei nicht-medizinischen Prozessen im klinischen Umfeld unterstützen. So können Prozesse vereinfacht und verschlankt werden. Die vernetzte Infrastruktur stellt eine Schnittstelle zwischen verschiedenen Akteur:innen, Daten und Applikationen des Gesundheitsbereichs dar: Sie verbindet Patient:innen, medizinisches und nicht-medizinisches Personal, Patienten- und Performance-Daten, sowie Geräte und Software-Anwendungen miteinander. Wichtige Player im IoMT-Ökosystem sind unter anderem Anbieter von Netzwerk- und Softwarelösungen, Anbieter und Hersteller von Smartphones und medizinischer Geräte, Start-ups, Erstausrüster sowie Endnutzer:innen.⁵

Durch die Möglichkeit einer konstanten Messung und zeitgleichen Verwaltung unterschiedlicher Geräte trägt die Vernetzung dazu bei, Leistungen patientenzentrierter, effizienter und kosteneffektiver zu gestalten.⁶ Vor dem Hintergrund der aktuellen Entwicklungen im Gesundheitssystem, wie steigenden Kosten und der sich entwickelnden digitalen Infrastruktur in Deutsch-

⁵ Deloitte (2018): Medtech and the Internet of Medical Things, abgerufen am 24.08.2021 unter: https://www2.deloitte.com/de/de/pages/life-sciences-and-healthcare/articles/medtech-internet-of-medical-things_msm_moved.html

⁶ Atlas Digitale Gesundheitswirtschaft (2020): Wie das Internet der medizinischen Dinge unser Gesundheitssystem transformiert, abgerufen am 24.08.2021 unter <https://www.atlas-digitale-gesundheitswirtschaft.de/internet-der-medizinischen-dinge/#>

land, sowie der steigenden Technologieaffinität der Patient:innen hält das IoMT zunehmend Einzug in das Gesundheitswesen.⁷



Quelle: Healthcare and Life Sciences Predictions 2020, Deloitte Centre of Health Solutions, 2014

Geräte, die mit dem IoMT verbunden sind, finden vor allem in drei Einsatzkategorien Anwendung: Steuerung von Geräten, Monitoring und Standortverfolgung. Im Bereich des biometrischen Monitorings gibt es zum Beispiel Flash-Glucose-Messsysteme, die die Blutzuckerwerte von Diabetiker:innen konstant überwachen und speichern können. Aber auch Wearables, die keine ausgewiesenen Medizingeräte sind, können in die Ka-

⁷ Bogdan, B. (2018): Med Revolution – Neue Technologien am Puls der Patienten

tegorie Medical IoT fallen: Die Apple Watch überwacht zum Beispiel den Puls der Träger:innen und gibt bei abnormen Herzrhythmen eine Warnung aus.⁸ Weitere Beispiele im Bereich Monitoring sind Sensoren, die Stürze registrieren und daraufhin einen Alarm auslösen sowie smarte Medikamente. Diese sind mit Sensoren ausgestattet, die bei Kontakt mit Magensäure ein Signal aussenden, dass das Medikament eingenommen wurde.⁹

Im Bereich der klinischen Versorgung werden ebenfalls smarte und vernetzte Geräte eingesetzt, beispielsweise Lungenkatheter, die den Druck in der Lunge überwachen und an ein System melden.¹⁰ Neben der Behandlung von Patient:innen werden IoT-Lösungen im klinischen Umfeld außerdem für die Optimierung von nicht-medizinischen Prozessen eingesetzt.¹¹ Mithilfe von **Indoor Positioning Analytics (IPA)** können zum Beispiel Engpässe bei Betten, Rollstühlen oder Ähnlichem dargestellt werden. Außerdem werden vernetzte Geräte im Logistikbereich für die automatische Nachbestellung von Medikamenten und Materialien und zur Wartung von Diagnostikgeräten eingesetzt (**Predictive Maintenance**).¹²

Neben den zahlreichen Vorteilen birgt das IoMT jedoch ein gewisses Sicherheitsrisiko. Durch die Schnittstellen und die Verbindung mit dem Internet besteht die

8 Medical Economics (2019): What the internet of medical things means to your practice, abgerufen am 24.08.2021 unter <https://www.medicaleconomics.com/view/what-internet-medical-things-means-your-practice>

9 Der Tagesspiegel (2021): Petzende Pillen, abgerufen am 24.08.2021 unter: <https://www.tagesspiegel.de/wissen/arzneimittel-mit-sensor-und-sender-petzende-pillen/20608276.html>

10 Atlas Digitale Gesundheitswirtschaft (2020): Wie das Internet der medizinischen Dinge unser Gesundheitssystem transformiert, abgerufen am 24.08.2021 unter <https://www.atlas-digitale-gesundheitswirtschaft.de/internet-der-medizinischen-dinge/#>

11 Johner Insitut (2017): Internet der Dinge (IoT) im Gesundheitswesen, abgerufen am 24.08.2021 unter <https://www.johner-institut.de/blog/medizinische-informatik/internet-der-dinge-iot-im-gesundheitswesen/>

12 Bogdan, B. (2018): Med Revolution – Neue Technologien am Puls der Patienten

Gefahr, dass Hacker Zugriff auf sensible Gesundheitsdaten erlangen. Daher erfordert die Nutzung des IoMT immer auch eine kritische Auseinandersetzung mit der eingesetzten Technologie und den damit einhergehenden Risiken.¹³ Nur wenn Akteur:innen im Gesundheitsbereich verantwortungsvoll mit vernetzten Medizingeräten umgehen, kann Vertrauen bei den Patient:innen entstehen.

Der Einzug vernetzter Geräte in medizinische Prozesse beeinflusst alle Akteur:innen im Gesundheitswesen. Neben den Patient:innen und dem medizinischen Personal sind auch Versicherungen von den Veränderungen, die das IoMT im Gesundheitsbereich bewirkt, betroffen.

¹³ ebd.

3

Von Connected Health und Connected Insurance

In einem Gesundheitssystem, das immer digitaler und vernetzter wird, spielen auch die Versicherer eine wesentliche Rolle. Schon seit einigen Jahren befinden sich Versicherer in einem Transformationsprozess, welcher auch von den neuesten technischen Entwicklungen angetrieben und gesteuert wird.

Connected Health (Vernetzte Gesundheit) beschreibt die Konvergenz von Gesundheitstechnologien, digitalen Medien und mobilen Endgeräten. Ziel ist es, Nutzer:innen, Patient:innen, Pflegepersonal und medizinischen Fachkräften einen einfacheren und schnelleren Zugang zu Daten zu ermöglichen und dabei die Gesundheitsversorgung zu verbessern.¹⁴ Unter den Sammelbegriff Connected Health fallen bspw. auch die Telemedizin, mHealth, eHealth oder Digital Health.

Connected Insurance (Vernetzte Versicherung) hingegen bezieht sich auf die Evolution der Geschäftsmodelle von Versicherungsunternehmen, welche auf der Adaption von IoT-Technologien beruht und eine direkte Verbindung zwischen allen Akteuren des Ökosystems, also Kunden, Versicherern und Playern aus anderen Industrien, ermöglicht.

Connected Insurance als Geschäftsmodell lässt sich in mehreren Bereichen der klassischen Versicherung realisieren. Als drei Säulen der Connected Insurance werden oftmals die Bereiche Kfz, Gebäude und Gesundheit genannt.¹⁵ In all diesen Bereichen vermarkten

¹⁴ Deloitte Centre for Health Solutions (2015): Connected health. How digital technology is transforming health and social care, abgerufen am 24.08.2021 unter <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/uk/Documents/life-sciences-health-care/deloitte-uk-connected-health.pdf>

¹⁵ InsurTech News (2016): The Three Pillars of Connected Insurance, abgerufen am 24.08.2021 unter; <https://insurtechnews.com/insights/the-three-pillars-of-connected-insurance>

Versicherer schon seit einigen Jahren Versicherungsprodukte mit einem integrierten vernetzten Gerät. So werden bspw. Tarife in der Auto- oder Gebäudeversicherung angeboten, die auf bestimmte Zielgruppen zugeschnitten sind und Rabatte bieten, wenn der Kunde ein vernetztes Gerät nutzt. Schon seit einiger Zeit erwartet ein gutes Drittel der Deutschen, dass ihr Versicherer in Zukunft vernetzte Services anbietet und sich damit die Vorteile von Smart Devices zunutze macht, so das Ergebnis einer Umfrage von Bain & Company aus dem Jahr 2019.¹⁶

Durch IoT-Technologien verändert sich das Versicherungsgeschäft in einigen Bereichen. Neben verändertem Risikoverhalten und der Schadenprävention kommen zudem neue Risiken hinzu. Durch die neuen Technologien können Schäden entstehen, außerdem drohen durch IoT möglicherweise Cybergefahren. Auch die Haftungssituation verändert sich durch IoT, so kann es zum Beispiel zu Geräte-, Installations- oder Bedienungsfehlern kommen.

Im Folgenden wird das Augenmerk auf den Bereich Gesundheit in der Kranken- und Lebensversicherung gelegt und ein Status quo ermittelt, welchen Stellenwert IoT-Technologien schon heute in der Versicherungsbranche haben und in welche Richtung sich die Connected Insurance weiterentwickelt.

¹⁶ Bain & Company (2019): Deutscher Versicherungsreport: Wer vernetzt, gewinnt, abgerufen am 24.08.2021 unter: https://www.bain.com/contentassets/894a248aafed4ee0ba30c77cea8fcbc4/bain-studie_deutscher_versicherungsreport_2019_final.pdf

**Von diesen Dienstleistern erwarten Kunden,
dass sie Smart Services anbieten (in Prozent)**



Quelle: Eigene Darstellung nach Bain & Company (2019),
Deutscher Versicherungsreport, S. 3

4

Marktperspektive und Experten- sichtweisen: Wo stehen Deutsch- lands Lebens- und Kranken- versicherer heute?

Entwicklungen in der Lebenswelt Gesundheit

Die Nutzung vernetzter Geräte breitet sich immer weiter aus, insbesondere auch im Gesundheitssektor. In diesem Bereich lassen sich zwei verschiedene Richtungen unterscheiden: der medizinisch-klinische Bereich und der Consumer-Bereich. Medizinisch indizierte Anwendungen kommen mittlerweile auch in immer mehr Privathaushalten zum Einsatz, insbesondere im Kontext des **Ambient Assisted Living**.

Ambient Assisted Living

Ambient Assisted Living (AAL) umfasst Methoden, Konzepte, (elektronische) Systeme, Produkte sowie Dienstleistungen, die das alltägliche Leben von Menschen, vor allem im Alter, situationsabhängig und unaufdringlich unterstützen sollen. Die verwendeten Technologien sind nutzerzentriert, also auf den Menschen ausgerichtet und integrieren sich in deren direktes Lebensumfeld. Die Technik passt sich an die Bedürfnisse von Nutzerinnen und Nutzern an. AAL-Technologien sind modular und vernetzbar aufgebaut.

Quelle: <https://www.bmwi.de/Redaktion/DE/Artikel/Digitale-Welt/Intelligente-Vernetzung/News-und-Termine/newsletter-02-18-die-sprache-der-digitalisierung.html>

„ Insbesondere bei Menschen mit Erkrankungen oder einer altersbedingten Gebrechlichkeit sehen wir die Möglichkeit, über Technologien ein besseres Leben im eigenen Zuhause zu ermöglichen. Die Frage lautet: Wie bekommen wir eigentlich die Sensorik zum Monitoring nach Hause? Hier sehen Sie, dass sich der medizinische und konsumorientierte Bereich zunehmend treffen. Ich glaube in den letzten Jahren sieht man eine große Verschmelzung von beiden Bereichen.
(Jens Sievert, ERGO)

Vor einigen Jahren konnten Wearables gerade einmal Schritte zählen oder den Puls messen – heute und in Zukunft inkludieren Devices wie Apple Watch, Fitbit oder Garmin immer mehr Funktionalitäten, die sich im medizinisch-indizierten Bereich bewegen. Beispielweise ermöglichen diese Geräte heute Funktionen wie die Überwachung des Herz-Kreislauf-Systems oder der Sauerstoffsättigung, **Monitoring von Stürzen** oder auch die Messung von Umweltfaktoren. Zunehmend ergeben sich hier weitere präventive, aber auch therapiebegleitende Ansätze, wie Ersthelfer-Apps oder digitale Therapie-Apps, welche insbesondere in der Kranken- und Lebensversicherung interessant sind.

USE CASE: Tocsen

Tocsen ist ein System aus Sturzsensor und Smartphone App, das Stürze von Outdoor Sportlern erkennt und im Notfall automatisch um Hilfe ruft, wenn der Nutzer selbst dazu nicht mehr in der Lage ist. Nach einem ausbleibenden Lebenszeichen z. B. bei Bewusstlosigkeit, werden zusätzlich zum Notruf inklusive GPS-Ortung die persönlichen Notfallkontakte sowie die App-Nutzer-Community in der Nähe kontaktiert. Das Unternehmen wurde 2019 in Freiburg gegründet, bereits ein Jahr später ist Tocsen deutschlandweit im Sport- und Fahrradfachhandel erhältlich. Es folgen Kooperationen mit internationalen Helmherstellern wie Alpina und Uvex.

Quelle: <https://www.tocsen.com/media/press>

Neben der Bewegung lassen sich auch beispielsweise Schlaf, Ernährung und Stress anhand von IoT-Devices monitoren. Hier wird es künftig noch mehr Sensoren geben, die zudem immer günstiger und damit bereit für den Massenmarkt werden.

Auch wenn der medizinisch-klinische Bereich und der Consumer-Bereich sich immer mehr überschneiden, scheint die Entwicklung und die zunehmende Verbreitung von Devices zur **Messung und Auswertung von Gesundheitsdaten** stark von der Konsumentenseite getrieben zu sein. Das hängt vor allem auch damit zu-

sammen, dass Sensorik und Geräte zur „Selbstvermessung“ im Konsumentenbereich immer erschwinglicher und damit für die Masse nutzbar werden. Zum anderen ist der Consumer-Bereich ein großer (und weniger regulierter) Markt, weshalb Technologieunternehmen bestrebt sind, diesen Markt mit neuen Services zu bedienen.

USE CASE: Weiterentwicklung der Apple Watch

Während die Apple Watch der ersten Generation, die im April 2015 auf den Markt kam, lediglich mithilfe eines Pulssensors die Herzfrequenz messen und aufzeichnen konnte, hat sie sich von Modell zu Modell in den letzten Jahren enorm weiterentwickelt. Mit der zweiten Generation verschob Apple den Fokus nun mehr auf den Fitness- und Gesundheitsmarkt. Sie verfügt nun über einen eigenen GPS-Empfänger und kann somit auch ohne das iPhone in der Hosentasche als vollwertige Laufuhr genutzt werden. Im September 2018 wurde die vierte Generation der Apple Watch mit innovativer Sturzerkennung und einer EKG-Funktion präsentiert. Mittlerweile ist die Apple Watch Series 7 auf dem Markt, die einen Sensor enthält (Pulsoxymeter), der mit einer dazugehörigen App die Sauerstoffsättigung im Blut misst. Außerdem kann mithilfe einer Sleep-Tracking-App der Schlafrhythmus verfolgt werden. Apple baut seine Watch also immer weiter aus zum perfekten Instrument für alle, die auf Fitness und Gesundheit achten.

Quelle: <https://www.welt.de/kaufberatung/technik/article207889291/Apple-Watch-Alle-Smartwatch-Modelle-von-Apple-in-der-Uebersicht.html>, <https://blog.wdr.de/digitalistan/dr-apple-watch-noch-mehr-gesundheitsdaten/>

” Im Bereich Medical ist alles viel regulierter. Es müssen Studien durchgeführt und Beweise für die Wirkungsfähigkeit erbracht werden, die Volumen sind viel kleiner. Deswegen werden im medizinischen Bereich oft Entwicklungen und Technologien aus der Consumer-Seite übernommen und später von der medizinischen Seite validiert, um dann zu schauen, ob alles wirklich funktioniert. Diese Sicherheit braucht man, weil es ein diagnostisches Tool ist. *(Manuel Heuer, Dacadoo)*

Ein Thema, das im Bereich dieser Technologien in den kommenden Jahren immer mehr an Bedeutung gewinnen wird, ist die fortschreitende Automatisierung in der

Bedienung von Apps und Wearables, die kaum noch aktive Handlungen des Nutzers verlangen. Dadurch kann die Wahrscheinlichkeit für Bedienfehler minimiert werden.

Insbesondere Wearables, aber auch Sturzsensoren oder implantierbare Sensoren, die die tägliche Blutzuckermessung bei Diabetikern ersetzen, sind heute nicht mehr wegzudenken und werden zunehmend in den Alltag integriert. Die Kernfrage wird in Zukunft sein, wie Daten aus Wearables & Co. beispielsweise bei der Antragsstellung oder bei kurzzeitigen, flexiblen Versicherungen zum Einsatz kommen können. Außerdem stellt sich die Frage, welche Produkte Versicherer entwickeln können, bei denen sowohl sie selbst als auch die Kund:innen von diesen Daten profitieren.

“ Wenn mein Wearable oder mein Handy über Sensoren erkennt, dass ich gerade Ski fahre, dann soll bitte meine Unfallversicherung automatisch für den Aktivitätszeitraum um 50 000 Euro erhöht werden. Das wird hoffentlich die Zukunft sein. (Florian Schubert, Swiss RE)

Geht man noch einen Schritt weiter, könnte hinter den Wearables zukünftig noch ein Service stehen, der Kund:innen mit den ausgewerteten Daten der Devices nicht alleine lässt. Ein telemedizinischer Dienst könnte mit den Nutzer:innen die Daten analysieren, interpretieren und ggf. an Arzt oder Ärztin weiterverweisen.

Versicherer - vom Payer zum Player

Befassen sich die Versicherer zukünftig mit dieser Art von Services, bewegen sie sich weg vom reinen Zahler, der sich ausschließlich um den finanziellen Ausgleich im Schadenfall kümmert, hin zum Lebensbegleiter der Kund:innen mit einer Vielzahl an spannenden Ange-

boten. Vor allem für Krankenversicherer bietet sich hier ein großes Potenzial, Kundenzufriedenheit und Kundenbindung zu steigern.

” Alle Krankenversicherer wollen weg von der Rolle des passiven Payers und stattdessen eine aktive Rolle in der Begleitung der Versicherten spielen.
(Manuel Heuer, Dacadoo)

Versicherer wollen kein reiner „Payer“ mehr sein. Ihnen geht es insbesondere darum, ihr Geschäftsmodell zu erweitern und sich über das Leistungsangebot stärker zu differenzieren. Doch zur Frage, ob es Versicherern überhaupt gelingen kann, zum umfassenden Lebensbegleiter zu werden, gibt es geteilte Meinungen. Alles steht und fällt mit dem Vertrauen, das der Versicherer bei seinen Kund:innen aufbauen muss. Das Leistungsversprechen muss glaubhaft und authentisch sein.

Die Herausforderung: In der Breite haben Versicherer nach wie vor mit dem Image zu kämpfen, wenig zahlen zu wollen und auf Kosteneinsparungen bedacht zu sein. Ein weiterer relevanter Aspekt für die Positionierung als Lebensbegleiter ist der Zugang zum Kunden. Dieser ist aktuell meist von anderen Akteuren gut besetzt, beispielsweise von den eigentlichen Geräteherstellern.

Aber muss der Versicherer in einem Gesundheitsökosystem den direkten Kundenzugang haben? Oder kann er Lebensbegleiter werden, ohne die Kundenschnittstelle selbst zu besetzen?

” Zum Thema Lebensbegleiter der Kunden: Ich glaube, das wird am Ende nicht ein einzelnes Unternehmen sein, sondern viele Unternehmen, die gemeinsam in einem Ökosystem Mehrwert für den Kunden schaffen – denn nur zusammen wird

dies zu erreichen sein. Firmen, die eine emotionale Beziehung zu ihren Nutzern haben, zum Beispiel ein Autohersteller, oder ein Outdoor-equipment-Hersteller. Diese Firmen haben ein ganz anderes und tieferes Verhältnis mit ihren Kunden als ein Unternehmen aus der Finanz- oder Versicherungsbranche. *(Florian Schubert, Swiss RE)*

Lebensbegleiter zu sein bedeutet jedoch, nicht nur für Kund:innen da zu sein, wenn erst der Leistungsfall eingetreten ist. Hier rückt das Thema Prävention immer mehr in den Mittelpunkt. Ein Thema mit großem Potenzial, aber auch schwerwiegenden Herausforderungen – wie etwa der mangelnden Datenbasis. Ohne diese ist es schwer bis unmöglich, Handlungsempfehlungen im Bereich Prävention zu entwickeln und abzugeben.

Darüber hinaus schränken regulatorische Hürden die Möglichkeit ein, das eigene Geschäftsmodell mit nützlichen Präventionsservices zu erweitern.

” Versicherer sollten eigentlich Prävention betreiben – aber das wird vom Reimbursement-System nicht unterstützt. Letztlich ist das aber ein Government-Problem, kein Versicherungsproblem. Die Versicherer manövrieren einfach innerhalb der vorgegebenen Leitplanken. *(Manuel Heuer, Dacadoo)*

Der Umgang mit den Datenmengen - Potenziale und Herausforderungen

Durch den Boom der Wearables werden seit einigen Jahren gigantische Mengen an Vitaldaten erzeugt. Diese könnten zum Ausgangspunkt für vielversprechende IoT-basierte Strategien und Serviceangebote werden, die auf eine stärkere Individualisierung setzen. Das Potenzial aus der Nutzung der Daten ist groß. Allerdings

gibt es hier datenschutzrechtliche und regulatorische Beschränkungen.

” Potenziale sehe ich auf jeden Fall in der Echtzeitdatenmessung, sowie deren Verwendung und in den aufstrebenden Technologien. Beispielsweise werden sich Wearables immer weiterentwickeln und immer mehr Bereiche am Körper überwacht werden können. *(Dr. Sandy Both, R+V)*

In der Kfz-Versicherung sind Telematik-Tarife im Sinne eines „Pay-as-you-drive“ schon bekannt. Auch für die Lebensversicherung wird ein ähnlicher Ansatz – „Pay-as-you-live“ – diskutiert, in der Lebensstil- und Gesundheitsdaten während der Vertragsdauer mehrfach verwendet werden können. So können das Risiko und die Prämiensumme entsprechend angepasst werden. Skepsis besteht in der Branche hinsichtlich der Frage, ob solche Tarife von den Kunden angenommen werden. Denn schon bei Telematik-Tarifen scheuen sich Nutzer:innen, Daten aus ihrem Fahrverhalten preiszugeben. Bei Gesundheitsdaten läge die Hemmschwelle wohl noch deutlich höher. Was technisch möglich ist, zeigen Länder wie Südafrika oder Asien, in denen jedoch deutlich geringere Datenschutzstandards als hierzulande herrschen.

” Es braucht attraktivere Modelle. Dafür könnten wir, zusätzlich zu den Anfangsdaten, über die Zeit Lebensstil-Daten einspielen. Das würde dabei helfen, das Risiko erneut zu beurteilen und Möglichkeiten dafür zu finden, es positiv zu beeinflussen. *(Manuel Heuer, Dacadoo)*

Hier zeigt sich allerdings auch, dass diese Daten einige technische Hürden mit sich bringen. Schwierigkeiten bereitet dabei insbesondere die manuelle Eingabe und Dokumentation der Daten von Nutzer:innen

und Ärzt:innen. Hier würde eine Automatisierung den Prozess erheblich erleichtern. Problematisch scheint außerdem die Qualität der Daten, die größtenteils nicht strukturiert sind und meist bei den Herstellern liegen, so dass daraus keine sinnvollen Ableitungen gezogen werden können. Auch die Interoperabilität stellt ein Problem bei der Datenauswertung dar, da sich Muster eines Wearable-Herstellers womöglich nicht ohne weiteres auf einen zweiten Hersteller übertragen lassen.

Betrachtet man das Ganze aus Sicht des Datenschutzes, ist dieser besonders in Deutschland stark reglementiert. Kund:innen müssen motiviert werden, die Daten freizugeben. Es kommt darauf an, einen signifikanten Mehrwert für die Kund:innen zu schaffen, der sich nicht nur in Bonuspunkten, Prämienreduktion oder besonderen Rabatten in ausgewählten Stores niederschlägt, sondern in sinnvollen gesundheitsfördernden Maßnahmen. Voraussetzung ist mehr Transparenz und Aufklärungsarbeit, um den Kund:innen klar zu vermitteln, wozu welche Daten erhoben und analysiert werden und was die Kund:innen davon haben.

“ Kunden wollen wissen, welche Daten von ihnen erhoben werden, was mit ihren Daten geschieht und vor allem: Was sie davon haben. Wenn wir aufzeigen, dass wir mit Daten beispielsweise Früherkennung betreiben und Krankheiten vermeiden können, dann sind Kunden relativ offen, sie zu teilen. *(Jens Sievert, ERGO)*

“ Es ist ganz klar eine sogenannte „Something for Something Economy“. Ich gebe dir etwas, was kriege ich zurück oder was bietest du mir an, wenn ich dir das gebe? Gratis wird das nicht laufen. *(Manuel Heuer, Dacadoo)*

Ob Kund:innen bereit sind, ihre Daten weiterzugeben, ist auch von kulturellen und demografischen Gegebenheiten abhängig. Insbesondere im deutsch- und französischsprachigen Raum, ist man sehr kritisch gegenüber der Weitergabe der eigenen Daten eingestellt.

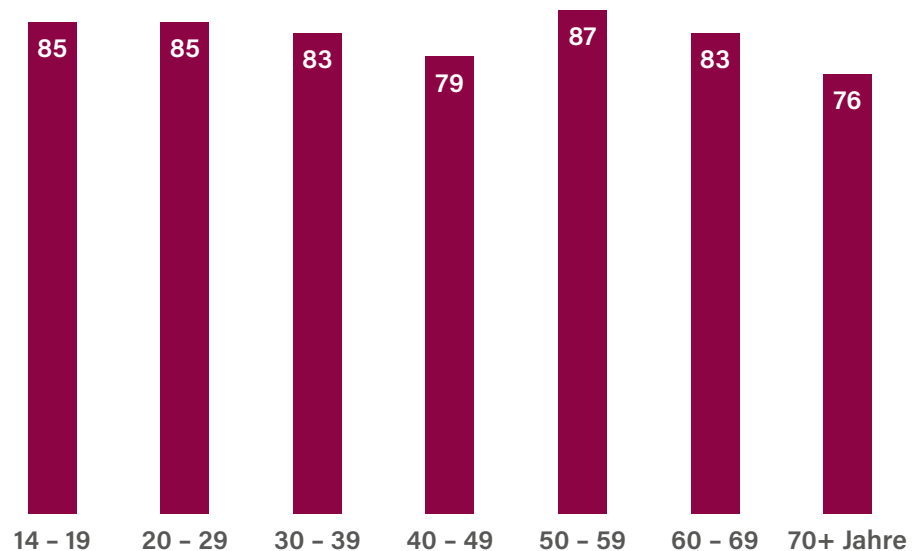
” Vitality in Südafrika ist natürlich ein ganz präsent Beispiel. Kunden kaufen im Supermarkt beispielsweise ihre Avocados günstiger ein, wenn sie beim Vitality Programm sehr erfolgreich waren. Die Datennutzung in Südafrika ist gänzlich anders geregelt als in Deutschland.

(Dr. Sandy Both, R+V)

Auf den ersten Blick scheint es, dass insbesondere die jüngere Generation gegenüber den „Silver Surfern“, eine höhere Akzeptanz gegenüber Wearables und sonstigen IoT-Technologien im Gesundheitsbereich hat. Doch auch die „Digital Natives“ sind der Weitergabe ihrer Daten gegenüber kritisch eingestellt. Besonders wichtig ist also eine altersgruppenspezifische Ansprache, damit sowohl „Mobile-First-Generationen“, als auch die ältere Generation das entsprechende Vertrauen aufbauen, ihre Daten weiterzugeben.

Insgesamt hohes Datenschutzbewusstsein über alle Altersgruppen

Mir ist bewusst, dass Dienste und Apps persönliche Daten an andere Firmen weitergeben (Angaben in Prozent).



Quelle: Eigene Darstellung nach ITM & Initiative D21 (2021), Digital Skills Gap, S. 58

Angebote und Mehrwerte, die durch die Nutzung von Daten entstehen, sind für Kundengruppen unterschiedlichen Alters grundlegend verschieden. Während die „Mobile-First-Generations“ möglicherweise eine nutzerfreundliche App in Kombination mit ihrer Police bevorzugen, geht es der älteren Generation vielleicht eher um einen attraktiven Preis und eine klassische Kundenbeziehung. Ausgangspunkt sind jedoch in jeglichen Ansätzen immer die Daten, wodurch im nächsten Schritt auch innovative, datenbasierte Versicherungsprodukte entwickelt werden könnten.

” Es braucht eine alters- und gruppenspezifische Ansprache. (...) Wir als Versicherer sind wenig darauf vorbereitet, was es bedeutet, mit „Mobile Only-Generations“ umzugehen. Das wird zu einem immer interessanteren Innovationsfeld. *(Florian Schubert, Swiss RE)*

Trotzdem gibt es auch bei Bereitschaft zur Datenfreigabe regulatorische Beschränkungen, die es zu beachten gilt und den „Datenschatz“ aus Wearables und anderen IoT-Geräten für Versicherungsunternehmen nur schwer zugänglich machen. Das betrifft insbesondere Vital- und Gesundheitsdaten, die einem besonderen Datenschutz unterliegen. Was die Gewinnung von datenbasierten Insights zusätzlich erschwert ist, dass beispielsweise Abrechnungsdaten über die gesundheitliche Behandlung oftmals beim Versicherer liegen, Vitaldaten verbleiben jedoch noch beim Hersteller der IoT-Geräte und Anwendungen.

**” Die Daten dürfen wir als Unternehmen oftmals trotzdem nicht nutzen. Die Regulatorik der Datennutzung ist so beschränkt, dass selbst der Kunde teilweise die Daten nicht für alle Zwecke freigeben kann, selbst wenn er möchte.
(Dr. Sandy Both, R+V)**

Daher sollten Versicherer ihren Blick jetzt vor allem darauf richten, welche Daten sie auch in anonymisierter Form nutzen können und nicht abwarten und auf etwaige Lockerungen im Datenschutz hoffen. Denn auch mit nicht personenbezogenen Daten können Modelle berechnet und brauchbare Ableitungen gemacht werden.

Mit technischen Ansätzen wie zum Beispiel Federated Learning, bei dem die Daten auf den Geräten der Nutzer:innen verbleiben, können hohe Anforderungen an den Datenschutz und die -sicherheit sichergestellt werden. Bei diesem Ansatz des dezentralen Machine Learnings wird vermieden, dass große Datenmengen auf einem zentralen Server (z. B. beim Versicherer) gespeichert werden. Das Risiko eines Datenlecks und der Kompromittierung eines Systems wird mit Hilfe eines solchen dezentralen Ansatzes stark minimiert.

Auch die dezentrale Blockchain-Technologie, die von vielen Menschen immer noch auf den Anwendungsfall von Kryptowährungen reduziert wird, bietet in diesem Kontext einen technischen Lösungsansatz.

Versicherer sollten die heute bestehenden technischen Möglichkeiten nutzen. Moderne Technologie und ein hoher Anspruch an den Datenschutz schließen sich nicht aus. Im Gegenteil: Richtig eingesetzte Technologie ist ein wesentlicher Treiber von datenschutzkonformen Geschäftsmodellen im Umfeld des Internet of Things.

Zusammenarbeit im Ökosystem Gesundheit

Trotz technologischer Lösungsansätze der Versicherer, sind Kund:innen womöglich eher bereit, ihre Daten mit anderen Anbietern als Versicherungsunternehmen zu teilen. Ein digitales **Ökosystem** Gesundheit, in dem unterschiedliche Partner zusammenarbeiten, kann Mehrwert sowohl für Versicherte als auch für Versicherer, andere Unternehmen und Start-ups schaffen. Insbesondere wenn es um die Bereiche Fitness/Sport, Sportausrüstung, Gesundheits-, Ernährungs- oder Mental-Health-Programme geht. Die Herausforderung liegt darin, aus verschiedenen Einzellösungen ein funktionierendes Gesamtbild aufzubauen, eine End-to-End-Journey in einem Ökosystem, ohne dass Kund:innen eine Vielzahl von Apps installieren müssen.

Ökosystem

McKinsey & Company definieren Ökosysteme als ein System von verbundenen Produkten und Dienstleistungen, das es Nutzer:innen ermöglicht, mehrere Bedürfnisse innerhalb einer integrierten Anwendung zu erfüllen, ohne das Ökosystem verlassen zu müssen. Dies erfordert eine Kooperation aller beteiligten Akteure.

Quelle: McKinsey & Company

“ Es gibt schon eine gewisse Akzeptanz, solche Plattformen über Versicherer zu nutzen, eben in Verbindung mit Versicherungsprodukten. Aber keines dieser Angebote deckt das ganze Spektrum von gesund bis krank ab. Einige Anbieter machen vielleicht Diabetesmanagement, andere Gewichtsreduktion. Dies sind dann mehr auf chronisch Kranke bezogene Therapien und Services. *(Manuel Heuer, Dacadoo)*

Versicherer bzw. deren Services werden künftig Teil von übergreifenden Ökosystemen. Die Branchenmeinungen gehen hier auseinander, ob das Versicherungsunternehmen wirklich „Owner“ und Orchestrator des Ökosystems sein muss und kann. Oder ob sich am Ende doch ein Tech-Gigant wie Google oder **Amazon** durchsetzt, der die Ausgestaltung digitaler Ökosysteme im Kontext Gesundheit maßgeblich mitbestimmt. Diese Tech-Giganten besitzen über mehrere dieser Ökosysteme hinweg gut etablierte und gut funktionierende Schnittstellen zu Kund:innen. Zudem verfügen sie über eine ausgesprochen hohe Datenkompetenz und verstehen es, Lösungen zu skalieren und Partnerschaften zu schließen. Sie können also Lösungen, die sie für ein Ökosystem entwickelt haben, gut in anderen Ökosystemen zur Anwendung bringen, was sie zu einflussreichen Playern mit erheblichen Disruptionspotenzial macht.

USE CASE: So steigt Amazon ins Versicherungsgeschäft ein

Der Online-Versandhändler Amazon steht im August 2021 kurz vor einem Einstieg in den Versicherungsmarkt. Wie die „Süddeutsche Zeitung“ berichtete, hat das Unternehmen dafür den Amazon Insurance Accelerator ins Leben gerufen, mit dem Kunden gegen Sach- und Personenschäden abgesichert werden sollen, die von defekten Produkten verursacht werden. Partner seien dafür unter anderem der deutsche Rückversicherer Munich Re und der Großmakler Marsh. Das Angebot gilt bisher nur in den USA, soll zukünftig aber auch außerhalb der USA weiter ausgebaut werden. Erweiterungen des Angebots, beispielsweise auf Policen für Privatkunden oder Unternehmen außerhalb des Haftschutzbereichs, seien eben-

ausgebaut werden. Erweiterungen des Angebots, beispielsweise auf Policen für Privatkunden oder Unternehmen außerhalb des Haftpflichtbereichs, seien ebenfalls möglich. Bisher hatte Amazon seinen Privatkunden – in Kooperation mit Versicherern – vor allem Garantieverlängerungen angeboten.

Quelle: <https://www.businessinsider.de/wirtschaft/handel/haftpflicht-von-amazon-der-online-riesewill-ins-versicherungsgeschaef/>

“ Ich habe vor kurzem einen Satz gelesen, der es auf den Punkt bringt: „Your Messenger is going to be your only Homescreen“. Das ist genau das, was wir heute zum Beispiel schon in Asien sehen mit Ping An, Alibaba, Rakuten oder auch GoJek und Grab. Rund um eine Super-App wird ein ganzes Ökosystem an Service-/Dienstleistungen aufgebaut. Ein erfolgreiches Beispiel ist „WeChat“: Die Basis war der Messenger, also etwas Soziales. Der Mensch steht im Mittelpunkt und darum baut sich ein ganzes Zahlungs-, Versicherungs- und Dienstleistungs-Ökosystem auf. *(Florian Schubert, Swiss RE)*

Schon heute arbeiten konventionelle Versicherer mit Start-ups zusammen, insbesondere wenn es um digitale, technische oder medizinische Lösungen geht. Während Start-ups die Vorteile mitbringen, kleiner und dadurch wendiger, agiler und dynamischer zu sein, fehlt ihnen oftmals noch der Zugang zum Versicherungskunden.

“ Es ist auch für ein Start-up eine große Herausforderung, in so einem regulierten Markt wie dem Versicherungsmarkt Systeme aufzubauen. Das unterschätzen Start-ups manchmal. Dafür haben sie den Vorteil, dass sie klein, agil, schnell sind. Sie können Dinge neu aufbauen, ohne sich mit großen Legacy-Systemen herumschlagen und technologische Altlasten mitziehen zu müssen. *(Jens Sievert, ERGO)*

Ob Start-ups jedoch dadurch schon einen Schritt weiter in der Entwicklung und Etablierung von IoT-Technologie im Gesundheitsbereich sind, ist fraglich, auch hier lassen sich Unterschiede zwischen Ländern und Kulturen erkennen.

„Dieses „Weiter sein“ entsteht aber in ganz großem Maße oftmals durch einen guten, aber auch recht banalen Grund: Start-ups fokussieren sich massiv auf einen ganz kleinen Ausschnitt der Versicherungs-Value-Chain – und dann ist es relativ leicht, „weiter zu sein“. Im Endeffekt sind sie nicht weiter, sie haben jedoch eine hochspezialisierte, fokussierte und oftmals gute Lösung für eine Ausschnitts-Problemstellung.
(Florian Schubert, Swiss RE)

„In Europa ist die Workforce teurer als zum Beispiel in Asien, dort hat jeder große Versicherer sein eigenes Innovation Lab mit hunderten von Entwicklern, auch in Lateinamerika ist das so. In Europa ist das noch nicht so. Wenn Sie dort Innovations-Teams haben, sind es vielleicht kleine Teams mit fünf bis zehn Personen.
(Manuel Heuer, Dacadoo)

Die Zusammenarbeit zwischen konventionellen Versicherern, die regulatorisches Wissen und versicherungstechnisches Know-how mitbringen, und Start-ups, die wiederum medizinisch-technische Innovationen liefern, kann für beide Seiten sehr wertvoll sein. Daher sollten Versicherer stets überlegen, wann es sinnvoll ist, innovative, technische Lösungen selbst zu bauen, oder wann sie sich eher auf ihr Kerngeschäft fokussieren – das nicht in der Entwicklung von Software liegt – und mit Partnern kooperieren. Das „Partnering“ kann längst als eigenständige Disziplin verstanden werden. Hierbei ist es für Versicherer wichtig, sich nicht „blind“

in Partnerschaften zu stürzen, sondern strukturiert und mit System vorzugehen.

“ Wenn sich Gesundheits-Start-ups und Versicherer zusammenschließen, können sie Mehrwert für ihre Kundinnen und Kunden schaffen. Die Start-ups bringen ihr medizinisch-technisches Know-how ein, die Versicherer ihre Risikokompetenz, ihre Daten und die Schnittstelle zu den Versicherten. Auf diese Weise entsteht eine Win-Win-Win-Situation. *(Dr. Michael Zons, DEVK)*

IoMT und Versicherer – ein Blick in die Zukunft

Wie die aktuellen Entwicklungen rund um DiGAs (Digitale Gesundheitsanwendungen) oder auch die Geschwindigkeit, mit der Covid-19-Impfstoffe entwickelt und getestet wurden, zeigen, können auch hierzulande medizinisch-regulierte Entwicklungen schnell vorangehen. Versicherer müssen sich auf diese Entwicklung einstellen und entsprechend reagieren. Die Zuverlässigkeit und Sicherheit der eingesetzten Technologien und der Datenschutz haben höchste Priorität – insbesondere in medizinisch relevanten Bereichen, weshalb deren Einsatz auch in den kommenden Jahren und bei fortschreitenden, schneller werdenden Entwicklungen sorgfältig geprüft werden sollte. Erst dann kann auch das notwendige Vertrauen der Nutzer in diese Technologien entstehen und aufrechterhalten werden.

“ Die Entwicklung beschleunigt sich: Je mehr Daten Sie haben, je besser die Sensorik wird, je schneller Sie Früherkennung machen können, desto eher werden die Kunden solche Produkte auch von sich aus nutzen. Die Frage ist, wie schnell man tatsächlich ist und es schafft, Silos zu durchbrechen und über Interoperabilität – vielleicht auch Open Insurance – nachzudenken. *(Jens Sievert, ERGO)*

Wirft man einen Blick in die Zukunft, lautet die spannende Frage: Ist das IoMT der Schlüssel zu stark individualisierten Angeboten und Services im Gesundheitsbereich? Die Antwort darauf hängt stark mit der Verwertbarkeit der Daten zusammen. Versicherer müssen die Vorteile dieser Technologien transparenter und zielgruppengerechter transportieren, kommunizieren und in attraktive Produkte übersetzen. Denn nur so besteht die Möglichkeit in Zukunft individuellere Angebote anbieten zu können.

Je individueller eine Versicherung wird, desto höher werden jedoch auch deren Volatilität und desto teurer auch die angebotene Lösung, da die Versicherer nicht mehr generalisieren können. Inwieweit der Versicherungsschutz und dazugehörige Services in Zukunft individualisiert werden, bleibt bislang offen. Zunächst scheint eine Flexibilisierung der Tarife, wie es bereits in der Schaden- und Unfallversicherung angewandt wird und die auf von IoT-Devices aufgenommenen Daten basieren, realistischer und weniger disruptiv.

” Die Nutzung von biometrischen Daten ist allerdings ein zweiseitiges Schwert. So offensichtlich die Vorteile sind, liegt unsere Existenzberechtigung vor allem in der Organisation des Ausgleichs im Kollektiv. Je genauer wir im Rahmen der Risikoprüfung die Gesundheitsverläufe unserer Kundinnen und Kunden vorhersagen können, desto weniger funktioniert dieser Risikoausgleich.
(Dr. Michael Zons, DEVK)

Ob dies so wirklich jemals eintreffen wird, bleibt ungewiss. Fakt ist jedoch, dass sich der medizinisch-technologische Markt und die Nutzung von IoT-Devices rasant weiterentwickeln werden. Datenmengen werden immer größer und Versicherer müssen Wege finden, damit umzugehen und diese adäquat zu nutzen.

“ Die Wahrheit liegt wahrscheinlich irgendwo in der Mitte. Natürlich haben wir in Europa und speziell in Deutschland einen sehr guten Blick auf Daten, Datenverwendungen und auch die Vermeidung von Datenmissbrauch. Das ist tatsächlich eine Kernkompetenz und ein großer Vorteil des deutschen und europäischen Marktes. Auf der anderen Seite sorgt das dafür, dass man ein bisschen langsamer ist. Ich glaube, der deutsche Weg ist nicht verkehrt – wenn wir es schaffen, ihn ein bisschen zu beschleunigen.

(Jens Sievert, ERGO)

5

Große Herausforderungen – enormes Potenzial für Versicherer

Die Zahl der Nutzer:innen, die Gesundheitsdaten wie Puls, Schritte, Schlaf oder die Sauerstoffaufnahme messen, steigt kontinuierlich an. Vernetzte Geräte im Gesundheitsbereich und das Internet of Medical Things gewinnen somit für Versicherer zunehmend an Attraktivität. In Deutschland wird momentan viel experimentiert und ausprobiert. Während es in anderen internationalen Märkten wie Südafrika schon verschiedene Beispiele wie Vitality von Discovery oder Multiply von Momentum gibt, sind auf dem deutschen Versicherungsmarkt bislang nur wenige Use Cases (z. B. Coach:N der Nürnberger Versicherung) zu finden. Die enormen Datenmengen, die die Tracker generieren, verbleiben größtenteils unberührt bei den Herstellern und für Versicherer ist es oftmals schwierig, überhaupt an die Daten zu gelangen.

Was die Nutzung von Kundendaten angeht, stehen Versicherer hierzulande nicht nur vor technischen, sondern auch vor politischen Herausforderungen. Gerade in Deutschland erschweren regulatorische Bedingungen einen Paradigmenwechsel der Versicherer von der reinen finanziellen Absicherung hin zur datenunterstützten Prävention und Gesunderhaltung – also zum Lebensbegleiter der Kunden. Versicherer beschäftigen sich daher zunächst noch eher rudimentär mit dem Thema und stellen mitunter eher Compliance-Aspekte in den Fokus, als neue Lösungen für ihre Kund:innen zu schaffen.

Hinzu kommt: Auch bei Daten, deren Weitergabe möglich wäre, sind Kund:innen oft nicht bereit, diese zu teilen. Versicherer, die entsprechende Produkte anbieten

wollen, müssen mehr Transparenz schaffen und den Mehrwert ihrer Lösungen zielgruppengerecht kommunizieren.

Neben den regulatorischen Rahmenbedingungen und der Bereitschaft zum Teilen der Daten fehlt es jedoch auch an den passenden Geschäftsmodellen, die Interessen von Kund:innen, Versicherern und dritten Parteien – etwa die Hersteller von Geräten wie Apple oder FitBit – in Einklang bringen. Denn Versicherer können nur zum Lebenspartner ihrer Kund:innen werden, wenn sie Partnerschaften eingehen. Doch viele Versicherer sind dafür noch gar nicht bereit – sei es aus technischen Gründen (Open Insurance) oder aufgrund ihrer Organisation und Kultur (Änderung des Mindsets).

Diese Hürden zu beseitigen, wird Zeit brauchen. Zeit, die Versicherer nutzen sollten, um Strategien zu den Themen Daten, Digitalisierung und Partnerschaften zu entwickeln. So können potenzielle Partner identifiziert und erste Erfahrungen mit Pilotprojekten gesammelt werden. Diese könnten beispielsweise auf anonymisierten und aggregierten Daten aufbauen. Denn auch diese Daten eignen sich, um neue Erkenntnisse zu generieren und Modelle zu entwickeln, die persönliche Empfehlungen möglich machen. Um einen Mehrwert für die Verbesserung von Risikovorhersagen und gesundheitsbezogenen Angeboten darzustellen, sind nicht zwangsläufig personenbezogene Daten notwendig. Diese Pilotprojekte gilt es dann zu skalieren, um gleichzeitig im Rahmen der Strategie das eigene Unternehmen Schritt für Schritt in eine datengetriebene Zukunft zu führen.

6

Interviewpartner



Dr. Sandy Both

Dr. Sandy Both verbindet Forschung, Innovationsmanagement und „trendige“ Versicherung! Nach ihrem Mathematikstudium, Promotion, Aktuarsausbildung und einigen Jahren in der Forschung am House of Finance der Goethe Universität Frankfurt ist sie nun bei der R+V in der Personenversicherung im Bereich Strategie, Innovation und Digitalisierung als Transformation Managerin Agile und Lead des Innovations-teams des Ressorts Personen tätig.



Manuel Heuer

Manuel Heuer ist seit 2011 als COO bei Dacadoo tätig. Von 2008 bis 2011 war Manuel Heuer bei St. Jude Medical als Managing Director Switzerland tätig. Davor war er von 2003 bis 2008 bei Guidant in Belgien, Frankreich und der Schweiz tätig. Er hatte verschiedene Positionen mit zunehmender Managementverantwortung in den Bereichen Vertrieb, Geschäftsentwicklung und Marketing inne. Von 1997 bis 2001 war er in Vertriebs- und Marketingpositionen bei Nestlé in Brasilien tätig. Er hat einen MBA von der IMD International.



Florian Schubert

Florian Schubert arbeitet als Senior Innovation Manager für EMEA bei der Swiss Re in München. In seiner Rolle ist er für neuartige, digitale und Co-Creation-Projekte mit Versicherern und Partnern aus anderen Industrien innerhalb eines branchenübergreifenden Ökosystemansatzes verantwortlich. Er

verfügt über fundierte Kenntnisse und umfangreiche Erfahrungen in den Bereichen Design Thinking/Human Centered Design, Sprints, User Testing, Prototyping und Produktentwicklung.

In der deutschen Niederlassung treibt er das Thema Innovation voran, betreut die Kontakte zu FinTechs/InsurTechs und ist die Schnittstelle zu verschiedenen Incubation- und Accelerationprogrammen, wie z. B. InsurTech Hub Munich, Plug ,n' Play, und Techstars.



Jens Sievert

Jens Sievert arbeitet als Projektleiter im ERGO Innovation Lab in Berlin. Dort sucht und verprobt er neue Technologien und entwickelt digitale Produkte. Er beschäftigt sich intensiv mit dem Themenfeld Internet of Things (IoT) und testet die User Experience, Kundenakzeptanz und Marktreife von innovativen IoT-Produkten ab.



Dr. Michael Zons

Dr. Michael Zons ist seit 2018 Generalbevollmächtigter Lebensversicherung bei den DEVK Versicherungen und seit 2021 Mitglied des Vorstands der DEVK-Krankenversicherungs-AG. Davor war er von 2006 bis 2018 in verschiedenen Positionen bei der ERGO Group AG tätig. Von 2001 bis 2006 arbeitete er am Seminar für ABWL, Risikomanagement und Versicherungslehre an der Universität zu Köln.

Versicherungsforen Leipzig

Die Versicherungsforen Leipzig unterstützen Unternehmen der Versicherungswirtschaft bei ihren Forschungs- und Entwicklungsvorhaben. Wir erforschen und analysieren neue Trends und Themen, erarbeiten daraus konkrete Anforderungen für Versicherungsunternehmen und entwickeln gemeinsam Lösungsansätze. Neben F&E-Projekten wie Studien, Marktanalysen oder Strategieberatung sind die Versicherungsforen Leipzig als Anbieter von Austausch- und Weiterbildungsformaten wie Fachkonferenzen, Messekongressen, User Groups und Seminaren bekannt.

Durch unsere langjährige Tätigkeit haben wir darüber hinaus ein einzigartiges Netzwerk aufgebaut, zu dem über 240 Unternehmen der Versicherungswirtschaft und branchennahe Dienstleistungsunternehmen zählen. Professuren und Lehrstühle ergänzen dieses Netzwerk aus wissenschaftlicher Sicht. Mit unserem New Players Network fördern wir zudem den Austausch zwischen etablierten Versicherungsunternehmen und den jungen, innovativen Start-ups.



Zühlke - Empowering ideas

Wir sind überzeugt, dass Innovationen und technologischer Fortschritt unsere Wirtschaft und Gesellschaft positiv verändern können. Gemeinsam mit unseren Kunden erarbeiten wir nachhaltige Lösungen für die Zukunft.

Zühlke ist ein weltweit tätiger Innovationsdienstleister. Wir kreieren neue Ideen und Geschäftsmodelle für unsere Kunden. Auf Basis neuester Technologien erschaffen und transformieren wir Dienstleistungen und Produkte – von der initialen Vision über die Entwicklung, die Produktion und die Auslieferung bis hin zum Betrieb.

Wir verfügen über eine einzigartige multidisziplinäre Expertise in den Bereichen Strategy und Business Innovation, Digital Solutions und Application Services sowie Device und Systems Engineering. Unsere herausragenden Lösungen und unsere jahrelange Erfahrung bringen unseren Kunden einen konkreten Business-Mehrwert und machen uns zu einem zuverlässigen Partner auf dem Weg in eine nachhaltige und wettbewerbsfähige Zukunft.

Zühlke wurde 1968 in der Schweiz gegründet und ist im Besitz von Partnern. Unsere 1300 Mitarbeitenden sind in Bulgarien, Deutschland, Großbritannien, Hongkong, Österreich, Portugal, der Schweiz, Serbien, Singapur sowie in Vietnam tätig und betreuen Kunden aus den unterschiedlichsten Branchen. Darüber hinaus bietet der Zühlke Venture-Capital-Service Finanzierungen für Start-ups im Hightech-Bereich an.

Ansprechpartner



Nick Drummer

Business Development Manager

Direct +49 89 309 052 64 27

Mobile +49 152 018 668 05

nick.drummer@zuehlke.com

Landshuter Allee 12, 80637 München



Stefan Mühlenbruch

Business Solution Manager

Direct +49 511 936 888 37

Mobile +49 173 9614251

stefan.muehlenbruch@zuehlke.com

Podbielskistr. 333, 30659 Hannover