



I.VW Management-Information

St.Galler Trendmonitor für Risiko- und Finanzmärkte

Krisenmanagement

Integrierte Krisenkommunikation

Versicherer als Stakeholder in Unternehmenskrisen

Szenarien zur weltwirtschaftlichen Lage

Ready and Resilient: Post-Covid-19 Strategies for Insurers

The Adaptive Insurer Hit by the Covid-19 Crisis

Aktuell: Wichtige Trends im digitalen Marketing

Aktuell: Sind Ökosysteme die Zukunft der Assekuranz?

Call for Papers

Das Ziel des St.Galler Trendmonitors besteht in der zeitgerechten Erkennung und Aufbereitung relevanter Informationen im Sinne eines Frühwarnsystems sowie in der Erschliessung neuer Wege des Innovations- und Wissensmanagements für Finanzdienstleistungsunternehmen. Der Trendmonitor fördert den Wissenstransfer aus den Bereichen Wissenschaft, Wirtschaft und Verwaltung auf dem Gebiet Financial Services. Neue Trends, Ergebnisse von Seminaren und Tagungen sowie neueste Forschungsergebnisse bilden den Inhalt des St. Galler Trendmonitors für Risiko- und Finanzmärkte.

Wenn Sie einen Beitrag in unserem Trendmonitor veröffentlichen möchten, bitten wir Sie, den Artikel zur Beurteilung in digitaler oder schriftlicher Form an unsere Redaktion, z. Hd. von Herrn Jonas Jahnert, zu senden. Zur Veröffentlichung eingereichte Manuskripte werden durch je einen Wissenschaftler und einen Praktiker begutachtet.

Wir freuen uns auf Ihre Zusendungen.
I.VW-HSG

Jonas Jahnert
Institut für Versicherungswirtschaft
der Universität St.Gallen
Tannenstrasse 19
9000 St.Gallen / Schweiz
Telefon +41 71 224 36 55
E-Mail: jonas.jahnert@unisg.ch

Hinweis

Der St. Galler Trendmonitor und alle in ihm enthaltenen einzelnen Beiträge und Abbildungen sind urheberrechtlich geschützt. Das I.VW-HSG haftet nicht für unverlangt eingesandte Manuskripte. Im Fall der Annahme erwirbt das I.VW-HSG das ausschliessliche Verlagsrecht sowie die ausschliessliche Befugnis zur Einspeicherung in eine Datenbank oder zu jeglicher Vervielfältigung.

Die Inhalte des Trendmonitors werden vom I.VW-HSG sorgfältig recherchiert. Das I.VW-HSG übernimmt trotz aller Sorgfalt keine Gewähr für die Aktualität, Richtigkeit, Genauigkeit, Zuverlässigkeit oder Vollständigkeit der hier veröffentlichten Informationen und lehnt ausdrücklich jegliche Haftung für Fehler oder Auslassungen ab. Irrtum über Inhalt, wesentliche Produktbeschreibungen und Berechnungen bleibt vorbehalten. Es wird keine Haftung für die Richtigkeit der Angaben übernommen. Die im St.Galler Trendmonitor gemachten Angaben dienen lediglich der Unterrichtung.

Editorial Board

Walter Ackermann
I.VW-HSG
Universität St.Gallen

Torsten Bechmann
AXA Versicherungen AG

Bernard El Hage
TONI Digital Insurance Solutions AG

Martin Eling
I.VW-HSG
Universität St.Gallen

Mukadder Erdönmez
HDI Global SE

Roger Faust
Allianz Suisse

Martin Huser
Helvetia Versicherungen

Martin Jara
Helvetia Versicherungen

Florian Klein
Helvetia Versicherungen

Arnold Löw
Swiss Re

Peter Maas
I.VW-HSG
Universität St.Gallen

Sandro C. Principe
Wincasa

Lukas Reichel
Munich Re

Przemysław Rymaszewski
Zurich Insurance Company

Hato Schmeiser
I.VW-HSG
Universität St.Gallen

Tina Störmer



Liebe Leserinnen und Leser,

wie oft haben Sie in den letzten Wochen den Begriff «Krise» gehört? Wahrscheinlich zu oft. Ich finde, dass er geradezu inflationär genutzt wird, oft zur Panikmache, zur Gewinnung von Aufmerksamkeit oder als Warnsignal. Natürlich sind manche Krisen wahrhaft ein Desaster, aber ist dies im unternehmerischen Kontext wirklich immer der Fall? Häufig ist erst in Krisenzeiten zu beobachten, dass genügend Druck auf Management, Mitarbeitenden und weiteren Stakeholdern lastet, um substantielle Reformen durchzuführen sowie interne Prozesse und das Geschäftsmodell zukunftsfähig zu machen. Die Handlungsmöglichkeiten in einer Krise sind zwar eingeschränkt. Wenn aber vielleicht sogar die Existenz des Arbeitgebers auf dem Spiel steht, kann es unter Umständen bedeutend leichter sein, nötige Reformschritte einzuleiten.

Dieser St. Galler Trendmonitor beschäftigt sich daher mit den Handlungsmöglichkeiten von Unternehmen in Krisenzeiten. Der erste Artikel betrachtet, wie in Krisenzeiten und unter Kritik der Öffentlichkeit die Kommunikation nach Aussen gelingen kann. Dabei bescheidet der Autor Prozesse und Prioritäten, die aus seiner Erfahrung hierfür wichtig sind.

Der folgende Beitrag betrachtet das Baunebengewerbe und die sich hier häufenden finanziellen Krisen von Unternehmen. Versicherer, die in diesem Sektor Garantien begeben, kommen regelmässig in einen Interessenkonflikt mit Fremdkapitalgebern. Wie sich Versicherer in solchen Konflikten verhalten sollten, wird im Rahmen des Beitrag diskutiert.

Um Krisen zu vermeiden, ist eine Planung der Geschäftsentwicklung sehr wichtig. Im Rahmen dieser Planung ist es von höchster Priorität, Auswirkungen der gesamtwirtschaftlichen Entwicklung auf das eingene Geschäftsmodell abschätzen zu können. Einen wirtschaftlichen Ausblick und daraus folgende anlagestrategische Implikationen liefert der dritte Fokusbeitrag.

Die beiden folgenden Artikel betrachten die Auswirkungen der Covid-19-Pandemie auf Versicherungsunternehmen: Zuerst beschreiben die Autoren, wie Versicherer ihre Strategie anpassen müssen, um in einer Post-Covid-19-Welt erfolgreich zu sein. Sie diskutieren unter anderem das Erschliessen neuer Einnahmequellen, Digitalisierungsmassnahmen und eine effiziente Kapitalstruktur.

Die Autoren des nächsten Artikels referenzieren auf eine vor der Covid-19-Pandemie durchgeführte Studie über die Adaptiveness von Versicherungsgesellschaften. Auf Basis der Erkenntnisse dieser Studie kommen sie zu dem Ergebnis, dass Unternehmen, die bereits vor Covid-19 eine hohe Anpassungsfähigkeit gezeigt haben, auch besser durch die Pandemie kommen könnten. Ausserdem zeigen die Autoren auf, welche Erfolgsfaktoren für ein anpassungsfähiges Unternehmen durch die Covid-19-Krise an Bedeutung gewonnen haben.

In der Rubrik «Aktuell» präsentieren wir Ihnen drei interessante Beiträge. Zuerst berichten zwei Startupgründer, wie Versicherer mit Hilfe neuer Technologien die Effizienz ihrer Marketingkanäle steigern können. Die beiden weiteren Artikel beleuchten die Rolle von Versicherungsunternehmen in Plattformen und Ökosystemen. Zunächst werden hier die Ergebnisse einer Umfrage dargestellt, in der Versicherer unter anderem über Ihre Rollenambitionen in Ökosystemen befragt wurden. Im Anschluss präsentiert der letzte Beitrag dieser Ausgabe Faktoren, die beim Eintritt in Ökosysteme über den Erfolg entscheiden.

Wir hoffen, dass diese Ausgabe Sie bei der Entscheidungsfindung in Ihrem Unternehmen unterstützt, und wünschen Ihnen viel Vergnügen bei der Lektüre!

Jonas Jahnert
Bereichsleiter «Trendmonitoring»

Roberto Brunazzi

Fokusthema 1

Integrierte Kommunikation als Erfolgsschlüssel in der Krise.....3

Christine Zingg-Graf / Malte Jantz

Fokusthema 2

Interessenkonflikt wider Willen: Banken und Versicherer bei Restrukturierungen ...7

Marc Brüttsch

Fokusthema 3

Szenarien zur weltwirtschaftlichen Lage und Implikationen für die
Anlagetätigkeit von Lebensversicherern 11

Jochen Schlicksupp / Daniel Spanagel / Juliane Welz

Fokusthema 4

Ready and Resilient: An Insurance Strategy for a Post-Covid-19 World..... 15

Claudio Stadelmann / Philipp Lys / Fabian Hotz

Fokusthema 5

The Adaptive Insurer Hit by the Covid-19 Crisis 19

Manuel Dietrich / Marco Hochstrasser

Aktuell 1

Wichtige Trends im digitalen Marketing: Versicherer zwischen Datengold und
Datenschutz, Agilität und Künstlicher Intelligenz..... 24

Werner Rapberger / Markus Schimmer / Michel Ott

Aktuell 2

Plattformen und Ökosysteme: Die Zukunft der Assekuranz?..... 29

Roman Wyss / Martin Bieler / Peter Maas

Aktuell 3

Bringing Insurance to the Next Level: On How to Establish the
Ecosystem Mindset..... 33



letzte
Plätze
verfügbar

HSG-Diplomprogramm Insurance Management 2021/2022 I 6. Durchführung

Branchenwissen und Managementkompetenz

Die hochkarätige Management-Weiterbildung bietet eine umfassende und praxisorientierte Vertiefung in relevante und aktuelle Themenbereiche der Versicherungswirtschaft für mittlere und obere Führungskräfte.

Start:
13. Juni 2021
Dauer:
37 Tage
Preis:
CHF 35'900

Studieninhalte

- Modul 1: Strategisches Management
- Modul 2: Schaffung von Kundenwert
- Modul 3: Strategisches Prozessmanagement
- Modul 4: Wertorientierte Führung
- Modul 5: Exkursion
- Modul 6: Transformation und Leadership

Interessiert?

Dann melden Sie sich zur Online Info-Session am 29. April 2021 um 13 Uhr an und erfahren Sie mehr über das Diplomprogramm.

Registrieren Sie sich kostenfrei hier:



unisg.link/das-info



Wünschen Sie ein kostenloses Beratungsgespräch? Dann nehmen Sie mit mir Kontakt auf.

Programmleiter

Dr. Marco Allenspach

+41 71 224 79 42

marco.allenspach@unisg.ch

AKKREDITIERUNGEN



**"From insight
to impact"**



fokussiert
& praxisnah

Unsere Programme für Fach- und Führungskräfte im Vertrieb

Wir freuen uns, mit diesen Programmen einen Beitrag zur Weiterbildung und zum Berufsstand des Generalagenten und Versicherungsmaklers zu leisten. Durch das zunehmende Tempo der Veränderung wird auch Ihre persönliche Weiterbildung immer wichtiger.

CAS Generalagentur- und Marktmanagement

Der im deutschsprachigen Raum einzigartige Management- und Leadership-Lehrgang für Führungskräfte und Unternehmer, die an der Nahtstelle zum Kunden erfolgreich agieren möchten.

Start: 26. Mai 2021

Dauer: 16 Tage

Preis: CHF 15'800



unisg.link/cas-gmm

Versicherungsbroker Seminar

Fach- und Führungskräfte im Maklermarkt erhalten ein Update zu aktuellen Management- und Führungsthemen. In Kooperation mit dem Brokerverband SIBA.

Datum: 25.–27. August 2021

Dauer: 3 Tage

Preis: CHF 2'900



unisg.link/broker



Wünschen Sie ein kostenloses Beratungsgespräch?
Dann nehmen Sie mit mir Kontakt auf.

Programmleiter

Dr. Christoph Peter

+41 71 224 79 45, christoph.peter@unisg.ch

**“From insight
to impact”**



AKKREDITIERUNGEN

Trendmonitore

4/2020 Cyberrisiken

- Fokus 1 Cyberrisiken: Hype oder Dynaxity-Herausforderung für das Management von Unternehmen? *(Thomas Paché)*
- Fokus 2 Mehr Digitalisierung, höhere Cyberrisiken: Status Quo und Trends *(Michael Waidner / Michael Kreutzer / Stefan Wunderlich)*
- Fokus 3 Management von Cyberversicherungen: Erwartungen der Eidgenössischen Finanzmarktaufsicht FINMA an die Assekuranz *(Roland Gast)*
- Fokus 4 Nationale Strategie zum Schutz vor Cyberrisiken: Was die Schweiz gegen Cyberbedrohungen unternimmt *(Manuel Suter)*
- Fokus 5 Underwriting von Cyberrisiken: Ein Rezept *(Maya Bundt)*
- Fokus 6 Why proactive beats reactive in cybersecurity today *(Reto Aeberhardt)*
- Fokus 7 Erfolgsfaktoren für die IT-Sicherheit in Krisenzeiten *(Benjamin Kunz Mejri)*
- Aktuell Fünf Thesen und Antithesen zur Digitalisierung im Schadenmanagement *(Reto Schlaepfer)*
- Tagung 1 Future.Talk 2 / 2020: Müssen Beratung und Vermittlung in der beruflichen Vorsorge neu reguliert werden? *(Marcel Freyschmidt)*
- Tagung 2 Future.Talk 3 / 2020: Neue Risiken – Neue Produkte *(Jonas Jahnert)*

3/2020 Herausforderungen für den Vertrieb

- Fokus 1 Umsturz auf Raten: Wie Insurtechs den Versicherungsvertrieb verändern *(Christian Wiens)*
- Fokus 2 Vertrieb von Versicherungslösungen: Das entscheidende Zusammenspiel von traditionellen und innovativen Vertriebsmodellen *(Robert Gremli)*
- Fokus 3 Bionische Vertriebsansätze *(Pia Tischhauser / Christopher Freese)*
- Fokus 4 Covid-19 als Katalysator für veränderte Vertriebsmodelle in der Assekuranz *(Jörg Schwanemann / Aylin Demir)*
- Fokus 5 Nutzen und Kosten der Versicherungsvermittlung in der beruflichen Vorsorge in der Schweiz *(Martin Eling / Hato Schmeiser)*
- Fokus 6 Schweizer Versicherungsbroker mitten in der Transformation *(Jean-Michel With)*
- Aktuell 1 The Future of Insurtech Investment: Possible Trends Emerging in the Post-Covid-19 Insurance Market *(Oliver Werneker)*
- Aktuell 2 Digitaler Wandel: Neue Arbeitsformen und ihre Konsequenzen für die Vorsorge *(Martin Eling / Christoph Jaenicke)*
- Aktuell 3 Die Kfz-Versicherung wird in Deutschland auch in Zukunft von grosser Bedeutung sein – Nur: In welcher Form und mit welchen Anbietern? *(Jonas Jahnert / Florian Klein / Hato Schmeiser)*

2/2020 Internet of Things

- Fokus 1 IoT to the Rescue: The Rise of New Insurance *(Mark J. Greeven)*
- Fokus 2 Neue Geschäftsmodelle durch die Nutzung von IoT: Auswirkungen auf die Assekuranz *(Marco Elmer / Uli Eisert / Keywan Nadjmabadi)*
- Fokus 3 Digital Transformation in the Insurance Industry: The Internet of Things as a Main Driver *(Claudio Stadelmann / Ueli Konrad / Ladina Hostettler)*
- Fokus 4 Opportunities through the Internet of Things: From Claims Management to Claims Prevention *(Jörg Thews / Jochen Schlicksupp)*
- Fokus 5 Experimental Evidence on the Impact of Telematics Devices on Welfare *(Christian Biener / Martin Eling / Martin Lehmann)*
- Aktuell 1 Effizientes Risikomanagement in der Covid-19-Pandemie: Eine Frage der Datenqualität und -quantität *(Jan-Christian Fey / Hato Schmeiser)*
- Aktuell 2 Was kann die Assekuranz aus der Covid-19-Pandemie lernen? *(Jonas Jahnert / Hato Schmeiser)*

1/2020 Customer Experience und Ökosysteme

- Fokus 1 Customer Experience: An Evolving Concept *(Lukas Fischer / Peter Maas)*
- Fokus 2 Was Kunden wirklich wollen: Anforderungen und Wandel im Customer Experience Management *(Paul Schwarzenholz)*
- Fokus 3 Evolution oder Revolution im Schadenmanagement mittels eines New Claims Centers? *(Anup Nastik / Pirmin Mussak / Philipp Steinbrück)*
- Fokus 4 Insurtech 2020: The Modularization of the Value Chain is Reaching its Limits *(Tobias Sondorfer / Patrice Cohen)*
- Fokus 5 To Lead or Not to Lead? How Insurers Can Position Themselves in the Age of Ecosystems *(Alexander Braun / Madeleine Horgby)*
- Fokus 6 Verbindliche Koordination und transparenter Informationsaustausch im Ökosystem: Managed Care im digitalen Zeitalter *(Philomena Colatrella)*

Partner im I.VW Trendmonitoring

Accenture AG
 Adcubum AG
 alabus ag
 Allianz Suisse
 AXA Versicherungen AG
 Basler Versicherungen
 BearingPoint Switzerland
 Branchen Versicherung Schweiz
 Cognizant Technology Solutions AG
 CSS Versicherung AG
 3C Deutschland
 Die Mobiliar Versicherungen & Vorsorge
 Ernst & Young AG
 Generali Versicherungen
 GrECo International AG
 Groupe Mutuel
 GVB Privatversicherungen AG
 Helvetia Versicherungen
 Kessler & Co AG
 msg systems ag
 Pax, Schweiz. Lebensversicherungs-Ges.
 PricewaterhouseCoopers AG
 Sanitas Krankenversicherung
 Salesforce
 SAP (Schweiz) AG
 Schweizerische Versicherungsverband
 SCOR Switzerland AG
 SIBA
 Suva
 SWICA Krankenversicherung AG
 Swiss Life AG
 Swiss Re
 Synpulse Schweiz AG
 Vaudoise Assurances
 Versicherungskammer Bayern
 Visana Services AG
 VZ VermögensZentrum
 Zurich Insurance Company



Institut für Versicherungswirtschaft

Universität St.Gallen

Impressum

43. Jahrgang I • 2021

Herausgeber:

Institut für Versicherungswirtschaft
der Universität St.Gallen
Tannenstrasse 19
9000 St.Gallen
Schweiz
E-Mail: ivwhsg@unisg.ch
www.ivw.unisg.ch

Redaktionsteam:

Jonas Jahnert
Jan-Christian Fey
Andreina Zink
Telefon +41 71 224 36 55

Satz und Druck:

Cavelti AG, Marken. Digital und gedruckt.