



04·17

I·VW Management-Information

St. Galler Trendmonitor für Risiko- und Finanzmärkte

Vertrieb

Kundenzugangswege in transformierenden Märkten

Die Versicherungsagentur im digitalen Zeitalter

The rise of digital ecosystems and its impact on sales

Durch Omnichannel-Management zum Vertriebs Erfolg

Versicherungsbroker im Zeitalter der Digitalisierung

Datensammler als Versicherungsdienstleister

Aktuell: Social Media und Captives

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 elektronischer oder schriftlicher Form an unsere Redaktion, z. Hd. von Herrn Florian Klein, zu schicken. Zur Veröffentlichung eingereichte Manuskripte werden durch je einen Wissenschaftler und einen Praktiker begutachtet.

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

Florian Klein
Institut für Versicherungswirtschaft
der Universität St. Gallen
Tannenstrasse 19
9000 St. Gallen / Schweiz
Telefon +41 71 224 36 57
E-Mail: florian.klein@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 Winterthur

Bernard El Hage
Allianz Suisse

Martin Eling
I-VW-HSG
Universität St. Gallen

Mukadder Erdönmez
XL Insurance Switzerland

Roger Faust
Allianz Suisse

Martin Huser
Helvetia Versicherungen

Martin Jara
Allianz Suisse

Peter Maas
I-VW-HSG
Universität St. Gallen

Sandro C. Principe
Swisscom (Schweiz) AG

Przemysław Rymaszewski
Zurich Insurance Company

Hato Schmeiser
I-VW-HSG
Universität St. Gallen

Tina Störmer
Swiss Life



Liebe Leserinnen und Leser,

durch die zunehmende Digitalisierung sowie Globalisierung hat sich unser alltägliches Leben und damit unser Konsumverhalten rapide gewandelt. Kundenbedürfnisse, die vor einigen Jahren noch nicht existent waren, determinieren heute wesentlich unser Verhalten. Der Vertrieb der Versicherungsindustrie steht in diesem Zusammenhang vor den Herausforderungen, einerseits den Kundenbedürfnissen gerecht zu werden, andererseits auch konsequent abzuwägen, welche Trends Kundennutzen erzeugen und welche lediglich durch eine Digitalisierungseuphorie induziert werden. Schliesslich führt nicht jede Digitalisierungsmassnahme konsequenterweise auch zu einem höheren Kundennutzen. Vor diesem Hintergrund betrachten wir in dieser Ausgabe aktuelle und zukünftige Entwicklungen im Vertrieb der Versicherungsindustrie.

Zum Einstieg präsentieren wir Ihnen einen Beitrag, der die Aussage vertritt, dass sich durch die digitale Transformation Branchengrenzen immer weiter auflösen werden. Dies impliziert eine verstärkte Machtposition des Kunden, herbeigeführt durch unterschiedlichste Zugangswege über verschiedene Anbieter und Produkte. Es obliegt demnach der Assekuranz, entlang der gesamten Customer Journey Wert zu generieren, um somit auch zukünftig konkurrenzfähig zu sein. Vor dem Hintergrund der Digitalisierung wird in einem weiteren Beitrag die Schnittstelle zwischen Versicherungsberater und Kunden thematisiert. Im Vordergrund stehen die Einflüsse der Digitalisierung auf den Vertriebsprozess. Des Weiteren steht die Frage im Raum, wie die Agentur der Zukunft aussehen wird.

Die zunehmende Verbreitung digitaler Ecosysteme ist Ausdruck des durch die Digitalisierung ausgelösten Wandels. Ecosysteme als Cluster bestehender Unternehmen werden gebildet, um einen umfassenderen Kundennutzen zu erzeugen als dies in Einzelarbeit möglich wäre. In einem Beitrag wird die These vertreten, dass es nur eine Frage der Zeit ist, bis sich digitale Ecosysteme in der Versiche-

rungsbranche durchsetzen werden. Eine weitere erkennbare Entwicklung ist die zunehmende Omnichannel-Strategie von Versicherungsunternehmen. Es wird also nicht nur in einem Kanal gedacht, sondern in mehreren parallel und zugleich viel Wert gelegt auf eine ineinandergreifende Interaktion zwischen den Kanälen. Das Omnichannel-Management stellt eine mögliche unternehmerische Antwort auf die technologische Entwicklung, veränderte Kundenerwartungen sowie neue Lebenswelten dar.

In einem weiteren Beitrag stehen die Chancen und Risiken für Versicherungsbroker durch Big Data im Mittelpunkt. Die zunehmende Erfassung konsumenspezifischer Daten geht mit der Frage einher, ob künftig eine neue Gruppe von Unternehmen – die Datensammler – in den Versicherungsmarkt eintreten werden. Zweifelsohne sind Informationen, die über potenzielle Kunden gesammelt werden, nützlich, um individuelle Versicherungsangebote unterbreiten zu können. In diesem Zusammenhang verweisen wir gerne auf einen Beitrag, der Verbraucher- und Datenschutz miteinander verknüpft.

Zusätzlich zum Schwerpunkt «Vertrieb» finden Sie unter der Rubrik «Aktuell» einen Beitrag über den Facebook-Auftritt von Versicherern und damit verbundene Optimierungspotenziale sowie einen Beitrag zu einer möglichen Zeitenwende im Rollenverständnis zwischen Captive-Eignern und Versicherern. Darüber hinaus bietet diese Ausgabe Zusammenfassungen der I-VW Jahrestagung 2017 und des diesjährigen Insurance Forums.

Ich wünsche Ihnen viel Vergnügen bei der Lektüre, erholsame Festtage sowie einen guten Start ins neue Jahr,

Florian Klein
Bereichsleiter «Trendmonitoring»

Peter Maas / Philipp Hendrik Steiner

Fokusthema 1

Vertrieb, Absatzkanäle oder Kundenzugangswege? Von Transformation und neuen Denkmustern..... 3

Roberto Bastino

Fokusthema 2

Zukunft der Versicherungsagentur im digitalen Zeitalter 7

Claudio Stadelmann / Patrick Broer / Ivan Anastassov

Fokusthema 3

The rise of digital ecosystems, its impact on sales and what to do about it..... 10

Anup Nastik / Michael Carl / Glenn Oberholzer / Daniel Mühlebach

Fokusthema 4

Durch gelungenes Omnichannel-Management den Vertriebs Erfolg sichern 14

Helmut Studer

Fokusthema 5

Versicherungsbroker im Zeitalter der Digitalisierung: Ein Dilemma?..... 18

Thomas H. Lenhard

Fokusthema 6

Datensammler als Versicherungsdienstleister 21

Dennis Block / Janine Egelhofer

Aktuell 1

So klapp's auch mit Facebook – ein Framework für Schweizer Versicherer 24

Paul Wöhrmann

Aktuell 2

Captive-Eigner und Unternehmensversicherer: Zeitenwende beim Rollenverständnis?..... 28

Tagungsauswertung 1

Die andere Tagung – Tradition vs. Transformation: Insurance in a Smart World I-VW Jahrestagung vom 6. und 7. September auf dem Vitra Campus, Weil am Rhein 31

Tagungsauswertung 2

16. Jahrestagung für die Versicherungswirtschaft: Let's do it! Insurance Forum 2017 vom 26. und 27. September in Rüslikon (ZH)..... 37

Trendmonitore

3/2017 Asset-Liability-Management

- Fokus 1 Geldpolitik: Lost in Translation 2.0 (*Philipp Vorndran*)
 Fokus 2 Zinsentwicklung und SST: Bedeutung für die Lebensversicherung (*Roger Faust*)
 Fokus 3 In a Low Yield Environment, What's the Alternative to Traditional Fixed Income Assets? (*Felix Schlumpf*)
 Fokus 4 Die «Durationslücke» als Risikokennzahl bei Lebensversicherern – eine kritische Würdigung (*Daroslav Lazic / Fred Wagner*)
 Fokus 5 Measuring the Performance of Life Insurance Companies with Publicly Available Data (*Alexander Braun / Florian Schreiber*)
 Fokus 6 IFRS 17 and IFRS 9: Bridging the Gap (*Amit Bhana / Morgan Schaeffer*)
 Aktuell 1 Long-Term Care Models and Dependence Probability Tables: New Empirical Evidence from Switzerland (*Michel Fuino / Joël Wagner*)
 Aktuell 2 Insurtech: The New Normal for the Insurance Industry? (*Patrick Mäder / Jan Ellerbrock / Juliane Welz*)
 Tagung 1 Future.Talk 2 / 2017: Digitale Geschäftsmodelle in der Krankenversicherung
 Tagung 2 Future.Talk 3 / 2017: Altersvorsorge 2020: Hat jemand an die Jungen gedacht?

2/2017 Neue Technologien

- Fokus 1 Chatbots richtig einsetzen (*Karim Attia / Weili Gao / Dominik Langer*)
 Fokus 2 Hinter erfolgreichen Robotics-Initiativen stehen veränderungsaffine und agile Mitarbeiter (*Milena Danielsen / Juliane Welz*)
 Fokus 3 Evolution oder Revolution – Blockchain wird für die Versicherungsindustrie Vorteile schaffen (*Anup Nastik / Sacha Huber*)
 Fokus 4 Währung oder nicht? Eine Einordnung und Definition von Bitcoin (*Heiko Petry*)
 Fokus 5 The Role of Insurtech Start-ups in the Insurance Ecosystem: Disruptive Innovators or Cooperation Partners? (*Alexander Braun / Florian Schreiber*)
 Fokus 6 Den Menschen vermessen (*Alexander Balzer / Thorben Bochenek*)
 Aktuell Stösst der medizinische Fortschritt im Zeitalter der unbegrenzten Möglichkeiten an seine Grenzen? (*Thomas D. Szucs*)
 Tagung 1 Assekuranz 2027 – Zwischen Tradition und Transformation: Neuerfindung des Marktes mit Versicherung
 Tagung 2 Future.Talk 1 / 2017: The Current InsurTech Landscape: Models and Disruptive Potential

1/2017 Health and Care

- Fokus 1 Wachstum durch neue Wege in der Kundenbindung für Krankenversicherer (*Daniel Berger / Ulf Sängler / Jasmin Schnider*)
 Fokus 2 Ecosystem of the future: Strategies for health insurers in Switzerland (*Bernhard Schneider / Alexander Lacher*)
 Fokus 3 Krankenversicherer: Vom Kostenträger zum Gesundheitsmanager (*Anup Nastik / Thomas Trüb / Marc Widmer*)
 Fokus 4 Wie Interaktionsmöglichkeiten die Wahl des Krankenversicherers beeinflussen (*Niklas Barwitz*)
 Fokus 5 Wie die CSS Versicherung sich für Digitalisierung im Health-Care-Bereich engagiert (*Philomena Colatrella*)
 Fokus 6 Neue Massstäbe für die Alterspflege (*Jérôme Cosandey*)
 Tagung 1 Insurance industry CEE 2020 – winning strategies in the digital age
 Tagung 2 15. Jahrestagung für die Versicherungswirtschaft – Trends und Digitalisierung: Die Zukunft ist schon da

4/2016 Emerging Risks

- Fokus 1 Emerging Risk Management bei Swiss Re (*Sandra Pfeiffer / Rainer Egloff*)
 Fokus 2 Wie können Versicherer mit Nano-Risiken umgehen? (*Christoph Meili*)
 Fokus 3 Politische Risiken: Massgeschneiderte Versicherungslösungen im Überblick (*Alexander Skorna / Armin Gutmann*)
 Fokus 4 Cyber risk: An emerging risk for the insurance industry or a matter of organizing the risk transfer market? (*Jan Hendrik Wirfs*)
 Aktuell 1 Omnichannel insurance: are insurers losing touch in the digital age? (*Matthias Höhne / Markus Franke*)
 Aktuell 2 Chancen einer risikobasierten Steuerung für Krankenversicherer (*Roman Sonderegger / Andreas Schläpfer / Sebastian Suter*)
 Tagung 1 Versicherung im Widerspruch – Widersprüche der Versicherung
 Tagung 2 Future.Talk 5 / 2016: Denken Sie noch in Kanälen oder erreichen Sie Ihre Kunden schon?

Partner im I-VW Trendmonitoring (Auszug)

Accenture AG
 Adcubum AG
 alabus ag
 Allianz Suisse
 AXA Winterthur
 Basler Versicherungen
 BearingPoint Switzerland
 Branchen Versicherung Schweiz
 CSS Versicherung AG
 DARAG
 Die Mobiliar Versicherungen & Vorsorge
 Ernst & Young AG
 Generali Versicherungen
 GrECo International AG
 Groupe Mutuel
 Guidewire Software GmbH
 Helsana Versicherungen AG
 Helvetia Versicherungen
 IBM Schweiz AG
 Kessler & Co AG
 KPMG AG
 mm1 Schweiz AG
 msg systems ag
 Pax, Schweiz. Lebensversicherungs-Ges.
 PricewaterhouseCoopers AG
 ReMark International
 Sanitas Krankenversicherung
 SCOR Switzerland AG
 Suva
 SWICA Krankenversicherung AG
 Swiss Life AG
 Swiss Re
 Synpulse Schweiz AG
 The Boston Consulting Group
 ti&m AG
 UBS Asset Management
 Vaudoise Assurances
 VZ VermögensZentrum
 Zurich Insurance Company



Institut für Versicherungswirtschaft

Universität St.Gallen

Impressum

39. Jahrgang 4•2017

Herausgeber:

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

Redaktionsteam:

Lukas Reichel
Florian Klein
Andreina Zink
Telefon +41 71 224 36 55

Satz und Druck:

Cavelti AG, medien. digital und gedruckt, Gossau