



Universität St.Gallen

Institut für Versicherungswirtschaft



4/23

St.Galler Trendmonitor für Risiko- und Finanzmärkte

Versicherungsvertrieb

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 zu senden. Zur Veröffentlichung eingereichte Manuskripte werden hinsichtlich ihrer Qualität und inhaltlichen Relevanz von den Herausgebern begutachtet.

Wir freuen uns auf Ihre Zusendungen.

I.VW-HSG

Manuel Mezger und Felix Walthes
Institut für Versicherungswirtschaft
der Universität St.Gallen
Tannenstrasse 19
9000 St.Gallen / Schweiz
Telefon +41 71 224 79 61
manuel.mezger@unisg.ch
felixmaximilian.walthes@unisg.ch

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.

Lead Editors

Manuel Mezger
Editor St.Galler Trendmonitor

Felix Walthes
Editor St.Galler Trendmonitor

Editorial Board

Prof. Dr. Hato Schmeiser
Chair Holder and
Director I.VW

Prof. Dr. Martin Eling
Chair Holder and
Director I.VW

Prof. Dr. Christian Biener
Associate Professor and
Director I.VW

Prof. Dr. Alexander Braun
Associate Professor and
Director I.VW

Sold, not Bought



Liebe Leserinnen und Leser

Viele von Ihnen sind wahrscheinlich mit dem englischen Sprichwort «Insurance is sold, not bought.» (auf Deutsch: «Versicherungen werden verkauft, nicht gekauft.») vertraut. Tatsächlich handelt es sich bei den meisten Versicherungen nicht um Produkte, die Kunden gezielt nachfragen, suchen oder erwerben. Stattdessen ist es oft notwendig, Kunden erst auf ihre finanziellen Risiken und daraus resultierende Deckungslücken aufmerksam zu machen, um einen erfolgreichen Vertragsabschluss zu ermöglichen.

Diese grundlegende Dynamik des Versicherungsgeschäfts unterstreicht die zentrale Bedeutung des Vertriebs. In dieser letzten Ausgabe des Trendmonitors für das Jahr 2023 wollen wir daher einige Aspekte des Versicherungsverkaufs näher für Sie beleuchten. Dabei werden unsere Autoren ihre spannenden Einblicke über verschiedene Branchen, etablierte und neue Vertriebskanäle sowie innovative Vertriebsstrategien hinweg mit Ihnen teilen.

Mir bleibt daher nur, Ihnen, liebe Leserinnen und Leser, eine anregende Lektüre, frohe Feiertage und einen guten Start in das neue Jahr zu wünschen. Wir freuen uns darauf, Sie auch im Jahr 2024 wieder begrüßen zu dürfen!

Ihr

Manuel Mezger

Editor «St.Galler Trendmonitor»

A handwritten signature in black ink, consisting of a stylized 'M' followed by a series of loops and a long horizontal stroke.

Versicherungsvertrieb

6 Guillem Arrieta / Michael Dritsas

Transparency and Financial Wellbeing:
The case for hybrid distribution in risk
coverage and retirement savings in
Switzerland

12 Jan-Willem Jansen / Daniel Jontofsohn

The Evolving Landscape of Insurance
Distribution in Switzerland

18 Carolina Fahnehjelm / Philipp Lys / Claudio Stadelmann

Die Gen Z und Versicherungen:
Was die Digital Natives erwarten

24 Claudia Erni / Mathias Zingg

Versicherungsvertrieb der Zukunft –
Evolution oder Revolution?

30 Nina Nest / Michel Ott / Marcel Rösinger / Stefan Sieger

Breaking through the «sea of sameness»:
A new performance frontier in the
insurance distribution strategy requires
a more reinventive approach

36 Philippe Hauenstein / Aldo Lamelza / Dominik Tanner

Dreifach Fokus im Kundenerlebnis:
Kundinnen und Kunden gewinnen,
pflegen und Risiken managen

42 Matthias Blum / Lukas Diener / Sarah Kull / Silvan Stüssi / Jackson Wang

Overcoming Cannibalization – Unleashing
the True Potential of Embedded Insurance

48 Christof Tresp

With Courage and Calmness to
Meaningful Success

54 Frank Hammer / Franck Kempfer / Prof. Dr. Hato Schmeiser

Omnichannel, hybride Kunden und
zielgerichtete Beratung in der Assekuranz

58 Thomas de Liefde

InsuranceCom 2023:
Leaders' Insights – Reimagining Insurance

62 Felix Feig / Felix Walthes

I.VW-HSG-Jahrestagung 2023:
Health & Lifestyle



Universität St.Gallen

Institut für Versicherungswirtschaft

JETZT
ANMELDEN

Insurance-Kompetenz für höhere Führungskräfte:

Start: 15. Januar 2024

Executive Master HSG Insurance & Financial Services

Das Master-Programm der europäischen Versicherungswirtschaft für erfahrene Führungskräfte – modular, flexibel, innovativ.

2. Durchführung

58 Tage – berufsbegleitend – 60 ECTS

Start: 14. April 2024

HSG-Diplomprogramm Insurance Management

Das bewährte Führungskräfte-Programm, welches modernes Managementwissen und spezifische Branchenerfahrung kombiniert.

19. Durchführung

36 Tage – berufsbegleitend – 30 ECTS



Mehr erfahren:

unisg.link/ivw-education

From insight to impact.



Universität St. Gallen

Institut für Versicherungswirtschaft

JETZT
ANMELDEN

Stärken Sie Ihre Kunden- und Digitalkompetenz!

Start: 27. Februar 2024

Generalagentur- und Vertriebsmanagement

Der HSG-Lehrgang für Führungskräfte in der Versicherungs- und Finanzberatung
5. Durchführung / 9 Tage in 3 Modulen

Start: 05. März 2024

CAS Digital Insurance Transformation (inkl. Silicon Valley-Exkursion)

Zertifikats-Programm für Digitalisierung, Innovation und Data Analytics
in der Versicherung
7. Durchführung / 18 Tage in 4 Modulen

Start: 22. April 2024

CAS Customer & Sales Excellence in Insurance (inkl. Berlin-Exkursion)

Zertifikats-Programm für modernes Kunden- & Vertriebsmanagement
in der Versicherung
3. Durchführung / 18 Tage in 4 Modulen



Mehr erfahren:
unisg.link/ivw-education

From insight to impact.



Universität St. Gallen

Institut für Versicherungswirtschaft

**JETZT
ANMELDEN**

Profitieren Sie als Future.Value-Mitgliedsfirma!

Freiplätze für Future.Value-Partnerfirmen

Den ca. 40 Mitgliedsunternehmen im Future.Value-Netzwerk stehen abhängig vom Vertragsumfang Freiplätze für Neu- und Quereinsteigende im Grundlagenkurs «Fit for Insurance» zur Verfügung. Dies gilt für folgende Durchführungsvarianten:

Start: January 15, 2024

«Fit for Insurance» Online Course

A brief introduction for insurance newcomers and career changers
5 weeks (3.5 hours/week), 100% virtual classroom

Start: 03. April 2024 / 26. August 2024 / 28. Oktober 2024

Basisseminar «Fit for Insurance»

Kompakte Einführung für Neu- und Quereinsteigende in die Versicherungsbranche
jeweils 3 Tage / «on Campus» in St.Gallen

Partnerrabatt für Future.Value-Mitgliedsunternehmen

Ab 2 Personen pro Partnerfirma bieten wir einen Mitgliederrabatt an, um die Teamweiterbildung zu fördern. Dieser Rabatt wird in folgenden Weiterbildungen gewährt:

- Executive Master HSG Insurance and Financial Services (Start: 15. Januar 2024)
- Intensiv-Seminar Generalagentur- und Vertriebsmanagement (Start: 27. Februar 2024)
- CAS Digital Insurance Transformation (Start: 05. März 2024)
- HSG-Diplomprogramm Insurance Management (Start: 14. April 2024)
- CAS Customer & Sales Excellence in Insurance (Start: 22. April 2024)



Mehr erfahren:
unisg.link/ivw-education

From insight to impact.



Universität St. Gallen

Institut für Versicherungswirtschaft



Future.Talk 1 / 2024

«Insurance Trends:
Was erwartet uns in den
nächsten Jahren?»

REGISTER
NOW

Mittwoch, 20. März 2024

13.30–18.00 Uhr, Zürich

in Kollaboration mit Adnovum AG



Sie können sich hier anmelden:
unisg.link/fvevents

From insight to impact.

I.VW-HSG-Jahrestagung 2023: Health & Lifestyle

Die diesjährige I.VW-Jahrestagung war der Thematik «Health & Lifestyle: Herausforderungen für Krankenversicherer und Healthcare Startups» gewidmet. Innovative Ansätze von etablierten Marktakteuren und Start-ups zur Lösung von Problematiken im Gesundheitssystem wurden diskutiert.

Networking-Dinner am Vorabend

Der Auftakt zur diesjährigen Jahrestagung wurde mit einem exklusiven Networking-Dinner am Vorabend im Kitchen and Urban Garden THE ARTISAN in Zürich eingeläutet. In einer behaglichen Gartenatmosphäre genossen die Teilnehmer ein sorgfältig zusammengestelltes Menü, während sie sich auf die bevorstehenden Vorträge zu Gesundheits- und Lifestyle-Themen in der Versicherungsbranche einstimmten.

Begrüssung und Einführung

Die eigentliche Jahrestagung fand am idyllischen Erlebnisbauernhof Bächlihof in Jona statt. Dort begrüsst Prof. Dr. Hato Schmeiser und Prof. Dr. Christian Biener vom Institut für Versicherungswirtschaft an der Universität St.Gallen (I.VW) alle Teilnehmer herzlich. Beide Professoren beleuchteten kurz die Rolle der Krankenversicherung in der persönlichen Gesundheitsplanung. Diese ist nicht nur eine fundamentale Säule des individuellen Wohlbefindens, sondern auch ein äusserst komplexes Thema mit zahlreichen Facetten und technischen Details.

Um den Herausforderungen dieses Spannungsfelds gerecht zu werden, haben zahlreiche Startups Massnahmen ergriffen. Ihr Ziel ist es, eine transparente

Gesundheitskommunikation und eine umfassende Gesundheitsvorsorge zu fördern. Auch die Krankenversicherer selbst reagieren auf diese Herausforderungen, indem sie sich zunehmend von der Rolle des reinen Versicherungsanbieters hin zum ganzheitlichen Gesundheitspartner entwickeln. Dies geschieht unter anderem durch verstärkte Kooperationen mit den genannten Startups.

Durch diesen innovativen Ansatz können Kunden besser beraten und versorgt werden. Präventive Angebote können gezielt an die Kunden kommuniziert werden, was letztlich zu einer Senkung der Gesundheitskosten und damit verbundenen versicherten Leistungen führt. Dieser neue Ansatz stärkt nicht nur die Kundenbindung, sondern setzt auch Impulse für eine zukunftsweisende Entwicklung in der Versicherungsbranche.

Vom Krankenversicherer zum Gesundheitspartner

Ein konkretes Beispiel für diesen neuen Ansatz der Krankenversicherung gaben Birte Jörn, Managerin Innovation & Venturing, und Evelyne Dürr, Projektmanagerin Digital Services, beide bei der Sanitas, durch ihren anschliessenden Vortrag. Die Rolle der Krankenversicherer hat sich in den letzten Jahren durch die Zusammenarbeit mit Startups ent-



Felix Feig



Felix Walthes

scheidend verändert, wobei sich erstere zunehmend als ganzheitliche Gesundheitspartner positionieren.

In einer interaktiven Befragung des Publikums wurde deutlich, dass die Definition eines «Gesundheitspartners» unterschiedlich interpretiert wird. Ob es der (Haus-)Arzt, Ehepartner/Familie, Internet-Suchmaschinen oder der Krankenversicherer selbst ist, zeigt die Vielfalt der möglichen Ansprechpartner im Gesundheitsbereich. Sanitas hat kürzlich ein neues Produkt eingeführt, das es den Versicherten ermöglicht, zusätzliche Leistungen flexibel zur Grundversicherung hinzu zu buchen, um besser als personalisierter Gesundheitspartner zu agieren.

Die Verbindung zwischen Sanitas und ihren Versicherten wird weiter durch verschiedene Massnahmen gestärkt. Dazu gehört die Veröffentlichung eines jährlichen «Health Forecasts», der aktuelle Trends in der Krankenversicherung aufzeigt. Die Sanitas App informiert die Kunden über Gesundheitsthemen und bietet Unterstützung bei Krankheiten, wobei die virtuelle Assistentin Alva eine zentrale Rolle spielt.

In einer weiteren Publikumsbefragung wird die Assoziation mit dem Thema Prävention untersucht. Dabei werden Sport, Ernährung, Achtsamkeit und Vorsorgeuntersuchungen als zentrale Elemente identifiziert. Prävention kann in drei Klassen unterteilt werden: Primär, um die Gesundheit von Gesunden zu fördern; Sekundär, um Krankheiten bei Risikogruppen zu verhindern; und Tertiär, um die Verschlimmerung bereits bestehender Krankheiten zu verhindern.

Die Zusammenarbeit mit Startups wird als entscheidender Schritt für die Anpassung an technologischen Fortschritt und gesellschaftliche Veränderungen betrachtet. Startups können dazu beitragen, diese Änderungen am Markt schneller zu adressieren, und ermögli-

chen den Krankenversicherern, von der Arbeitsweise der Startups zu lernen. Die Kooperation kann durch verschiedene Strukturen erfolgen, darunter Sourcing und Direktkontakte, Sounding mit Startups als Partner sowie Umsetzung mit Pilotprojekten und Kooperationen.

Beispiele für solche Pilotprojekte sind die Zusammenarbeit von Sanitas mit Health Yourself im Bereich der Primärprävention, bei der DIY-Tests zu Hause durchgeführt werden, und die Kooperation mit TOM Medications, bei der ein Medikamenten-Tracking per App die Therapietreue der Kunden überwacht und finanziell incentiviert, um Gesundheitskosten zu senken. Pilotstudien zeigen vielversprechende Ergebnisse, darunter eine hohe Kundenzufriedenheit und eine beeindruckende Retention von 83% nach 3 Monaten und 79% nach 6 Monaten, auch ohne finanzielle Anreize.

TRIO+: Partnerschaft zur Optimierung der medizinischen Versorgung

Den zweiten Vortrag der Jahrestagung eröffnete Daniel Rochat, Departementsleiter Leistungen & Medizin bei der SWICA, zum Thema integrierter Versorgung. Zunächst beleuchtete der Referent einige Schlagzeilen aus der Presse, die sich vor allem mit erhöhten Prämien, mangelnder Kostentragfähigkeit und Reformvorschlägen befassen. Um eine effiziente Versorgung zu gewährleisten, die keine Abstriche bei der Versorgungsqualität macht, prüft die SWICA einen alternativen Ansatz – die integrierte Versorgung. Das Ziel der integrierten Versorgung ist die Identifikation ineffizienter Schnittstellen im komplexen Zusammenspiel der Akteure (Patienten, Versicherer, Regulator und Leistungserbringer), um die Versorgungsqualität zu steigern und Gesundheitskosten zu senken. Mögliche Hebel sind die Rollenverteilung, Behandlungs-

abläufe, ökonomische Anreize und Einbezug der Patienten. Etwa 20% der Gesundheitsausgaben sind ineffektiv oder verschwendet, mit verschiedenen unbewussten und bewussten Ursachen (z. B. Ausnutzung von Systemschwächen, mangelhafte Koordination zwischen Akteuren und schwache Anreize). Besonders hervorzuheben ist, dass ein unintegriertes Versorgungssystem aus separaten Einzelorganisationen besteht, die versuchen, ihr eigenes Unternehmen kostendeckend zu führen. Dabei bestehen keine ökonomischen Anreize für exzellente Koordination mit Versorgungspartnern. Um Patienten vollintegriert von der Prävention bis zur ambulanten und stationären Versorgung sowie zur Rehabilitation und Pflege zu versorgen, müssen einige Grundvoraussetzungen ermöglicht werden: integrierte Versorgungsprogramme, digitale und technische Unterstützung zwischen Akteuren, kooperationsfördernde Anreizstrukturen und sektorübergreifende, multidisziplinäre Teams.

Das Projekt Trio+ versucht genau dies umzusetzen. Trio+ ist eine Initiative von Medbase, dem Kantonsspital Winterthur (KSW) und SWICA. In der ersten Phase des Projekts wurden Ist- und Soll-Prozesse abgeleitet, Pain-Points identifiziert und Massnahmen entworfen, die anschliessend pilotiert wurden, bevor erfolgreiche Ansätze in den langfristigen Betrieb überführt wurden. Der Referent berichtet von zwei spezifischen Umsetzungsmassnahmen. Unerwünschte Arzneimittelereignisse und Medikationsfehler verursachen 3 bis 5% der Todesfälle pro Jahr. Trio+ erarbeitete einige Massnahmen, die sich dieser erschreckenden Statistik annehmen. Die Schnittstellenkommunikation (stationär – ambulant) wurde optimiert, Qualitätssicherung im Medikationsprozess und ein standardisierter Informationsaustausch wurden eingeführt, und Patienten wurden über Medikamente aufgeklärt. Eine weitere Massnahme betrifft das Problem der COPD-Exazerbationen. Die frühzeitige

Erkennung und Behandlung einer Exazerbation kann Kosten und Patientenleid vermeiden. Ein telemedizinisches Monitoring des Patientenzustands über eine speziell entwickelte App ermöglicht es Ärzten, frühzeitig bei Verschlechterung einzugreifen. Die ersten Massnahmen validieren den Ansatz von Trio+ und ermutigen unter anderem zur Identifizierung weiterer Lösungsansätze, zur Ausdehnung auf weitere medizinische Bereiche und Partner.

Hausärztliche Grundversorgung im Kontext alternativer Versicherungsmodelle

Der nächste Vortrag wurde von Wolfram Strüwe, Leiter Gesundheitspolitik & Unternehmenskommunikation bei Helsana, zum Thema «Hausärztliche Grundversorgung im Kontext alternativer Versicherungsmodelle (AVM)» gehalten. Der Vortrag gab Einblicke in die Ergebnisse einer Umstellung auf eine «Outcome-gestützte Incentivierung» zur Verbesserung der Versorgungsqualität bei den Hausärzten. Warum ist hier der Kontext AVM relevant? Herr Strüwe erläuterte, dass ein AVM nichts anderes sei als ein alternatives Versicherungsprodukt, basierend auf zwei Paragrafen im KVG. Versicherte haben die Möglichkeit, in Absprache mit dem Versicherer ihr Wahlrecht auf Leistungsbringer zu beschränken. Gleichzeitig kann der Versicherer eine verminderte Prämie für diese Einschränkung anbieten. Diese Beschränkung des Wahlrechts schafft Spielraum für die Produktentwicklung, wobei der Versicherte von niedrigeren Prämien profitiert. In einem AVM kann der Krankenversicherer Einfluss auf die Produktionsweise der Leistungserbringer über partnerschaftliche Verträge nehmen. Dies ist der «Kontext» im Titel des Vortrags.

Die Datengrundlage des Vorhabens stellen Leistungsabrechnungen dar, die detaillierte Informationen über das

gesamte Behandlungsspektrum liefern. Diabetes verursacht bereits heute direkte medizinische Kosten von rund 1 Mrd. CHF und ist mit einigen schwerwiegenden Folgeerkrankungen assoziiert. Im ersten Schritt der Studie wurde Qualität «sichtbar» gemacht. Eine unabhängige Expertengruppe bestimmte Behandlungskriterien, die Qualität in der Behandlung von Diabetes-Patienten auszeichnen und anhand der Datengrundlage gemessen werden können. Das bisherige Adhärenz-Niveau ist sehr niedrig, wobei 30% der Diabetesbehandlungen nicht einmal das erste Qualitätslevel erreichen. Im Rahmen von AVM implementierte Helsana im Jahr 2018 bei bestehenden Verträgen mit Ärzten im Netzwerk eine «qualitätsorientierte Anreizgebung» mit Benchmarks und finanziellen Anreizen. Die Wahrscheinlichkeit einer komplett leitliniengerechten Behandlung stieg nach der Implementierung um 25%. AVM sind somit der Hebel, um beispielsweise mit Abrechnungsdaten der Versicherer die Versorgung zu verbessern und eine selektive Vertragsstrategie zu ermöglichen. Neben den nachgewiesenen Qualitätssteigerungen konnten auch Kosten gesenkt werden.

Swiss Healthcare Startups (Diana Hardie, CEO Swiss Healthcare Startups)

Im nächsten Beitrag wurde den Teilnehmern Swiss Healthcare Startups (SHS), einem bedeutenden Unterstützungsverein für Healthcare Startups im Schweizer und angrenzenden Raum, von Diana Hardie, CEO SHS, vorgestellt. Der Fokus der Präsentation lag auf den zahlreichen zentralen Säulen, die darauf abzielen, die Entwicklungen und Innovationspotenziale in der Gesundheitsbranche zu fördern.

Eine der Hauptaufgaben der SHS besteht im Matchmaking und Networking. Der Verein schafft Plattformen, auf denen sich Startups, etablierte Unternehmen

und andere Akteure der Branche treffen können. Dieses Networking ermöglicht nicht nur den Austausch von Ideen, sondern fördert auch potenzielle Partnerschaften und Kooperationen, die für das Wachstum der Healthcare Startups entscheidend sind.

Ein weiterer wichtiger Aspekt ist die Bildung (Education). Die SHS setzt sich dafür ein, dass Wissen und Erfahrungen im Bereich Healthcare-Innovationen geteilt werden. Dies geschieht durch Schulungen, Seminare und Workshops. Open Innovation ist ein Leitprinzip der SHS. Der Ideenaustausch zwischen verschiedenen Playern wird aktiv gefördert, um Innovationen voranzutreiben. Durch die Zusammenführung unterschiedlicher Perspektiven und Kompetenzen können wegweisende Lösungsansätze entstehen, die die Gesundheitslandschaft nachhaltig beeinflussen. Ein entscheidender Schwerpunkt der SHS ist es, die Kluft zwischen den verschiedenen «Welten» der Innovation zu überbrücken («Bridging the Gap»). Dies bedeutet, dass die Vereinigung versucht, das Verständnis und die Kommunikation zwischen Startups, etablierten Unternehmen, Behörden und anderen Akteuren zu verbessern.

Um diese Ziele zu erreichen, setzt die SHS auf verschiedene Instrumente. Eine umfassende Datenbank Schweizer Startups bildet die Grundlage, um einen Überblick über die aktuelle Startup-Landschaft zu erhalten. Alle Einträge werden nach verschiedenen Kriterien wie Fokus und Funding kategorisiert und sortiert. Dies ermöglicht nicht nur eine gezielte Vernetzung, sondern erleichtert auch die Identifikation von potenziellen Partnern und Fördermöglichkeiten.

Zusätzlich zu dieser Datenbank organisiert die SHS Networking-Events, bei denen Vertreter der Healthcare-Branche auf informelle Weise zusammen-

kommen können. Diese Veranstaltungen bieten eine dynamische Plattform für den Austausch von Ideen, das Knüpfen neuer Kontakte und die Förderung gemeinsamer Projekte. Insgesamt trägt die Swiss Health Startups aktiv dazu bei, die Healthcare-Startup-Szene zu stärken und innovative Lösungen im Gesundheitswesen voranzutreiben.

Workshop 1: Health Yourself (Anna Rosenkranz)

Ein herausragendes Beispiel aus dem SHS-Netzwerk ist der Health Yourself Workshop, der auf dem Konzept medizinischer Selbsttests von zuhause aus basiert. Dieses niedrighschwellige Angebot zielt darauf ab, die Selbsttestung zu fördern und gleichzeitig Kosten, Aufwand und Scham zu reduzieren. Health Yourself hat auch ein zweites Standbein in Form von Medikamentenabonnements, die durch digitale Informationsabfrage und Kommunikation mit Ärzten ermöglicht werden. Das übergeordnete Ziel des Unternehmens besteht darin, Gesundheitsprodukte vollständig zu digitalisieren, ohne jedoch eine digitale Apotheke zu werden. Ursprünglich als B2C-Startup konzipiert, bietet Health Yourself nun auch im Rahmen von B2B-Partnerschaften Mitarbeitern von Unternehmen Gesundheitsdienstleistungen an.

Im Rahmen des Workshops wurde das Publikum mit einer herausfordernden Aufgabe konfrontiert: kreative Wege zur Förderung von Prävention in einem Schweizer Healthcare Startup zu finden. Dabei wurde die Diskussion auf verschiedene Aspekte gelenkt, darunter die Art der Prävention, die damit verbundenen Anforderungen, wer davon profitiert und wer bereit ist, dafür zu zahlen. Besonders interessant war die Überlegung, ob ein Dienstleister für Krankentagegeld auch Präventionsdienste anbieten kann und ob es eine Bereitschaft gibt, dafür zu bezahlen. Diese Frage wirft Licht auf die vielschichtigen Herausforderungen und

Chancen im Bereich der Prävention im Gesundheitssektor und förderte zudem den Ideenaustausch im Workshop sehr.

Workshop 2: Metadvice (Dr. André Jaun)

Der zweite Workshop startete mit einer einprägsamen Eröffnung von Dr. André Jaun. Er betonte die Herausforderungen der Adipositas-Epidemie in den USA und präsentierte Novo Nordisk's neues Medikament in der Schweiz als vielversprechende, wenn auch kontroverse Lösung. Die WHO-Bedenken hinsichtlich möglicher krebsfördernder Eigenschaften und die begrenzte Finanzierung für maximal drei Jahre unter bestimmten Bedingungen wurden herausgestellt, ebenso wie die rasche Rückkehr zum Ausgangsgewicht nach Absetzen des Medikaments. Hier setzt Metadvice an, indem es das Momentum der anfänglichen Gewichtsreduktion nutzt, um präzise Ernährungsberatung und Lebensstilanpassungen zu ermöglichen, die im Gegensatz zum Medikament einen nachhaltigen Beitrag zu Gewichtsreduktion beitragen. Metadvice kann mithilfe von Präzisionsmedizin Patienten identifizieren, die erfolgreich auf Medikamente ansprechen, und plant die Entwicklung einer Lifestyle-App als digitalen Ernährungsberater.

Der Referent erläutert mögliche Vorteile von Metadvice für Versicherer mit Anwendungsfällen in Kliniken und zu Hause (z. B. Reduktion in «trial-and-error» Verschreibungen). Nach der Einführung in Metadvice teilte der Referent die Teilnehmer in zwei Gruppen, um verschiedene Aspekte der Wertschöpfung und Kooperation mit Versicherern zu diskutieren.

Workshop 3: docjo (Dr. Ulrich Muehlner)

Dr. Muehlner, Co-Founder und CEO des Startups docjo, erläuterte zunächst das Problem, mit dem viele Patienten kon-

frontiert sind: Sie fühlen sich im Laufe des Jahres oft allein gelassen, die Ergebnisse ihrer Behandlung sind unzureichend, und die beteiligten Interessengruppen sind frustriert. Docjo hat daher spezielle medizinische Apps entwickelt, die auf bestimmte Krankheiten zugeschnitten sind und den Patienten rund um die Uhr zur Verfügung stehen. Diese Apps ermöglichen auch die nahtlose Integration von Patientendaten in den ganzheitlichen Behandlungsprozess, anstatt isolierte Lösungen zu produzieren. Das Startup konzentriert sich derzeit auf den deutschen Markt, da Gesetzgebungen wie das «Digitale Versicherungsgesetz» aus dem Jahr 2019 die Grundlagen für digitale Kostenerstattungen und somit für das Geschäftsmodell von docjo geschaffen haben.

Anschliessend wurden die Teilnehmer in Kleingruppen aufgeteilt, um drei Kernfragen im Zusammenhang mit dem Thema zu erörtern und zu diskutieren:

- Wie sollte eine ideale Versorgung von chronisch kranken Patienten aussehen? (Hybride Versorgungsmodelle, Patientenaktivierung, Überwindung von Sprachbarrieren)
- Welche Rolle können Schweizer Krankenversicherungen bei der Versorgung von Patienten mit innovativen digitalen Lösungen spielen? (Pilotprojekte, Co-Creation/Development, Investment)
- Wie bekommt man innovative, digitale Lösungen in die (Regel-) Versorgung in der Schweiz?

The Role of Digital Technologies in Health Promotion & Prevention

Der nächste Vortrag wurde von Manuel Heuer, dem Chief Operating Officer von dacadoo, einem globalen Business-to-Business Healthtech-Unternehmen, gehalten. Das Hauptthema seines Vortrags war die Bedeutung digitaler Gesundheitsplattformen und die Quantifizierung von Gesundheitsrisiken.

Dacadoo bietet eine digitale Health Engagement Plattform an, die sich auf die Förderung von Gesundheit und gesunden Gewohnheiten konzentriert. Diese Plattform richtet sich an Menschen mit geringem und mittlerem Gesundheitsrisiko, die einen erheblichen Teil der Bevölkerung ausmachen, aber nur einen geringen Teil der Gesundheitskosten verursachen. Für diese Zielgruppen kann die Interaktion weitgehend digital und standardisiert erfolgen.

Die Angebote von dacadoo umfassen einen Health Score und Grafiken, um Daten verständlich zu machen, die Möglichkeit zur Verfolgung und Flexibilität für eine optimale Benutzerfreundlichkeit, einen automatisierten intelligenten Coach und personalisierten Inhalt sowie persönliche Ziele, um die Benutzer auf Kurs zu halten und eine bessere Gesundheit zu erreichen. Es gibt auch eine Vielzahl von Gamification-Features, um die Benutzer spielerisch zu motivieren, sowie soziale Funktionen, um die Benutzer in der virtuellen Community zu engagieren. Eine weitere Möglichkeit zur Verbesserung der Gesundheit besteht darin, wirtschaftlich motivierte Personen durch Anreize zur Beteiligung zu bewegen.

Zusätzlich zu den gesundheitlichen Vorteilen für die Benutzer erwähnte Herr Heuer auch die Vorteile für Kunden ausserhalb der Gesundheitsbranche, darunter: Kundenbindung, Kundengewinnung, Kundenengagement und Auswirkungen auf das Marketing.

Herr Heuer betonte, dass ein US-Versicherer, der ein Engagement-Programm für Gesundheit und Wohlbefinden im Rahmen eines vollständig unterzeichneten Risikolebensversicherungsprodukts durchführt, eine aggregierte Reduzierung der Sterblichkeit und der Vertragslücke von bis zu 3 bis 4% in seinem gesamten Geschäftsbuch verzeichnen kann. Mehr als die Hälfte dieses Gesamtvorteils resultiert aus tatsächlichen

Verhaltensänderungen der Versicherungsnehmer. Die Vorteile für Versicherer können unter anderem anhaltende positive Verhaltensänderungen, eine positive anfängliche Risikoselektion, eine positive Vertragsbeständigkeit, Wachstumschancen durch Zusatzverkäufe und Cross-Selling-Möglichkeiten beinhalten. Auf der anderen Seite müssen jedoch auch Kosten wie Belohnungen für Versicherungsnehmer, Prämienreduktionen, Anfangsinvestition und laufende Betriebskosten berücksichtigt werden.

Herausforderungen digitaler Gesundheitsanwendungen (DTx) in der Schweiz

Der letzte Vortrag des Tages wurde von Angelina Rau, Rechtsanwältin und Vorstandsmitglied von Swiss Healthcare Startups, sowie Richard Etter, Managing Director Schweiz bei der Oviva AG, durchgeführt. Ihr Vortrag legte einen Schwerpunkt auf die politische und regulatorische Perspektive für digitale Gesundheitsanwendungen in der Schweiz.

Frau Rau betonte zu Beginn, dass es bis dato keine rechtliche Definition im Schweizer Recht für «digitale Gesundheitsanwendungen» oder «Digital Therapeutics» gibt. Sie erklärte, dass unter Digital Therapeutics medizinische Leistungen verstanden werden, die hauptsächlich durch Technologien vermittelt werden, darunter: Gesundheits-Apps für Smartphones, Browserbasierte Webanwendungen, Software für die Nutzung auf klassischen Desktop-Computern, Telemedizinische Dienstleistungen, digitale Überwachungstools (Telemonitoring).

Anschliessend erläuterte sie, unter welchen Bedingungen eine Vergütung durch die obligatorische Krankenpflegeversicherung (OKP) möglich ist. Digital Therapeutics sind grundsätzlich OKP-vergütungsfähig und können in die bestehenden KVG-Regularien integriert werden. Die Voraussetzungen für die Vergütung sind: Marktfähigkeit als

Medizinprodukt, Erfüllung der WZW-Kriterien nach KVG, Wirksamkeit – zeigt die Leistung Wirkung?

- Zweckmässigkeit – erzielt die Leistung den angestrebten Behandlungserfolg im konkreten Einzelfall angemessen?
- Wirtschaftlichkeit – ist die Leistung wirtschaftlich? Die WZW-Kriterien müssen kumulativ erfüllt sein.

Im weiteren Verlauf des Vortrags wurden aktuelle Herausforderungen im Zusammenhang mit digitalen Gesundheitsanwendungen diskutiert, wie das Fehlen etablierter Standardprozesse, die fehlende Lösung für die dynamische Aktualisierung von Produkten (z. B. Updates von Funktionalitäten und Datenschutz) und Hemmnisse bei der Skalierbarkeit neuer Lösungen. Es wurde auch die Frage nach den Auswirkungen auf die Attraktivität des Markteintritts im Schweizer Gesundheitswesen aufgeworfen. Ein Blick über die Grenze wurde ebenfalls geworfen, wobei neue Vergütungssysteme in EU-Nachbarländern wie Deutschland, Frankreich und Belgien sowie die «DiGa light»-Initiative und «blended care» erwähnt wurden. Es wurde auch die Möglichkeit einer Verwaltungsverordnung und eines DiGA-Registers zur Steigerung der Transparenz ähnlich wie in Deutschland diskutiert.

Abschliessend präsentierte Frau Rau Handlungsempfehlungen, darunter die Konkretisierung der WZW-Kriterien speziell für Digital Therapeutics, die Schaffung der Möglichkeit einer vorläufigen OKP-Listenaufnahme für Digital Therapeutics, für die noch keine abschliessenden Studien zur Erfüllung der WZW-Kriterien vorliegen, sowie konkrete Anleitungen zur OKP-Tariffestsetzung und -Abrechnung für Digital Therapeutics.

Zum Abschluss stellte Herr Etter die Oviva AG vor, die digital unterstützte Ernährungsberatung anbietet, insbesondere für Patienten mit chronischen Erkrankungen.

Partner

Accenture AG
Adcubum AG
adnovum
alabus ag
Allianz Suisse
AXA
Baloise
BearingPoint Switzerland
Branchen Versicherung Schweiz
CAPCO
Capgemini Schweiz AG
Cognizant Technology Solutions AG
CSS Versicherung AG
Die Mobiliar Versicherungen & Vorsorge
Ernst & Young AG
Generali Versicherungen
GrECo International AG
Groupe Mutuel
GVB Privatversicherungen AG
Helsana AG
Helvetia Versicherungen
Kessler & Co AG
msg systems ag
Pax, Schweiz. Lebensversicherungs-Ges.
PricewaterhouseCoopers AG
Q_PERIOR
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
Konzern Versicherungskammer Bayern
Visana Services AG
VZ VermögensZentrum
Zurich Insurance Company

Letzte Ausgaben

3/2023 Industrierversicherung

- Fokus 1 Jens Florian-Jansen: Industrierversicherung: Neue Kompetenzen und innovative Lösungswege für eine komplexere Welt
- Fokus 2 Daniela Gonzalez / Veenet Muthraja: Marine Trend Radar 2023 – Munich: Re's Comprehensive trend analysis and expert assessment
- Fokus 3 Susanne Ebert / Philipp Horsch / Robin Huettemann / Sylvain Johansson / James Polyblank / Sirius Ramezani / Leda Zaharieva: Expanding commercial P&C's market relevance
- Fokus 4 Andreas Berger: Leveraging the power of digitalisation to turn climate data into actionable insights
- Fokus 5 Dr.-Ing. Dietmar Kottmann / Rouget Pletziger / Walter Reinl: Wie die effektive Digitalisierung der Industrierversicherung gelingt
- Fokus 6 Richard Archer: AI in Insurance: The role of smart data ingestion
- Fokus 7 Holger Kraus: Captives und ihre Rolle in der Industrierversicherung – Chancen, Herausforderungen und aktuelle Trends
- Fokus 8 Prof. Dr. Martin Eling / Prof. Dr. Anastasia Kartasheva / Dingchen Ning: The supply of cyber risk insurance in the US
- Tagung 1 Niklas Häusle: Future.Talk 3/2023: Data-Driven Insurance und die Zukunft in der Cloud

2/2023 Digitalisierung und Innovation

- Fokus 1 Matteo Gambardella / Pascal Strahm / Juliane Welz / Anna Wohlwend: Beyond Legacy Modernisation: How Insurers have to embrace Digital Transformation for Resilience and Success
- Fokus 2 Dr. Philipp Johannes Nolte / Anna Kessler: Business Transformation in der Versicherungswirtschaft: Neue Impulse durch Geschäftsmodellinnovation?!
- Fokus 3 Vania Bosshart / Peter Piffel / Marcel Thom: Der vernachlässigte Erfolgsfaktor: Wie nutzt man das organisatorische und kulturelle Potenzial eines Unternehmens während einer digitalen Transformation?
- Fokus 4 Prof. Dr. Peter Maas / Marin Vlasec: Der Druck steigt: Wie Broker Wert schaffen in einer digitalisierten Welt
- Fokus 5 Dr. Christopher Oster: Versicherung neu gedacht: Einblicke in Clark und Insurtechs
- Fokus 6 Robert Kossendey / Dr. Nils Mahlow: Wie weit geht künstliche Intelligenz im Komposit-Schadenmanagement heute?
- Fokus 7 Prof. Dr. Christian Biener / Aline Waeber: Would I Lie to You?
- Fokus 8 Florian Nägele: ChatGPT – Gamechanger in der Assekuranz
- Fokus 9 ChatGPT: Effektiver Arbeitsablaufverbesserung in der Versicherungsbranche durch den Einsatz massgeschneiderter ChatGPT-Prompts
- Tagung 1 Manuel Mezger: Future.Talk 2/2023: Vertriebsmanagement der Zukunft in der Assekuranz

1/2023 Run-off und M&A

- Fokus 1 Christoph Baertz / Giorgio Guarrella / Lukas Peller / Bernice van Rensburg / Alexander Viergutz: Deals landscape in the run-off legacy insurance market
- Fokus 2 Johannes-Tobias Lorenz / Diego Mattone / Sirius Ramenzani / Thorsten Röttger / Raphael Wahl: Mit M&A Wachstum und Rendite steigern: Was Lebenversicherer von Konsolidierern lernen können
- Fokus 3 Dr. Andreas Börner / Ena Kurbegovic: Run-off Transaktionen aus der Perspektive des deutschen Rechts
- Fokus 4 Lauritz Eckardt / Nico Enzmann / Patrick Scherrer: Helvetia's acquisition of Spanish insurer Caser – A success story
- Fokus 5 Dr. Ralph Altenburger / Dr. Philipp Schaper: Warum es alternative Lösungen für den Umgang mit Nicht-Leben-Altbeständen braucht.
- Fokus 6 Barbara Blasel / Felix D. Segel: Run-off in der deutschen Lebensversicherung – Dauerbrenner oder vorübergehende Erscheinung?
- Fokus 7 Prof. Dr. Anastasia Kartasheva: Funded reinsurance as a divestment tool for life insurance books with financial guarantees
- Tagung 1 Julia Braun: Future.Talk 1/2023: Business Transformation in der Versicherungswirtschaft

From insight to impact.



Institut für Versicherungswirtschaft
der Universität St. Gallen I.VW-HSG
Tannenstrasse 19
9000 St. Gallen
Schweiz
ivwhsg@unisg.ch
ivw.unisg.ch

Redaktionsteam
Felix Walthes
Manuel Mezger

Bilder
Universität St. Gallen

Gestaltung und Druck
Cavelti AG, Marken. Digital und gedruckt.
cavelti.ch

St. Galler Trendmonitor für Risiko- und Finanzmärkte
45. Jahrgang
ISSN 2813-0693



ivw.unisg.ch