

Automatisiertes Fahren – Herausforderungen in der Produktentwicklung einer Versicherung

Lukas Kots
Market & Proposition Management Motorfahrzeuge
Zurich Versicherung Schweiz



Mobilitätsgewohnheiten & -angebote beginnen sich zu verändern

«von der Evolution zur Revolution»

➤ **Vernetzte Infrastruktur**

➤ **Automatisiertes, autonomes Fahren
(accelerierender technologischer Fortschritt)**

➤ **Sharing**

➤ **Gemischte, kombinierte Mobilität
(Zug, Auto, Fahrrad etc.)**

heute

Zeit

Viele Studien blicken in die Zukunft der Mobilität und deren Einfluss auf die Versicherungsindustrie

«Mobilität»

«The convergence of connected, shared, automated vehicles will result in a new reality that is more about **how people are moved than what moves them**» (Roland Berger)

«Die Markteinführung autonomer Fahrzeuge hängt von 3 Faktoren ab: **Technologische Aspekte, Rechtliche Rahmenbedingungen & Nutzerakzeptanz**» (BfR ARE)

«Um das Mobilitätssystem zu stärken, Potenziale ausschöpfen und Kosten gering halten zu können, muss eine **konsequent integrierte Betrachtung der Verkehrsträger unter Einbezug neuer Bewirtschaftungssysteme sowie der Verknüpfung der Verkehrsträger untereinander** erfolgen» (ETH)

«Die einzige Sache, die sich rascher weiterentwickelt als das Maschinen-Lernen der Computer, ist das **menschliche Verlernen.**» (Morgan Stanley)

«Versicherung»

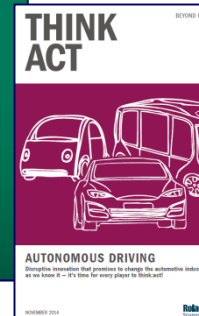
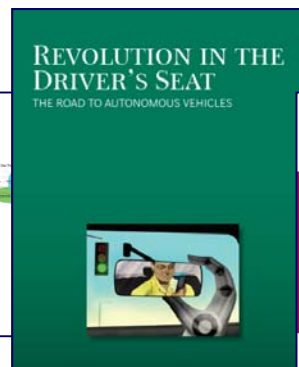
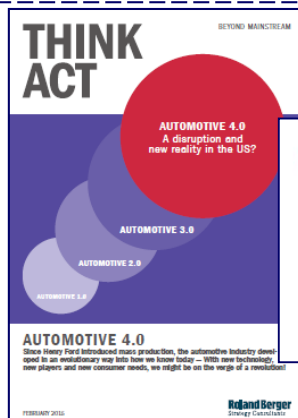
«Insurance revenues decrease **by 27% by 2025**» (BCG)

«Neue Technologien und differenzierte Produkte bringen erhebliche Marktveränderungen und gehen mit **Prämienvolumenminderungen und vermutlich auch Margenreduktion** einher» (HSG)

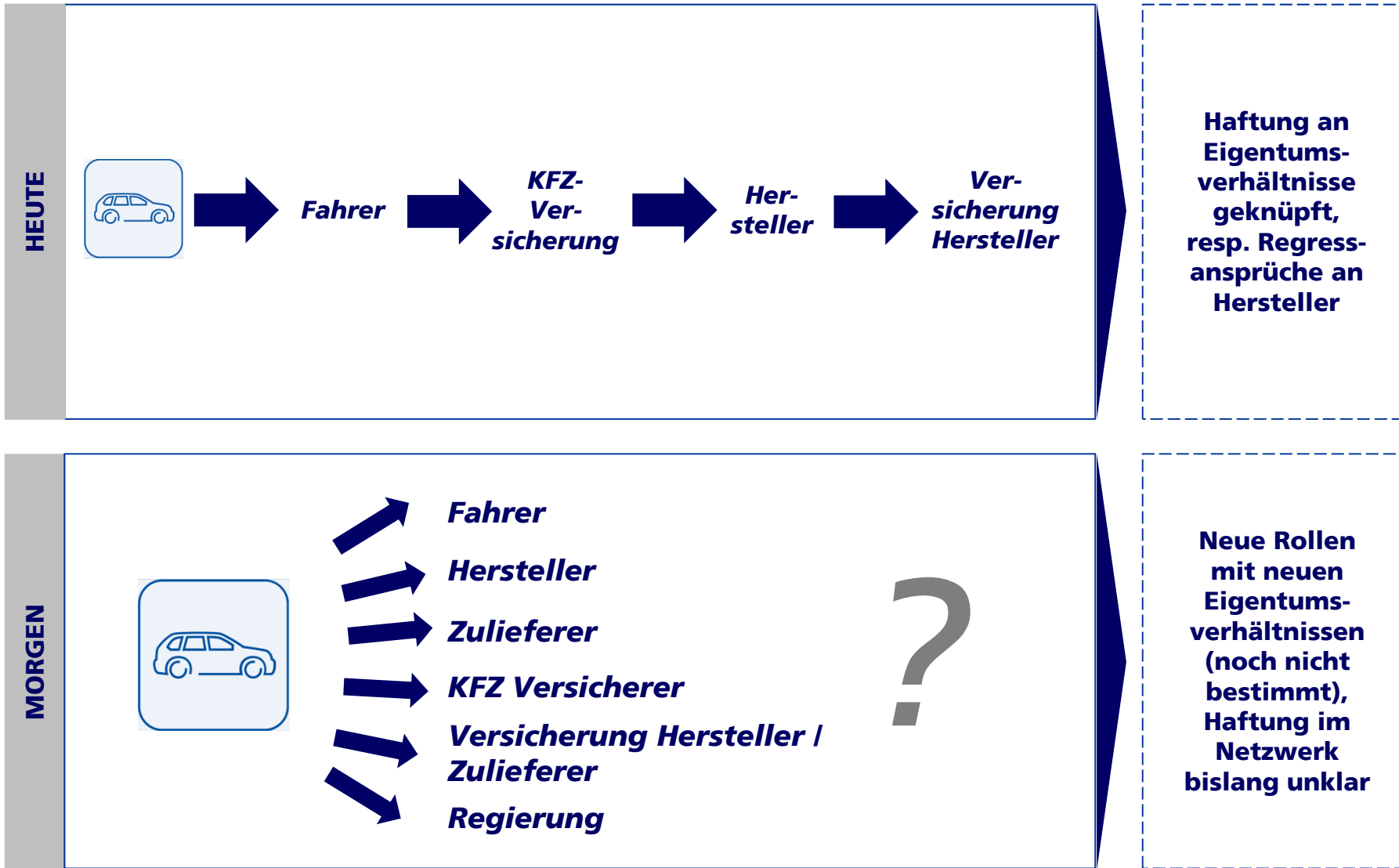
«**Lower insurance premiums as key argument** for customers for autonomous driving» (BCG)

«Das Portfolio von morgen: neben dem Produkt **mehr Dienstleistungen und Mobilität**» (ADL)

...



Parallel wird die Haftungsfrage im Versicherungsgeschäft prominent diskutiert



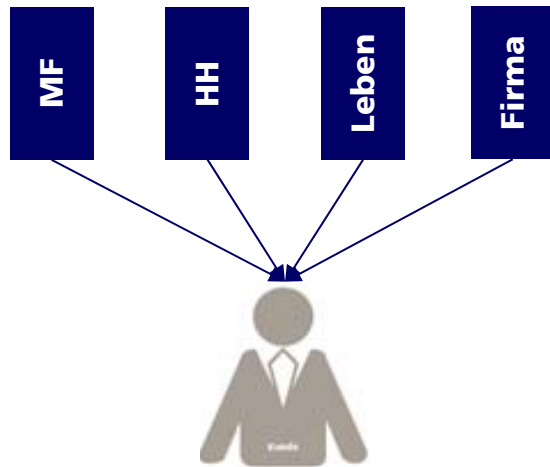
... die Kernfrage aus unserer Sicht lautet aber:



**«Wie transformieren wir
unser Unternehmen,
um auch in Zukunft
den Markt gestalten zu können?»**

Wo kommen wir her und was beschäftigt uns heute?

«Produktorientierung»

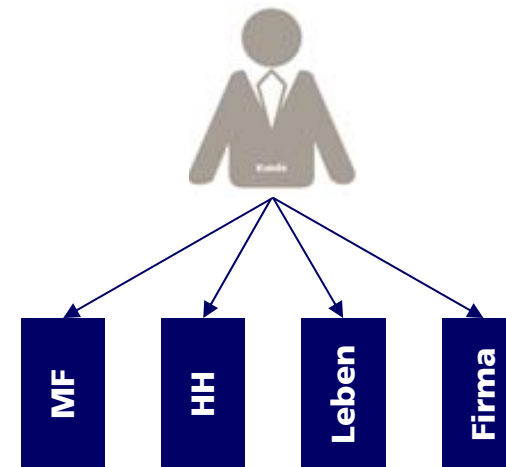


- Fokus auf Produktarchitektur
- Vertrieb «an den Kunden» als «Push» nachgelagert
- Unterschiedliche Logik in ähnlichen Produkten

Kernfrage:

Haben wir die besten Produkte?

«Gesamtkundensicht»



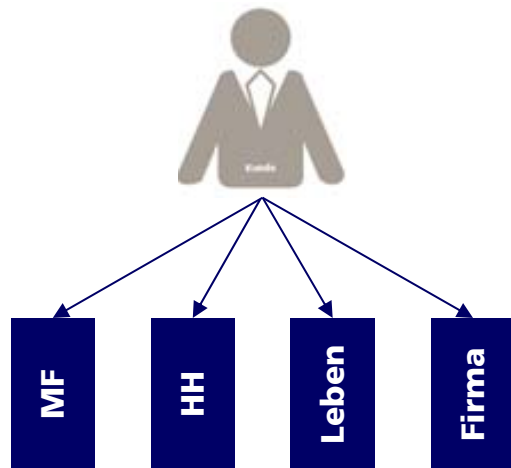
- Kunde steht im Fokus und wird ganzheitlich betrachtet
- Daten und Bedürfnisse gewinnen immer mehr an Bedeutung
- Produkte werden zu «Versicherungslösungen»

Kernfrage:

Haben wir die besten Versicherungslösungen für unsere Kunden?

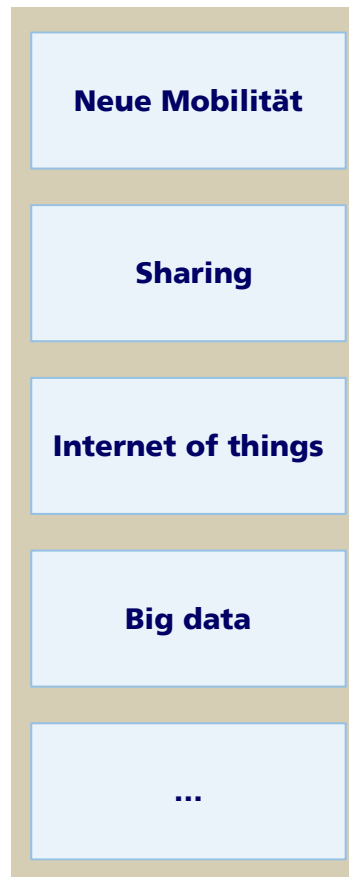
Von heute in die Zukunft – wohin gehen wir?

«Gesamtkundensicht»



Kernfrage:
Haben wir die besten
Versicherungslösungen für unsere
Kunden?

Trends



«Ökosystem» (Vision)

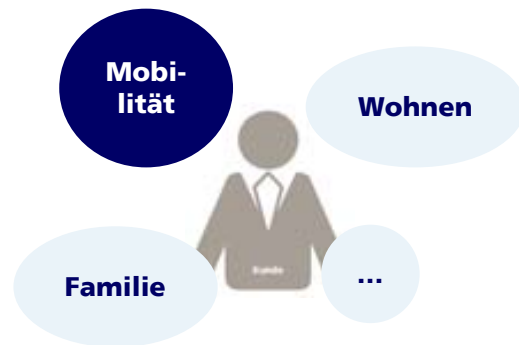


- Produkte & Services werden über Produktlinien hinweg entwickelt

Kernfrage:
Bieten wir den besten Schutz
für herausragende
Mobilitätsangebote?

Die Zukunft (am Beispiel der Mobilität) stellt zentrale Kernfragen

«Ökosystem» (Vision)



Mobilität:

- **Nahezu geschlossenes System**
- **Nur wenige Marktteilnehmer**
- **«Log-in Effekt»**

**Kernfrage:
Bieten wir den besten Schutz
für herausragende
Mobilitätsangebote?**

Kernfragen

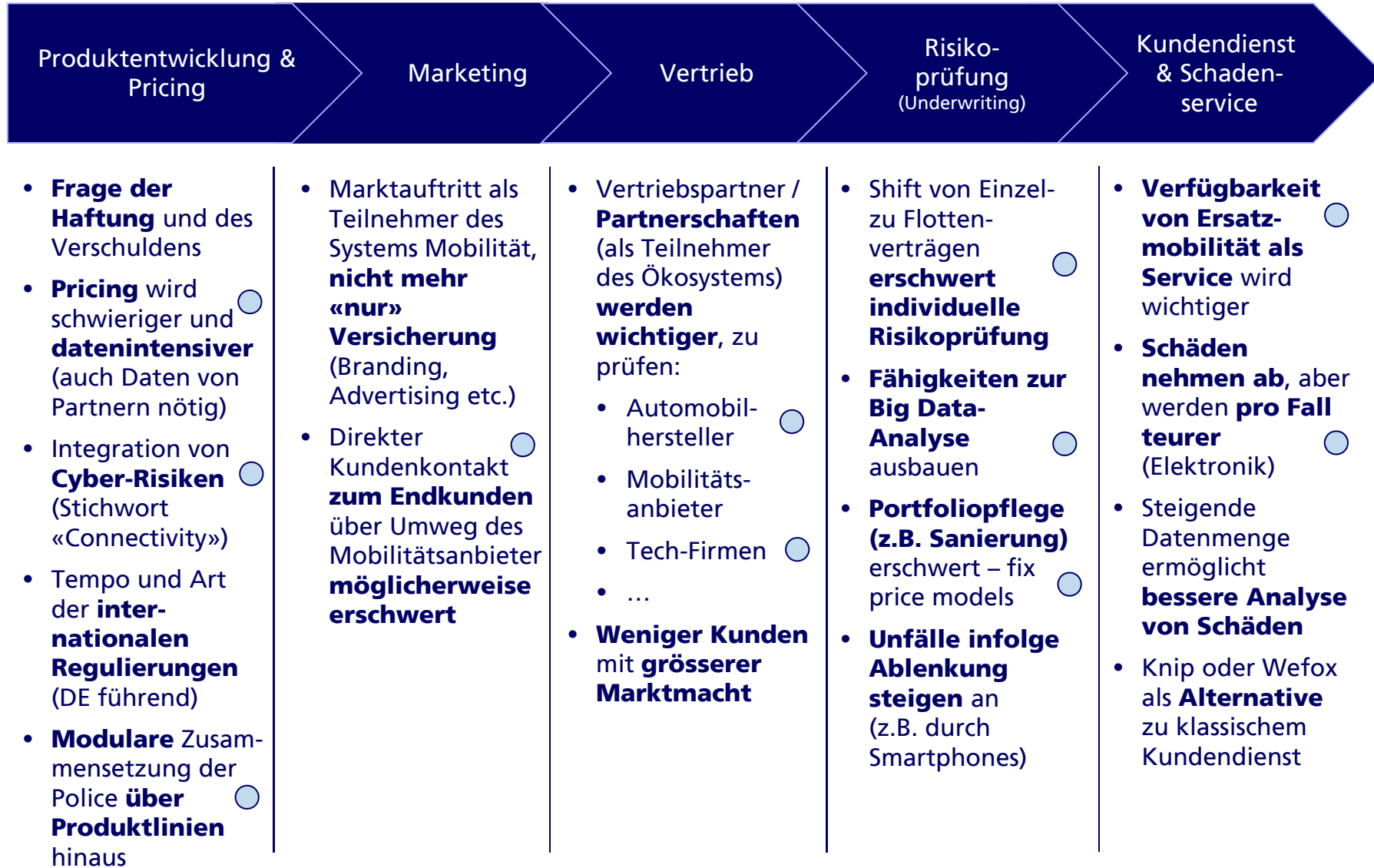
Strategisch

- *Wer ist zukünftig unser Kunde?*
- *Wer sind die wesentlichen Marktteilnehmer? Gegen wen konkurrieren wir?*
- *Steigt die Konkurrenz durch neue Anbieter (auch branchenfremd)? Oder konsolidiert sich der Markt infolge gesamtheitlicher Lösungen auf wenige Anbieter?*
- *Wie schaffen wir es eine zentrale Rolle im «Ökosystem Mobilität» einzunehmen?*
- *Welche Partnerschaften braucht eine Versicherung um marktfähig zu sein?*
- ...

Kerngeschäft

- *Wer braucht zukünftig welche Versicherungsdeckung?*
- *Werden die bisherigen Produkte / Deckungen noch bestehen oder werden diese abgelöst?*
- *Nach welchen Attributen erfolgt das Pricing?*
- *Welche Leistungen werden im Schadenfall zentral?*
- ...

Deep Dive: «Autonomes Fahren» mit diversen Einflüssen auf die Wertschöpfungskette



**«Über Diversifikation unserer Produkte,
Services und Fähigkeiten, Schritt für Schritt
erfolgreich in die Zukunft»**