

## ABIDA – Assessing Big Data

Vertiefungsstudie Finanz- und Versicherungswesen – Fokusgruppenbericht  
Münster, 06.07.2018

### „Versicherungslandschaft 2.0“

#### Fokusgruppe

---

Im Rahmen des ABIDA-Projekts fand am 6. Juli in den Räumen des Instituts für Informations-, Telekommunikations- und Medienrecht der Universität Münster die ABIDA-Fokusgruppe zur Vertiefungsstudie Finanz- und Versicherungswesen unter der Überschrift „Versicherungslandschaft 2.0“ statt. Dabei diskutierten Experten der Branche mit Vertretern verschiedener Versicherungsunternehmen die versicherungsspezifischen Anwendungsbereiche von Big Data, die Auswirkungen auf sämtliche Prozesse der Datenverarbeitung sowie auch Chancen und Risiken für den Versicherungsnehmer.

*Im Anschluss an die erste Projekthälfte von ABIDA, bei der es darum ging, durch Arbeitskreise, Fachtagungen und Bürgerkonferenzen einen umfassenden Überblick über die gesellschaftlichen Auswirkungen von Big Data zu erhalten, stand der Workshop repräsentativ für die **zweite Projekthälfte**, in der es nunmehr darum geht, pointierte Positionen zu entwickeln, zu prüfen und zusätzliches Fachwissen zu gewinnen sowie Handlungsempfehlungen abzuleiten.*

#### *1. Daten(schutz) in der Versicherung*

Im Zeitalter von Big Data ergeben sich umfassende Speicher- und Verarbeitungsmöglichkeiten für Daten. Das wirft in der Versicherungswirtschaft zum einen die Frage auf, ob es überhaupt noch ein nicht-personenbezogenes Datum geben kann. Vor allem im Bereich der Personenversicherungen werden Daten in aller Regel einer Person zuzuordnen sein, aber auch in der Kfz-Versicherung ergeben sich viele Möglichkeiten, Rückschlüsse auf persönliche oder sachliche Verhältnisse einer natürlichen Person zu ziehen. Zum anderen stellen sich die Versicherer die Frage, welche Daten für welche konkreten Anwendungsbereiche genutzt werden dürfen, sei es in der Tarifierung oder in internen Verarbeitungsprozessen. Angesprochen wurde dabei das Thema der Anonymisierung von Daten, das aber weiterhin mit einer gewissen Rechtsunsicherheit verbunden sei. Insbesondere sehen sich Versicherer im stark regulierten Versicherungsmarkt auch sektorspezifischen Regelungen ausgesetzt.

Einige Versicherer wollen, besonders im Bereich von privaten Krankenversicherungen, immer mehr auch als Gesundheitsdienstleister verstanden werden und Schäden zunehmend präventiv verhindern, was Fragen in Bezug auf vorhandene Informationsasymmetrien und möglicherweise auch in Bezug auf die Privatautonomie aufwerfen kann.

Potentielle Datenquellen gibt es viele: Surfhistorie; Kameraaufzeichnungen, GPS-Systeme mitsamt Nutzung von Navigationssystemen; smarte Gegenstände oder auch das Smart Home. Diese Liste ließe sich noch beliebig erweitern und sie macht deutlich, welch großes Wertschöpfungspotential besteht, wenn Daten

und die darin codierten Informationen gerade ein wesentliches Asset der Versicherungswirtschaft darstellen.

Die branchenübergreifende Verunsicherung bezogen auf die rechtmäßige Verarbeitung von personenbezogenen Daten, nicht zuletzt durch die seit Mai geltende EU-Datenschutzgrundverordnung, verstärkt sich in der Versicherung vor allem durch die Sonderstellung als Bereitsteller gesellschaftlicher Sicherheit. Glaubt man den Ausführungen der Versicherer, findet eine systematische Auswertung von Social-Media-Daten derzeit nicht statt. Die Gründe erscheinen plausibel: Zum einen müsse ein sehr hoher Aufwand betrieben werden, um die sehr heterogenen Daten aus sozialen Netzwerken zu strukturieren. Dazu liegen zumindest im Rahmen der Versicherung von Langzeitrisiken Daten auch bereits schon über Jahrzehnte vor. Zum anderen bestehe die Möglichkeit eines bedeutenden Imageschadens, sofern der Eindruck entstehe, der Versicherungsnehmer würde in seiner Privatsphäre beschnitten. An dieser Stelle sei das „Kundenvertrauen“ als wesentliches Element in der Versicherung zu erhalten.

Was die Bereitschaft der Versicherungsnehmer anbelangt, ihre Daten dem Versicherer zur Verfügung zu stellen, so wurde festgehalten, dass eine grundsätzliche Skepsis hinsichtlich der Datenhergabe gegenüber Versicherern bestehe. Diese Sichtweise ließe sich jedoch dadurch ändern, dass dem Versicherungsnehmer ein konkreter Nutzen und eine transparente Verwendung aufgezeigt würden. Schaffe man es, diesen sichtbar zu machen, steige auch die Bereitschaft, Daten zu teilen.

## *2. Einsatzgebiete*

Die enorme Menge an Daten, welche vor allem den traditionellen Versicherern zur Verfügung stehen, kann abhängig vom klassischen Wertschöpfungsbereich mithilfe von Big-Data-Analysen vielfältig genutzt werden. So wurden die verschiedenen Einsatzgebiete besprochen:

### a) Kundenansprache

Eine individuelle Kundenansprache findet gerade bei jungen „Digital“-Versicherern schon vielfach statt. Hierbei kann die Ansprache durch einen Text oder auch per automatisiert erstelltem Video erfolgen. Gerade die vollautomatisierte Erstellung von Texten ist technisch betrachtet schon weit vorgeschritten und lässt Texte zu, welche in Rechtschreibung und Formulierung geeignet sind, menschliche Standards zu simulieren und im Einzelfall qualitativ sogar zu übertreffen. Zu Trainingszwecken ist – ähnlich wie bei Chatbots – eine Menge an Daten erforderlich. Um den Adressaten – also den Versicherungsnehmer – zu bewerten und die Ansprache zu individualisieren, bedarf es genau genommen nicht einmal Big Data; hier reichen schon die über ihn vorhandenen Daten aus, um Rückschlüsse auf die Persönlichkeit zu ziehen.

Für die Kundenansprache über Vergleichsportale spielt die Datenanalyse eine große Rolle, wenn es darum geht, dass für den jeweiligen Versicherungsnehmer „passendste“ Produkt herauszufiltern. Aus Sicht der Versicherer stehe für den Versicherungsnehmer an dieser Stelle gar nicht mal im Vordergrund, tatsächlich den günstigsten Tarif zu ermitteln. Er wolle vielmehr einen effizienten Zugangsweg zu dem Versicherungsprodukt erhalten. Dabei ginge es vor allem um Schnelligkeit und Bequemlichkeit bei Angebotsfindung und Vertragsabschluss. Allgemein herrschte Einigkeit darüber, dass Versicherungsprodukte beim Versicherungsnehmer per se nicht positiv behaftet seien. Schon allein die der Versicherung immanente Absicherung für den Fall eines Schadensereignisses führe zur Notwendigkeit einer besonderen Ansprache von Kunden. Getreu dem Motto: „Halte dich nicht mit unangenehmen Dingen auf“, verdichtete sich der Eindruck, die beste Kundenansprache sei diejenige, die den Versicherungsnehmer nicht „über Gebühr“ beschäftige und klar sowie strukturiert vermittele, warum Kosten in welcher Höhe anfielen.

b) Vertragsabschluss

Neben dem SB-Abschluss bei simplen Versicherungsprodukten, werden sog. On-Demand-Versicherungen immer zahlreicher angeboten. Hierbei kann etwa eine Bild-Analyse eine schnelle Risikobeurteilung ermöglichen, bei welcher auf das Zusenden eines Fotos folgend kurze Zeit darauf ein Versicherungsangebot erfolgen kann; beispielhaft kann die Zusatzversicherung des Mountainbikes vor Antritt eines Aktivurlaubs genannt werden. Des Weiteren kann eine Datenanalyse den Versicherer dabei unterstützen, den Kundenbedarf zu ermitteln und etwa im Vorfeld von Reisen Auslandskrankenversicherungen anzubieten.

Der Vertragsschluss ist auch insofern von besonderer Relevanz, als dass in diesem Zuge viele Daten vom Versicherer erlangt werden können; in der Kfz-Versicherung ist etwa schon beim Abschluss des Versicherungsverhältnisses eine Vielzahl von Angaben zu machen. Um an diesen Angaben orientiert, individualisierte Produkte und Prämien anbieten zu können, bedarf es statistischer Modelle, welche eine genaue Einordnung des Versicherungsnehmers vorvertraglich ermöglichen.

c) Laufendes Vertragsverhältnis

Im laufenden Vertragsverhältnis können Big-Data-Analysen genutzt werden, um Bedarfsanalysen durchzuführen, welche ein Up- und Cross Selling ermöglichen. Des Weiteren hilft Big Data dabei, interne Prozesse zu automatisieren und somit – auch dank einer Reduzierung von Bearbeitungsstufen – zu beschleunigen. Allgemeiner Tenor der Fokusgruppe war, dass eine zügige Bearbeitung des Anliegens für die Versicherungsnehmer höchste Priorität habe. Auch sauber bearbeitete Vorgänge, deren wirtschaftliches Resultat aus Sicht des Versicherungsnehmers positiv ausfällt, würden von diesem negativ bewertet, sofern der Prozess zu viel Zeit in Anspruch nehme. Insofern könnten gerade simple Anliegen oder Schadenmeldungen größtenteils automatisiert ablaufen, während sich die menschlichen Sachbearbeiter auf solche Fälle konzentrieren, welche vom System als komplexer bzw. mit Blick auf Schadenmeldungen verdächtig eingestuft werden. Im Bereich der Prozessautomatisierung mit Hilfe von Big Data sei daher besonders zwischen den Anwendungsbereichen zu differenzieren und eine bestmögliche Abstimmung zwischen automatisierten Entscheidungen und persönlicher Bearbeitung zu finden.

Die Einsatzmöglichkeiten für Blockchain-Technologie wurden von den Teilnehmern auf wenige Fälle beschränkt; sie dürfte vor allem dort interessant sein, wo ein Versicherungsverhältnis mit hoher Frequenz besteht. Dies sei vor allem im Verhältnis zwischen Erst- und Rückversicherer der Fall sowie bei Versicherungsverträgen mit Großkunden oder Transportversicherungen. Erste Anwendungen im Bereich der Flugausfallversicherung wurden insofern relativiert, als dass es sich an dieser Stelle vielmehr um eine interne Datenbank des Versicherers handle, die gerade nicht die wesentlichen Merkmale einer Blockchain in Form von Dezentralität und Unveränderbarkeit beinhalte.

Von Seiten der Versicherer wurde im weiteren Verlauf nochmals die Bedeutung des Unterpunktes „Schadenprävention“ hervorgehoben. Es sei durchaus denkbar, dass sich das Geschäftsmodell der Versicherung „verschieben“ könne. Weg vom reinen Abwickeln von Schadenfällen – hin zu einem eher prophylaktischen Einsatz als begleitendem Dienstleister, der durch die Überwachung von Parametern einen Schadeneintritt gegebenenfalls reduzieren oder ganz verhindern kann.

Beispiele hierfür seien das Smart Home oder auch erste Anwendungen in der Krankenversicherung, wenn es etwa um die „Betreuung“ bzw. „Kontrolle“ von Diabetespatienten gehe.

d) Schadensabwicklung

Auch in Bezug auf die Schadensabwicklung lassen sich viele Prozesselemente automatisieren. Gerade eine Big-Data-Anwendung wie die Bildanalyse mit Hilfe von Künstlicher Intelligenz kann etwa im Bereich der Betrugserkennung eingesetzt werden; dazu muss allerdings wiederum überhaupt eine gewisse Anzahl an relevanten Daten erreicht werden, um eine Mustererkennung zu implementieren.

### 3. (Weitere) Individualisierung von Produkten und Tarifen

Der Trend scheint in der Versicherung dahinzugehen – auch auf Grundlage von Big-Data-Analysen – Versicherungsprodukte und -tarife zu individualisieren.

Dabei kann man im Vorfeld auch Merkmale der Geodifferenzierung oder Luftbilddaten zur gezielten Kundenansprache nutzen, wenn es etwa um Überschwemmungsversicherungen oder um Schutz von Solaranlagen geht.

Hinsichtlich einer Individualisierung sollten sich die Versicherer jedoch vor falschen Rückschlüssen schützen. So werden etwa sportliche Aktivitäten gefördert und mitunter durch Vergünstigungen belohnt. Sportler verursachen aber – gerade, wenn sie im Leistungsbereich aktiv sind – durchaus höhere Kosten als Nicht-Sportler. Angesichts dessen wurde der Rat geäußert, bei Krankenversicherungen, welche potentiell ein lebenslanges Vertragsversprechen darstellen, Individualisierungen nur anzubieten, sofern Langzeitstudien (20 Jahre oder mehr) zu den versicherten Risiken und dem relevanten Verhalten vorliegen. Das Änderungsrisiko sei nur schwer einzuschätzen. Demgegenüber können Gesundheitsanreize allerdings auch auf wissenschaftliche Erkenntnisse aufgebaut werden.

Ein mögliches Ende der Entwicklung individualisierter Tarife sei der Zustand, in dem „schlechte Risiken“ keine Versicherungen mehr erhalten bzw. so hohe Prämien verlangt werden, dass ein Versicherungsschutz faktisch nicht mehr hergestellt werden könne. Spätestens an dieser Stelle dürfte der Gesetzgeber regulierend eingreifen müssen, da der Verweis auf eine diesbezügliche Selbstregulierung der Branche aufgrund der Tragweite der Entscheidung zu kurz greife.

### 4. Was können die Start-Up´s?

Mit der zunehmenden Verlagerung von Versicherungsprozessen in die digitale Welt, steigt auch die Konkurrenz für herkömmliche Versicherungsunternehmen und -makler. Häufig bieten „InsurTechs“ jedoch einen speziellen Service an und beanspruchen somit nicht, als umfassender Anbieter von Versicherungsleistungen wahrgenommen zu werden. Hierbei handelt es sich häufig um Vertragsmanager, Schadenmanagement oder Vergleichsportale. Allgemein ist im Bereich der InsurTechs festzuhalten, dass diese zumeist nicht über genug Daten verfügen, um eigenständig Big-Data-Analysen zu betreiben. An dieser Stelle bietet sich eine Kooperation mit einem traditionellen Versicherer an. Einzelne Versicherer entwickeln auch schon Lösungen in ihren eigenen sog. „InsureLabs“.

GEFÖRDERT VOM



Bundesministerium  
für Bildung  
und Forschung