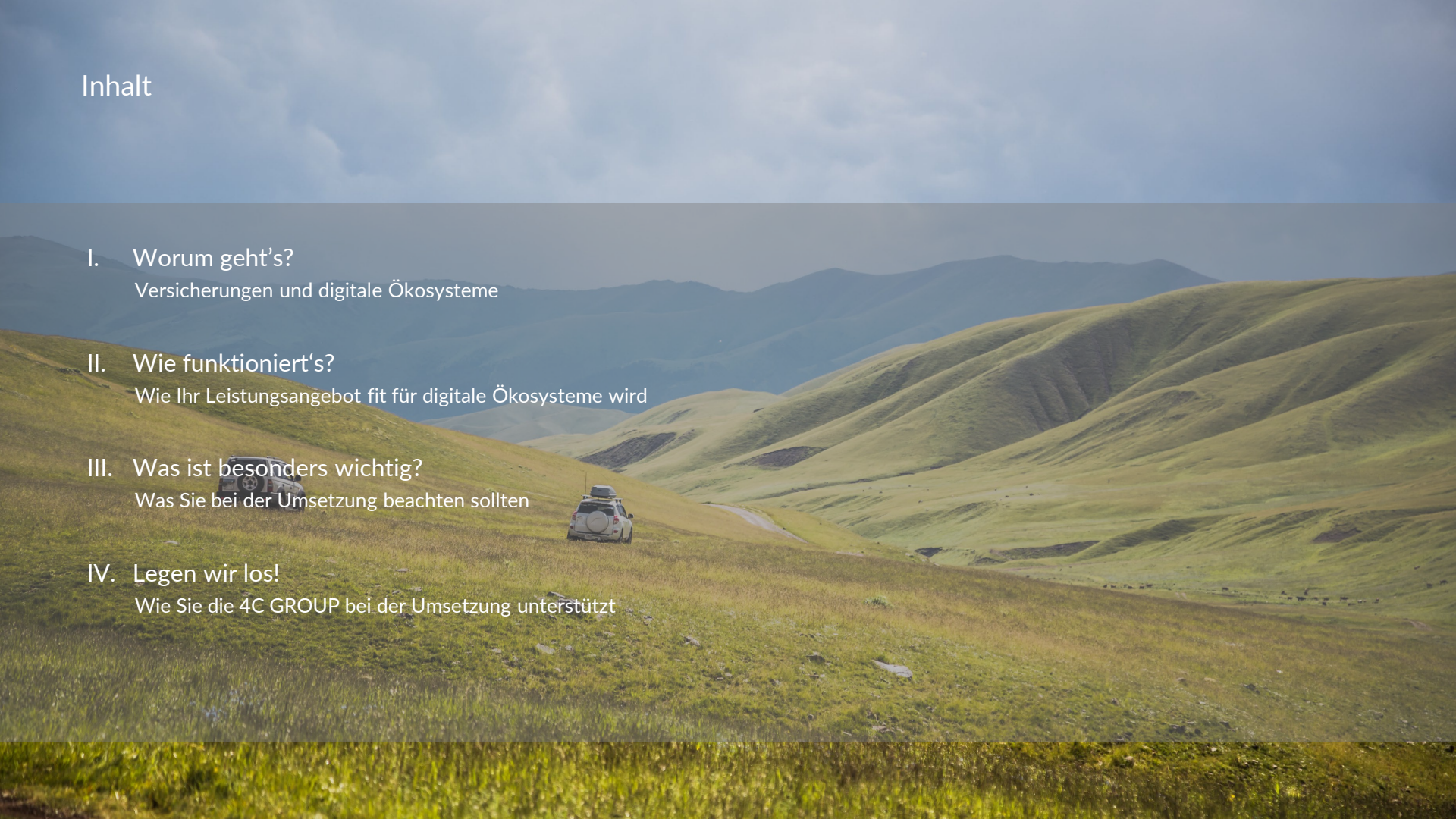


*Beifahrer:in
auf Zeit*

Open Insurance: Wie Versicherer digitale Ökosysteme nutzen

4C GROUP AG

Inhalt



- I. Worum geht's?
Versicherungen und digitale Ökosysteme
- II. Wie funktioniert's?
Wie Ihr Leistungsangebot fit für digitale Ökosysteme wird
- III. Was ist besonders wichtig?
Was Sie bei der Umsetzung beachten sollten
- IV. Legen wir los!
Wie Sie die 4C GROUP bei der Umsetzung unterstützt

*Worum geht's?
Versicherungen und digitale Ökosysteme*



Worum geht's? Versicherungen und digitale Ökosysteme

Grundlage für ein digitales Versicherungs-Ökosystem ist die Verzahnung mehrerer Marktteilnehmer



Digitale Ökosysteme

Neue **Marktteilnehmer** und **regulatorische Auflagen** verändern die Arbeitsweise von Finanzinstituten. Die Diversifizierung der Vertriebskanäle und die steigenden **Erwartungen** der Kunden erfordern **innovative** und **digitale** Lösungen. Digitale Ökosysteme unterstützen genau das. Der nötige gesetzliche Rückenwind kommt dabei durch die **PSD2**, denn sie sorgt für die standardisierte Bereitstellung von Kontoinformationen durch die Zahlungsinstitute. Mit der Verzahnung mehrerer Marktteilnehmer werden digitale Ökosysteme Wirklichkeit.

Die Banken haben es bereits vorgemacht - Open Banking ist Wirklichkeit. Nun liegt es an den Versicherern nachzuziehen - **Open Insurance** ist die Antwort.

Worum geht's? Versicherungen und digitale Ökosysteme

Auf einen Blick: Digitale Ökosysteme und digitale Plattformen



Digitales Ökosystem

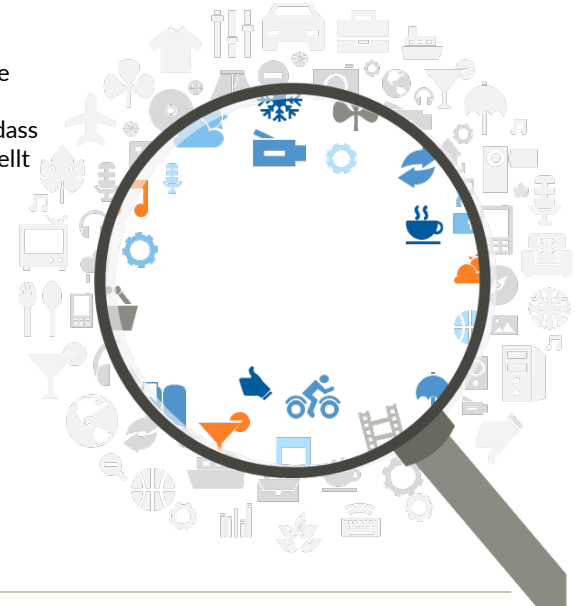
Ein wirtschaftliches Ökosystem beschreibt eine dynamische Struktur verschiedenster, lose gekoppelter, sozialer und wirtschaftlicher Akteure. Diese bilden ein Netzwerk und interagieren miteinander. Ziel ist es, durch eine gegenseitige Nutzung der materiellen und immateriellen Ressourcen der beteiligten Partner Märkte zu bilden und in einem gemeinsamen Geschäftsmodell Werte für alle beteiligten Akteure zu schaffen.

Ökosysteme unterliegen ausgeprägten Netzwerkeffekten, d.h. die Anzahl der Nutzer bestimmt deren Nutzen und Nutzung.



Digitale Plattform

Eine digitale Plattform verknüpft zwei oder mehrere unterschiedliche Akteursgruppen (z. B. Kunden, Lieferanten, Nutzer, Dienstleister) miteinander, so dass diese miteinander agieren können. Die Plattform stellt eine technische Infrastruktur zur Verfügung und bestimmt die Regeln für den Austausch sowie die Zugangsmöglichkeiten für die Plattformteilnehmer. Digitale Plattformen bilden damit die Basis für Ökosysteme, wobei ein Ökosystem z. B. auch aus mehreren Plattformen bestehen kann.



Worum geht's? Versicherungen und digitale Ökosysteme

Die Verzahnung von Versicherern und ihren Partnerunternehmen eröffnet Versicherungsunternehmen vielfältige Chancen

----- Optimierung des bestehenden Geschäftsmodells -----



**Effektive
Produktentwicklung**



**Verbesserte
Kundenerfahrung**



**Dynamischer
Datenaustausch**



**Optimierung der
Geschäftsprozesse**

----- Entwicklung neuer Geschäftsmodellansätze -----



**Neue
Kooperationen**



**Gewinnung
neuer Kunden**



**Neue digitale
Dienstleistungen**



**Neue
Geschäftsmodelle**

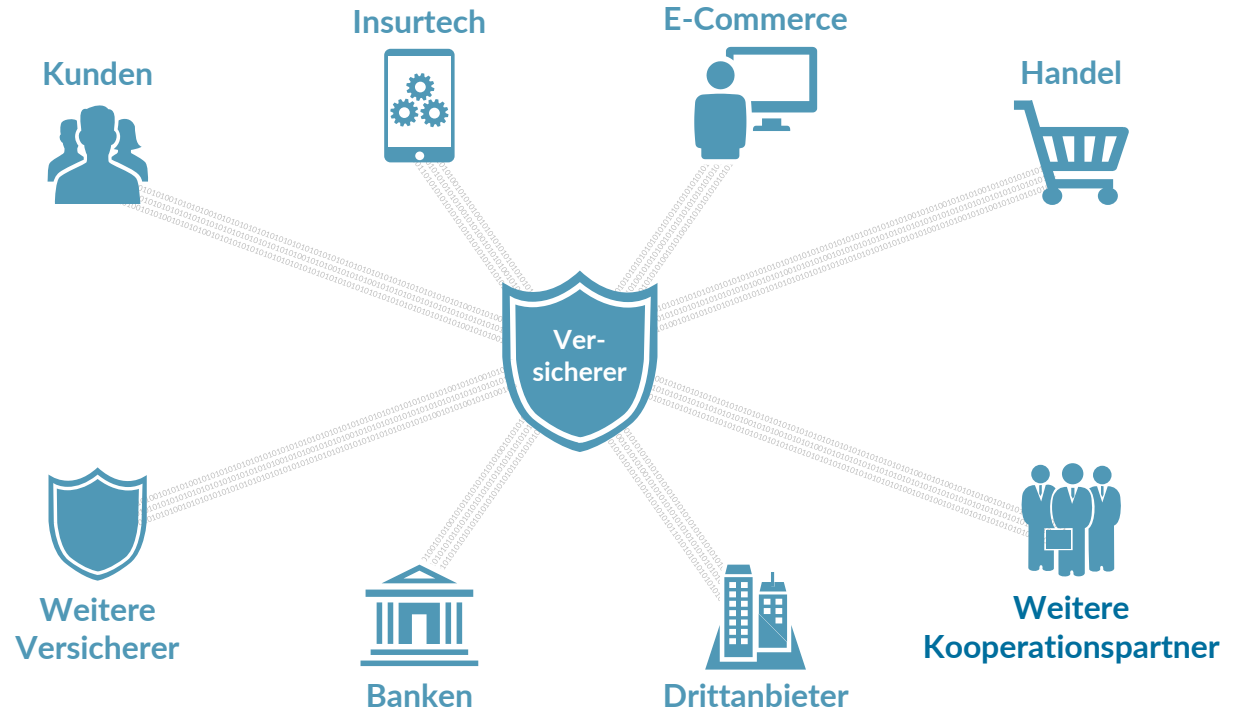
Worum geht's? Versicherungen und digitale Ökosysteme

Branchengrenzen lassen sich in einem Ökosystem überwinden



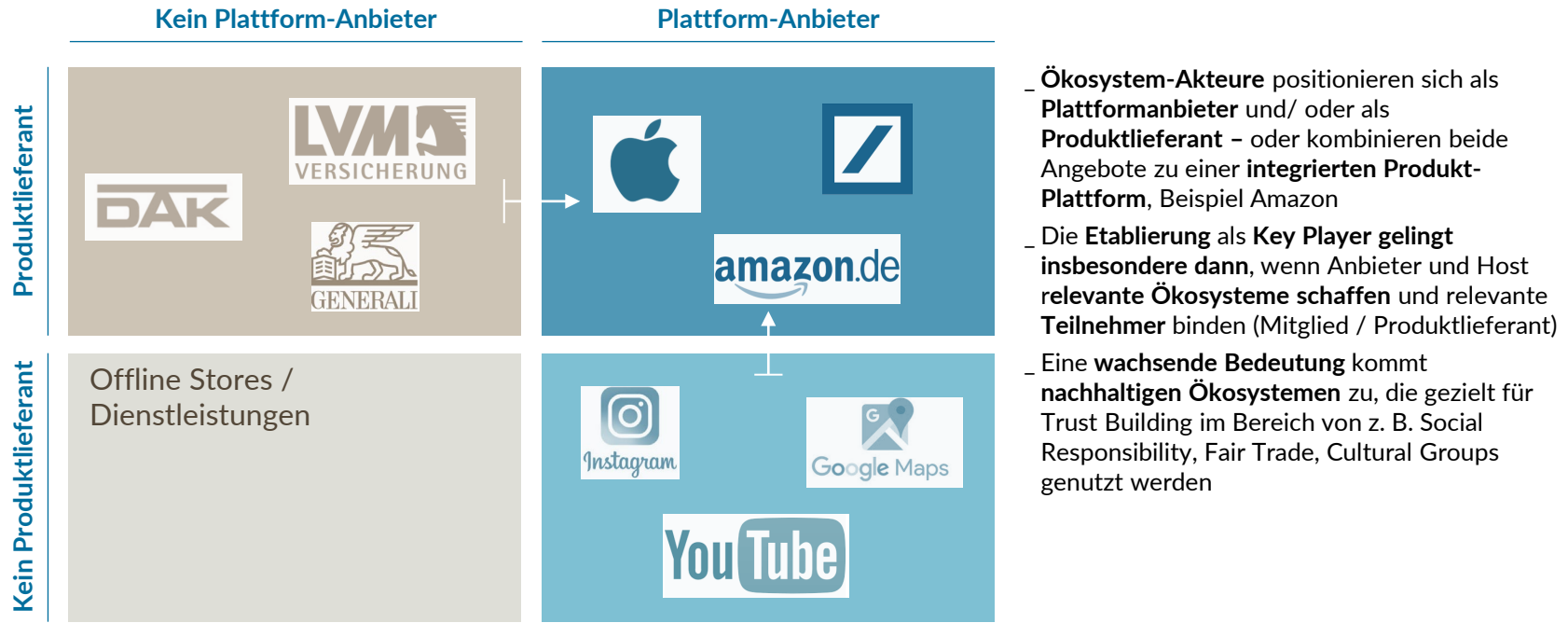
Aufbau eines Ökosystems

- _ Ein Ökosystem öffnet die Türen für viele neue Chancen bzw. Vorteile
- _ Es lassen sich zusammen mit Kooperationspartnern neue Produkte und Services entwickeln, welche alleine nicht umsetzbar wären
- _ Ein weiterer Vorteil ist die Erweiterung des Kundenstammes, durch den Zugriff auf die Kunden des Kooperationspartners
- _ Branchengrenzen spielen in einem Ökosystem dabei immer weniger eine Rolle



Worum geht's? Versicherungen und digitale Ökosysteme

Ökosysteme unterscheiden sich mit Blick auf ihre strategische Ausrichtung



- _ Ökosystem-Akteure positionieren sich als **Plattformanbieter** und/ oder als **Produktlieferant** – oder kombinieren beide Angebote zu einer **integrierten Produkt-Plattform**, Beispiel Amazon
- _ Die **Etablierung** als **Key Player** gelingt insbesondere dann, wenn Anbieter und Host relevante Ökosysteme schaffen und relevante Teilnehmer binden (Mitglied / Produktlieferant)
- _ Eine **wachsende Bedeutung** kommt **nachhaltigen Ökosystemen** zu, die gezielt für Trust Building im Bereich von z. B. Social Responsibility, Fair Trade, Cultural Groups genutzt werden

Worum geht's? Versicherungen und digitale Ökosysteme

Durch die zweite EU-Zahlungsdienstrichtlinie (PSD2) wird die Zusammenarbeit von Finanzdienstleistern auch gesetzlich unterstützt

Grundlagen der Payment Service Directive 2 (PSD2)

- _ PSD2 ist eine seit 13.01.2018 gültige EU-Richtlinie zur Regulierung von Zahlungsdiensten
- _ Die Richtlinie erlaubt es Drittanbietern, die über eine Genehmigung des Kunden verfügen, auf dessen Kontodaten bei einem Zahlungsinstitut zuzugreifen
- _ Dafür müssen die Zahlungsinstitute APIs bereitstellen, welche es den lizenzierten Drittparteien ermöglicht auf die Daten zuzugreifen
- _ Es werden zwei Arten von Drittanbietern unterschieden



PSD2 bricht die Datensilos der Zahlungsinstitute auf

Zahlungsinstitute können die Kundendaten nicht mehr nur für sich behalten, sondern müssen diese mit den lizenzierten Drittanbietern, über sogenannte APIs, teilen. Damit können auch Versicherer als Drittanbieter auf die Daten des Zahlungsinstituts zugreifen.

Drittanbieter nach der PSD2

Kontoinformationsdienste

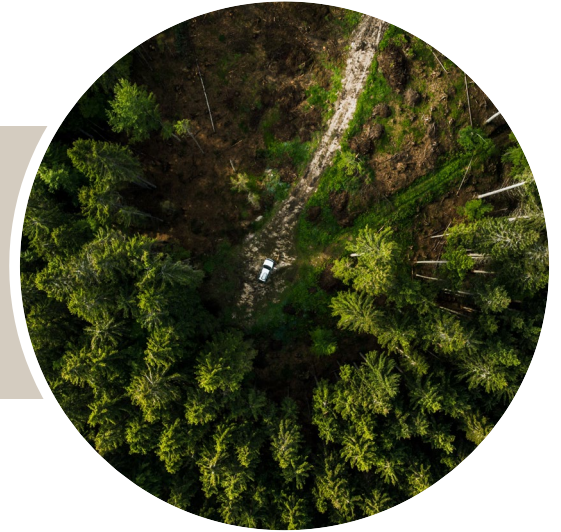
Dienst zum Bezug und anschließenden Verarbeitung von Kontoinformationen (z.B. Transaktionen) eines Nutzers bzw. Kunden

Zahlungsauslösedienste

Auslösung von Zahlungen durch den Zahlungsdienstleister auf Antrag des Kontoinhabers bei dem kontoführenden Institut



*Wie funktioniert's?
Wie Ihr Leistungsangebot fit für digitale Ökosysteme wird*



Wie funktioniert's? Wie Ihr Leistungsangebot fit für digitale Ökosysteme wird

Eine API ermöglicht es, Daten zwischen mehreren Parteien schnell und sicher auszutauschen



Die Grundidee einer API

APIs sind Schnittstellen, die es unterschiedlichen Systemen ermöglichen, Daten miteinander auszutauschen. Konkret bieten sie Entwicklern die Möglichkeit, spezifische Dienste zu verwenden, ohne dabei die eigentlichen Systeme direkt anzusprechen oder eine tiefere Systemkenntnis besitzen zu müssen. Mit der Einwilligung der Kunden können bspw. Versicherungen Daten, wie Versicherungsvertragsinformationen, mit den Drittanbietern (z. B. Vertriebsmakler) blitzschnell und sicher teilen.

Ein konkretes Beispiel für den Einsatz einer API in der Versicherungsindustrie ist die **automatische Alterskontrolle**: Durch die API kann der Kooperationspartner (Einwilligung des Kunden vorausgesetzt) direkt auf gespeicherte Kundendaten zugreifen und damit automatisch das Alter des Kunden bestätigen. Das wäre z.B. für den Online-Handel eine sichere und schnelle Lösung, um festzustellen, ob der Kunde eine altersbeschränkte Ware kaufen darf.

Arten einer API

Es werden drei Arten von APIs unterschieden

Eingeschränkte APIs

Diese Art von API kann im Rahmen der Zusammenarbeit mit Geschäftspartner verwendet werden. Für den Zugriff werden spezifische Rechte oder Lizenzen verwendet

Private APIs

Solche APIs werden ausschließlich für den internen Gebrauch verwendet. Für die Verwendung werden keine Tokens oder Keys benötigt

Öffentliche APIs

Diese API ist öffentlich d.h. für jeden zugänglich. Meistens wird für den Zugriff ein Token oder Key benötigt

Bei der Standardisierung der APIs geht es um die Standardisierung des Zugriffes und der Übermittlung der Daten.

Wie funktioniert's? Wie Ihr Leistungsangebot fit für digitale Ökosysteme wird

Zum Aufbau eines digitalen Ökosystems und damit für die Transformation zu Open Insurance werden standardisierte APIs benötigt



- _ **Open Banking** ist in der deutschen Finanzdienstleistung weit verbreitet. Speziell Banken, die durch die Zusammenarbeit mit FinTechs und anderen Drittanbietern ihre Produkte und Services kundenorientiert und digital gestalten, nutzen dies
- _ **Open Insurance** ist dagegen noch kaum bekannt. Bis heute gibt es keine flächendeckend standardisierten APIs für die Versicherungsindustrie, weshalb der Aufbau digitaler Ökosysteme in der Branche gebremst ist

Aktuelle Lage

APIs extern

Aktuell gibt es noch keine flächendeckend standardisierten APIs, die einen schnellen und regulierten **Informationstransfer** zwischen **Versicherungsunternehmen**, Maklern und vor allem Versicherungskunden ermöglichen. Häufig ist die direkte Informationsabfrage nicht möglich, weshalb das Unternehmen manuell kontaktiert werden muss.



APIs intern

APIs werden in der Versicherungsbranche momentan meistens für **interne Zwecke** verwendet, hauptsächlich für die **Verarbeitung und Übermittlung der Daten** zwischen einzelnen Abteilungen und Funktionen in der Organisation. Allerdings kommen API-Anwendungen auch zwischen Versicherungen und ihren Partnern immer mehr zum Einsatz.



Open Insurance Initiative



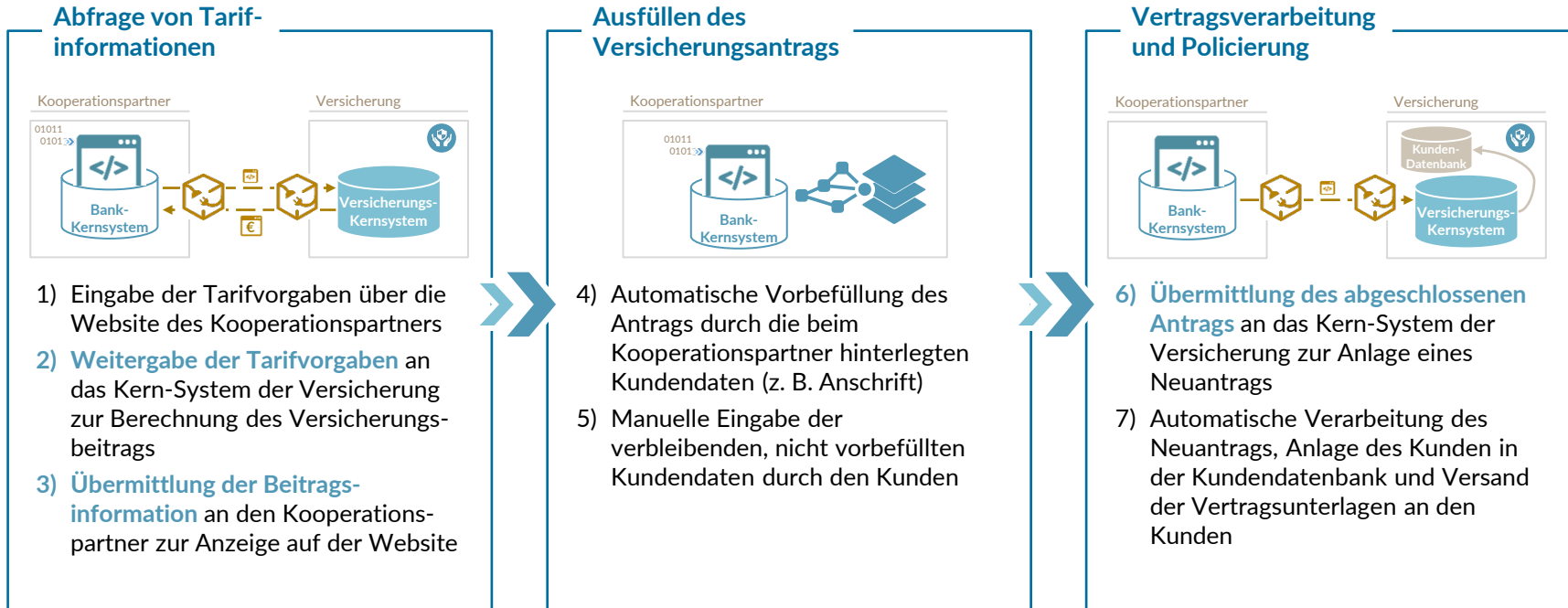
FRIDA Initiative für die Versicherer

Die ehrenamtliche Initiative FRIDA setzt sich mit dem Ziel auseinander, einen einheitlichen **Schnittstellenstandard** für den **effizienten und sicheren Datentransfer** im Versicherungsbereich zu etablieren. Die bisherigen Standards zur Datenübermittlung sind zu langsam, kostenintensiv und ineffizient. Die standardisierte **API**, als gängige Schnittstelle, soll den Bedürfnissen der Versicherungsgesellschaften entsprechen, die ihre eigenen Dienstleistungen verbessern und ihre Prozesse digitalisieren wollen. Von dem neuen Standard sollen nicht nur Versicherungsunternehmen, sondern auch Agenten, Maklern sowie Versicherungskunden profitieren können. Durch die standardisierte API wird Open Insurance Wirklichkeit.

Wie funktioniert's? Wie Ihr Leistungsangebot fit für digitale Ökosysteme wird

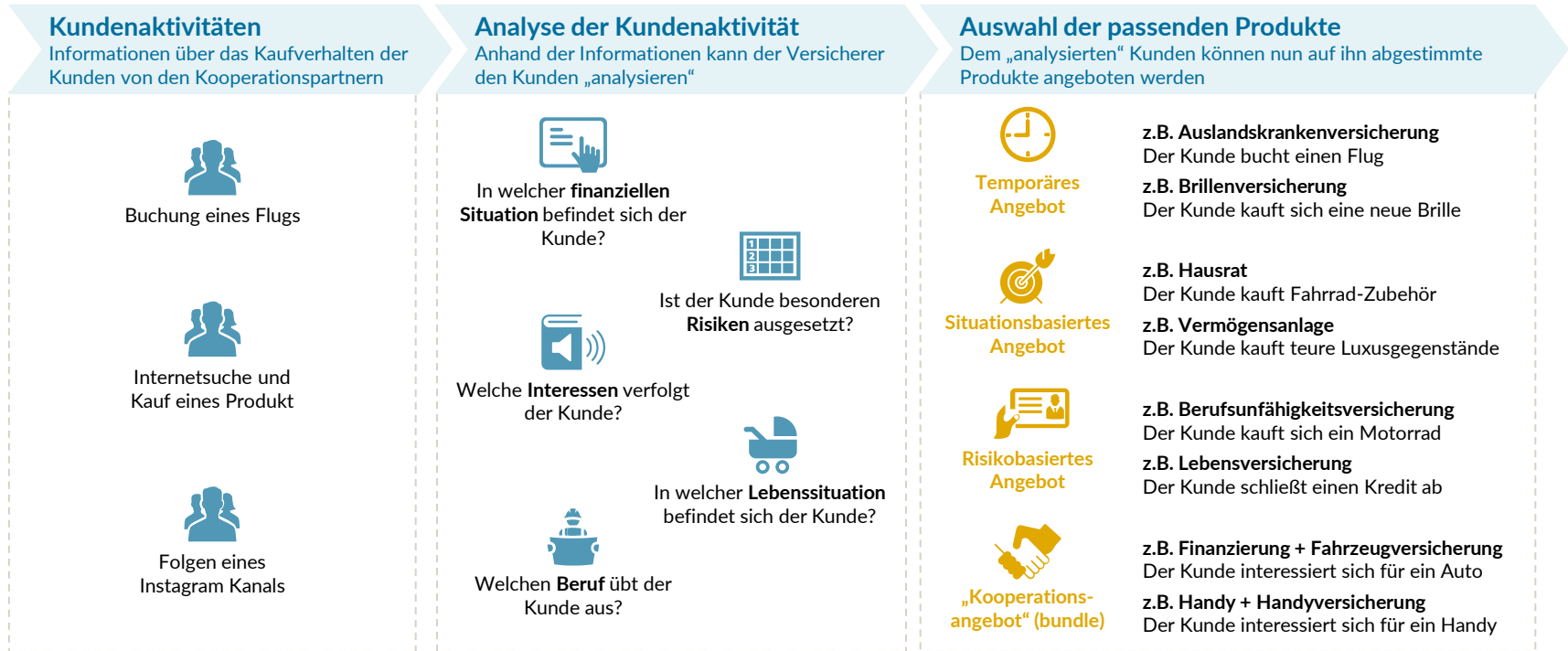
Im Detail: APIs verbinden Systeme zwischen Versicherungen und ihren Kooperationspartnern – diese Technik nutzen zum Beispiel Online-Vergleichsplattformen:

Schematische, beispielhafte Darstellung



Wie funktioniert's? Wie Ihr Leistungsangebot fit für digitale Ökosysteme wird

APIs können im Kontext zahlreicher Online-Aktivitäten eingesetzt werden, um wertvolle Informationen für Versicherer zu liefern (insb. Lead-Generierung, Cross-Selling)



Wie funktioniert's? Wie Ihr Leistungsangebot fit für digitale Ökosysteme wird

Nicht nur in der Steigerung des Vertriebsoutputs liegen für Versicherer Hebel zur Profitabilisierung von Ökosystem-Angeboten

Kostenreduktion durch Digitalisierung

- _ Prozess-Effizienz
- _ Digitale Interaktion
- _ Digitale Kollaboration
- _ Data-driven Decision Making

Erweiterung des Produktspektrums

- _ Neue (digitale) Angebote / Services
- _ Komplementärprodukte / -Services
- _ Maßgeschneiderte Kundenangebote
- _ Zusätzliche Angebote von Drittanbietern



Steigerung Vertriebsoutput

- _ Erhöhung des Produktabsatzes über digitale Kanäle bzw. Vertriebskanäle
- _ Output-Steigerung durch (digitale) Vertriebseffizienz (der Mitarbeiter)
- _ Digital Sales Enablement

Kostenpflichtige Services

- _ Premium-Services
- _ Abonnements
- _ Pay-Per-Use

*Was ist besonders wichtig?
Was Sie bei der Umsetzung beachten sollten*



Was ist besonders wichtig? Was Sie bei der Umsetzung beachten sollten

Vier Kernbausteine sind von zentraler Bedeutung für Open Insurance und müssen aufeinander abgestimmt sein

Digitale Technologien

- _Plattform-Technologien
- _API Management
- _Development Labs

Plattform-Ökonomie

- _Marktplatz
- _Netzwerk-Effekte
- _Skalierbarkeit
- _Relevanz und Sicherheit



Innovation

- _Geschäftsmodelle
- _Produkte
- _Dienstleistungen
- _Vertrieb

Kooperationsmodelle

- _InsurTechs
- _Banken
- _Industrie
- _NGOs

Was ist besonders wichtig? Was Sie bei der Umsetzung beachten sollten

Die erfolgreiche Umsetzung der APIs gelingt insbesondere dann, wenn typische Risiken von Anfang an beachtet und adressiert werden



Sicherheitsmaßnahmen

Sowohl beim **internen** als auch **externen** Datenaustausch muss die Sicherheit der Daten gewährleistet sein. Hierfür muss der Versicherer Maßnahmen definieren z. B. zur Kontrolle der Berechtigung, der abzurufenden Datenmenge und der Abruffrequenz.



Benutzerschutz

Ein weiteres Risiko besteht im Schutz der Kunden vor **Datenlecks**, **Manipulationen** und **illegalen Transaktionen**. Versicherer sind dazu verpflichtet, die Kundendaten vor unberechtigtem Zugriff zu schützen und die Daten sorgfältig aufzubewahren.



Reputationsrisiko

Es können **Reputations-** und **Produkt-haftungsrisiken** entstehen. Diese Risiken bestehen insbesondere bei Verwendung öffentlicher APIs. Bei öffentlichen APIs ist der Versicherer nicht nur auf die eigenen Sicherheitsmaßnahmen angewiesen, sondern auch auf die Sicherheitsmaßnahmen des API-Anbieters.



Umsetzung

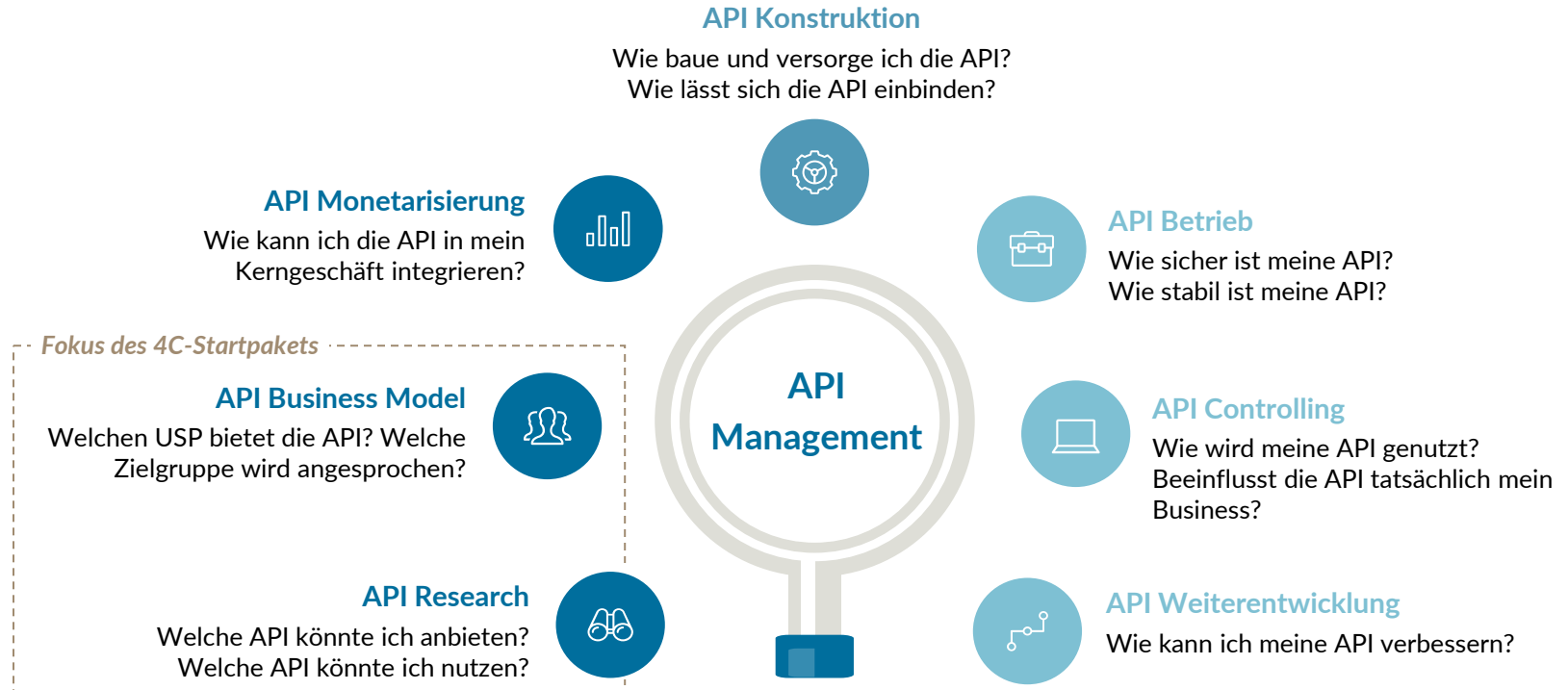
Auch die Umsetzung birgt Risiken. Damit es beim Einsatz der APIs nicht zu einer unüberschaubaren Anzahl an Diensten, zu Verwirrung unter den Entwicklern und zu Zuverlässigkeitsproblemen kommt, ist bei der Umsetzung ein Gleichgewicht zwischen **Flexibilität** und **Kontrolle** zu finden.

Legen wir los!
Wie Sie die 4C GROUP bei der Umsetzung unterstützt



Legen wir los! Wie Sie die 4C GROUP bei der Umsetzung unterstützt

Für die Entwicklung Ihrer APIs empfehlen wir einen ganzheitlichen Ansatz



Legen wir los! Wie Sie die 4C GROUP bei der Umsetzung unterstützt

Starten Sie Open Insurance und die Entwicklung Ihrer APIs mit unserem 4C-Startpaket

4C-Startpaket

Definition des Zielbilds

Welches Ziel u. welcher Nutzen soll mit Entwicklung u. Nutzung von APIs erreicht werden? Für welche Zielgruppe?

- _ Verortung der Rolle von APIs in Geschäftsmodell und Unternehmensstrategie
- _ Spezifizierung und Definition der Zielgruppe

Standort-Bestimmung

Was existiert im eigenen Unternehmen bereits? Welche limitierenden Faktoren bestehen?

- _ Dokumentation der existierenden APIs
- _ Ist-Aufnahme relevanter Rahmenbedingungen und Hürden (z. B. techn. Infrastruktur, System-Kompatibilität, Legal-Struktur)

Markt- und Wettbewerbsanalyse

Wie sehen aktuell genutzte API z.B. von Wettbewerbern aus? Was ist in anderen Branchen erfolgreich?

- _ Dokumentation der existierenden APIs, deren Anbieter und Einsatzgebiet
- _ Klassifikation und Gruppierung der APIs

API-Ideen-Generierung

Mit welchen Produkten und Services können wir begeistern?

- _ Durchführung v. Brainstorming-Sessions zur Sammlung von Ideen
- _ Vorstellung und Diskussion der generierten Ideen
- _ Idee-Bewertung und Priorisierung (Long List)

Nutzen für Ihr Unternehmen



Sicherstellung einer klaren Ausrichtung an Strategie und Zielen Ihres Unternehmens



Ganzheitliche Analyse der internen Rahmenbedingungen und externen Einflussfaktoren



Interdisziplinäre Expertise und erprobte Methodik für maximalen Umsetzungserfolg

Ihre Ansprechpartner

Gerne stehen wir Ihnen für weitere Fragen zur Verfügung. Sprechen Sie uns direkt an.



Dr. Heiko Mauterer

Senior Partner

+ 49 (173) 34658 70



Anna Lisa Leddin

Manager

+ 49 (173) 34658 98





Office München
Elsenheimerstrasse 55a
80687 München

Office Frankfurt
MesseTurm
60308 Frankfurt

Office Berlin
Französische Strasse 8
10117 Berlin

Office Düsseldorf
Sky Office, Kennedydamm 24
40476 Düsseldorf

Enforcing
performance