

# risControl

Das Nachrichtenmagazin für Risikomanagement und Finanzinformation

Nr. 11 - 2022  
Heft 519  
44. Jahrgang

## Anlage in Nischen- bereichen

von Michael  
Kordovsky

## Das Ende der Tyrannei

von Mag.  
Christian Sec

## Next Level

Interview mit  
Andreas Büttner,  
geschäftsführender  
Gesellschafter von ARISECUR  
Versicherungs  
Provider GmbH, und Philip  
Dorfmeister, Leiter  
Business Process  
Development

# Ökosysteme - Der aufgezwungene Weg in die Zukunft?

Wir haben mit Akad. Vkm. Georg Eisenzopf, Geschäftsführer SIVAG Sicherheit in Versicherungsangelegenheiten GesmbH, über die Zukunft gesprochen.

# Ökosysteme – Der aufgezwungene Weg in die Zukunft?

Oder: Wenn ich die Augen zumache, bin ich nicht da!

---

**Georg Eisenzopf ist ein Vordenker, er ist stetig in der Welt unterwegs und sieht sich interessiert die verschiedensten Versicherungsvertriebe, Kundenbindungsmöglichkeiten und Produkte an. Wir haben mit ihm über die Zukunft gesprochen.**

Ist die Zukunft nicht toll? Der Schwangerschaftstest meldet der Schwangerschafts-App die erfolgreiche Schwangerschaft und das Ökosystem der Lebenswelt Familienplanung fängt noch schneller zu arbeiten an, als dass die glückliche Mutter die Botschaft selbst verbreiten kann. Alle Teilnehmer von diesem Ökosystem werden mit Lichtgeschwindigkeit darüber informiert, dass die Kinderwagenrabatte und die Nahrungsmittelgutscheine bald der glücklichen werdenden Mutter zugestellt werden, die Pflegevorschläge bis hin zur Schwangerschaftsgymnastik und gute Ratschläge werden aktiviert und abgestimmt an die werdende Mutter geschickt. Post, Brief, E-Mail und Links – wohldosiert und zum richtigen Termin – dank dem Permanent Watching der Schwangerschafts-App.

Ist das Zukunftsmusik oder steht das bei einem Start-up schon in der Ausrollphase? Ich glaube bzw. hoffe nicht, dass sich das durchsetzt. Wollen das die werdenden Mütter überhaupt?

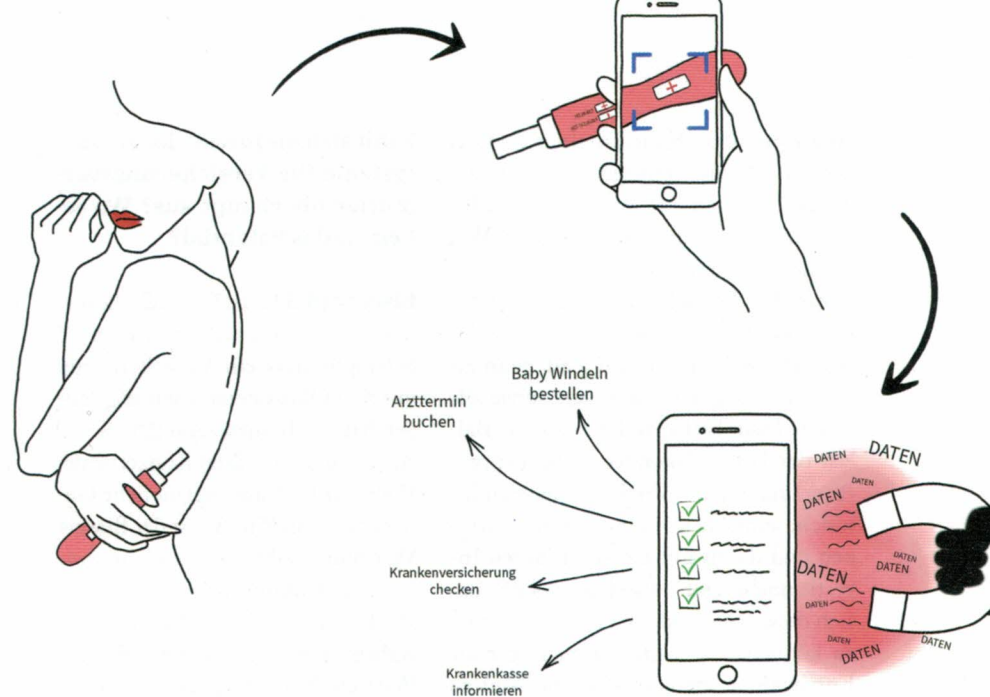
**Eisenzopf:** Es ist keine Zukunftsmusik, denn es ist bereits Realität: Werdende Mütter finden das oft so-



gar sehr toll und finden die Ideen und Möglichkeiten serviceorientiert. So manch einer findet es verwerflich und Konsumentenorganisationen bezeichnen es als furchtbar. Aber das, was man darüber denkt, ist nicht entscheidend, denn die Ökosysteme sind bereits Realität und insbesondere die jüngere Bevölkerung genießt die neuen Servicemöglichkeiten. Punktgenau, ganz nahe am Bedarf, zielgerichtet und bequem!

### Was sind nun wirklich Ökosysteme und warum sehen manche Versicherungsunternehmen oder Start-ups so viel Potential darin?

**Eisenzopf:** Es gibt bereits einige Beispiele bestehender und angewandter Ökosysteme. Zum Beispiel: Einfach dort, wo der Bedarf entsteht, direkt und unkompliziert sofort das Versicherungsprodukt abschließen. Es sind verschiedene Lebensabschnitte, in welchen wir uns gerade befinden können (Familienplanung, Wohnung/Haus, Urlaub, Freizeit – auch von Altersgruppen und Interessenslagen abhängig). Auf diese Lebensabschnitte werden Ökosysteme angepasst. Beim Autokauf in einem Autohaus, wo Kfz-Versicherungen oft auch bei der Leasingrate bereits mitangeboten werden. Bei Reiseveranstaltern, die eine Reiseversicherung gleich mit anbieten, und nicht zu vergessen die Elektrogeräteversicherung im Elektromarkt oder bei der Onlinebestellung im



Internet. Es bedeutet: Einfach dort – und zwar genau zum richtigen Zeitpunkt im richtigen Lebensabschnitt – den Bedarf zu wecken, um sofort die Versicherung abschließen zu können. Der Faktor Zeit ist bedeutsam, und zwar nicht innerhalb von Stunden, sondern genau zur richtigen Minute zur Stelle zu sein, und den Bedarf schnell und einfach abdecken zu können, ohne Beratung, ohne Callcenter, ohne Wartezeiten und mit sofortiger Polizzierung. Und mit der Sicherheit, im Schaden nicht allein zu sein, da der Mitarbeiter des Elektromarktes im Schadensfall die Schadensabwicklung und die Reparatur gleichsam erledigt. Aber auch die Risikoversicherung bei der Bank darf nicht vergessen werden und als weiteres Beispiel für einen sogenannten „Mitnah-

meartikel“ die Fahrradversicherung beim Fahrradkauf.

Kurz zusammengefasst: Das Versicherungsangebot oder die Versicherungsleistung muss zum richtigen Zeitpunkt in der aktuellen Lebenswelt im Lebensabschnitt des Kunden dem Interessenten nähergebracht werden und das Angebot des Versicherers muss den Gesamtinteressen des momentanen Bedarfs entsprechen.

### Warum soll das Versicherungsvermittler betreffen?

**Eisenzopf:** Wer jetzt denkt, dass dies einen Versicherungsvermittler alles nicht so richtig betrifft, da es sich ja nur um Randsparten handeln wird, irrt. Es gibt in Österreich bereits Ökosysteme, die angewandt werden und deren Angebote schneller und zielgerichteter mit immer mehr Daten im Hintergrund an den Kunden herangetragen werden. Einige, hauptsächlich Versicherungen aus dem Ausland, drängen mit speziellen Zielgruppenideen über Ökosysteme in den österreichischen Markt. Wir sind hier erst am Anfang dieser Entwicklung. Big Data, also der legale Zugriff auf Bankdaten (BANKSapi) mit perfekten Analysetools und automatisierten Angebotsrobotern, oder simple

## Business - Ökosystem

Die Definition des Business - Ökosystemes lautet unter anderem: „Partnerschaften, bei denen mehrere Unternehmen mit unterschiedlichsten Strukturen miteinander beinahe zeitgleich agieren, um durch ein gemeinsames Netzwerk eine Dienstleistung anzubieten, die jedes Unternehmen für sich selbst nicht anbieten könnte. Sie orientieren sich an Kundenbedürfnissen und schaffen eine ständige Weiterentwicklung zueinander. Das wirtschaftliche Ökosystem ist keine Errungenschaft der Neuzeit, bereits 1996 wurde es von James Moore als neue Evolutionsstruktur des Business veröffentlicht.

(Quelle Moore, J.F. (1999), Predators and Prey: A New Ecology of Competition)

Analysen über Kaufverhalten mit KI über große Internetriesen werden in der Zukunft immer präsenter und werden uns am Markt sehr stark begleiten. Wer hat nun die besten Chancen in der Zukunft des Versicherungsmarkts? Einfach alle, die nicht die Augen verschließen und sich gezielt die Zeit nehmen, auf dieses Segment zu setzen, sowie alle neuen InsurTechs, welche keinen Ballast der Bestandskunden mitschleppen. Aber auch jene Versicherungsmakler, welche einfach mit neuen Kooperationen und damit mit einem größeren Investitionsbudget ausgestattet sind, um sich diese Entwicklung zunutze machen zu können. Das bedeutet auch, für die Entwicklung offen zu sein und Mut zu haben, neue Wege zu beschreiten. Augen-zu- und Vogel-Strauß-Mentalität ist der falsche Weg. Also: Augen auf, Strategie festlegen und loslegen, es ist noch nicht zu spät. Es gibt einige Bereiche, die darauf warten, als Ökosysteme genutzt zu werden. Kooperationen mit IT-Dienstleistern und dann gleich beim Kunden den Bedarf an einer Cyberversicherung wecken. Warum nicht voll digital bei den Hausbaubaumeistern die Bauwesen- und EHV mit HH direkt bei der Auftragserteilung anbieten und sofort versichern, würde sich anbieten, nur müssten die vorhandenen Produkte einfacher werden, standardisierter und nicht zu kompliziert.

---

**Es gibt in Österreich bereits Ökosysteme, die angewandt werden und deren Angebote schneller und zielgerichteter mit immer mehr Daten im Hintergrund an den Kunden herangetragen werden.**

---

**Zahlt sich die Investition in Ökosysteme für Versicherungsvermittler überhaupt aus? Wo sehen Sie das Potential?**

**Eisenzopf:** Das ist für mich die lustigste Frage. Was sagen Sie, wenn ich behaupte, dass ein Versicherer nur mit fünf Ökosystemen neu angefangen hat und binnen zehn Jahren nun zu einem der größten Konzerne der Welt wurde? Eine unglaubliche Geschichte, nein PingAn ist der Beweis. Wer nun glaubt, dass es nicht seine Kundenstruktur treffen werde, da alle Kunden in ihn als Vermittler so verliebt seien, irrt gewaltig. Führende Wirtschaftsinstitute haben Studien erstellt, die zeigen, dass der Umsatz von Ökosystemen alleine in Deutschland bis 2028 rund 60 Milliarden Euro betragen wird. Wenn man nun bedenkt, dass die EU plant, dass mit einer einfachen Einverständniserklärung z. B. Amazon oder Google Versicherung Vertragsdaten bei allen Versicherern abfragen kann und die Versicherer die Daten in einem Standardformat auch liefern müssen (Richtlinie gerade am Beginn der Umsetzung/Beschluss), sollte man nun aufwachen. Denn auch die Internetriesen haben festgestellt, dass es hier um einen Anteil von rund 33 Prozent von den unter 55-Jährigen geht, welche durchaus dazu geneigt sind, die Angebote und Services der Internetriesen zu nutzen. Unterm Strich: Es geht um 33 Prozent Ihrer Kunden unter 55!

**Soll sich jetzt jeder Makler auf Ökosysteme stürzen? Das wird doch gar nicht finanzierbar sein?**

**Eisenzopf:** Das wäre ein Weg, aber ein sehr geldintensiver Weg. Jeder Einzelne kann natürlich auf einer Idee aufsetzen und versuchen, diese auch umzusetzen. Viel besser ist es jedoch, innerhalb von Maklergruppen oder Verbänden hier gemeinsam für seine Mitglieder tätig zu werden. Neue Techniken nutzen Kundenportale, die besser als die am Markt vorhandenen aufgebaut sind.

---

**Führende Wirtschaftsinstitute haben Studien erstellt, die zeigen, dass der Umsatz von Ökosystemen alleine in Deutschland bis 2028 rund 60 Milliarden Euro betragen wird.**

---

Denn auch ein ausgereiftes Kundenportal ist mit den nötigen Datenabfragen am Markt bereits ein Ökosystem, welches dann Kundenbindung repräsentieren kann. Wäre es nicht sinnvoll, automatisiert über das Kundenportal, bereit wenn der Kunde nach einem Urlaub oder Hotel sucht, die Jahresreiseversicherung anzubieten und darzulegen, warum die Jahresversicherung günstiger ist, als jede Reise direkt beim Reiseveranstalter zu buchen?

Oder jeder, der sich für eine Photovoltaikanlage im Internet interessiert, könnte sofort über eine PV-Anlagenversicherung inkl. deren Montage informiert werden? Rechtlich und technisch bereits heute kein Problem! Stellt sich nur die Frage der Finanzierbarkeit! In Gruppen und Verbänden kein Problem, für die Internetriesen auch kein Problem, für den Einzelnen nicht finanzierbar. Und wenn sich dann noch vielleicht ein Versicherer als Produktgeber an dem zielgerichteten zukunftsorientierten Ökosystem beteiligt, dann steht jedem Makler der Weg offen.

**Wo werden wir mittelfristig mit neuen Ökosystemen konfrontiert werden?**

**Eisenzopf:** Ökosysteme in der Versicherungswirtschaft habe natürlich das Problem, dass Versicherungsprodukte nicht sexy sind und sich nicht automatisch ver-

kaufen, genauso wie der aktuelle Vertrieb. Aber Ökosysteme werden zielgerichteter bei den Grundbedürfnissen eingesetzt. Der neue Trend von SmartHomes wird gerade von der Versicherungsindustrie ins Visier genommen, wo das Grundbedürfnis „sicheres Wohnen“ als USP herangezogen wird.

Das wird bedeuten, dass auf der App am Handy, welches mein SmartHome steuert, laufend sicherheitsrelevante Informationen über Deckungsausschlüsse und Obliegenheitsverletzungen beim vorhandenen Versicherungsvertrag hingewiesen wird, was zur Folge haben kann, dass sich der Kunde dann näher mithilfe der SmartHome-App über Lösungsmöglichkeiten informiert und gegebenenfalls die Deckungen erweitert.

Oder so wie der Versicherer Signal Iduna für das Bäckerhandwerk ein Ökosystem in Deutschland aufgebaut hat. Kleine Ökosysteme vor meiner Haustüre kann ich ebenfalls nutzen. Ökosysteme, welche in den Lebensbereichen der Konsumenten präsent sind: Sport, Gesundheitsvorsorge, Vereine oder auch der Bestatter um die Ecke. Es ist nicht schwer, hier Fuß zu fassen.

Ein Beispiel aus Österreich: die Beteiligung der MERKUR Versicherung bei einem Bestattungsunternehmen. Damit baut das Versicherungsunternehmen für den letzten Lebensabschnitt und damit der Lebenswelt des Sterbens ein Ökosystem auf. Beginnend mit dem Notar, dem Testament, die Beratung dazu, die Sterbevorsorge.

Ökosysteme werden uns begleiten und unser Versicherungsleben vielseitiger machen. Auf jeden Fall ist die Entwicklung nicht aufzuhalten. Gut beraten

---

**Ökosysteme werden uns begleiten und unser Versicherungsleben vielseitiger machen.**

---

---

**Ideen gibt es viele, daher die Augen nicht vor der Zukunft verschließen.**

---

werden nicht nur Versicherungsunternehmen, sondern auch alle Vertriebswege sein, bei Ökosystemen mitzuarbeiten, selber zu entwickeln oder beizutreten. Denn bereits jeder Maklerverein hätte das Zeug dazu, sein Ökosystem auszubauen, um auch konkret nicht nur auf Neukunden, sondern insbesondere auf Kundenbindung ein Augenmerk für die Zukunft zu legen. Versicherer werden aufgrund der degressiven Entwicklung in der Anzahl der Außendienstmitarbeiter nicht umhinkommen, verschiedene Produkte, falls diese noch vertrieben werden sollen, über Ökosysteme in den Markt zu geben.

Alles in allem sind wir gemeinsam gefordert, uns hier gegen die ganz Großen wie Google, Facebook und alle anderen aufzustellen. Denn spätestens, wenn die EU die Möglichkeit geschaffen hat, standardisierte Datensätze, wie derzeit bei den Vermögensberatern bereits üblich und möglich, im großen Stil abzufragen, auszuwerten, um dann dem Kunden zielgerichtete Dienstleistungen anbieten zu können, haben wir eine neue ganz große Konkurrenz, deren Entgegnung wir nicht verschlafen dürfen! Jetzt wäre es noch zeitgerecht!

Also: Ideen gibt es viele, daher die Augen nicht vor der Zukunft verschließen. Um an das anfängliche Thema anzuschließen: Ein Schwangerschaftstest kann einiges auslösen und wir sehen, wie gerne das neue Service von den jüngeren Müttern angenommen wird! Es wird vielfältiger, es wird bunter und wir sind daher gut beraten, uns etwas einfallen zu lassen!

**Vielen Dank für die Informationen.**



# Dialog

## Vertrauen Sie den Biometrie-Experten

Besuchen Sie uns online  
[www.dialog-leben.at](http://www.dialog-leben.at)



- ✓ Ausgezeichnete Produktbewertungen
- ✓ Absicherung nach Maß
- ✓ Leistung ohne Kompromisse
- ✓ Finanzstarker Partner

Ein Unternehmen der



Dialog Lebensversicherungs-AG  
Stadtberger Str. 99, D-86157 Augsburg