

## 2. Theoretische Ansätze

### 2.1. DemoSCOPE – Die Schweizer Privatassekuranz 2009 – Meinungen der Schweizer Bevölkerung

Die Untersuchung der Marktforschungsfirma DemoSCOPE wurde zwischen dem 06. Mai und 04. Juni 2009 durchgeführt. Es handelt sich um eine Repräsentativstudie mit 1'011 Interviews im Auftrag des Schweizerischen Versicherungsverbandes (DemoSCOPE, 2009, S. 1).

#### 2.1.1. *Diskurs der Untersuchung*

Gemäss der Untersuchung der Marktforschungsfirma DemoSCOPE hat der Wunsch der Bevölkerung nach mehr Konsumentenschutz seit 2007 nur bei den Banken signifikant zugenommen. Die grösste Bedeutung hat der Konsumentenschutz mit 37 % der Befragten im Bereich der medizinischen Versorgung. Dicht gefolgt von den Banken, bei welchen 36 % der Befragten einen Ausbau des Konsumentenschutzes fordern. Mit grossem Abstand folgt der Wunsch nach mehr Konsumentenschutz in der Versicherungswirtschaft (21 % der Befragten). Der Wunsch nach erhöhtem Konsumentenschutz in der Versicherungsbranche ist bei den Befragten höher, die bereits eigene Erfahrungen mit einem Versicherungsabschluss gemacht haben. Je kleiner das Vertrauen in die eigene Versicherungsgesellschaft und je tiefer der Informationsstand der befragten Person, desto grösser ist der Wunsch nach mehr Konsumentenschutz. Im nationalen Vergleich wünschen sich die befragten Personen aus der Westschweiz mehr Konsumentenschutz als Befragte in der Deutschschweiz (DemoSCOPE, 2009, S. 9).

Die Untersuchung hat zudem ergeben, dass bei 68 % der befragten Personen nicht alleine der Preis massgebend für die Wahl der Versicherungsgesellschaft ist. Im Vergleich zum Jahr 2007 hat der Anteil jedoch um 4 % abgenommen. Für 19 % der Befragten ist lediglich der Preis das ausschlaggebende Kriterium. Die Auswertung nach sozio- und demografischen Merkmalen hat aufgezeigt, dass Personen aus unteren sozialen Schichten vermehrt zu Billiglösungen tendieren – im Gegensatz zu Personen aus höheren sozialen Schichten. Zudem ist bei jüngeren Personen das Preisprimat ausgeprägter als bei älteren Personen (DemoSCOPE, 2009, S. 15).

Gemäss DemoSCOPE tritt in wirtschaftlich schwierigen Zeiten die Bereitschaft zu Eigenverantwortung etwas in den Hintergrund, dafür nimmt die Bereitschaft zur Solidarität zu. Im Jahr 2009 sind immer noch 58 % der Befragten der Meinung, dass Personen die ein höheres Risiko darstellen, mehr Prämien bezahlen sollen. Im Vergleich zum Jahr 2007 entspricht dies jedoch einem Rückgang um 10 %. In der Westschweiz finden risikogerechte Prämien mit 46 % deutlich weniger Anklang, als in der Deutschschweiz mit 62 % der befragten Personen. Risikogerechte Prämien werden in sozial höheren Schichten deutlich besser akzeptiert. Mit zunehmendem Vertrauen in die eigene Versicherungsgesellschaft und zunehmenden Wissensstand über die Versicherung steigt auch die Akzeptanz für risikogerechte Prämien (DemoSCOPE, 2009, S. 16).

### 2.1.2. *Reflektion durch die Autoren*

Der Wunsch nach Konsumentenschutz ist nach Ansicht der Autoren auch ein zentraler Aspekt im Hinblick auf telematikbasierte Versicherungsmodelle. Die Autoren treffen diesbezüglich die Annahme, dass der Erfolg oder Misserfolg einer telematikbasierten Versicherungslösung auf einer transparenten Kommunikation über die Verwendung der gesammelten Daten beruht. Die Autoren vermuten zudem, dass der Vertrauensbruch gegenüber der Bevölkerung durch die weltweite Ausspähung von Daten durch die NSA (National Security Agency) die Brisanz der Thematik Konsumenten- und Datenschutz in den nächsten Jahren noch weiter verschärfen dürfte.

Der Preis ist gemäss DemoSCOPE bei Jungen und in unteren sozialen Schichten ausschlaggebend. Die Statistiken der Versicherungsgesellschaften zeigen, dass insbesondere junge autolenkende Personen ein hohes Risiko darstellen und dadurch höhere Prämien bezahlen müssen. Telematikbasierte Versicherungslösungen ermöglichen es der lenkenden Person, durch ein vorbildliches Fahrverhalten eine attraktive Prämie zu erhalten. Da die hohen Prämien für junglenkende Personen im Widerspruch zu deren Preisaffinität stehen, könnten telematikbasierte Versicherungslösungen für diese Zielgruppe eine attraktive Alternative darstellen.

Eine deutliche Mehrheit der von der Firma DemoSCOPE befragten Personen ist der Auffassung, dass Personen, die ein höheres Risiko darstellen, auch mehr Prämie bezahlen sollen. Dem allgemeinen Wunsch nach mehr Individualität entspringt auch der Grundgedanke von telematikbasierten Versicherungslösungen. Sofern ein hohes Vertrauen des Kunden zur Versicherungsgesellschaft herrscht, sind risikogerechte Prämien zudem noch besser akzeptiert. Diese Tatsache ist für die Versicherungsbranche eine Chance und geht einher mit den sinkenden Datenschutzensprüchen bei höherem Informationsgrad der versicherten Personen. Der Rückgang der Akzeptanz von risikogerechten Prämien um 10 % (2009 zu 2007) ist jedoch in Zukunft genau zu beobachten. Unbeantwortet bleibt die Frage, ob das Bedürfnis nach mehr Solidarität ein sich weiter entwickelnder Trend ist oder ob es sich lediglich um einen Ausreisser, zurückzuführen auf die angeschlagene Wirtschaftssituation im Jahr 2009, handelt.

## 2.2. **Towers Watson – Telematics: what European consumers say**

Die nachfolgende Untersuchung von Towers Watson aus dem Jahr 2013 beinhaltet die Länder Frankreich, Italien, Deutschland, Spanien, Niederland, United Kingdom und vergleicht diese teilweise mit den USA. Insgesamt hat Towers Watson mindestens 1'000 Fragebögen aus jedem Land beantwortet zurückerhalten.

### 2.2.1. *Diskurs der Untersuchung*

Die Untersuchung hat ergeben, dass über 70 % der befragten Italienerinnen und Italiener und knapp unter 70 % der befragten Spanierinnen und Spanier am Abschluss einer telematikbasierten Motorfahrzeugversicherung interessiert sind. Am tiefsten fällt das Interesse nach einer telematikbasierten Motorfahrzeugversicherung mit deutlich unter 40 % in den Niederlanden aus. 64 % aller befragten Personen sind an einer telematikbasierten Motorfahrzeugversiche-

rung interessiert, sofern ihnen garantiert wird, dass die aktuelle Prämie nicht steigt. Ohne eine solche Garantie sinkt das Interesse auf 55 % (Towers Watson, 2013, S. 6).

Über 60 % der befragten Personen aus Europa gaben an, dass die Bereitschaft zum Abschluss einer telematikbasierten Motorfahrzeugversicherung mit dem Gerichtsurteil des Europäischen Gerichtshofes bezüglich des Verbots von Gendertarifierung (vgl. Kapitel 0) gestiegen ist. Das Interesse an telematikbasierten Versicherungen verteilt sich relativ gleichmässig über alle Altersgruppen. Auffällig ist einzig das erhöhte Interesse bei den 18- bis 24-jährigen im United Kingdom. Das Interesse an telematikbasierten Versicherungen ist bei Männern und Frauen in etwa gleich gross (Towers Watson, 2013, S. 7).

90 % aller befragten Personen, welche Interesse an einer telematikbasierten Versicherungslösung haben, sind bereit einen Device zur Datenerfassung einzusetzen, welchen sie selbst installieren können. Die Untersuchung von Towers Watson hat zudem ergeben, dass eben dieser Device bei den befragten Personen die beliebteste Technologie zur Datenerfassung ist. Auch die Akzeptanz von fest installierten On-Board-Units und Smartphones ist relativ hoch. Wobei die Smartphone-Lösung von den drei oben erwähnten Technologien die unbeliebteste ist (Towers Watson, 2013, S. 8).

Towers Watson hat im Rahmen ihrer Studie auch untersucht, welches die beliebtesten ergänzenden Dienstleistungen im Zusammenhang mit telematikbasierten Versicherungslösungen sind. An erster Stelle steht die Verfolgung und Lokalisierung eines gestohlenen Fahrzeuges. Nur knapp an zweiter Stelle folgt der Wunsch nach einem automatisierten Notruf. Mit deutlichem Abstand folgen dann Pannendienst (mit automatischer Benachrichtigung) und Benzinpar-Tipps. Die befragten Personen sind bereit für diese ergänzenden Dienstleistungen zwischen EUR 22.00 und EUR 34.00 zu bezahlen (Towers Watson, 2013, S. 9-10).

Ein wichtiger Aspekt von telematikbasierten Versicherungslösungen ist, gemäss Towers Watson, das Belohnen von sicherem Fahren. Für Versicherungsgesellschaften bedeutet dies weniger Unfälle und folglich daraus sinkende Schadenkosten. Die Untersuchung hat ergeben, dass US-amerikanische Personen, welche an telematikbasierten Versicherungslösungen interessiert sind, ihr Fahrverhalten aufgrund der Überwachung durch die Versicherung wesentlich stärker ändern würden als Europäerinnen und Europäer. Das angepasste Fahrverhalten macht sich primär mit dem Einhalten der Höchstgeschwindigkeit, Einhalten des Abstandes sowie mit einem rücksichtsvollen und aufmerksamen Fahrverhalten bemerkbar (Towers Watson, 2013, S. 10).

Die Teilnehmenden wurden gebeten, die drei wichtigsten Gründe auszusuchen, welche sie daran hindern könnten eine telematikbasierte Versicherungslösung abzuschliessen. Die am häufigsten aufgeführte Besorgnis betraf den Umgang mit den persönlichen Kundendaten. Ein weiteres wichtiges Hindernis zum Abschluss einer telematikbasierten Motorfahrzeugversicherung ist die Tatsache, dass die Versicherungsgesellschaft das Fahrzeug jederzeit lokalisieren kann (Towers Watson, 2013, S. 11).

Die Studie von Towers Watson beinhaltet zudem je befragtes europäisches Land eine kurze Marktanalyse. Daraus wird ersichtlich, dass trotz der geografischen Nähe, jeder Markt völlig andere Strukturen aufweist. In gewissen Ländern ist die Motorfahrzeugversicherung höchst

rentabel und in anderen Ländern seit Jahren ein Verlustgeschäft. In Italien werden bereits 17 telematikbasierte Versicherungsprodukte angeboten, hingegen in Frankreich oder den Niederlanden werden solche Versicherungslösungen bis heute kaum angeboten. Auch die durchschnittliche Prämie für eine Motorfahrzeugversicherung ist in den verschiedenen europäischen Ländern höchst volatil (Towers Watson, 2013, S. 13-37).

Nach Angaben von Towers Watson hat die Untersuchung ergeben, dass mehr als die Hälfte der Fahrerinnen und Fahrer in den sechs grössten europäischen Motorfahrzeugversicherungsmärkten Interesse an einer telematikbasierten Motorfahrzeugversicherung haben. Nach Ansicht von Towers Watson ist dies für Versicherer – deren Produkte im Markt als Massenware gehandelt und die darauf anfallenden Margen immer kleiner werden – eine potentiell hohe Kundenanzahl (Towers Watson, 2013, S. 38).

Gemäss Towers Watson hat die Publizität des Urteils des Europäischen Gerichtshofs betreffend Gendertarifierung eine direkte Auswirkung auf die Bereitschaft bezüglich Abschluss einer telematikbasierten Versicherung. Insbesondere junge Leute sind bereit, eine solche Versicherungslösung abzuschliessen und von deren Vorteilen zu profitieren. Während junge Leute offensichtlich eher aus ökonomischen Gründen eine telematikbasierte Versicherungslösung bevorzugen, sind gemäss Towers Watson auch die übrigen motorfahrzeuglenkenden Personen durchaus eine Zielgruppe für solche Versicherungslösungen. Die Untersuchung hat ebenfalls aufgezeigt, wie unterschiedliche ergänzende Dienstleistungen die verschiedenen Altersgruppen ansprechen. Ergänzende Dienstleistungen erhöhen das Interesse an telematikbasierten Versicherungslösungen insbesondere bei motorfahrzeuglenkenden Personen im mittleren und höheren Alter (Towers Watson, 2013, S. 38).

Ein gutes Datenmanagement sowie deren Verwendung ermöglicht es einer Versicherungsgesellschaft, sich massgebend von der Konkurrenz zu differenzieren. Aus der Studie von Towers Watson geht hervor, dass die Versicherungsgesellschaften deshalb beweisen müssen, dass sie in der Lage sind, die Privatsphäre ihrer Kundinnen und Kunden und deren persönliche Daten zu schützen (Towers Watson, 2013, S. 38).

### *2.2.2. Reflektion durch die Autoren*

Auffällig ist aus Sicht der Autoren, dass wirtschaftlich schwächere europäische Länder deutlich mehr Interesse an telematikbasierten Versicherungslösungen haben. Die Nachfrage nach telematikbasierten Versicherungslösungen ist stark davon abhängig, dass das heutige Prämienniveau nicht steigen wird.

Die Untersuchung von Towers Watson hat gezeigt, dass das Urteil des Europäischen Gerichtshofs für Menschenrechte nicht nur Einfluss auf die Versicherungsgesellschaften hatte. Auch bei der europäischen Bevölkerung scheint diesbezüglich eine Sensibilisierung stattgefunden zu haben.

Es scheint wichtig zu sein, dass der Interessent einer telematikbasierten Versicherungslösung den Device selbst im Fahrzeug installieren kann. Der in der Einleitung beschriebene Dongle (vgl. Kapitel 1.5.1.2) bietet diese Möglichkeit. Die Autoren betrachten den Dongle wie auch

die Black-Box in der hier vorliegenden Arbeit als nachrüstbare On-Board-Unit (OBU). Es wird nicht zwischen professionellem Einbau und Selbstinstallation unterschieden.

Ergänzende Dienstleistungen sind aus Sicht der Autoren entscheidend für die Akzeptanz von telematikbasierten Versicherungslösungen. Nebst der Lokalisierung des Fahrzeuges nach einem Diebstahl wurde insbesondere ein automatisierter Notruf gewünscht. Wie in Kapitel 1.5.1.1 beschrieben, müssen ab Oktober 2015 sämtliche neuen Fahrzeugmodelle zwingend mit einem sogenannten eCall-System ausgestattet sein. Aus Sicht der Autoren bietet sich hier eine Marketingchance für ergänzende Dienstleistungen. Die Versicherungsgesellschaften haben so die Möglichkeit sämtliche Fahrzeugmodelle vor Oktober 2015 mit einer telematikbasierten Versicherungslösung auszustatten, welche, als ergänzende Dienstleistung, eCall beinhaltet.

Aus der Studie von Towers Watson geht hervor, dass die Aufzeichnung des Fahrverhaltens zu einer bewussteren bzw. sichereren Fahrweise führt. Da diese Erkenntnis nicht auf ausgewerteten Daten des Fahrverhaltens sondern auf den persönlichen Einschätzungen der befragten Personen beruht, hinterfragen die Autoren diese Erkenntnis kritisch. Es bleibt unklar, ob die Probanden effektiv ein besseres Fahrverhalten aufweisen oder sich selbst überschätzen. Die Autoren unterstützen die Meinung, dass gutes Fahrverhalten durch die Versicherungsgesellschaft adäquat belohnt werden muss.

Der Umgang mit den persönlichen Daten (Datenschutz) scheint bei den befragten Personen grosse Bedenken auszulösen. Diese Erkenntnis von Towers Watson stützt die Vermutung der Autoren, dass der Datenschutz im Zusammenhang mit telematikbasierten Versicherungslösungen eine ernst zu nehmende Rolle spielen wird.

Auch der Schweizer Motorfahrzeugversicherungsmarkt weist, aus der Sicht der Autoren, im Vergleich zu den durch Towers Watson untersuchten europäischen Ländern erhebliche Unterschiede auf. Ein direkter Rückschluss auf den Schweizer Motorfahrzeugversicherungsmarkt ist aus Sicht der Autoren fraglich.

Aus dem Fazit der Untersuchung von Towers Watson geht teilweise deutlich hervor, dass der Auftraggeber eine Unternehmensberatungsfirma ist, welche eine eigene Lösung entlang der gesamten Wertschöpfungskette anbietet. Die eigene Lösung wird zudem auch mehrmals innerhalb der Studie positiv erwähnt. Dieser subjektive Eindruck der Autoren beschränkt sich auf das Fazit und nicht auf den Hauptteil der Untersuchung.

### **2.3. Eidgenössischer Datenschutz- und Öffentlichkeitsbeauftragter (EDÖB) zum Thema Pay-As-You-Drive**

Der eidgenössische Datenschutz- und Öffentlichkeitsbeauftragte, nachfolgend als Datenschutzbeauftragter bezeichnet, hat im Jahr 2008 das Thema „Pay-As-You-Drive“ (PAYD) und den Einsatz von Black Boxes in Motorfahrzeugen untersucht. Er hat sowohl die Risiken für Versicherungsnehmer als auch für Versicherer aufgezeigt. Er führt zu ergreifende Massnahmen auf und gibt konkrete Handlungsempfehlungen ab.

### 2.3.1. *Diskurs der Erläuterung*

#### 2.3.1.1. *Risiken für Versicherungsnehmer*

Nach Ansicht des Datenschutzbeauftragten könnte die Einführung von PAYD-Lösungen zu tiefgreifenden Veränderungen im Motorfahrzeugversicherungsmarkt führen. Er stellt sich die Frage, in wie weit sich Kunden einer PAYD-Lösung überhaupt entziehen könnten. Versicherungsnehmer mit geringem Risiko könnten aufgrund der Preisvorteile dazu veranlasst werden, einen PAYD-Tarif zu wählen. Im bisherigen Tarif würden dann nur die risikoreichen Versicherten und solche, denen die Datenerhebung im Rahmen eines PAYD-Tarifs zu weit geht, verbleiben. Die ungünstige Verteilung der Risiken auf die zwei Tarifierungsmodelle hätte zwangsläufig eine Preiserhöhung im konventionellen Tarifierungsmodell zur Folge. Je nach Stärke eines solchen Preisanstieges könnten sich die verbleibenden Versicherten ebenfalls gezwungen fühlen, zu einer PAYD-Lösung zu wechseln. Nach Ansicht des Datenschutzbeauftragten würde dies bedeuten, dass sich die Versicherten nicht mehr gegen die Erstellung eines auf die Fahrweise bezogenen Persönlichkeitsprofils wehren könnten. Der Datenschutzbeauftragte befürchtet zudem, dass die erhobenen Risikoprofile für andere Versicherungszweige, wie zum Beispiel die Lebensversicherung, verwendet werden könnten. Er ist der Ansicht, dass die stärkere Segmentierung der Tarifmodelle dazu führen könnte, dass sich die Schere zwischen hohen und niedrigen Beiträgen weiter öffnet (Eidgenössischer Datenschutz- und Öffentlichkeitsbeauftragter (EDÖB), 2008).

#### 2.3.1.2. *Risiken für Versicherer*

Der Datenschutzbeauftragte weist darauf hin, dass es bei Versicherungsgesellschaften, welche PAYD nicht einführen, zu einer systematischen Abwanderung von Versicherungsnehmerinnen und Versicherungsnehmern kommen könnte. Dies könnte sich negativ auf die Risikostuktur der Versicherung auswirken, was letztlich zu höheren Prämien führen würde. Hierdurch könnten weitere Versicherte animiert werden, zu einem Anbieter mit PAYD-Tarifen zu wechseln. Versicherungsgesellschaften, welche PAYD anbieten, hätten sowohl einen Informationsvorsprung als auch vermehrt Versicherte mit geringem Risiko. Versicherte mit erhöhtem Risikoprofil würden bei Versicherungsgesellschaften mit traditionellem Tarifierungsmodell verbleiben. Der Datenschutzbeauftragte erwartet zudem erhöhte Kosten für die Versicherungsgesellschaften. Dies aufgrund des allfälligen Einbaus einer Black Box sowie Kosten für den Betrieb und die Verwaltung der gesammelten Daten (Eidgenössischer Datenschutz- und Öffentlichkeitsbeauftragter (EDÖB), 2008).

#### 2.3.1.3. *Massnahmen*

Der Datenschutzbeauftragte geht davon aus, dass in naher Zukunft aufgrund fehlender Standards die PAYD-Angebote sehr unterschiedlich ausfallen werden. Zudem erwartet er, dass die bisherigen Tarifierungsmodelle mittelfristig erhalten bleiben werden. Vollumfängliche PAYD-Versicherungsmodelle werden vorerst nur eine Option bleiben, welche eine Versicherungsnehmerin oder ein Versicherungsnehmer wählen kann. Es ist zentral, dass die Versiche-

rungsnehmerin oder der Versicherungsnehmer beim Abschluss eines PAYD-Modells detailliert über die Art und den Umfang der zu bearbeitenden Personendaten informiert wird. Insbesondere müssen die betroffenen Personen wissen, welche Daten in welcher Form und in welcher Periodizität erhoben, gespeichert und ausgewertet werden. Aus Sicht des Datenschutzbeauftragten ist es notwendig, eindeutige gesetzliche Regelungen zu schaffen (Eidgenössischer Datenschutz- und Öffentlichkeitsbeauftragter (EDÖB), 2008).

#### *2.3.1.4. Empfehlungen*

Der Datenschutzbeauftragte ruft in Erinnerung, dass auch bei der Sammlung von ereignisunabhängigen Nutzerdaten, welche über das Fahrverhalten Aufschluss geben, die Datenschutzgrundsätze zu berücksichtigen sind. Es gilt insbesondere vorgängig festzulegen, zu welchem Zweck die Daten verwendet werden. Dies soll verhindern, dass Informationen auf Vorrat angehäuft werden. Das Sammeln von ereignisunabhängigen Verhaltensdaten darf nicht zur gläsernen Fahrerin oder zum gläsernen Fahrer führen. Es soll kein vollständiges Bewegungsprofil erstellt werden dürfen. Um exzessive personenbezogene Auswertungen zu unterbinden, soll auf eine zentrale Datenspeicherung verzichtet werden. Eine zentrale Datenspeicherung würde das Vergleichen verschiedener Bewegungsprofile ermöglichen, was Rückschlüsse auf die verschiedensten Lebenssituationen erlauben würde (Eidgenössischer Datenschutz- und Öffentlichkeitsbeauftragter (EDÖB), 2008).

Der Datenschutzbeauftragte befürwortet eine Beschränkung der Abrufbarkeit der Daten. Es soll eine Vorauswertung der erhobenen Daten innerhalb der Recheneinheit des Aufzeichnungsgerätes vorgenommen werden. An die Versicherungsgesellschaften sollen dann nur noch die lokal berechneten Sekundärdaten übermittelt werden. Mit dieser dezentralen Datenauswertung wäre es kaum mehr möglich, weitergehende, eventuell zweckfremde Auswertungen zu erstellen (Eidgenössischer Datenschutz- und Öffentlichkeitsbeauftragter (EDÖB), 2008).

Eine im Fahrzeug installierte Blackbox (OBU) muss sowohl von externen Zugriffen als auch vor Missbrauch geschützt sein. Lediglich der Benutzer des Fahrzeugs soll über diese Daten verfügen können (Eidgenössischer Datenschutz- und Öffentlichkeitsbeauftragter (EDÖB), 2008).

### *2.3.2. Reflektion durch die Autoren*

#### *2.3.2.1. Risiken für Versicherungsnehmer*

Die Autoren teilen die Ansicht des Datenschutzbeauftragten bezüglich der Abwanderung von guten Risiken aus den klassischen Tarifmodellen in PAYD-Modelle. Dies führt zwangsläufig zu einer mangelnden Risikodiversifikation, ferner zu einer erhöhten Schadenbelastung und folglich zu erhöhten Prämien. Kritisch betrachten die Autoren die Aussage, dass die im Rahmen der Motorfahrzeugversicherung erstellten Risikoprofile auch für andere Versicherungen verwendet werden könnten. Der Datenschutzbeauftragte führt als Beispiele die Lebens-, Invaliditäts- und Unfallversicherungen auf. Aus Sicht der Autoren berücksichtigt diese Aussage

nicht die Tatsache, dass in der Schweiz die Versicherungsgesellschaften nach Sparten (Nicht-Lebensversicherer / Lebensversicherer) juristisch getrennt sein müssen.

#### *2.3.2.2. Risiken für Versicherer*

Aus Sicht der Autoren sind die durch den Datenschutzbeauftragten aufgeführten Risiken für die Assekuranz grösstenteils Argumente, welche den Einstieg der Versicherer in PAYD-Versicherungsmodelle befürworten. Der Datenschutzbeauftragte stellt Versicherungsgesellschaften, welche PAYD-Modelle umsetzen, sowohl einen Informationsvorsprung als auch Kunden mit geringerem Risiko in Aussicht. In einem gesättigten und hart umkämpften Markt sind Informationsvorsprung und Kunden mit geringerem Risiko im Interesse jeder Versicherungsgesellschaft. Bereits heute versuchen Versicherungsgesellschaften mit mehrdimensionalen Tarifierungsmodellen (vgl. Kapitel 1.2.2) und einem umfangreichen CRM (Customer Relationship Management) einen möglichst hohen Informationsgrad zu erreichen und primär die guten Risiken anzuziehen bzw. im Bestand zu halten. Die erwähnten zusätzlichen Kosten für den Betrieb und die Verwaltung von PAYD-Modellen wirken dadurch vernachlässigbar.

#### *2.3.2.3. Massnahmen*

Die Autoren teilen die Ansicht des Datenschutzbeauftragten, dass PAYD-Tarife die bisherigen Versicherungsmodelle nicht kurzfristig ablösen werden. Die Autoren vermuten jedoch, dass eine Koexistenz beider Tarifierungsmodelle bei einer Versicherungsgesellschaft aufgrund der adversen Risikoselektion mittel- bis langfristig nicht erfolgreich sein wird. Vielmehr müssen sich die Versicherungsgesellschaften strategisch neu ausrichten. Aus Sicht der Autoren müssen die Versicherungsgesellschaften sich für eines der beiden Tarifierungsmodelle entscheiden oder PAYD-Modelle nur einem ausgewählten Kundensegment (beispielsweise junge Personen) zugänglich machen. Das ausgewählte Kundensegment kann sich dann nur noch über das PAYD-Modell versichern.

#### *2.3.2.4. Empfehlungen*

Die Autoren sind ebenfalls der Meinung, dass es unerlässlich ist, den Verwendungszweck der erhobenen Daten vorgängig festzulegen. Die geltenden Grundsätze des Datenschutzes sind dabei selbstverständlich zu beachten. Die Empfehlungen des Datenschutzbeauftragten erachten die Autoren jedoch als konservativ und für den Erfolg von PAYD-Modellen als hinderlich. Zur Berechnung von Risikomodellen, welche die bestehenden Modelle verfeinern, ist eine zentrale Speicherung und Verwaltung von Primärdaten notwendig. Zudem existieren im Versicherungsmarkt Schweiz heute noch keine Risikomodelle für PAYD-Lösungen. Um Erfahrungswerte zu sammeln und Risikomodelle aufzubauen, ist die Versicherungswirtschaft, zumindest mittelfristig, auf Primärdaten angewiesen.



## **2.4. Einsatz ubiquitärer Informationssysteme in der Versicherungswirtschaft: Gestaltung von Pay-Per-Risk Tarifierungsmodellen**

Paefgen et al. beschreiben in ihrer Arbeit die besonderen Anforderungen, welche sich an die erfolgreiche Umsetzung von Pay-Per-Risk Tarifierungsmodellen stellen.

### *2.4.1. Diskurs der Studie*

#### *2.4.1.1. Datenschutz*

Die Art der Zugriffskontrolle der erhobenen Daten und deren Glaubwürdigkeit sind Voraussetzung für die Akzeptanz, sowohl bei Privat- als auch bei Geschäftskunden. Dies gilt insbesondere für Positionsdaten, welche exakte Rückschlüsse auf den Standort und das Bewegungsprofil zulassen (Paefgen, Skorna, Staake, & Fleisch, 2012, S. 87).

#### *2.4.1.2. Datenqualität*

Damit die gesammelten Daten als Grundlage einer Tarifierung dienen können, müssen diese eindeutig bestimmten Risikomerkmale zugeordnet werden können. Zudem müssen die Daten objektiv und reproduzierbar erhoben werden. Fehler oder Abweichungen in der Datenerhebung hätten direkte finanzielle Folgen für den Versicherer und die versicherte Person (Paefgen, Skorna, Staake, & Fleisch, 2012, S. 87).

#### *2.4.1.3. Manipulationssicherheit*

Für die Versicherungsgesellschaft ist es von essentieller Bedeutung, dass die versicherte Person die sensorgestützte Datenerfassung nicht zugunsten günstigerer Tarife manipulieren kann. Dazu zählen sowohl Massnahmen im Hardwarebereich als auch Algorithmen, die die gemeldeten Daten auf deren Plausibilität hin überprüfen (Paefgen, Skorna, Staake, & Fleisch, 2012, S. 87).

#### *2.4.1.4. Systemintegration*

Um Pay-Per-Risk Tarifierungsmodelle kostengünstig nutzen zu können, müssen diese in die bestehende Systemlandschaft integriert werden. Dazu gehört beispielsweise die Anpassung von vorhandenen Systemen, um die Aufnahme der Sensordaten zu ermöglichen (Paefgen, Skorna, Staake, & Fleisch, 2012, S. 87).

#### *2.4.1.5. Prozessanpassung*

Diverse Geschäftsprozesse, insbesondere das Inkasso, müssen für die erfolgreiche Umsetzung von variablen Prämien angepasst werden. Um die Akzeptanz durch die Kunden zu gewährleisten, müssen kundenseitige Mehrkosten ausgeschlossen und der Zahlungsprozess möglichst einfach sein (Paefgen, Skorna, Staake, & Fleisch, 2012, S. 87).

#### 2.4.2. Skalierbarkeit

Um Pay-Per-Risk Tarifierungsmodelle im grossen Stil umsetzen zu können, müssen die benötigten Systeme kostengünstig und auf eine grosse Anzahl Versicherte anwendbar sein. Dies umfasst tiefe Stück- und Betreuungskosten sowie eine einfache Installation und einen geringen Wartungsaufwand (Paefgen, Skorna, Staake, & Fleisch, 2012, S. 87).

#### 2.4.3. Reflektion durch die Autoren

Auch Paefgen et al. erachten das Thema Datenschutz als zentrales Element, welches über Erfolg oder Misserfolg entscheidet. Im Gegensatz zum Datenschutzbeauftragten teilen Paefgen et al. hinsichtlich Datenqualität die Ansicht der Autoren. Paefgen et al. sind der Auffassung, dass die generierten Daten eindeutig bestimmten Risikomerkmale zugeordnet werden müssen. Die von Paefgen et al. geforderte Objektivität und Reproduzierbarkeit der Daten, setzt aus Sicht der Autoren eine zentrale Verwaltung und Speicherung der Primärdaten voraus. Diese Prämisse ist für die Autoren auch für die Manipulationssicherheit der Daten von Bedeutung. Eine sichere Verifizierung der Daten durch Algorithmen ist aus Sicht der Autoren nur zentral mit Primärdaten möglich.

### 2.5. Entwicklung der Thesen

In der Einleitung wurde durch die Autoren die folgende Forschungsfrage aufgestellt:

*Welche Bedürfnisse haben motorfahrzeughaltende Privatpersonen in der Schweiz in Bezug auf telematikbasierte Produkte in der Motorfahrzeugversicherung?*

Die Forschungsfrage wurde in mehrere Teilfragen aufgeteilt (vgl. Kapitel 1.7). Nachfolgend wurden die Thesen aus den jeweiligen Theorieteilen abgeleitet.

#### 2.5.1. These zu Teilfrage 1

Aus der Studie von DemoSCOPE aus dem Jahr 2009 haben die Autoren entnommen, dass immer noch eine Mehrheit der Schweizer Bevölkerung an risikogerechten Tarifierungsmodellen interessiert ist. Zudem hat die Untersuchung von Towers Watson ergeben, dass 55 % der Fahrerinnen und Fahrer der sechs grössten europäischen Motorfahrzeugversicherungsmärkte grundsätzlich an telematikbasierten Versicherungsmodellen interessiert sind (DemoSCOPE, 2009, S. 16) (Towers Watson, 2013, S. 38). Aus diesen Erkenntnissen haben die Autoren die folgende These zu Teilfrage 1 abgeleitet:

*T1: Es bestehen im Motorfahrzeugversicherungsmarkt Schweiz, eingegrenzt auf Privatpersonen, Bedürfnisse nach Versicherungslösungen die auf das individuelle Fahrverhalten abgestimmt sind.*



<http://www.springer.com/978-3-658-08360-1>

Akzeptanz von Telematik in der  
Motorfahrzeugversicherung  
Eine Bedürfnisanalyse bei motorfahrzeughaltenden  
Privatpersonen in der Schweiz  
Sonderegger, Th.; Hartmann, S.  
2015, XV, 104 S. 31 Abb., Softcover  
ISBN: 978-3-658-08360-1