



BILD: ISTOCK

Abenteuer Auto: Für Versicherer geht es letztlich darum, den Kundenerlebnispfad zu verstehen und in ihn zu investieren.

Heikle Sternfahrt

Vier automobiler Megatrends werden den Schweizer MF-Markt in den kommenden Jahren massiv beeinflussen. Versicherer müssen frühzeitig die Zeichen der Zeit erkennen und reagieren.

Von Anup Nastik und Pirmin Mussak

Die Automobilindustrie bereitet sich gegenwärtig auf eine rapide Entwicklung vor. Die derzeitige Richtung dieser Entwicklung lässt sich durch vier Megatrends beschreiben:

1. Autonomous: Der Automobilmarkt wird durch Artificial Intelligence und Machine Learning immer autonomer. Fahrzeuge erkennen beispielsweise eigenständig, wann sie abbremsen oder beschleunigen

können. Zudem wird die Branche durch elektronische Assistenzsysteme herausgefordert. Manchmal wird auch vom automatischen oder pilotierten Fahren gesprochen.

2. Connected: Fahrzeuge können Informationen über Fahrbedingungen wie Wetter, Geschwindigkeit, abruptes Bremsen, Unfälle und mehr erfassen und berücksichtigen. Auch können Fahrzeuge durch zusätzliche

Datensensoren und Devices mittels WiFi-ähnlicher Technologie «vehicle to vehicle» kommunizieren. Fahrzeuge, die mit der Cloud vernetzt sind, werden ferner Unfall- und Gefahrenstellen in Echtzeit weiterleiten können.

3. Electrified: Durch Elektroantriebe werden die CO₂- und Lärm-Emissionen weitgehend eliminiert. Die Elektrizität wird als Energieform umfassend genutzt werden können. Das Ziel dieser Mobilitätsform ist die CO₂-neutrale Mobilität. Gleichzeitig verändert die Komplexität der Technologie und Reparaturanfälligkeit (z.B. Batterien) die Wartung der Fahrzeuge.

4. Shared: Sharing-Konzepte werden in Zukunft für die Kunden ökonomisch vorteilhaft, weil lediglich die Mobilität erworben wird und nicht der Besitz des Autos. Kunden gelangen so weg vom Eigentum hin zum Shared-Mobility-Ansatz. In zahlreichen Grossstädten sind Shared-Mobility-Ansätze bereits heute an der Tagesordnung.

Diese vier Megatrends haben Auswirkungen auf die Art und Weise der Mobilität. Der Mobilitätsmarkt der Zukunft wird für die Nutzer einfacher, flexibler und individueller. Der MF-Markt wird demnach bereits in wenigen Jahren eine fundamentale Transformation durchleben.

Langfristig sinkende Nachfrage
In der Schweiz gibt es aktuell gemäss Bundesamt für Statistik rund 4,5 Millionen Personenwagen (14539 davon sind reine Elektrofahrzeuge). Damit ist der Bestand dieser Fahrzeuge von 2000 bis 2017 um rund 32 Prozent gestiegen (Stand 2000: 3,5 Millionen Personenwagen, davon 745 reine Elektrofahrzeuge). Der Trend zeigt, dass die Schweiz angesichts der steigenden Mobilitätsanforderungen und der begrenzten Verkehrskapazitäten vor einer wichtigen Herausforderung steht.

Die Statistiken zum Fahrzeugmarkt Schweiz lassen erkennen, dass die Nachfrage nach MF-Versicherungen in der Schweiz kurzfristig noch mit einem konstanten Wachstum einhergehen wird. Mit Blick in die Zukunft ist jedoch ab 2030 höchstwahrscheinlich mit einem Nachfragerückgang zu rechnen, nicht zuletzt aufgrund der vier automobilen Megatrends wie etwa die weit verbreitete Etablierung von Sharing-Konzepten.

Das bisherige Wachstum des Fahrzeugbestands hatte bis dato auch ein stetiges Wachstum der MF-Gesamtprämie zur Folge. Der Markt verzeichnet seit dem Jahr 2000 eine beständige jährliche Prämienwachstumsrate von 2,4 Prozent. Dieses Wachstum der MF-Gesamtprämien korreliert positiv mit den Daten des MF-Marktes Schweiz (rund 1,7 Prozent Wachstum). In der Schweiz betragen die MF-Prämieneinnahmen für das Jahr 2017 5,99 Milliarden Franken. Die Tabelle «Anteile nach Anbieter» zeigt die Verteilung der Motorfahrzeugversicherungen 2017 für den Schweizer Markt.

Indizien für Prämienrückgang
Die Gründe, weshalb die Prämien in Zukunft sinken werden, lassen sich grob zusammengefasst anhand der technologischen Entwicklung, der Sicherheit durch Fahrerassistenz und des Durchbruchs von Shared-Mobility-Konzepten erklären:
• Die technologische Weiterentwicklung der Fahrzeuge – bis hin zum autonomen und zum connected Auto – führt zu einer rückläufigen Zahl von Unfällen, da die meisten Unfälle auf-

den, gleichzeitig kann aber die Höhe der Schadenlast durch die Komplexität der Automobile und deren Reparaturkosten zunehmen.

In der Tabelle «Bessere Technik, tiefere Prämien» sind die wichtigen Trends sowie deren Auswirkungen und Effekte auf die Prämie dargestellt. In der Summe geht das Prognosemodell von einer raschen Entwicklung der Technik aus, was insgesamt eine Prämienenkung zur Folge hat.

Der Hauptgrund für ein rückläufiges Prämienvolumen lässt sich in der abnehmenden Zahl an Unfällen im Strassenverkehr finden. Bereits seit 2008 ist der Unfall-Index für Sachschäden um rund 10 Prozent und für Personenschäden gar um 20 Prozent gesunken (siehe Grafik «Immer weniger Unfälle» auf Seite 22). Dank autonomem Fahren wird die Unfallzahl bis 2030 weiter abnehmen. In der Konsequenz sind die Prämien langfristig tendenziell rückläufig, was sich für die Kunden insgesamt positiv auswirkt.

Drei Szenarien
Wie hoch der Rückgang ausfallen könnte, lässt sich anhand von Szenarien berechnen. Die zugrunde liegenden Annahmen und Prognosen lauten wie folgt: 1. Die Wirkungszusammenhänge im MF-Markt sind vielfältig und werden durch die genannten Trends komplexer. Die unterschiedlichen Trends werden in der Summe berücksichtigt. 2. Ausgangsbasis sind der aktuelle MF-Bestand sowie die MF-Marktprämie in der Schweiz, bis 2030 hochgerechnet.

Es wird in den drei Szenarien nach Stärke und Geschwindigkeit der Entwicklungen unterschieden. Entscheidend für die Zukunft ist, wie Versicherer sowie die anderen Marktteilnehmer reagieren werden. Viel hängt davon ab, wie schnell sich die Entwicklungen entfalten werden und wie frühzeitig und effizient die Umstellung der bestehenden Geschäftsmodelle vollzogen wird. Die Grafik «Entwicklung nach Szenarien» auf Seite 22 gibt einen Überblick über die Entwicklung der MF-Versicherungsprämie für die drei Szenarien im Zeitraum der Modellierung (bis 2030).

Szenario 1: Der technische Fortschritt verliert an Dynamik
Das erste Szenario geht davon aus, dass die Entwicklung des technischen Fortschritts und auch der anderen Trends langsamer als bis anhin vor-

Der MF-Markt wird bereits in wenigen Jahren eine fundamentale Transformation durchleben.

grund menschlichen Versagens zustande kommen. Allerdings nimmt gleichzeitig die Bedeutung der Produkthaftpflicht bei selbstfahrenden Autos zu.
• Shared-Mobility-Konzepte führen zu einer Abnahme von privat gehaltenen Fahrzeugen, die eine Nutzung anstatt Eigentum zur Folge haben.
• Telematik-Ansätze lassen ein individuelles Risiko-Monitoring zu. Diesbezüglich werden Fahrzeughalter zunehmend individuell anhand ihres Risikos beurteilt, was letztlich zu einer Entsolidarisierung auf kollektiver Ebene führt. Ein Pricing nach Fahrhäufigkeit und Fahrstil könnte einen Einfluss auf den Fahrstil haben und das Bewusstsein für vorsichtigeres Fahren fördern.
• Dank neuen Technologien werden zwar weniger Schadenfälle stattfin-

SCHWEIZER MF-VERSICHERUNGEN 2017 ANTEILE NACH ANBIETER

	Gebuchte Bruttoprämien in Mio. CHF	Marktanteil in der Schweiz
Axa	1325	22%
Zurich	1072	17,9%
Die Mobiliar	988	16,5%
Allianz Suisse	908	15,1%
Helvetia	557	9,3%
Basler Versicherung	449	7,5%
Vaudoise	327	5,5%
Generali	323	5,4%
Rest	12	0,8%

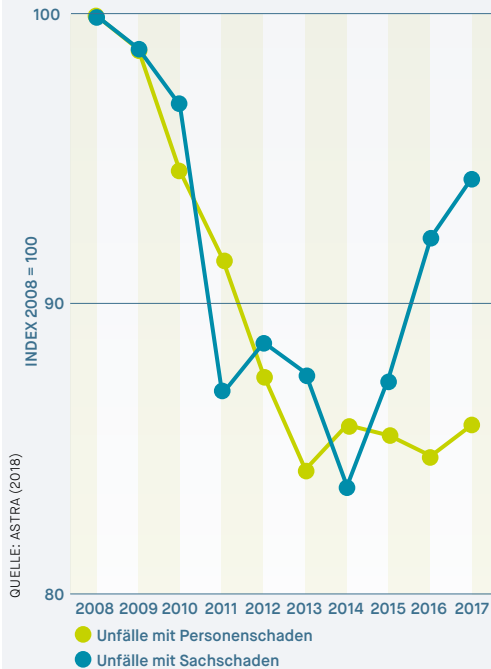
QUELLE: FINMA (2018)

AUSBLICK BESSERE TECHNIK, TIEFERE PRÄMIEN

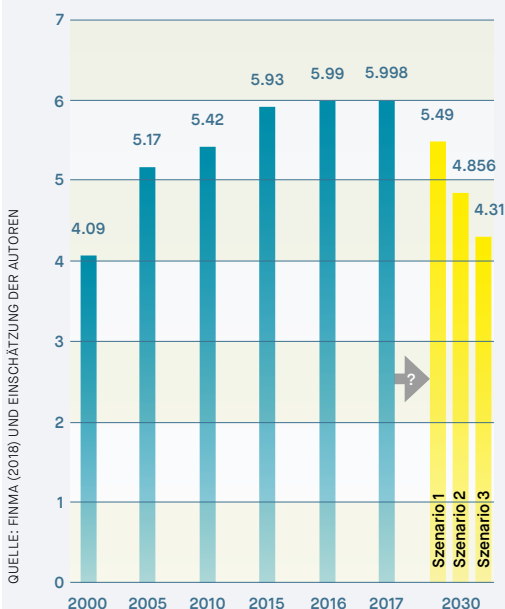
TRENDS	MÖGLICHE AUSWIRKUNG	EFFEKT PRÄMIE
Technologische Entwicklung (u.a. Sicherheit durch Fahrerassistenz)	Abnahme Unfälle, Zunahme Produkthaftung (autonom, connected)	Senkung
Zunahme Carsharing / Sharing-Konzept-Durchdringung	Abnahme privat gehaltener Fahrzeuge (Nutzung statt Eigentum)	Senkung
Telematik	Individuelle Ausgestaltung des Risikos	Senkung
Technologische Komplexität – Frequenz der Schäden	Weniger Schadenpunkte, allerdings Höhe der Schäden grösser	Neutral
Gesamteffekt auf die Prämien	Insgesamt negative Auswirkung	Senkung

QUELLE: FINMA (2018)

UNFALLSTATISTIK 2008 BIS 2017 IMMER WENIGER VERKEHRSUNFÄLLE



MF-GESAMTPRÄMIEN (IN MRD. CHF) ENTWICKLUNG NACH SZENARIEN



› anschreiten wird und dass die neue Struktur des Marktes nur marginal wachsen wird. In diesem Szenario wird sich der Markt somit nur geringfügig verändern – und sich prämienseitig demnach für den betrachteten Zeitraum nur leicht verringern.

Szenario 2: Rahmenbedingungen verändern sich analog der heutigen Dynamik

Im zweiten Szenario wirkt der Fortschritt der Technik als stärkster Veränderungstreiber deutlich schneller und spürbarer, was Auswirkungen auf alle weiteren Entwicklungen hat. Diese signifikanten Änderungen haben z.B. auch einen Einfluss auf die Produkthaftung. Somit verliert der Markt im zweiten Szenario mehr MF-Prämienvolumen.

Szenario 3: Das digitale Zeitalter als Game Changer

Das dritte Szenario stellt eine sehr rasche Entwicklung im Bereich der Technologie dar, welche auf neuen Mobilitäts- und Vertriebskonzepten basiert. Insbesondere die Durchdringung des Fahrzeugbestands mit Systemen, die das Autofahren per se verändern und einen sehr grossen Teil aller heutigen Unfälle neutralisieren, sorgt dafür, dass sich der MF-Markt grundlegend verändert.

Strategien für Versicherer

Die vier automobilen Megatrends und die drei Szenarien implizieren folgende Tendenzen:

- Technologische Fortschritte bestimmen die Entwicklung des Prämienvolumens massgeblich.
- Der Kauf von Mobilität statt Eigentum hat Auswirkungen auf die Anzahl von Fahrzeugen.
- Fahrerassistenzsysteme verhindern Unfälle.
- Es kommt zu einer Verlagerung von Risiken aus der MF-Versicherung in die Produkthaftungsversicherung.
- Autonomes Fahren hat ein hohes Potenzial, den Schadenbedarf massiv zu senken.

Diese Tendenzen werfen zunehmend die Frage auf, welche Veränderungen Versicherer im MF-Markt bestreiten müssen, um erfolgreich den automobilen Megatrends zu entgegen. Angesichts der künftigen Umwälzungen stehen den Schweizer Versicherern verschiedene Optionen zur Verfügung. Letztlich wird derzeit empfohlen, das bewährte Geschäfts-

modell noch so lange wie möglich anzuwenden und möglichst zusätzliche Marktanteile zu gewinnen. Für das aktuelle Tagesgeschäft der Versicherer ist die Abschöpfung der bisherigen Prämien (und damit einhergehend attraktiver Gewinne) somit eine erfolgversprechende Strategie. Versicherer sollten zudem versuchen, konsequent auf Skalierbarkeit zu setzen, um ihre Effizienz zu steigern und weitere Preisvorteile zu generieren. Zudem ist es wichtig, weiterhin auf Kundenanforderungen einzugehen. Kunden erwarten eine nahtlose Interaktion, egal auf welchem Kanal sie kommunizieren. Sie erwarten eine schnelle, einfache und transparente Lösung mit viel Empathie, insbesondere im Schadenfall.

Natürlich gilt es auch, das bisherige Geschäftsmodell zu überdenken, Klarheit über die eigenen Stärken zu gewinnen und auf die strategischen Kompetenzen zu fokussieren. In Zukunft sollten Versicherer darauf setzen, weitere Teile der Wertschöpfungskette zu involvieren und überzeugende Kooperationen mittels Ökosystemen einzugehen. Für Versicherer geht es letztlich darum, den Kundenerlebnispfad zu verstehen und in ihn zu investieren.

Wettbewerb verschärft sich

Der bevorstehende Wandel im Automobil-Bereich bringt auch das Risiko neuer Markteintritte komplett branchenfremder Unternehmen mit sich, weswegen zukünftige Konkurrenten nicht zwingend aus der Versicherungsbranche kommen müssen. Altbewährte Geschäftsmodelle der Versicherer werden somit durch neue Player auf den Prüfstand gestellt. Sogenannte Disruptors (wie etwa Amazon und Konsorten) haben kompetitive Vorteile hinsichtlich der Verfügbarkeit und Anwendung von Daten und kennen den Versicherungskunden in Zukunft immer besser.

Der bisherige MF-Markt wird durch die automobilen vier Megatrends aufgerüttelt. Diese haben einen wesentlichen Einfluss auf die Geschäftsmodelle von Schweizer Versicherern. Tendenzen lassen erkennen, dass in den nächsten Jahren ein Prämienzerfall bevorsteht. Versicherer müssen frühzeitig die Zeichen der Zeit erkennen und reagieren. •

DR. ANUP NASTIK ist Head Insurance Advisory, und DR. PIRMIN MUSSAK ist Senior Consultant Insurance Advisory bei der KPMG AG.