

Nichts für das alte Eisen

Innovative Angebote wie dasjenige des Start-ups Kasko2go kommen langsam auch in die Schweiz. Ziel ist der grosse Markt der Autohaftpflichtversicherungen.

Von Matthias Niklowitz

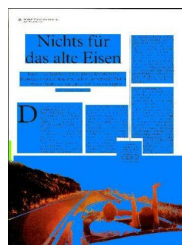
Das Geschäftsmodell von Autohaftpflichtversicherungen ist im Umbruch. Technologische Innovationen wie autonome und elektrisch angetriebene Fahrzeuge werden den Markt mittelfristig umkrempeln. Der globale Motorfahrzeug-Prämienpool könnte bis zum Jahr 2030 global um 18 bis 60 Prozent und bis 2040 um 54 bis 84 Prozent schrumpfen, wie die Analysten von Morgan Stanley berechnet haben.

So lange möchten die Start-ups in diesem Bereich nicht warten – sie sind bereits jetzt aktiv. Wie zum Beispiel die Versicherung Metromile in den USA: Sie berechnet ihre Prämien in Abhängigkeit von den gefahrenen Meilen. Zudem können auch die Privatkunden, die zwischendurch Fahrten für die Uber- und Lyft-Netzwerke unternehmen, per Knopfdruck zusätzliche Deckung hinzubuchen – für den Fall der Fälle. Denn die konventionellen Policen greifen in solchen Situationen nicht. Bei Root, ebenfalls ein Start-up aus den USA, werden die Prämien nach einer zweiwöchigen «Probezeit» aufgrund des Fahrverhaltens berechnet. Grundlage ist das Smartphone des Interessenten,

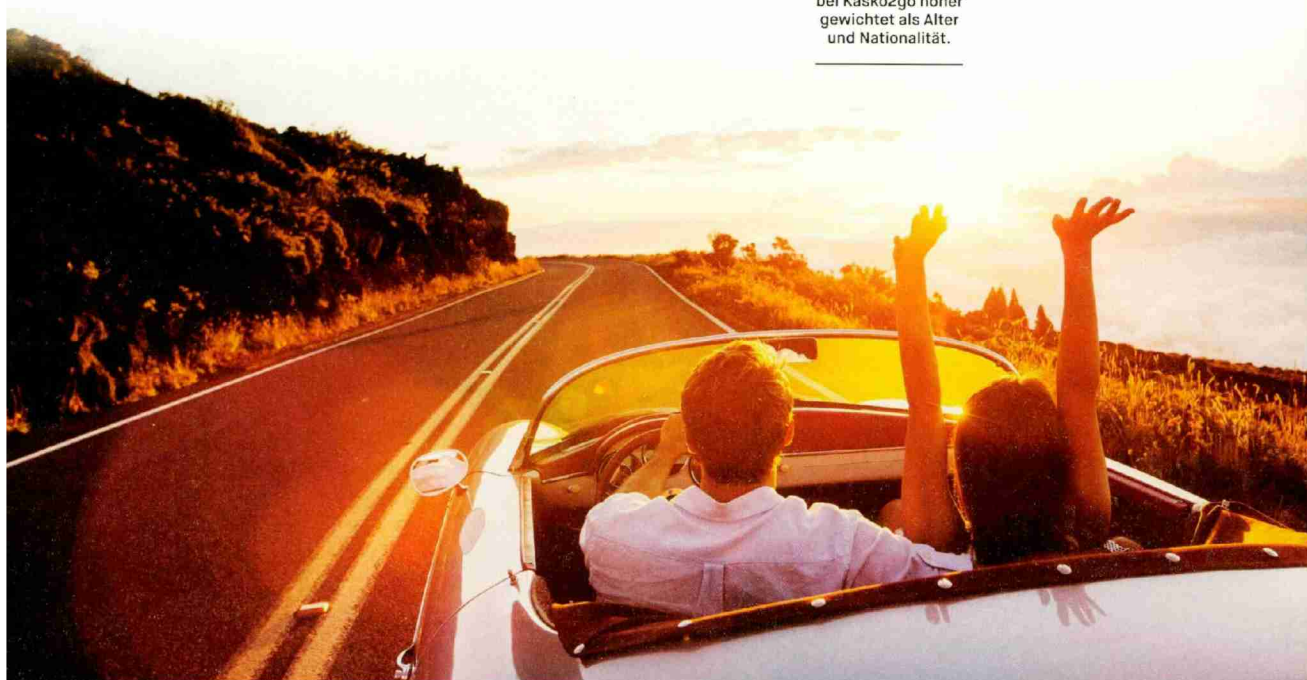
mit dem sich der Fahrstil verfolgen lässt. Fahrer, die abrupt fahren und oft nachts auf notorisch unfallträchtigen Strecken unterwegs sind, müssen mehr bezahlen als solche, die smooth zu Pendlerzeiten auf den Highways ihre 25 Meilen zwischen Heim und Office gleitend absolvieren. Gerade solche Telematiklösungen gelten längerfristig als erfolgversprechend, auch wenn einzelne Anbieter in der Schweiz ihre Lösungen unter dem Eindruck eines nicht ganz so raschen Erfolgs wieder vom Markt zurückgezogen haben bzw. diese nicht mehr aktiv vermarkten.

Einfach und transparent

Dafür stossen neue Anbieter nach. Ihre Angebote basieren, wie auch die der traditionellen Anbieter, auf Daten und Risikomodellen. Sie gehen indes bei der praktischen Umsetzung meistens anders vor. Ein Beispiel ist Kasko2go mit Sitz in Zug. Die Firma orientiert sich laut eigenen Angaben an den Branchenbesten wie Apple oder EasyJet, wenn es um Einfachheit, Transparenz und Nachvollziehbarkeit der Produkte sowie den Aufbau und Ausbau digitaler Ökosysteme geht. «Ich finde es nicht fair, wie sich Versicherungsgesellschaften gegenüber Versicherungsnehmern verhalten», betont CEO Genadi Man. Mit ihren hohen



Einnahmen und ihrer mangelnden technologischen Kompetenz würden



Gefahrenre Kilometer und persönlicher Fahrstil werden in der Risikobewertung bei Kasko2go höher gewichtet als Alter und Nationalität.

seiner Meinung nach sichere und gute Autofahrer nicht belohnt, sondern die Raser und Versicherungsbetrüger finanziert. «Wir wollen eine faire Autoversicherung anbieten. Eine Versicherung also, die auf den tatsächlich gefahrenen Kilometern sowie dem individuellen Fahrstil unserer Kunden und nicht auf deren demografischen Daten wie Alter oder Nationalität basiert.»

Kasko2go befindet sich derzeit in einer Finanzierungsrunde. «Bisher finanzierten wir uns aus eigener Kraft und durch den Freundeskreis unserer Gründer und Angestellten», erklärt Man weiter. Das Start-up hat 68 Mitarbeitende. Diese kommen aus zehn Nationen und sind auf drei Länder

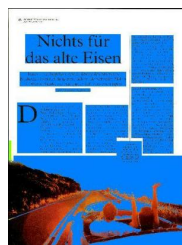
verteilt. Darunter befinden sich gemäss Genadi Man mehr als 40 Ingenieure aus den Bereichen Telematik und Hightech-Scoring, also den Technologien, mit denen man die Risikoprofile von Autofahrern ermitteln kann.

Das Jungunternehmen möchte indes nicht alles alleine neu erfinden. Man: «Wir haben zwar innerhalb des Teams sehr erfahrene Fachleute mit einer grossen Kompetenz im Risk Management sowie im Versicherungswesen. Trotzdem arbeiten wir mit Partnern zusammen, die uns bei

versicherungstechnischen Fragen zur Seite stehen und beraten.» In erster Linie ist dies der Partner Dextra Versicherungen AG, das Schweizer Versicherungs-Start-up mit Wurzeln bei der Rechtsschutzversicherung. Ausserdem hat der Aktuar Frank Cuypers von PRS das Projekt von Anfang an begleitet und stand beratend zur Seite.

Eigene Datenpools

Kasko2go arbeitet mit einem eigens aufgebauten Pool von Daten. Mit den Apps, die bisher von 150 000 Fahrern ausprobiert wurden, sind insgesamt innert mehr als fünf Jahren über 10 Millionen Kilometer zurückgelegt worden. «Unsere Plattform und das Big-Data-Konzept basieren auf Wissen, welches wir aus den gesammelten Informationen schöpfen», erklärt der



Nicht nur bei der Risikokalkulation für das Underwriting, sondern auch beim Claims Management will Kasko2go mit Innovationen glänzen.

CEO. «Dadurch erhalten wir wichtige Insights, dank denen wir einen Wissensvorsprung gegenüber Mitbewerbern haben, was sehr wertvoll ist bei der Erstellung eines verlässlichen Risikoprofils.» Dieses werde bei Kasko2go durch den persönlichen Fahrstil des Fahrers erweitert und erlaube es, eine individuell zugeschnittene Prämie für jeden Kunden zu gestalten.

Nicht nur bei der Risikokalkulation für das Underwriting möchte man andere Wege gehen. Auch beim Claims Management, einem Schwachpunkt bei vielen konventionellen Anbietern, will Kasko2go mit Innovationen glänzen. «Schon heute können wir mit unserem System einen Unfall sehr gut rekonstruieren», freut sich Genadi Man. «Bereits nach 30 Sekunden haben wir Daten in unserem System, können diese verarbeiten und zum Beispiel Rückschlüsse ziehen, ob es sich allenfalls um einen Betrug handeln könnte.» Weitere Stufen wie «Claims Assessment», «Fraud Prevention» und allem voran «Fraud Detection» seien in der Entwicklung.

Für den Kunden müsse das Produkt erschwinglich sein. Gleichzeitig müsse das Unternehmen dabei aber profitabel wirtschaften können, sagt Man zu den Rahmenbedingungen seiner Aufbaustrategie. Oberste Priorität sei es, bis 2020 eine internationale Community mit neuen Ansätzen zu bedienen. Dies stets mit einem schweizerischen Qualitätsanspruch. «Unser Ziel ist es, innerhalb der nächsten Jahre 500 000 Schweizer Kunden für unser Produkt zu begeistern und eine weitere Million in Europa.» Das ist laut Analysten bemerkenswert – und gleichzeitig auch ein sehr guter Indikator für den zukünftigen Erfolg, wonach junge schweizerische Start-ups mit ihren Technologien rasch über die Landesgrenzen hinaus expandieren. Denn der schweizerische Markt selber ist trotz der strukturellen Vorteile (viele teure Fahrzeuge, hohe Zahlungsbereitschaft) laut Analysten für Neueinsteiger schwer zu erobern: Die Kunden sind oft zu lethargisch, um für einige hundert Franken gesparte Prämien ihren Anbieter zu wechseln, und der Markt insgesamt ist reif und begrenzt.

Bei Kasko2go denkt man deshalb global. Man: «Wir sind im Gespräch mit einer grossen japanischen Firma, um mit dieser ein auf den japanischen Markt zugeschnittenes Produkt zu entwickeln. Wir haben im russischen und ukrainischen Markt bereits ähnlich spezifische Produkte lanciert und stehen aktuell in Verhandlung mit deutschen und französischen Konzernen.» Dabei gehe es immer darum, landesspezifische Eigenheiten zu berücksichtigen, um letztlich besser zu sein als die bestehenden Versicherungsprodukte. Auch neue Nutzergruppen und Bedürfnisse wie Carsharing, E-Fahrzeuge oder temporäre Fahrer will man bald bedienen. «Wir haben bereits einige Ideen im Köcher für innovative Modelle, möchten hierzu aber erst zu gegebener Zeit informieren», verspricht Man.

Neue Ansätze mit neuen Risikoprofilen

Unter Analysten gelten diese Modelle als zukunftssträftig. Grösstes Fragezeichen ist längerfristig, ob solche Policen wie heute traditionell als separate Versicherungen angeboten werden – oder vielmehr als Element in grösseren Plattformen für das Carsharing oder die integrierte Mobilitätsabdeckung, wie sie Uber neuerdings anstrebt. Denn diese neuen Ansätze integrieren nicht nur die Automobilität in ihre Kalkulationen, sondern auch diejenigen anderer Mobilitätsdienstleister – und bei diesen unterscheiden sich die Risikoprofile und -grundlagen von denen der traditionellen Stand-alone-Autoversicherungen.

Schliesslich sollte man, so Analysten, auch die Innovationskraft von bestehenden Versicherungen keinesfalls unterschätzen, wie das die Baloise mit ihrer von Berlin aus arbeitenden «Freitag»-Autoversicherung demonstriert: Diese tritt am Markt keck und selbstbewusst auf – und macht dort selbst den lokalen Start-ups inzwischen Konkurrenz. •