

Big Data und KI Trends im Versicherungswesen

Elena Danchyshyna – Alexander Thamm GmbH

In Kooperation mit Tableau

18.09.2019

Join the Data Journey.

1 0 1 0 1 0 1 1 0 1 1 0 1 0 1 1

110+ Mitarbeiter

45 ausgebildete
Data Trainees

600+ Data & AI
Projekte

Ausgezeichnet als **#1** für
Data & AI Experts
in Deutschland.

Unsere Mission

Wir machen Daten zu Mehrwert.

Der richtige Einsatz von Data Science hilft Menschen und Organisationen, Erkenntnisse aus riesigen Mengen an verteilten Daten zu gewinnen.

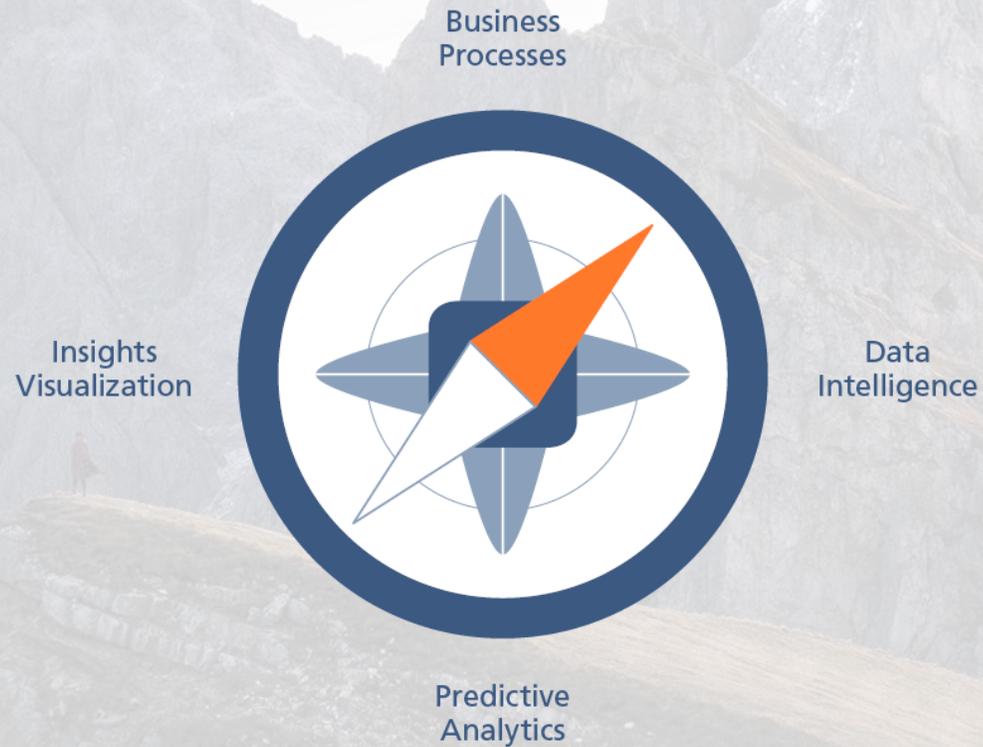
Mit unserer Hilfe wird es autonome Autos, besseren Kundenservice, intelligentes Kochen, bessere Bildung usw. geben.

- Wir schaffen echte **Mehrwerte aus Daten.**



Der Datenkompass

Mit dem Datenkompass steuern Sie zielgerichtet durch das Datenmeer.



Leistungsportfolio

Als Data & AI Experts können wir Ihnen helfen.



Data Consulting

Sie suchen eine Beratung, die Ihnen bei der Transformation zur Data-driven Organisation zur Seite steht?

Wir beraten Sie mittels Workshops oder One-on-One Coaching Sessions zu Themen rund um Daten und KI.



Data Projects

Sie suchen jemanden, der mit Ihnen oder für Sie Data & AI Projekte umsetzt und programmiert?

Unsere Data Scientists und Data Engineers entwickeln mit Ihnen oder für Sie technologieunabhängige datengetriebene Lösungen.



Data Academy

Sie wollen sich oder Ihre Mitarbeiter zu Themen rund um Daten / Data Science schulen?

Wir geben Schulungen für Einzelpersonen oder Ihr ganzes Unternehmen zu Themen rund um Data Science und AI.

Daten-Ära

Daten werden mehr und mehr zum neuen Antrieb der Wirtschaft

Erfolgsfaktoren für Disruption im digitalen Zeitalter:

Neue Wettbewerber



bieten

Lösungen



die...

...oft **leichter**, **billiger** und **angenehmer** für Kunden sind

...**Märkte** adressieren, die zuvor nicht bedient werden konnten

Wichtigste Ähnlichkeit der neuen Disruptoren:

Fähigkeit

Technologie

&

Daten

... zu nutzen



Um Kunden zu verstehen



Um Marktveränderungen zu spüren



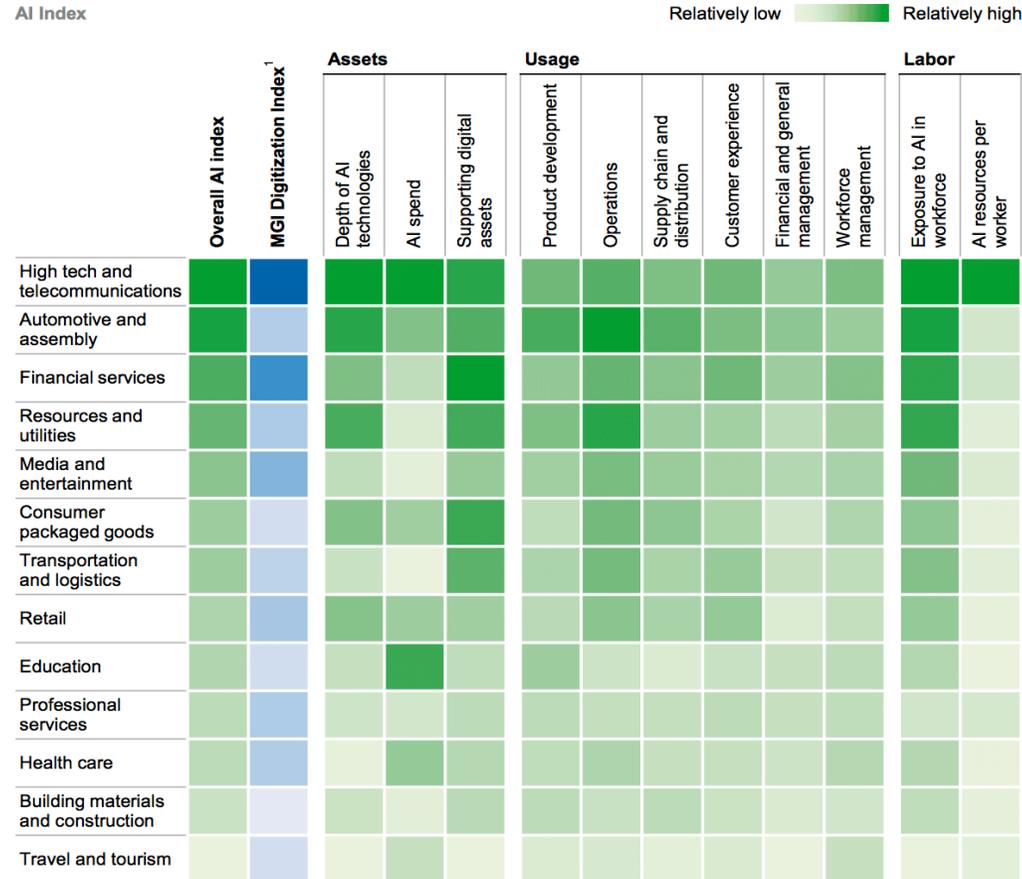
Um sich schneller als andere zu entwickeln

Die **heutigen Digital Player** haben bestehende Märkte verändert und neue Märkte geschaffen, indem sie Daten, Technologien und Data Science Wissen nutzen, um den Kunden in den Mittelpunkt ihres Geschäftszwecks zu stellen.

Big Data Ansätze und AI

Big Data und AI Anwendungen etablieren sich zunehmend über alle Branchen hinweg

AI adoption is occurring faster in more digitized sectors and across the value chain



¹ The MGI Digitization Index is GDP weighted average of Europe and United States. See Appendix B for full list of metrics and explanation of methodology.

SOURCE: McKinsey Global Institute AI adoption and use survey; *Digital Europe: Pushing the frontier, capturing the benefits*, McKinsey Global Institute, June 2016; *Digital America: A tale of the haves and have-mores*, McKinsey Global Institute, December 2015; McKinsey Global Institute analysis

AI kann die wirtschaftliche Produktivität bis zu 40% steigern.

Bis 2020 wird jede Person 1.7 MB pro Sekunde generieren.

Der Big Data Analytics Markt soll bis 2023 einen Wert von \$103 Milliarden erreichen.

90% aller Daten wurden in den letzten beiden Jahren erzeugt.

Neue Business Modelle

Digitale Transformation, aber warum?

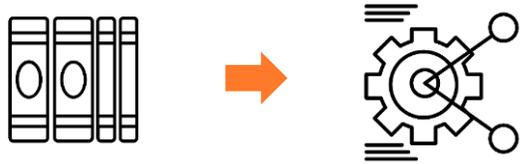
Why does it matter?



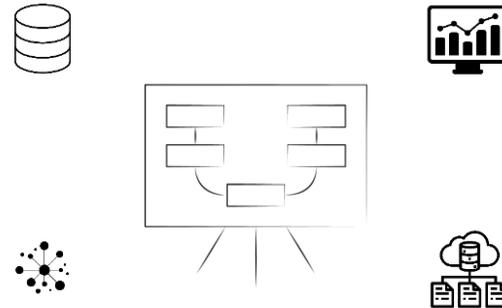
- neue Märkte
- Geschäfts- und Monetarisierungsmodelle
- Data Analytics- Produkte oder Dienstleistungen

Digitale Transformation

Generierung von Mehrwert aus Daten als zentrale Mission der digitalen Transformation



Optimierung & Automatisierung
Transformieren Sie das Unternehmen durch Verbesserung von Prozessen und Minimierung von manueller Arbeit



Transformation
Umwandlung von bestehenden Geschäftsmodellen zu datengetriebenen Lösungen

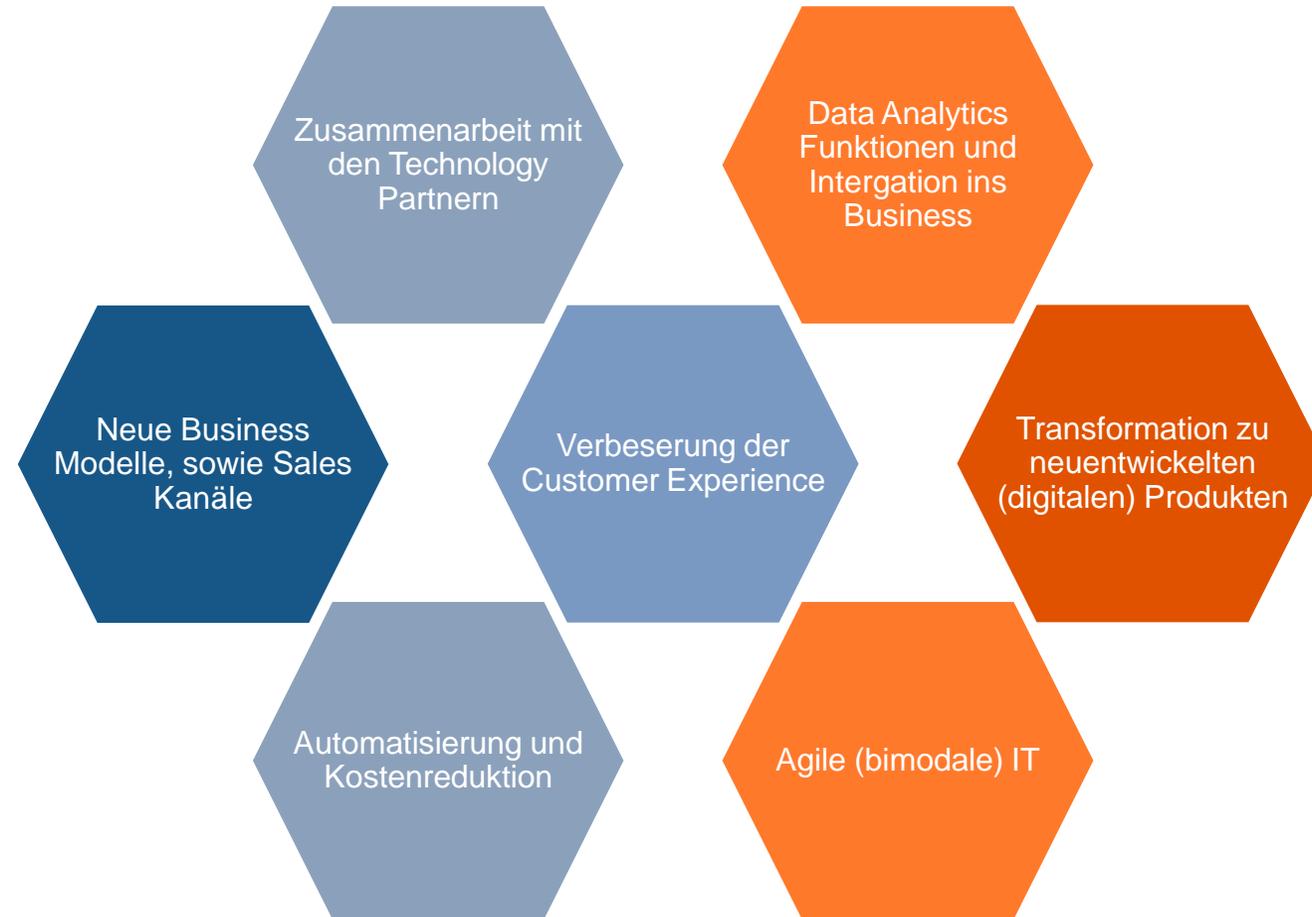


Innovationen
Entwicklung komplett neuer Use Cases aufgrund neuer Möglichkeiten durch Data Analytics

Digital Transformation mit Daten, Analysen und KI → Mehrwert generieren

Große Herausforderungen für die Versicherungsbranche

Digitalisierung und der Umgang mit Daten stellen die größten Hürden dar



Innovative Trends im Versicherungswesen

Durch Daten und Digitalisierung entstehen neue Felder in der Versicherung

Wearables



- Bis 2020 wird die Wearables- Industrie einen Wert von 11,61 Milliarden US-Dollar haben.

Autonomes Fahren



- 23 Millionen vollautonome Fahrzeuge werden bis 2035 US-Autobahnen befahren (von insgesamt rund 250 Millionen in den USA zugelassenen Pkw und Lkw).

Telematics



- Autos mit vorinstallierter Telematik sollen bis 2028 auf 51 Millionen steigen
- In der Kfz-Versicherung wird mithilfe von Telematik das Fahrverhalten der Verbraucher in Echtzeit überwacht.

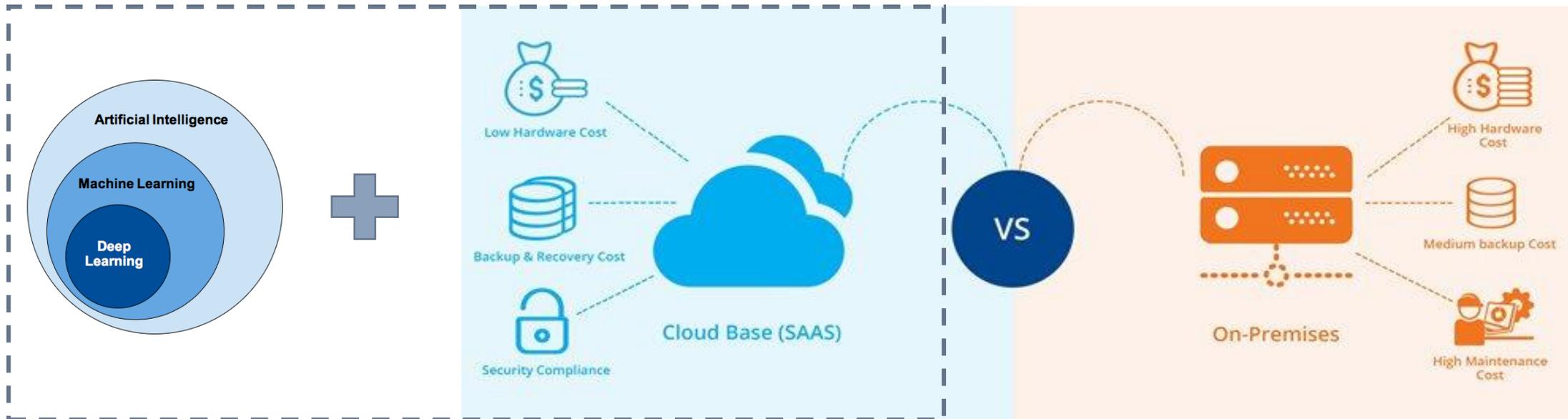
Smart Homes



- In Nordamerika gibt es bereits mehr als 31,4 Millionen Smart-Home-Systeme.

AI-gestützte Cloud-Plattformen

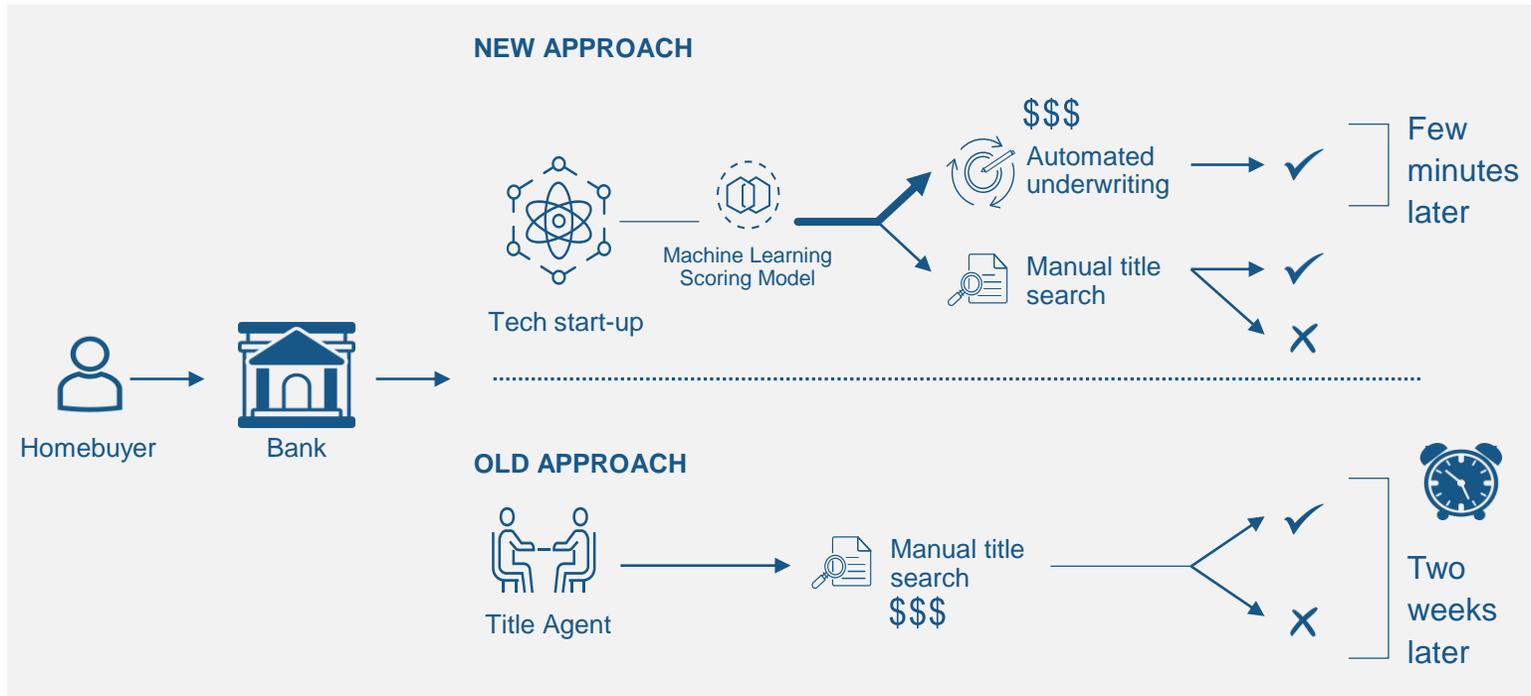
On-Premise-Lösungen werden zunehmend von AI-gestützten Cloud-Plattformen abgelöst



Durch stetig zunehmende Datenvolumina und Globalisierung wird die **Organisation** und **Bereitstellung der Daten** immer wichtiger, wobei On-Premise-Lösungen allerdings an ihre Grenzen stoßen.

Simplifield Underwriting mit Predictive Analytics

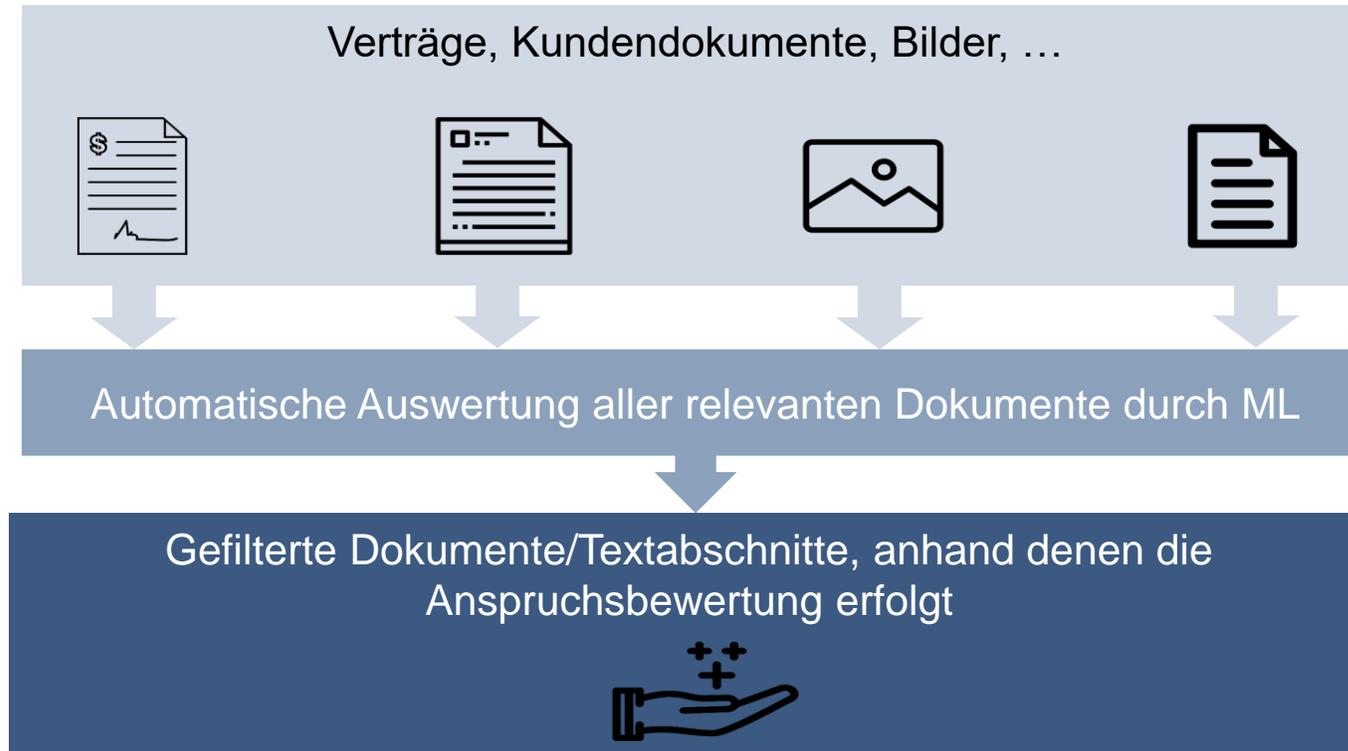
Ein verbesserter Underwritingprozess durch Machine Learning - sowohl für den Kunden, als auch für den Underwriter



Mithilfe von **Predictive Analytics** können Prozesse wie **Risikoprüfung** oder **Policierung** teilweise **komplett automatisiert** oder zumindest **beschleunigt** und **vereinfacht** werden.

AI-gestütztes Claim Management

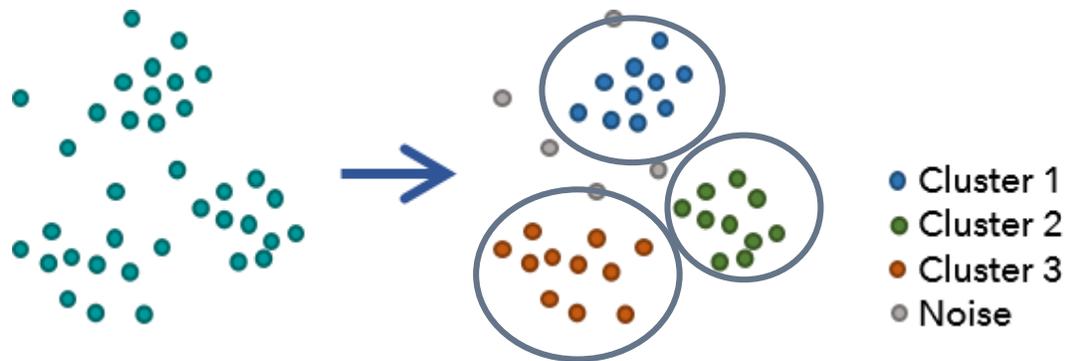
Maschinelles Lernen kann aufwändiges Durchforsten von Dokumenten verhindern und so die Effizienz steigern



Bei der **Bewertung** von **Versicherungsansprüchen** können digitale **Bildverarbeitungs-** und **Texterkennungsalgorithmen** enorme Ersparnisse bewirken.

Customer Clustering zur optimalen Kundenansprache

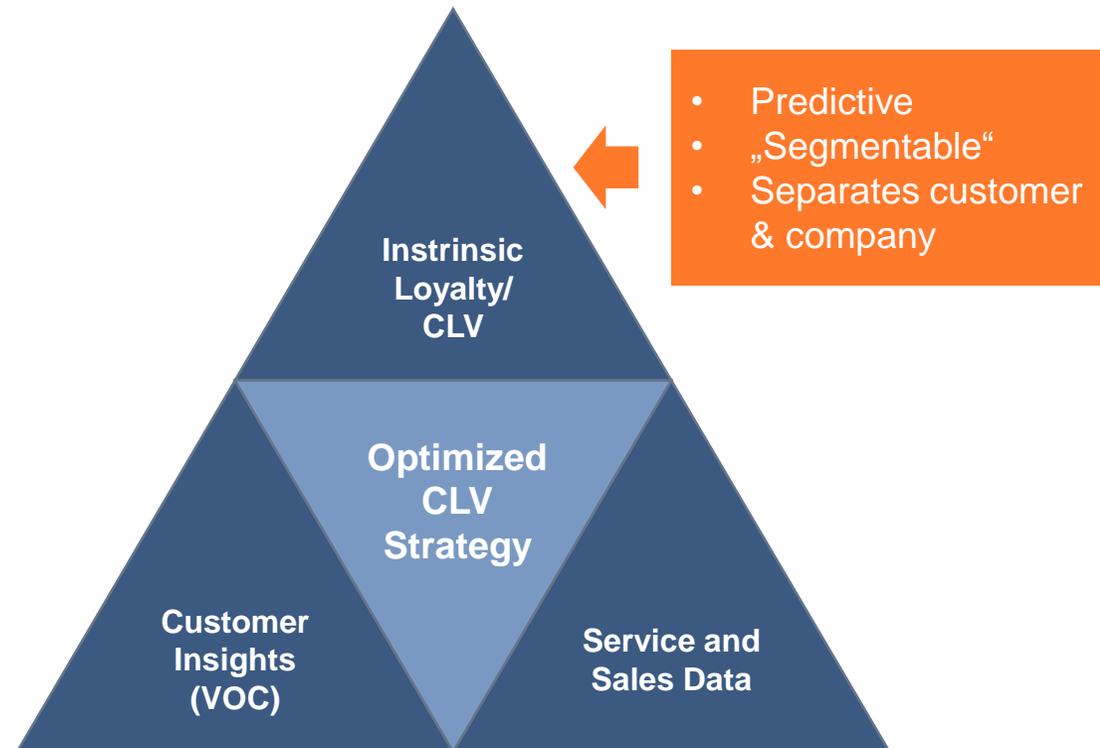
Unterschiedliche Arten von Kunden wollen unterschiedlich kommunizieren



Die Ergebnisse des Clustering Prozesses führen zu einer Kundensegmentierung, die dazu genutzt werden kann, die jeweilige Kundengruppe optimal anzusprechen.

Customer Lifetime Value

Besonderes für die Produkte, die Kunden ein Leben lang begleiten

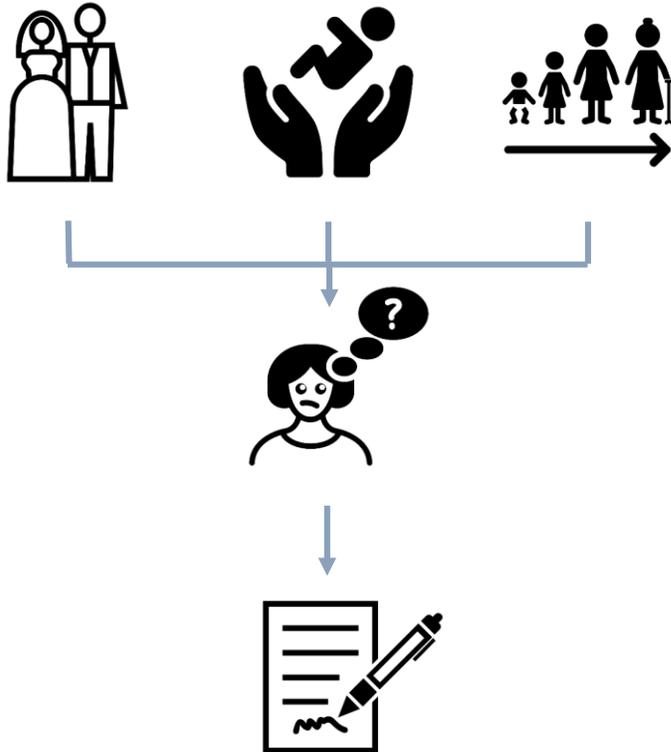


Quelle: <https://www.slideshare.net/sboren5331/customer-lifetime-value-11-20>

Zur Berechnung des **Customer Lifetime Value** müssen wegen mangelnden Informationen neben Bestandsdaten auch externe Datenquellen wie soziale Netzwerke herangezogen werden.

Kundenspezifische Bedarfsprognose: Life Changing Events

Besonderes für die Produkte, die Kunden ein Leben lang begleiten



- ◆ Kundenbezogene Lebensdaten, wie sie etwa in Social-Media-Daten oder der Verkaufshistorien verfügbar sind, ermöglichen eine punktgenaue Vorhersage dieser Ereignisse.

Versicherungen können mit Hilfe von Data Science eine kundenindividuelle Bedarfsprognose erstellen, Kunden gezielt ansprechen und bedarfsorientierte Angebote erstellen.

Sachversicherung

Das Smart-Home-Konzept verändert die Anforderungen an moderne Versicherungen



- ◆ Mehrere Ansätze möglich:
 - ◆ Sensoren in Wasserleitungen, die Druck und Wasserdurchfluss messen und Probleme feststellen
 - ◆ Anbieten einer mobilen App, die bei Unregelmäßigkeiten der Sensoren oder eingeschaltetem Herd frühzeitig warnt, sodass Schäden vorgebeugt oder sogar vermieden werden können
 - ◆ Assistance Services

Versicherer könne die Chance nutzen und Hausüberwachungsdienste mit Wohngebäudeversicherung bündeln und Ihre Kunden so ein stimmiges Gesamtpaket anbieten.

Gesundheitsversorgung und Krankenversicherung

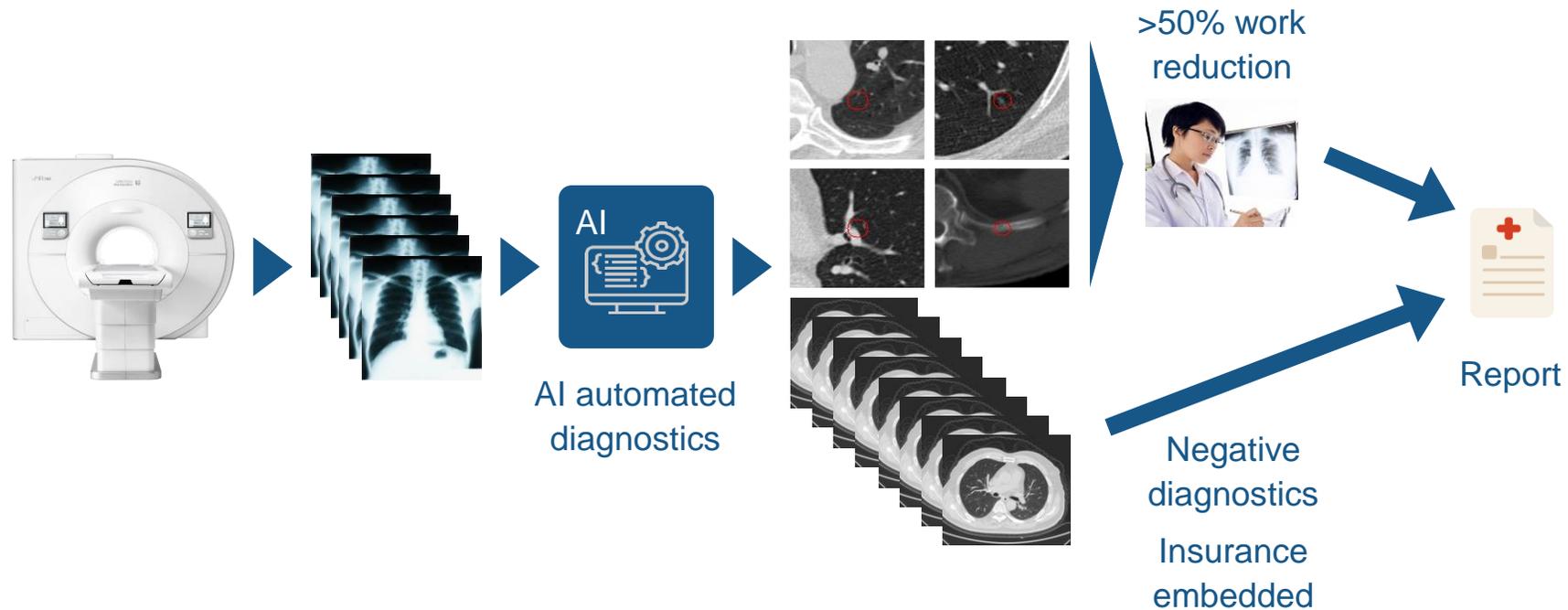
Das Healthy-Living-und- Frailty-Care-Konzept



Neue Technologien und Data Science gehen dabei Hand in Hand: **Healthcare Wearables** wie z.B. Fitness – Tracker oder Smart Watches generieren biometrische Daten, deren Analysen Aufschluss über den Gesundheitszustand seiner Träger geben.

Künstliche Intelligenz und Deep Learning in der Medizin

Second Medical Opinion



Dank großen Fortschritten der KI im Bereich Image Recognition können **Fehldiagnosen** künftig **reduziert** werden, indem man sich durch Neuronale Netze eine zweite Meinung einholt → **Second Medical Opinion**

Kfz-Versicherung

Telematik-Tarife sparen Geld und führen zu gutem Fahrstil



- ◆ In einem **Connected Car** sind zahlreiche **Sensoren** verbaut, die unter anderem Aufschluss über den Fahrstil des Fahrers geben.
- ◆ Bei **Telematik-Tarifen** erklären Versicherte sich dazu bereit, Daten über ihr Fahrverhalten an eine Versicherung zu übermitteln. Diese wiederum bietet vergünstigte Tarife oder Prämien an, sollten die Daten auf ein entsprechend sicheres Fahrverhalten verweisen.

Die Daten über ihr Fahrverhalten können an eine Versicherung übermittelt werden. Besonders Fahranfänger, die aufgrund ihrer Risikogruppe höhere Beiträge bezahlen müssen, können hierbei profitieren.

Bild: <https://www.aboalarm.de/blog/versicherung/telematik-tarife/>

Start your Data Journey

Contact:

Elena Danchyshyna

Data Visualization Expert
elena.danchyshyna.@alexanderthamm.com
M +49 176 67586554
T +49 89 307 60 885

Follow us on:

 [fb.com/alexanderthammgmbh](https://www.facebook.com/alexanderthammgmbh)

 Alexander Thamm GmbH

Alexander Thamm GmbH
Sapporobogen 6-8, 80637 München
T +49 89 307 60 880
www.alexanderthamm.com



Elena Danchyshyna

Data Visualization Expert at
Alexander Thamm GmbH



Elena
Danchyshyna

BASIS

 [Startseite](#)