

# **Führen Social Media Netzwerke zu risikoadäquateren Versicherungsprämien?**

**Eine Analyse anhand des  
Antragsprozesses in der privaten  
Haushaltsversicherung.**

## **Master Thesis**

**im Studiengang MSc Business Administration  
with the Major in Innovation Management**

**eingereicht von**

**Marc Scheidegger**

**am 11. Dezember 2011**

## Management Summary

Auf dem zunehmend gesättigten und kompetitiven schweizerischen Versicherungsmarkt sind Versicherungsgesellschaften zur Erzielung von Wachstum oder Haltung von Marktanteilen bestrebt, möglichst kompetitive, aber gleichzeitig risikoadäquate Versicherungsprämien anzubieten. Die vorliegende Arbeit leistet hierzu am Beispiel der privaten Haushaltsversicherung einen Beitrag, indem sie die Frage beantwortet, inwieweit **Social Media Netzwerke zu risikoadäquateren Versicherungsprämien führen können.**

Die Festlegung von Versicherungsprämien folgt statistischen Modellen, welche über die Anwendung von Risikoparametern versuchen, ein zu versicherndes Risiko einzuschätzen. Diese Risikoparameter werden im Antragsverfahren durch die Versicherungsgesellschaft abgefragt. Sie sind dabei stark von der Transparenz des Antragstellers abhängig, denn bei vorsätzlich oder fahrlässig falschen Angaben hat ein Versicherer nur bedingt die Möglichkeit, ein Risiko akkurat bewerten zu können. Dieser Umstand wird auch als Informationsasymmetrie bezeichnet und führt für den Versicherer zu einer adversen Selektion und letztendlich zu Kosten.

Die Möglichkeiten des «Web 2.0» haben die Art und Weise, wie, wo und über was Menschen miteinander kommunizieren grösstenteils ins virtuelle Netz verlegt. Auf zahlreichen Plattformen wie Chats, Blogs, Netzwerken usw. werden täglich grosse Mengen an *Daten und Informationen* ausgetauscht. Die vorliegende Arbeit untersucht deshalb, wie Versicherungsgesellschaften diese Daten und Informationen nutzen können, um einerseits Wege und Methoden zu finden, Antragsangaben **zu validieren** und andererseits **weitere Risikomerkmale** aufzudecken. Exemplarisch wurden zwei Netzwerke – Facebook und Xing – als Untersuchungsgegenstand gewählt und in einer Bestandsaufnahme nach dem intellektuellen manuellen Verfahren untersucht.

Aus der Bestandsaufnahme traten vier kritische Erfolgsfaktoren bei der Nutzung von Daten und Informationen aus Social Media Netzwerken in den Vordergrund. Erstens muss bei einer praktischen Umsetzung das **Identifikationsproblem** gelöst werden. Denn wenn Daten und Informationen auf individueller Ebene genutzt werden sollen, muss die zweifelsfreie Identifikation der gesuchten Person gelingen. Ansonsten können diese höchstens für ein homogenes Kollektiv genutzt werden. Zweitens stellt sich die Frage, inwieweit der öffentliche **Zugriff auf die Daten** gegeben ist. Ein Versicherer muss sich zudem bekennen, wie **transparent** er mit der Nutzung dieser

Daten umgehen will. Und schlussendlich ist bei der Umsetzung auch der wirtschaftliche **Mehrwert aus Mehrinformation** zu bewerten.

Die untersuchten Plattformen wiesen eine Vielzahl an Daten und Informationen auf, mit denen jedoch nicht alle relevanten Risikoparameter aus den Antragsfragen validiert werden können. Hinweise auf neue objektive und subjektive Risikomerkmale können aus den zahlreichen bis anhin nicht genutzten Daten und Informationen erschlossen werden. Diese erlauben einerseits, die Lücke der fehlenden Parameter aus der Validation teilweise zu schliessen. Aus subjektiver Sicht z. B. hinsichtlich von Verhaltenseigenschaften haben sich andererseits insbesondere alle Angaben hinsichtlich «**wie**» und «**wo**» eine versicherte Sache eingesetzt wird, als aufschlussreich erwiesen. Pinnwandeinträge sowie Bildmaterialien traten hier als ausgiebige, aber schwer erfassbare, Datenquellen in den Vordergrund.

In der praktischen Umsetzung der gewonnenen Erkenntnissen stellt sich abschliessend die Frage, zur welcher Modifikation bestehender Prozesse oder Produkte diese führen und welche Gestaltungsempfehlungen daraus abgeleitet werden können. Die Gestaltungsempfehlungen werden in zwei Kategorien eingeteilt. Erstens werden die Resultate unter der Sichtweise diskutiert, dass bestehende Prozesse unverändert übernommen werden, sich aber die Prozessausführung resp. «**wie**» der Prozess gelebt wird, ändert. In der zweiten Betrachtungsweise werden Prozessmodifikationen vorgeschlagen. Es zeigt sich zudem, dass die Nutzung von Daten zur Validation im Antragsverfahren in einem **manuellen** Prozess kaum wirtschaftlich gelöst werden kann. Eine **automatisierte** Lösung wie z. B. durch Text Mining Software drängt sich auf. Die vorliegende Arbeit bietet ebenfalls Hinweise dazu, ob sich eine solche Investition bzw. die Anwendung einer Software überhaupt rechtfertigen lässt.

Schlussendlich muss für die Beurteilung einer praktischen Umsetzung im Einzelfall auf betriebswirtschaftliche Erfolgsgrössen wie Kosten, Nutzen sowie Qualität zurückgegriffen werden. Die vorliegende Arbeit schafft hierzu die nötigen Grundlagen, indem sie einerseits die kritischen Erfolgsgrössen dargelegt und andererseits die Dimensionen aufführt, die in einen ausführlichen Business Case einfließen sollten.