

Daten.Fakten.Meinungen.

NR. 2 2016

Wearables, Health Apps & Gamification

Individualisierung und Digitalisierung in der Risiko- und Leistungsprüfung

Wearables, Health Apps und Gamification sind nicht einfach nur Modewörter, sie sind in der Gesellschaft angekommen und machen auch vor der Versicherungsbranche nicht halt. Nicht zuletzt die sogenannte Quantified-Self-Bewegung führt zu einem höheren Interesse an einer stärkeren Auseinandersetzung mit der eigenen Gesundheit, indem Gesundheits-Apps und Aktivitätenplaner in den Alltag integriert werden. Für Versicherungsunternehmen ergeben sich hieraus an verschiedenen Stellen Einsatzmöglichkeiten.



Technik als Treiber in der Versicherungswirtschaft

Ob künstliche Intelligenz und kognitive Computersysteme in der Kundenbetreuung, Medizintechnik in der Versicherungsmedizin oder Big Data für die Aktuar: Die bisherigen Geschäftsprozesse werden durch die rasanten technischen Fortschritte in Frage gestellt.

Auch für den operativen Bereich der Risiko- und Leistungsprüfung ergeben sich aus dieser Entwicklung verschiedene Einsatzszenarien. Hier stehen insbesondere Wearables und Health Apps im Fokus.

Die Durchdringung ist hoch

Inzwischen nutzt fast jeder Vierte Apps, um gesünder zu leben. Besonders beliebt sind dabei Fitness-Apps, die 46 % der Gesundheits-App-Nutzer auf dem Smartphone haben. Apps zum Sammeln medizinischer Daten oder E-Coaching-Dienste befinden sich mit 10 bis 20 % Nutzungsverbreitung aktuell in der Markteintrittsphase.¹ Diese nehmen u. a. Einfluss auf die Krankheitsbewältigung sowie die Therapie- und Medikamententreue. Für den über die Wearables produzierten Datentransfer wurde von 2013 bis 2018 eine Wachstumsrate in Höhe von 98 %² prognostiziert – ein Blick auf mögliche Einsatzszenarien lohnt sich damit.

¹ Nationaler EPatient Survey 2015

² Cisco Systems, MobiHealthNews 2015

Unterstützung für die Risikoprüfung

Für die Risikoprüfung können aus den aufgezeichneten Daten vielfältige relevante Zusatzinformationen abgeleitet werden. Mit Blick auf den zurückliegenden Verlauf der Beschwerden und die bisherige Therapie-Compliance des Versicherten ist eine Einschätzung über den reinen Stichtag der Antragstellung hinaus möglich. Neben dem Zeitgewinn ist auf diesem Gebiet zusätzlich die Einsparung von Arztberichten denkbar.

Potenzial für eine Datennutzung besteht zudem im Bereich der Versicherungsmedizin: Durch das Tracking des Versicherten ist eine Verbesserung der Versicherbarkeit für spezielle, compliance-abhängige Erkrankungen denkbar. So könnte z. B. das Angebot von Kursen zur Krankheitsbewältigung statt eines Risikozuschlags oder einer Ausschlussklausel angeboten werden. Hält sich der Versicherte nachweisbar an die Vorgaben und erreicht die definierten Ziele, kann eine Neubewertung des Risikos erfolgen.

Inwieweit darüber hinaus Wearables in der Lage sind, risikoreichen Berufen den Zugang zu geringere Prämien zu eröffnen, wird aktuell analysiert. Eine Neueinordnung einiger Berufe ist vorstellbar, wenn die Geräte gefahrträchtige Situationen während der Arbeit erkennen und verhindern können, indem sie den Versicherten z. B. bei der Einhaltung der richtigen Arbeitshaltung unterstützen.

Ablösung der Antragsfragen?

Ein Ersatz der Antragsfragen durch die Freigabe der Daten aus Wearables und Health Apps mag von den „Digital-Native-Kunden“ gewünscht werden, ist aktuell allerdings keine realistische Lösung. Die dort gesammelten Daten können den Informationsgehalt der Antragsfragen noch nicht ersetzen. Daneben verbleibt angesichts der Vielzahl der neuen Apps und Geräte das praktische Problem, konsistente Daten über den erforderlichen Mehrjahreszeitraum zu erhalten.

Kundeninteraktion während der Laufzeit stärken und Begeisterung generieren

Die mobilen Helfer können darüber hinaus das Verhältnis des Versicherers zu seinem Kunden während der Laufzeit enger und wertbringender gestalten. Ist die Versicherungspolice einmal erstellt, erfolgt bisher in der Berufsunfähigkeitsversicherung kaum noch eine Interaktion zwischen Unternehmen und Kunden. Die Begeisterung und Erlebbarkeit des Produktes „Versicherung“ ist für den Versicherten damit marginal. Entsprechend gering ist die Wertschätzung, die diesem Bereich zukommt.

Mit dem Einsatz von Wearables, Health Apps und Gamification lässt sich hier gleich an zwei Stellen ansetzen.

Alles nur ein Spiel? Gamification als Motivationstreiber

Über Gamification – die Anwendung spieltypischer Elemente und Prozesse in einem spielfremden Kontext – kann der Versicherer mit seinen Kunden in Kontakt treten und gezielt Anreize setzen. Über dieses Verfahren wird der Versicherte zu einem gesünderen Verhalten

animiert und incentiviert, indem er an Bonusprogrammen teilnimmt oder sich mit der eigenen Community vergleicht. Highscores, Ranglisten und Fortschrittsbalken geben dem Kunden eine direkte Rückmeldung zu seinen Bemühungen. Der Versicherte wird auf diese Weise spielerisch beeinflusst, sich mehr zu bewegen oder seine Ernährung umzustellen und so einen positiven Einfluss auf seine Gesundheit und damit sein Leistungsvermögen zu nehmen. Die App „dacadoo“, die den Gesundheitsindex anhand verschiedener Faktoren ermittelt, stellt ein gelungenes Beispiel dar, wie die Elemente aus der Welt der Gamification selbst Langweiliges und Unbequemes wie Gesundheitsfragen zum Erlebnis machen können.

Neue Kundenkontaktpunkte finden

Zum anderen kann eine generelle Erhöhung der Kundenkontaktpunkte erreicht werden. Durch die Informationen aus den mobilen Anwendungen ist eine höhere Personalisierung möglich, die dem Versicherer eine bessere Nutzung des Kundenwerts eröffnet. Des Weiteren stellt die Prävention einen wichtigen Faktor dar. Die Daten helfen, den Eintritt des Versicherungsfalls frühzeitig zu erkennen und den Versicherten dabei zu unterstützen, seine Leistungsfähigkeit zu bewahren. Der Versicherer etabliert sich auf diese Weise als Lebensbegleiter.

Im Falle des Falles: Bessere Behandlungsmöglichkeiten

Ist der Versicherungsfall eingetreten, stellen die Daten einen echten Mehrwert dar. Über das Tracking und den Einsatz von medizinischen Apps können eine bessere Behandlung erreicht sowie die Therapietreue erhöht werden. Eine Überwachung des Glukosewerts über Kontaktlinsen ermöglicht Diabetikern z. B. ein besseres Handling der Erkrankung im Berufsleben. Darüber hinaus kann eine Vielzahl von Erkrankungen wie z. B. Herz-Kreislaufbeschwerden durch die Anpassung der Verhaltensweisen und bessere persönliche Entscheidungen beeinflusst werden. Zeichnet sich eine negative Entwicklung ab, kann Krisen proaktiv entgegnet werden. Die Chancen auf eine Reaktivierung werden dadurch gesteigert. Zusätzlich können Nachprüfungen zielgerichteter durchgeführt werden.

Schöne neue Welt? Einige offene Felder bleiben

Aktuell stellen die Verifizierbarkeit und Möglichkeit der verlässlichen Zuordnung der Daten zu einer konkreten Person eine entscheidende Herausforderung für den konsequenten Einsatz in der Versicherungswirtschaft dar. Zukünftig ist durch die fortschreitende Technik im Bereich der Wearables eine stärkere Personalisierung der Daten zu erwarten. Bereits jetzt werden Fingerabdrücke oder der Gesichtsscan zur Anmeldung verwendet. Daneben wird ein Abgleich der Daten auf Konsistenz immer üblicher. Fitnessstudios setzen z. B. personalisierte Schlüssel ein, die die Trainingsergebnisse direkt dem Nutzer zuordnen können. Eine Weitergabe oder Fremdnutzung dieser Schlüssel ist deutlich erschwert.

Das Thema der Verlässlichkeit der Daten ist dagegen aus zwei Gründen von geringerer Bedeutung. Zum einen wird die Sensorik der Geräte bereits jetzt immer empfindlicher und verlässlicher, zum anderen kommt es am Ende nicht darauf an, ob nun 8.000 oder 10.000

Schritte gemacht worden sind. Hier besteht zudem die Möglichkeit, den Einsatz der Wearables und Apps für die Programme auf Qualitätsprodukte zu begrenzen.

Daneben verbleibt allerdings die Gefahr der direkten Manipulation der Daten durch den technisch versierten Nutzer. In diesen Fällen ist die Möglichkeit der Einflussnahme durch den Versicherer sicherlich geringer. Dennoch halten wir die Betrugsgefahr für akzeptabel - immerhin muss ein gewisses Maß an krimineller Energie aufgewendet werden. „Schwarze Schafe“ wird es hier – wie auch in der regulären Antragsprüfung – jedoch immer geben.

Datenschutz als Show-Stopper?

Die Nutzung von Daten aus Wearables und Health Apps bedeutet, dass der Versicherer Zugriff auf höchstpersönliche (Gesundheits-)Daten erhält. Dieses stellt allerdings keinen grundsätzlichen Hinderungsgrund dar. Mit einer entsprechenden Einwilligungserklärung des Versicherten ist deren Erhebung, Speicherung und Verarbeitung dennoch möglich. Es ist allerdings darauf zu achten, dass die Erklärung hinreichend transparent ist: Dem Versicherten muss deutlich vor Augen geführt werden, auf welche Daten die Versicherung Zugriff erhält und wie diese verwendet werden. Zudem müssen im Unternehmen die technischen und organisatorischen Maßnahmen gemäß Anlage zu § 9 Satz 1 Bundesdatenschutzgesetz gewährleistet werden. Zusätzlich sind die gesetzlich vorgegebenen Löschfristen zu beachten. Dieses ist für die Versicherungswirtschaft nichts Neues – Kunden und Verbraucherschützer bleiben hier allerdings skeptisch.

Auf die Zukunft vorbereitet sein

Noch ist das Thema mit offenen Fragen besetzt. Neben den Potenzialen müssen sich die Versicherer auch auf neue Risiken und Herausforderungen, gerade im Bereich der Informationsasymmetrie, gefasst machen. Dennoch werden die Datenaufzeichnungen und -auswertungen aus den Apps an Bedeutung gewinnen – denn die neue Digital-Native-Kundengeneration ist „Quantified Self“ und stellt ganz andere Ansprüche. Eine frühzeitige Diskussion der Implementierungsmöglichkeiten in die eigenen Geschäftsprozesse ist daher wichtig – sprechen Sie uns an, wir unterstützen Sie hier gerne.



IHR ANSPRECHPARTNER

Dr. Barbara Ries

Bereichsleiterin Leben/Kranken – Markt- und Produktmanagement

Telefon +49 211 4554-299

Telefax +49 211 4554-45299

barbara.ries@voevrueck.de



IHR ANSPRECHPARTNER

Stefan Wittmann

Bereichsleiter Leben/Kranken – Kundenservices

Telefon +49 211 4554-449

Telefax +49 211 4554-266

stefan.wittmann@voevrueck.de

Foto: © Gstudio Group – Fotolia, privat

VöV Rückversicherung KÖR

Hansaallee 177

40549 Düsseldorf

Telefon +49 211 4554-01

Telefax +49 211 4554-202

info@voevrueck.de

www.voevrueck.de