



GASTVORTRAG
HAUPTVERSAMMLUNG



Digitalisierung im Bank- und Versicherungsgeschäft

Prof. Dr. Gunter Dueck
Hauptversammlung der R+V Versicherung AG
am 12. Mai 2016



Genossenschaftliche FinanzGruppe
Volksbanken Raiffeisenbanken



VORWORT

Digitalisierung ist in aller Munde: Industrie 4.0, Fintechs, Smart Homes – alles Schlagwörter, die uns überall begegnen. Professor Dr. Gunter Dueck ist ein ausgewiesener Experte auf diesem Gebiet. Er wird sich insbesondere die Digitalisierung im Bank- und Versicherungsgeschäft vornehmen.

Nach seiner Karriere als Mathematikprofessor zog es Professor Dueck 1987 zu IBM. Dort beschäftigte er sich unter anderem mit dem Aufbau neuer Geschäftsfelder (Business Intelligence, Cloud Computing) und mit Cultural Change. Insgesamt 24 Jahre lang war er für IBM tätig, zuletzt als Chief Technology Officer. Seit seinem Wechsel in den Unru-

hestand im Jahr 2011 ist Professor Dueck unter anderem als freischaffender Schriftsteller und Redner tätig. Und in dieser Eigenschaft haben wir ihn heute hier. Sehr geehrte Damen und Herren, machen Sie sich darauf gefasst, dass einer der „NEXT 100 Top Influencers of the Digital Industry in 2013“ Sie mit seinem Vortrag wachrütteln will. Das ist aus seiner Sicht dringend notwendig – macht aber auch viel Spaß.



Dr. Friedrich Caspers



Kontakt:

Prof. Dr. Gunter Dueck
dueck@omnisophie.com
www.omnisophie.com
Wilddueck @Twitter

DER REFERENT: PROF. DR. GUNTER DUECK

Als vielfach ausgezeichnete Autor, gefragter Referent und Business Angel ist Professor Dr. Gunter Dueck bekannt.

Scharfsinnig beobachtet er die Gesellschaft und hält seinem Publikum satirisch und höchst unterhaltsam einen Spiegel vor. Er beschäftigt sich in seinen Büchern und Vorträgen mit dem Leben im Allgemeinen, mit den Menschen an sich und mit Managern im Besonderen. Dabei kommen Bücher heraus wie beispielsweise „Das Neue und seine Feinde“ oder das kürzlich erschienene „Schwarmdumm: So blöd sind wir nur gemeinsam“. Die Piratenpartei konnte sich Professor Dueck 2012 sogar als Kandidaten für das Bundespräsidentenamt vorstellen.

Ein aktuelles Projekt des 64-jährigen Mathematikers und Philosophen ist auch der Ausbau des „Wiki of Music“, einer Plattform, die alle Musiknoten der Welt vereint.

Der gebürtige Hildesheimer studierte an der Universität Bielefeld Mathematik und Betriebswirtschaft. 1977 promovierte er in Mathe-

matik, 1981 folgte die Habilitation. Danach war er als Professor für Mathematik an der Universität Bielefeld tätig, bevor er 1987 an das Wissenschaftliche Zentrum von IBM in Heidelberg wechselte. IBM blieb seine berufliche Heimat, bis er 2011 im Alter von 60 Jahren in den Ruhestand ging. Dueck war einer der IBM Distinguished Engineers und Mitglied der IBM Academy of Technology. Von Beginn an beschäftigte er sich mit strategischen Fragen zur technologischen Ausrichtung und der Suche nach neuen Wachstumsfeldern bis hin zum Cloud Computing.

Er war lange Jahre Mitglied der Präsidien der Gesellschaft für Informatik und der deutschen Mathematikervereinigung. Außerdem ist er Fellow des amerikanischen Ingenieursverbandes IEEE, Fellow der Gesellschaft für Informatik und korrespondierendes Mitglied der Akademie der Wissenschaften zu Göttingen.

Gunter Dueck lebt mit seiner Frau in Waldhilsbach bei Heidelberg. Er hat zwei erwachsene Kinder.

„Wichtig ist zu verstehen, dass Sie nicht unbedingt gleich auf die erste Welle aufspringen müssen, wenn sich eine neue Entwicklung abzeichnet. Sie sollten aber die Leute beobachten, die das tun.“



DIGITALISIERUNG IM BANK- UND VERSICHERUNGSGESCHÄFT

„Bedenken Sie, junger Mann, die flächen-deckende Einführung des Geldautomaten hat 29 Jahre gedauert. Außerdem bin ich Vorstand und 62. Das mit der Digitalisierung tue ich mir nicht mehr an.“

Das höre ich öfter. Und da liegt genau das Problem. Vermutlich steht der Nachfolger im Vorstand bereits fest und ist auch schon 59. Kein Wunder, dass das mit der Digitalisierung nur zäh vorankommt. Bei IBM war es so ähnlich. Damals hatte ich angeregt, mit Investitionen in Cloud-Technologie zu beginnen. Man wollte aber erst einmal abwarten, bis der Bedarf da sei und Unternehmen eine private Cloud bestellen würden. Diese zögerliche Haltung hat IBM nicht gutgetan. Der Umsatz ist 16 Quartale lang gefallen. Amazon dagegen hat mit diesem Geschäft allein im letzten Quartal 2,6 Milliarden Euro Umsatz gemacht. Wichtig ist zu verstehen, dass Sie nicht unbedingt gleich auf die erste

Welle aufspringen müssen, wenn sich eine neue Entwicklung abzeichnet. Sie sollten aber wenigstens die Leute beobachten, die das tun.

Aktuelles Beispiel: Fintechs. Sagen Sie nicht, dass das alles Blödsinn sei. Das können sich höchstens die leisten, die schon über 60 sind. Sonst können Sie sehr schnell Opfer neuer Entwicklungen werden. Denn es wird ganz sicher keine 29 Jahre mehr dauern mit der Digitalisierung, das wird deutlich schneller gehen.

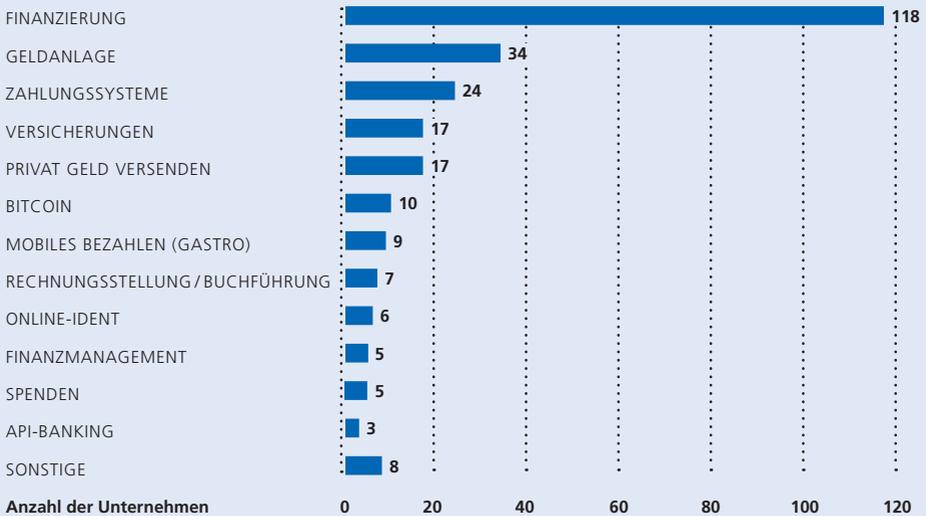
Von Mäusen lernen?

Ich fange mit einem Gleichnis an. Es ist vielleicht ein bisschen hart, aber damit haben Sie das Wichtigste auch schon verstanden.

Das Buch heißt „Who moved my Cheese“* und handelt davon, dass man endlich seinen Hintern hochkriegt.

* Buchhinweis: amerik. Management Consultant Dr. Spencer Johnson, 1998, zum erfolgreichen Umgang mit Veränderungen

FINTECHS IN DEUTSCHLAND NACH GESCHÄFTSBEREICHEN 2015



Quelle: Statista

Da sind zwei Mäuse. Die leben von Käse. Plötzlich ist der Käse alle. Die Mäuse diskutieren nun, was sie jetzt machen. Die eine Maus ist eher bodenständig. Sie will warten, bis der Käse wieder nachwächst. Und die andere Maus sagt: Komm, wir gehen raus und tun etwas. Und das diskutieren die beiden dann endlos weiter in dem Buch, locker 50 Seiten lang, bis sie schließlich aufbrechen, um Käse zu suchen. Auf Seite 80 finden sie

auch welchen. Dort sitzen aber schon andere Mäuse, die vor ihnen da waren.

Psychologisch betrachtet ist es ganz einfach: Die eine Maus ist eher deutsch. Sie ist zwanghaft. Zwanghafte Leute möchten nicht, dass sich etwas ändert. Und die andere Maus ist hysterisch. Das sind Leute, die langweilen sich, wenn sich nichts ändert. Die werden dann rappelig. Die sind zum

Beispiel im Vertrieb. Und die Zwanghaften sind eher in der Verwaltung zu finden, in der Finanz- oder Personalabteilung. Das ist überall so. Je nach Persönlichkeit wählen die Leute ihren Karriereweg.

Keine Angst vor „Speck“

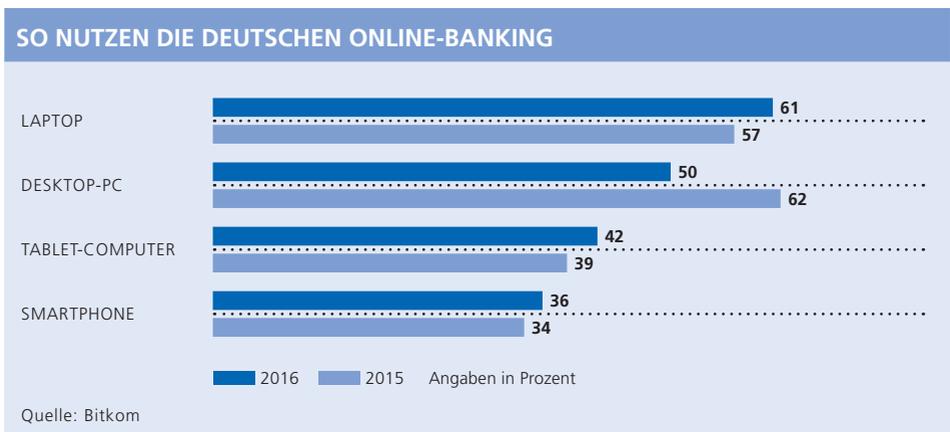
Kürzlich las ich, dass eine Versicherung ihren „Käse“ jetzt in Taiwan suchen will. Dort versprechen sie sich irgendetwas, das mehr als 30 oder 40 Prozent Bruttorendite bringt. Auf jeden Fall etwas Großartiges. Die Strategie ist ganz einfach: immer mehr vom Gleichen. Das ist bei vielen Betriebswirtschaftlern eine Art Persönlichkeitsstörung. Darüber gibt es auch Bücher. Dass man

immer in die gleiche Richtung expandiert. Also: mehr Käse, mehr Käse und woanders auch Käse.

Ich habe das Gleichnis umgeschrieben. Meins ist nur anderthalb Seiten lang und heißt „Who morphed my cheese?“. Gleiches Thema:

Die Mäuse haben bereits in Zeile fünf ihren Käse aufgegessen. Dann diskutieren sie zehn Zeilen lang, ob sie Käse suchen gehen oder nicht. Sie brechen schließlich auf.

Während der Suche werden die Wände um sie herum glitschig und fettig. Es stinkt. Sie



merken, dass das gar kein Käse ist, sondern Speck, und ekeln sich. Sie laufen weiter, um dem Speck zu entfliehen. Dann kommen sie in ein Gefilde, wo andere Mäuse sind, die von dem Speck fressen. Die fragen sie: Habt ihr Käse gesehen? Sie antworten: Nein, wir haben noch nie Käse gesehen. Die Mäuse suchen weiter, sie haben schließlich ihr ganzes Leben lang Käse gegessen. Sie suchen, suchen, suchen ... sie werden hungrig, suchen weiter, suchen, suchen, werden hungrig und müde, und am Ende sind sie tot.

Das Problem ist: Sobald es anfängt, nach „Speck“ zu riechen, werden die Leute vorsichtig. Die Geschichte lässt sich auch auf Versicherungen und Banken übertragen. Gucken Sie, was Ihre Kunden tatsächlich wollen! Vielleicht wollen sie gar keinen „Käse“ mehr. Meine Kinder zum Beispiel oder junge Erwachsene, Studenten im Allgemeinen. Die wollen gar kein richtiges Konto haben, weil sie sagen, dass sie ja schließlich noch studieren und bis etwa 40 ein eher unstetes, nomadenartiges Leben führen. Für sie wäre es daher viel besser, es gäbe die Volksbank einfach als Direktbank. Sie bräuchten nur anzuklicken, wo sie gerade sind. Dann würden sie zum Beispiel auf die Volks-

bank Hildesheimer Börde umgeroutet. Und wenn sie dann später umziehen nach Heidelberg, dann buchen sie sich per Klick auf die Volksbank Heidelberg um.

Warum bieten Sie das nicht an? Junge Menschen, verstehen Sie, suchen sich dann eben eine andere Bank, die so flexibel ist, wie beispielsweise die ING Diba. Und dann haben Sie als Volksbank die Bescherung: Der Kunde ist weg. Die Konsequenz ist, dass er dann natürlich auch andere Versicherungen kauft. Darüber sollten Sie nachdenken!

Wollen Sie Ihren Umsatz verdoppeln?

Sie nehmen einfach die Vertreter von zehn Vertriebsgebieten und setzen da mathematisch gesehen eine orthogonale Matrix rein. Einen Querschnitt der Gesellschaft also: eine alte Frau, eine junge Frau, einen alten Mann, einen, der gerade Kinder bekommen hat, einen mit gerade beginnender Demenz usw. Und dann fragen Sie den Kunden, zu welchem Vertreter er will. Natürlich geht er zu einer persönlichen Kopie von sich. Das ist doch logisch. Wenn wir also annehmen, dass die Menschen nur bei einer sozialen Kopie von sich selbst abschließen, dann deckt ein Vertreter mit seiner bestimmten

„Natürlich geht der Kunde zu einer persönlichen Kopie von sich. Das ist doch logisch.“



Persönlichkeit doch nur einen Bruchteil der Kundengruppe ab. Wenn Sie aber alle zehn Vertreter zusammennehmen, dann findet jeder Kunde den, der zu ihm passt. Und alle sind zufrieden. Ich will jetzt nicht sagen, dass der Umsatz sich damit verzehnfacht. Nur verdoppelt. Aber keine Versicherung geht da dran. Ich predige das seit 20 Jahren. Wir können die Studie gerne mit Ihren Versicherungsdaten noch einmal machen. Big Data ist da. Alle Versicherungen und Banken machen Big Data. Aber was tun Sie mit den Daten? Verstehen Sie, wenn ich jetzt als

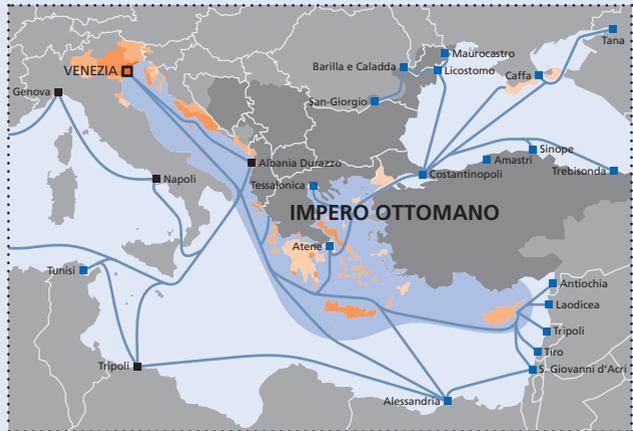
Mathematiker komme und sage, dass sie nur diese Gebiete und diese Vertreter aufgeben müssen, dann sagen sie: Nee, das tun wir nicht. Das ist mit Blut unterschrieben. Da sind zu viele Kämpfe drin. Sie wissen gar nicht, was Sie da aufrühren und so weiter. Und dann sage ich, ja, wollt ihr den Umsatz jetzt verdoppeln oder nicht? Das ist komisch, oder? Ich war schon bei mehreren Versicherungen. Und selbst die besonders Ehrgeizigen, nicht einmal die trauen sich, den Umsatz zu verdoppeln. Das finde ich witzig. Darüber müsste man nachdenken.

1996 habe ich für eine ganz große Versicherung eine Studie über deren Kunden gemacht. Ich habe dafür 20.000 Kunden von der IBM zufällig auswählen lassen. Das war damals eine Schuferei. Acht Monate hat es gedauert. Mit der Cloud-Technologie heute geht das vielleicht in einer Millisekunde. Dazu mussten wir das System komplett abschalten und den operativen Betrieb unterbrechen. Das war ein Abenteuer. Wir haben 20.000 Kunden rausgezogen, die Daten von den Versicherungsvertretern danebengelegt und dann die Daten von beiden miteinander verglichen: Adresse,

Wert des Hauses, den Charakter des Hauses, Autokennzeichen, Automarke, Anzahl der Kinder und so weiter. Dabei kam heraus, dass in praktisch jedem einzelnen Merkmal 80 Prozent Korrelation besteht. Das heißt: Wenn ich eine Ente besitze, und ein Versicherungsvertreter kommt mit einem 7er BMW vorgefahren, dann wird das nix mit uns. Und umgekehrt auch nicht. Sie können ganz leicht eine Theorie daraus machen, wie Sie Ihren Umsatz verdoppeln können. Das ist gar kein Problem. Seit 20 Jahren sage ich das eigentlich schon. Es will nur keiner hören.

VENEZIANISCHES REICH UM 1500

-  Venezia e il Dogado
-  Territori ad inizio Sec. XV
-  Acquisti successivi
-  Acquisti temporanei
-  Tratto di mare dominato dalle flotte venete ad inizio Secolo XVI
-  Principali rotte veneziane
-  Grandi empori e colonie commerciali



Quelle: -kayac- at Italian Wikipedia

Das kann man mit Big Data jetzt alles ganz locker hinkriegen.

Und hier noch ein Gleichnis:

Die Abbildung zeigt das venezianische Reich im Jahr 1500 in seiner größten Ausdehnung. Die Venezianer haben kein Land erobert, das Reich gründete auf intensiven Handelsbeziehungen insbesondere im südlichen und östlichen Mittelmeerraum. Damit haben sie die ganze Welt aufgemischt. Das war damals ein neues Netzwerkmodell. Stark, oder? Und warum ging es plötzlich

bergab? Da ist Christopher Columbus nach Amerika gefahren und hat gesagt, dass das Big Business dort sei. Gold. Das hat aber niemand ernst genommen. Da hat der Streit angefangen. Im ganzen Mittelmeerraum zankten sie sich bis heute. Die Flüchtlingskrise ist ein aktuelles Beispiel. Das venezianische Reich ist daraufhin damals einfach untergegangen.

So wie mit der Entdeckung Amerikas wird es auch mit der Digitalisierung gehen. Während aber die Kolonisierung Amerikas 200

„Oft ist es in der Weltgeschichte
ein einzelner Mensch, der einfach
alles umkrempelt.“



Jahre gedauert hat, wird die Digitalisierung nur zehn Jahre brauchen. Das will nur keiner hören.

Digitalisierung – die moderne Ersatzreligion

Was heißt eigentlich Digitalisierung? Nur ein weiteres Modewort wie „Innovation“. Oder „Ingenuity“, das Siemens gerade für sich entdeckt hat – allerdings unter massiver Kritik, weil keiner weiß, was es ist. Und der Gesundheitsbereich von Siemens soll statt Gesundheit künftig englisch „Health“ heißen und die Mitarbeiter, damit es auch ja keiner versteht, „Healthineers“. Dazu haben sie auch einen Hit geschrieben. Der ist jetzt im Internet. Das ist so lächerlich, wie dort Millionen von Siemensianern irgendwo in München stehen und jemand erklärt, wofür sie jubeln müssen. So kriegt man das nicht hin. Industrie 4.0 ist auch so eine Sau, die jetzt gerade durch jedes Dorf getrieben wird. Obwohl die Unternehmen nicht einmal so weit sind, dass sie Industrie 2.0 hinkriegen. 3.0 haben sie ausgelassen, weil man

dann schon konkret etwas hätte tun müssen. Deswegen haben sie lieber 4.0 genommen. Mich macht das ganz rappelig, weil einem niemand erklärt, was konkret damit gemeint ist. Die maximale Zeit scheinen sich Unternehmen damit zu beschäftigen, irgendwelche Visionen zu verkünden. Sie können nicht gut sagen, sie hätten eine Vision für 2021. Dann müssten sie echt etwas tun. Eine Vision für 2050 nimmt ihnen allerdings auch niemand ab. Da sind ja alle schon pensioniert, die daran mitarbeiten. Die beste Zahl ist im Augenblick 2030. Die ist noch gerade glaubwürdig. Man muss aber auch noch nicht anfangen zu arbeiten. Und deswegen machen jetzt alle 2030. Ich finde das ziemlich schlimm.

Vom Newton* bis zum iPhone

Oft ist es in der Weltgeschichte ein einzelner Mensch, der einfach alles umkrempelt. Wie Columbus. Hier ein anderes Beispiel: Sie haben wahrscheinlich auch alle ein iPhone, diese geniale Erfindung von Apple, für die Steve Jobs quasi heiliggesprochen

* Der Apple Newton war eine Produktreihe von PDAs (personal digital assistant = tragbarer Computer) der Firma Apple und anderer Firmen, die 1993 vorgestellt und deren Produktion 1998 bei der Neustrukturierung von Apple Computer unter Steve Jobs eingestellt wurde.

wurde. Apple hatte ja damals diesen Newton gebaut, der genau dasselbe wie ein iPhone war, aber nicht funktionierte: Er hatte nur eine Batterielaufzeit von zehn Minuten. Was man damit machen sollte, war auch nicht klar – Windows auf jeden Fall nicht, das gab es damals noch gar nicht. Wenn man mit seinen zehn Minuten Batterielaufzeit nach draußen ging, stellte man fest, dass nichts zu sehen war. Das kennen Sie auch von alten Digitalkameras. Am Strand musste man raten, was auf dem Bild war. Man hielt die Kamera einfach ungefähr in die Richtung des Motivs. Das war vor 1990. Da waren die Bildschirme noch so schlecht, dass man nichts erkennen konnte. Dann galt es, einfach nur still die weitere Entwicklung abzuwarten. Wann ist der Bildschirm gut genug? Wann kann ich die Festplatte durch SSD-Speicher ersetzen? Wann funktioniert das über WLAN? Wann gibt es Apps? Usw. Ungefähr 2006/2007 war es dann so weit: Die SSD-Speicher, die USB-Sticks waren nun halbwegs in Ordnung. Es gab auch LED-Bildschirme für Fernseher. Außerdem hatten die Leute mehr und mehr Breitbandanschlüsse zu Hause. Jetzt hieß es: Go. Das war genau der richtige Zeitpunkt, um ein iPhone herauszubringen. Das war's. Ist nicht tiefsinnig. Man muss einfach die techni-

sche Entwicklung abwarten und manchmal geht dann plötzlich, was früher nur ein Traum war, und verändert die ganze Welt.

Genauso war es auch mit der Entwicklung der E-Books. Warum die Leute 2008 plötzlich E-Books wollten, die es vorher auch schon gegeben hat, ist völlig trivial: Zu dem Zeitpunkt waren die Bildschirme gut genug. Da konnte man Kindle und Tablets bauen, und dann ging es zackzack. Das hat mit den Büchern überhaupt nichts zu tun. Es geht einfach nur darum, wann was technisch möglich ist.

Was technisch möglich ist, ist noch lange nicht gewollt

Thema Autofahren: Denkbar wäre, den Privatbesitz von Autos vollkommen zu verbieten. Mit einem speziellen Gerät könnte jeder immer und überall ein Auto anfordern, wenn er gerade eins braucht. Das bringt ihn dann zur Hauptversammlung und danach wieder zurück. Und zu Aldi oder auf den Gletscher, zum Kurschatten – wohin Sie wollen. Wenn Sie überlegen, dass alles immer möglichst produktiv sein soll, die Auslastung idealerweise 100 Prozent betragen muss, unsere Autos aber nur eine Auslastung von fünf Prozent haben, da sie

eigentlich die meiste Zeit nur ungenutzt herumstehen, dann ist das doch in keiner Weise ökonomisch. Deswegen meine Idee: Wir nutzen Autos einfach als Taxis für alle. Dadurch lässt sich die Utilisation von Autos bestimmt von fünf auf 30 Prozent hochfahren. Für Spitzenzeiten muss man natürlich eine Menge Autos vorhalten. Das bedeutet, dass ich nur ein Sechstel der Autos von heute benötige. Ich kann denselben Verkehr mit denselben Kilometern fahren, nur weil kein Auto parkt. So. Und dann brauche ich auch keine Fahrer mehr, die Logistik geht viel schneller, die Fahrer müssen auf der Autobahn nicht acht Stunden lang die Kühlkette unterbrechen. Alles wird schneller und billiger.

Ich kann das mit selbstfahrenden Autos machen, zum Beispiel waggonweise wie bei der Bahn. Die fahren dann nicht jede Stunde, sondern im Fünf-Minuten-Takt wie die U-Bahn. Sie müssen nie mehr auf einen Fahrplan gucken, weil immer welche kommen. Alles ist gut. Ich könnte das noch lange so weiterbeten. Das Problem: Das würde etwa 30 Prozent der Arbeitsplätze in Deutschland kosten. Das bedeutet auch für die R+V Einbußen bei der Kfz-Versicherung. Spätestens hier kriegen viele kalte Füße.

Wir brauchen neue Geschäftsmodelle für die Welt von morgen

Nächstes Problem: Ein normaler Mensch geht nicht freiwillig zu einer Versicherung. Das sind Leute, die machen ihm Angst. Die reden davon, dass seine Urenkel irgendwann in Altersarmut leben. Das will er nicht. Eine Bank dagegen ist auf Vertrauen gebaut. Das sind verschiedene Businessmodelle. Deswegen hat die Fusion der Dresdner Bank und der Allianz auch nicht funktioniert. Die konnten nicht zusammen, weil sie sich nicht richtig verstehen. Die einen sind eher aggressiv, und die anderen warten, dass einer kommt. Ich war damals da. Ich habe gesagt: Ihr könnt ein paar Milliarden sparen, wenn ihr das lasst mit dieser Fusion. Versicherungen bauen darauf, dass die Leute alle fünf Jahre ein neues Auto kaufen. Dann müssen sie zu einer Versicherung kommen. Das ist Zwang. Wenn das jetzt aber durch die selbstfahrenden Autos wegfällt, was machen Sie dann? Dann steigen die Vertriebskosten locker um ein paar Prozent. Das hält Ihre Bilanz gar nicht aus. Sind Sie auf solche Fragen vorbereitet? Gut ist zum Beispiel die betriebliche Altersversorgung, weil doch die Altersarmut jetzt kommt. Das hat was. Sie müssen sich einfach eine neue Welt überlegen.

Das gilt auch für die Banken: Da gehen die Leute heute schon kaum noch hin. Bei der Sparkasse Heidelberg zum Beispiel ist etwas ganz Empörendes geschehen. Bisher haben wir unsere TAN-Nummern immer per SMS erhalten. Jetzt sollen wir dafür eine App installieren. Wenn wir sie aber unerschämterweise weiter per SMS haben wollen, dann kostet es künftig neun Cent pro Sendung. Das bedeutet monatliche Extragebühren für ein paar Überweisungen. Es geht nicht um das Geld. Aber Leute wie meine Kinder werden so etwas nicht mitmachen. Und dann verschwinden solche Banken langsam.

Unbequeme Konsequenzen aushalten

Meine Kinder erwarten, dass sie einfach per Handy eine Woche Skiversicherung abschließen können, wenn sie in Skiurlaub fahren. Nur für den Urlaub. 10 Euro bezahlen und weg. Auch der ganze Bereich der Medizin wird umgestellt auf Handy. Da ist ganz viel für Versicherungen drin.

Wer beispielsweise heute zuckerkrank ist, hat gewöhnlich eine Insulinpumpe. Er misst regelmäßig seine Blutwerte mit ganz komplizierten Lackmus-Stäbchen, die er dann in ein Tagebuch einträgt. Dann spritzt er

sich mehr oder weniger Insulin. Alle drei Monate geht er zum Arzt und zeigt seine Kurve. Die ist geschummelt, weil er im Urlaub keine Zeit hatte. Das ist zuckerkrank heute.

Die Insulinpumpe von Zuckerkranken von morgen ist mit der iWatch verbunden. Die Werte werden direkt im Körper gemessen und von Apple in die IBM Cloud in China übermittelt. Dort werden die Daten von weltweit allen Zuckerkranken gesammelt, unterteilt in vielleicht 1.000 verschiedene Krankheitsvarianten. Dann kommen 10.000 Personen heraus, die genau meine Variante haben. Daraus wird mein Insulinbedarf ermittelt und direkt an meine Pumpe übertragen. Dann brauchen Sie nicht mehr zum Arzt zu gehen. Kein Arzt wird mehr irgendetwas mit dem Körper zu tun haben. Es ist alles Apple. App. So. Natürlich braucht man dazu dann passende Versicherungen: Krankenversicherung, Geräteversicherung etc. Was passiert denn z. B., wenn die Insulinpumpe nicht funktioniert oder so?

Ich habe mit vielen Menschen gesprochen. Die Medizinhersteller sagen, sie wollen das lieber nicht haben. Diese ganze Technik, die ich ihnen da auflabern will, das führe zu

„Auch der ganze Bereich der Medizin wird umgestellt auf Handy. Da ist ganz viel für Versicherungen drin.“



ganz neuen Schäden. Wenn heute auf der Intensivstation jemand stirbt, dann rufen sie die Angehörigen an. Tut uns leid. Der Patient ist tot. Wie es passiert ist? Keine Ahnung. Lungenentzündung. Das wird Ihnen ja normalerweise gesagt. Faktisch ist aber irgendetwas an der Kanüle fehlerhaft gewesen. Der Tropf hat ausgesetzt. Das Internet der Dinge führt dazu, dass man das jetzt alles ganz genau sehen kann. Es ist nachvollziehbar, dass bei Millisekunde xy der Tropf ausgesetzt hat. Dann stellt sich allerdings die große Frage: Wer haftet? Das Krankenhaus? Der Arzt? Der Patient? Die Krankenversicherung? Sie müssen dann auch verstehen, wie groß die Wahrscheinlichkeit ist, dass so ein Tropf aussetzt. Das wissen Sie heute noch gar nicht. Bei Lebensversicherungen weiß man das. Über Sterbewahrscheinlichkeiten gibt es genug Statistik. Das ist easy. Insgesamt ein schwieriges Feld, in dem aber auch noch viel potenzielles Geschäft steckt. Sie dürfen jetzt bloß nicht sagen, ich will nur Kfz und Leben. Das ist „Käse“. Sie müssen jetzt auf „Speck“ gehen!

Demnächst gibt es auch diese Blockchain-Technologien. Damit kann man dann nicht nur Geld überweisen, sondern auch Eigentumsrechte oder Versicherungsverträge über-

tragen, zum Beispiel Hausurkunden oder ganze Grundbücher. Über Blockchain heißt es dann: Schick du mir 'ne halbe Million, ich schicke dir das Haus. Auch meine Patientendaten für die Gesundheitskarte kann ich damit völlig sicher im Internet lagern. Dieses ganze vertrauenswürdige Zeug. Es ist alles da. Dann werden Transaktionen anders gemacht. Beispielsweise ein Gebrauchtwagenverkauf: Der Käufer gibt mir Geld. Dann sagt man das Blockchain und dann gehört ihm das Auto. Das eröffnet ganz viele neue Möglichkeiten. Aber es traut sich noch keiner.

Technisch ist so viel möglich, wofür auch ganz, ganz viel Versicherung und auch ganz viel Banking gebraucht wird. Warum kann ich mir nicht, wenn ich, wie jetzt für diesen Vortrag, eine Rechnung stelle, statt einer TAN eine IP-Nummer ziehen. Das wäre schön. Die käme dann auf meine Rechnung und ist über Blockchain der ganzen Welt bekannt. Fertig. Das geht über DATEV bis in die Steuererklärung. Alles automatisch. Damit können Sie zehn Prozent aller Verwaltungsleute einfach nach Hause schicken. Dann sagen wieder alle, ja, aber bitte nicht so radikal. So etwas ist in Deutschland im Moment noch sehr schwierig. Meine Prognose: Wir haben

noch fünf Jahre Schonfrist und dann kommt das auch bei uns.

Integration of everything: Wenn Hongkong hustet, hat das weltweit Auswirkungen

Autos haben etwas mit Versicherungen zu tun. Die wiederum mit Banken, mit Zahlungsverkehr. Alles beginnt jetzt mit allem zusammenzuhängen. Das haben die Banken z. B. im Riskmanagement noch nicht verstanden. Die haben gedacht, dass das mit den Immobilienkrediten in Amerika nur eine lokale Krise war. Damit hätten sie nichts zu tun. Nach der Lehman-Pleite 2008 haben sie uns erzählt, dass es sich um eine reine Krise des Finanzwesens handelte, die sich nicht auf die reale Wirtschaft auswirken werde. Sie haben das noch im Ohr, oder? Es kann sein, dass die bestellt worden sind von der Regierung, da keinen bösen Wind zu machen. Aber ich glaube schon, dass manche davon echt überzeugt waren. Wir haben doch geglaubt, dass das alles mathematisch unabhängige Risiken seien, die wir getrennt betrachten können. Und dann haben wir gelernt, dass die Dinge eben doch zusammenhängen. Das werden Sie demnächst noch viel, viel, viel stärker erleben. Das bedeutet, wenn Sie irgendwelche Big-

Data-Modelle haben, dann reicht es nicht mehr, nur die Korrelation des Marktes zu berücksichtigen. Sie müssen alles andere auch mit einbeziehen. Da muss nur Hongkong husten, ein paar Leute demonstrieren beispielsweise gegen die chinesische Regierung, und es kann sein, dass es auf der ganzen Welt Krach gibt. Diese Wellen müssen wir besser verstehen lernen.

Das Normale geht unter

Das Witzige ist, dass alle, auch jetzt die R+V, immer stärker ins Internet gehen. Man hört zwar noch überall, man brauche ganz viel Beratung. Aber tatsächlich stimmt das nicht. Beispiel Verlagswesen: Ich bin Schriftsteller, habe 20 Bücher hinter mir. Früher habe ich noch einen Lektor gekriegt, der hat sich das Buch angeguckt, dann hat noch einer die Rechtschreibprüfung gemacht und ein anderer redaktionell drübergeguckt. Das hat mehrere Runden gedauert und ein paar tausend Euro gekostet, bevor so ein Buch erschienen ist. Heute schickt man das Buch irgendwohin, dann kommt ein pdf-Entwurf aus dem indischen Irgendwo und ich als Autor habe 48 Stunden, um das Ganze noch einmal durchzugucken. So läuft das. Das ist der Workflow.

„Ich will nicht sagen, dass jetzt alle Banken verschwinden, aber man muss eben andere Modelle entwickeln. Sie müssen etwas finden, damit die Leute noch in die Bank kommen.“

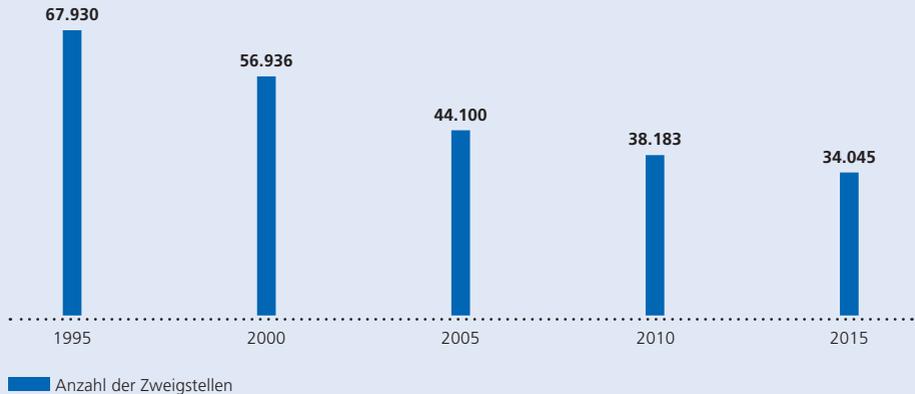


Beispiel Banken: Kunden können heute nicht mehr einfach in eine Bank spazieren und eine Beratung erwarten. Da müsse man erst einen Termin machen, heißt es. Vor zehn oder 15 Jahren hatte ich einen Bankberater, der echt etwas von Wertpapieren verstand. Dann haben sie angefangen, ihn morgens in Meetings zu jagen. In diesen Zeiten konnte ich nicht spekulieren. Ich habe gesagt, dass ich das nicht mehr mitmachen würde. Irgendwann wusste er etwas nicht. Ich sagte ihm, dass er die Information im Internet bekäme. Er antwortete, dass er das Internet im Dienst nicht benutzen dürfe und er daher als Berater nicht so gut informiert sein könne wie eine Privatperson mit Internet daheim. So hat es angefangen. Ist doch klar, dass in der Bank oder Versicherung einer nicht so viele Informationen hat wie ein Privatmensch, der während des Tages einfach ins Internet gehen kann. Ich kenne mich in Finanzgeschäften ganz gut aus. Alle Unifonds dieser Welt kann ich an der Börse auch ohne Ausgabeaufschlag kaufen. Und das werden die Leute bald merken. Sie können jetzt mit Tagesgeld gar nichts mehr verdienen und mit Fonds eigentlich auch nicht. Wenn die Leute schlau wären. Das ist das Hauptproblem. Und zwar in allen Branchen. Sie sind nicht allein.

Der Kunde hat eigentlich keinen Grund mehr, in die Filiale zu gehen. Alles, was die Bank für mich machen könnte, soll ich ja selber online machen. Ich will nicht sagen, dass jetzt die ganzen Banken verschwinden, aber man muss eben andere Modelle entwickeln. Sie müssen etwas finden, damit die Leute noch in die Bank kommen. Natürlich wird in Dörfern mit ein paar hundert Einwohnern, wo es außer der Volksbank und einem Supermarkt nicht viel gibt, noch länger alles so bleiben, wie es immer war. Auf der anderen Seite werden in den Städten die großen Volksbanken Filialen schließen müssen, weil ihre Kunden eben ganz andere Bedürfnisse haben. Ihre Aufgabe ist nun, das emotional intelligent zu lösen. Regionalprinzip gegen Internet.

Das ist bei Versicherungen genauso. Ich habe mir kürzlich ein neues Auto gekauft und im Internet nach einer Versicherung geguckt. Dabei kam heraus, dass die im Internet viel billiger war. Der Grund: Beim Internetabschluss habe ich keine freie Wahl von Werkstätten. Wer trotzdem die Werkstatt seiner Wahl nimmt, muss 150 Euro Strafe zahlen. Das ist aber doch keine Rechtfertigung für einen Aufpreis von 400 Euro. Dann zahle ich doch einfach immer die Stra-

ENTWICKLUNG DES BANK-FILIALNETZES IN DEUTSCHLAND



Quelle: Deutsche Bundesbank

fe. Wollen Sie das? Ich bin eben Mathematiker.

Man kann neue Sachen machen. Versicherungen gegen Altersarmut zum Beispiel. Betriebliche Rentenversicherungen. Oder alles, was mit dem Internet der Dinge zu tun hat. Absicherung gegen Betriebsausfälle, wenn das Internet irgendwo crasht oder so. Wenn als Folge davon Firmen einen oder zwei Tage stillstehen, wenn das SAP-System nicht mehr mitmacht oder so. Das sind wahrscheinlich die Fragen der Zukunft, die

eine Rolle spielen. Macht doch mal neue Erfindungen. Also eine richtig gute Erfindung der Volksbankengruppe. Ich stecke zum Beispiel eine Karte in ein Terminal und es ist egal, wie herum. Heute funktioniert es nur auf eine Art, es gibt aber vier verschiedene Möglichkeiten. Deswegen muss man die Karte im Durchschnitt zweimal reinstecken. Kassierer verbringen, sagen wir, fünf Prozent ihrer Zeit damit, die Karte beim Bezahlen richtig einzuführen. Dazu mache ich jeden Tag einen Lehrgang bei Aldi. Kann man nicht einfach Maschinen bauen, die die

Karten von allen Seiten lesen können?
Nochmal: Allein über Ihren guten Namen kriegen Sie die jungen Leute nicht, Sie müssen ihnen Nutzen liefern. Schlicht Nutzen.

Zukunft ist Wollen

Das verwende ich gern als Schlusswort: Zukunft ist Wollen. Und Change ist Müssen. Oder: Sie müssen anfangen wollen zu wollen, oder Sie warten, bis sie müssen müssen. Das ist genau das Problem unserer Zeit. Die zwanghaften Mäuse warten, bis sie müssen müssen. Wenn die Zukunft geplant werden soll, dann reicht Wollen allein natürlich

nicht. Das Wollen muss sich auch darin ausdrücken, dass man Leute hat, die echt etwas tun. Ein letzter Gedanke: Heute ist ein Zeitalter gekommen, wo der Computer untendrunter das Wichtigere ist. Technik ist ein entscheidender Zukunftsfaktor geworden. Das bedeutet, dass Sie renovierungsbedürftige Infrastrukturen ändern müssen. Es ist wirklich ernst. In zehn Jahren, wenn Sie 30 Milliarden Euro Umsatz haben, kann ich gern noch einmal wiederkommen. Dann möchte ich hier aber keine weinenden Gesichter sehen. Wollen Sie lieber und warten Sie nicht, bis Sie müssen!

Impressum

Herausgeber:

R+V Versicherung AG, Konzern-Kommunikation,
Raiffeisenplatz 2, 65189 Wiesbaden

Verantwortlich: Rita Jakli

Redaktion: Tanja Gorr

Grafik: Heisters & Partner,

Büro für Kommunikationsdesign, Mainz

Fotos: Michael Herdlein, Michael Rast

Druck: Görres-Druckerei und Verlag GmbH

1. Auflage August 2016



www.ruv.de