



Das Damoklesschwert GAFAM wird immer bedrohlicher

Die unterschiedlichen Rollen der BigTechs in der Versicherungsbranche

Die BigTechs, abgekürzt auch GAFAM (Google, Amazon, Facebook, Apple, Microsoft), sind dabei, ihre Kerngeschäftsfelder zu erweitern, und decken auch das Financial-Service-Segment zunehmend ab. Obwohl sie dabei oft zusammengefasst werden, sind ihre Rollen im Versicherungsgeschäft jedoch tatsächlich sehr unterschiedlich. Während Facebook und Microsoft sich in einer „Partner“-Rolle (Enabler) befinden, zeigen sich Google, Apple und Amazon auch in einer „aktiven“ Rolle und agieren als Anbieter von Versicherungen oder als Investor. Die Gefahr, die dieser Entwicklung innewohnt: Versicherer können auf die Funktion reiner Risikoträger/Produktlieferanten reduziert werden.

ANALYSE

GAFAM stößt in den Financial-Services-Bereich vor

Die BigTechs gelten als Vorreiter beim Aufbau von wertschöpfungsorientierten und internetbasierten Ökosystemen. In den letzten Jahren haben sie diese Systeme noch zunehmend ausgebaut – und das weit über ihr eigentliches Kerngeschäft hinaus. Wie weit sie sich dabei vom Kernsegment entfernt haben und wie Umfang und Bedeutung des Ökosystems sich veränderten, ist von BigTech zu BigTech unterschiedlich: Facebook macht 98 % seines Ertrags über Werbung, Apple über 80 % mit Hardware und Amazon nur noch 50 % über das ursprüngliche Kerngeschäft E-Commerce.

Wichtig: Alle fünf Firmen haben entschieden das Segment Financial Services zu erschließen – aber auch in unterschiedlichen Rollen und verschiedener Intensität. Alle bieten Payment-Services, aber noch bietet niemand von ihnen Konto- oder Asset-Management-Lösungen. Asiatische BigTechs decken diesen Bereich bereits ab. In weitere Financial-Services-Bereiche, wozu auch Versicherungen zählen, sind bislang nur Amazon, Google und Apple mit eigenen Produkten und Services vorgestoßen.

Die Ökosysteme der GAFAM

(Ausgewählte Segmente mit beispielhaften Services/Produkten)

	GOOGLE	APPLE	FACEBOOK	AMAZON	MICROSOFT
E-Commerce	●	●	●	●	●
Advertising	●	●	●	●	●
Kommunikation	●	●	●	●	●
IT / Infrastruktur	●	●	●	●	●
Suchmaschine	●	●	●	●	●
Entertainment	●	●	●	●	●
Hardware	●	●	●	●	●
Mobility	●	●	●	●	●
Health Care	●	●	●	●	●
Financial Services	●	●	●	●	●

Die Financial-Services-Ökosysteme der GAFAM

(Ausgewählte Segmente mit beispielhaften Services/Produkten)

Financial Services	GOOGLE	APPLE	FACEBOOK	AMAZON	MICROSOFT
Payments	Android / Google Pay Google Pay	Apple Pay	Facebook Pay	Amazon Pay	Microsoft Pay
Kredit	Pläne für Kredite an Händler in Indien via Google Pay	–	–	Amazon Lending	–
Kreditkarte	–	Apple Card	–	Amazon Prime Visa	–
Versicherung	Google Compare (beendet)	Apple Care	–	Amazon Project	–

ANALYSE

Jedes BigTech spielt seine eigene Rolle

Für diese Analyse wurden die Aktivitäten der GAFAM in der Versicherungsbranche in den letzten Jahren identifiziert und bewertet. Auf Basis dieser Untersuchung konnten wir vier grundsätzliche Kernrollen ausmachen:

- Anbieter von Versicherungen
- Investor
- Technologie-Partner
- Advertising-Partner

In diesen unterschiedlichen Rollen sind die GAFAM wiederum unterschiedlich aktiv und relevant.

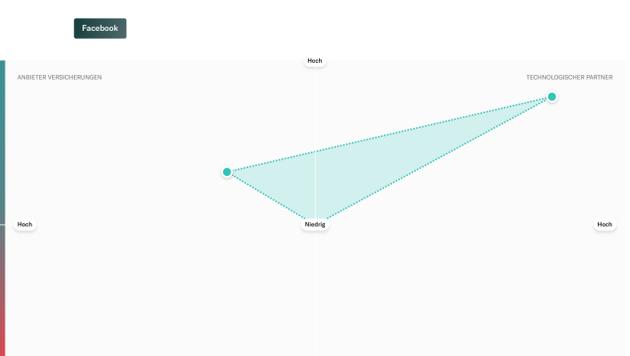
	INVESTOR	ADVERTISING-PARTNER	TECHNOLOGIE-PARTNER	VERSICHERUNGSANBIETER
Google	●	●	●	●
Apple	●	●	●	●
Facebook	●	●	●	●
Amazon	●	●	●	●
Microsoft	●	●	●	●

GAFAM als Konkurrent oder Partner? Sowohl – als auch!

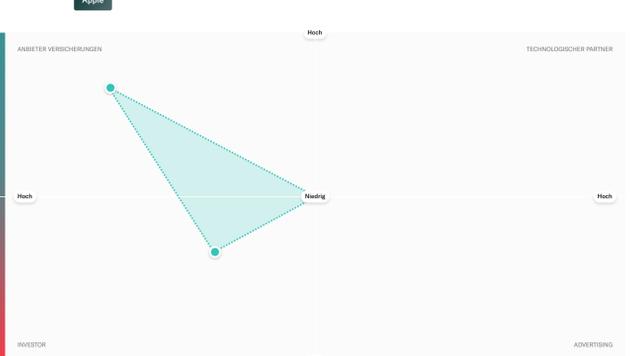
Durch die Schwerpunkte ihrer Geschäftsmodelle und Ökosysteme sowie ihre bisherigen Aktivitäten im Versicherungsgesamt positionieren sich GAFAM unterschiedlich, wenn es um die Frage nach „Konkurrent“ oder „Partner“ geht. Während Microsoft und Facebook ihre Partner als Enabler unterstützen, positionieren sich Google, Apple und Amazon zum Teil in einer stärker konkurrierenden Rolle. Als Konkurrenten sind sie mehr „Vermittler“ als „Versicherer“. Eine Ausnahme bildet Amazon (in Indien mit eigener Versicherungslizenz).

Wenn GAFAM sich auf eine „Vermittler“-Rolle fokussieren, bliebe Versicherern zumindest die Rolle des Produktgebers oder Risikoträgers. Die Kundenschnittstelle hätten sie damit dennoch verloren.

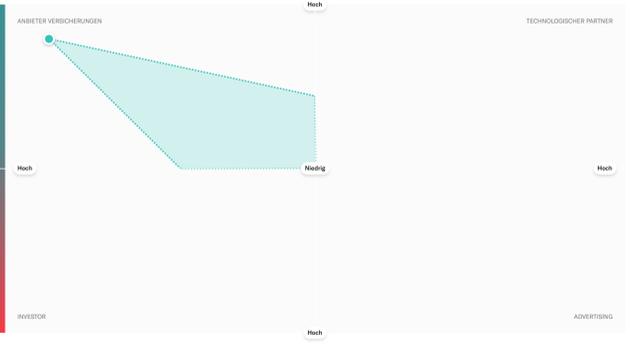
Google



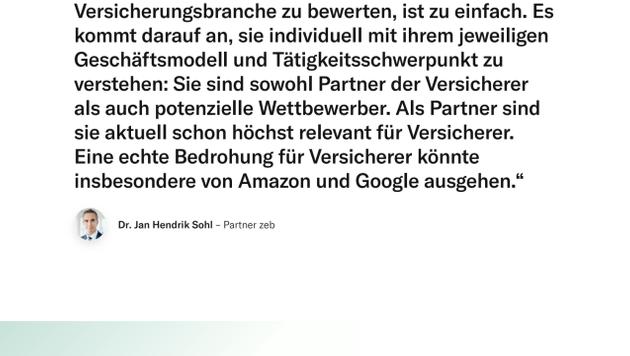
Amazon



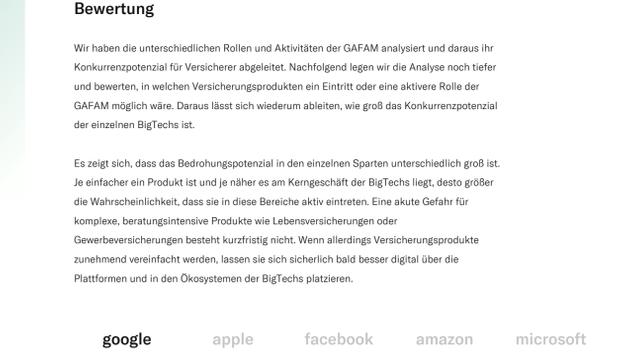
Facebook



Apple



Microsoft



„Die BigTechs/GAFAM pauschal als Gefahr für die Versicherungsbranche zu bewerten, ist zu einfach. Es kommt darauf an, sie individuell mit ihrem jeweiligen Geschäftsmodell und Tätigkeitsschwerpunkt zu verstehen: Sie sind sowohl Partner der Versicherer als auch potenzielle Wettbewerber. Als Partner sind sie aktuell schon höchst relevant für Versicherer. Eine echte Bedrohung für Versicherer könnte insbesondere von Amazon und Google ausgehen.“

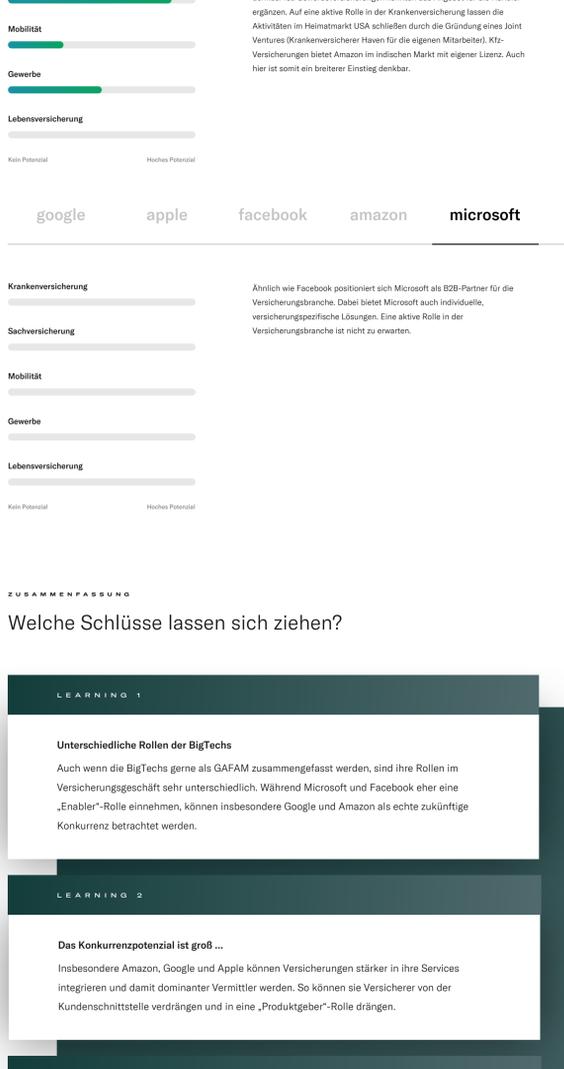


Dr. Jan Hendrik Sohl – Partner zeb

Bewertung

Wir haben die unterschiedlichen Rollen und Aktivitäten der GAFAM analysiert und daraus ihr Konkurrenzpotenzial für Versicherer abgeleitet. Nachfolgend legen wir die Analyse noch tiefer und bewerten, in welchen Versicherungsprodukten ein Eintritt oder eine aktive Rolle der GAFAM möglich wäre. Daraus lässt sich wiederum ableiten, wie groß das Konkurrenzpotenzial der einzelnen BigTechs ist.

Es zeigt sich, dass das Bedrohungspotenzial in den einzelnen Sparten unterschiedlich groß ist. Je einfacher ein Produkt ist und je näher es am Kerngeschäft der BigTechs liegt, desto größer die Wahrscheinlichkeit, dass sie in diese Bereiche aktiv eintreten. Eine akute Gefahr für komplexe, beratungsintensive Produkte wie Lebensversicherungen oder Gewerbeversicherungen besteht kurzfristig nicht. Wenn allerdings Versicherungsprodukte zunehmend vereinfacht werden, lassen sie sich sicherlich bald besser digital über die Plattformen und in den Ökosystemen der BigTechs platzieren.



ZUSAMMENFASSUNG

Welche Schlüsse lassen sich ziehen?

Unterschiedliche Rollen der BigTechs
Auch wenn die BigTechs gerne als GAFAM zusammengefasst werden, sind ihre Rollen im Versicherungsgeschäft sehr unterschiedlich. Während Microsoft und Facebook eher eine „Enabler“-Rolle einnehmen, können insbesondere Google und Amazon als echte zukünftige Konkurrenz betrachtet werden.

Das Konkurrenzpotenzial ist groß ...
Insbesondere Amazon, Google und Apple können Versicherungen stärker in ihre Services integrieren und damit dominanter Vermittler werden. So können sie Versicherer von der Kundenschnittstelle verdrängen und in eine „Produktgeber“-Rolle drängen.

... aber noch nicht alle Versicherungsprodukte gleichermaßen bedroht
Das Konkurrenzpotenzial liegt vor allem in den einfachen Kompositprodukten für Privatkunden. Kurzfristig sind beratungsintensive Produkte nicht im Fokus der BigTechs. Sollten die BigTechs den Willen entwickeln, auch komplexe Produkte einfach und integriert in ihren Plattformen anzubieten, so dass die Kunden kein Vertrauensproblem im Abschluss mehr haben, steht den GAFAM im Versicherungsbereich wenig entgegen.