



«Versicherungen werden lernen müssen, Themen stärker zu vernetzen»

Die Art und Weise, wie sich Menschen fortbewegen und Güter transportiert werden, wandelt sich grundlegend: Die Möglichkeiten der Digitalisierung sowie veränderte Ansprüche an Nachhaltigkeit und Komfort führen zu völlig neuen Mobilitätskonzepten. Das fordert auch die Versicherungsunternehmen heraus.

Interview mit Patrick Wirth, Verantwortlicher Ökosystem Mobilität (rechts im Bild) und Giuseppe Nibali, Mobilitätsverantwortlicher des Konzernbereichs Schweiz bei der Baloise

Patrick Wirth, Giuseppe Nibali, die Baloise bündelt ihre Themen in sogenannten «Ökosystemen». Worum handelt es sich dabei – und welche Vorteile ergeben sich daraus?

Patrick Wirth: Wir fokussieren uns auf die beiden Themen «Mobilität» und «Home». Diese haben wir vor drei Jahren als wesentlich für die Baloise definiert. Dies zum einen, weil wir in diesen Handlungsfeldern über weitreichende Erfahrung und Expertise verfügen. Und andererseits, weil wir hier spannende und innovative Versicherungsdienstleistungen erbringen und ebensolche Produkte lancieren können. Darüber hinaus möchten wir künftig eine noch grössere Nähe zu unseren Kundinnen und Kunden aufbauen. Unser Ziel besteht darin, für die Menschen relevanter zu werden und positiv zu ihrem Alltag beizutragen.

Sprechen wir über das Ökosystem «Mobilität» der Baloise. Welches sind die zentralen Themen darin?

Patrick Wirth: Wir glauben an eine Zukunft der «Three Zeros»: Null Schäden, null Emissionen sowie null Eigentum, sprich, wir gehen davon aus, dass Menschen künftig seltener ein eigenes Gefährt besitzen werden. Alle aktuellen Megatrends in der Mobilität beschleunigen den Wandel zur «dreifachen Null». Wenn wir diese drei Punkte als strategische Grundlage heranziehen, geht es schnell um konkrete Themen wie Car-sharing, die Elektrifizierung der Mobilität sowie das Vermindern von Emissionen wie Abgase oder auch Lärm. In allen drei Bereichen sind wir derzeit daran, neue Lösungen zu entwickeln – oder haben bereits solche lanciert (*Anmerkung der Redaktion: Mehr dazu in der Infobox*).

Giuseppe Nibali: Früher identifizierte jede Landeseinheit der Baloise die relevanten Trends auf nationaler Ebene und zog daraus ihre eigenen Schlüsse. Mittlerweile wurde aber erkannt, dass gerade zu solch dynamischen Themen wie «Mobilität» vielmehr eine gemeinsame Koordination notwendig ist. Darum haben wir Anfang 2020 unsere Bemühungen konsolidiert. Wichtig war – und ist – dabei, dass wir die für uns relevanten Themen zu Beginn stets losgelöst von unseren Produkten betrachten. Denn am Anfang muss es darum gehen, Trends und Kundenbedürfnisse zu erkennen, daraus Schlüsse zu ziehen und Entwicklungen zu antizipieren, bevor wir unsere Kernprodukte auf die neuen Erkenntnisse ausrichten.

Ein perfektes Stichwort: Welches sind gemäss Ihres Erachtens die wichtigsten Trends im Mobilitätsbereich?

Patrick Wirth: Nebst den «Three Zeros» sehen wir die Elektrifizierung der Mobilität als starken Beschleuniger der Veränderungen. Damit gehen Themen einher wie ständige Konnektivität sowie die Bewältigung der entstehenden Datenflut. Auch autonome Fahrzeuge rücken langsam, aber sicher in das Interesse des Mainstreams. Natürlich liegt das Streben nach mehr Nachhaltigkeit all diesen Entwicklungen zugrunde.

Giuseppe Nibali: Ebenfalls spannend ist die Tatsache, dass sich nicht nur die Antriebe verändern, sondern auch die Fahrzeuge als Ganzes intelligent werden. Die Wagen von morgen werden sich zu den heute gängigen Modellen so verhalten wie die aktuellen Smartphones zu den Dualband-Handys der 2000er-Jahre. Denn smarte Fahrzeuge sind immer online und fördern so ihre ständige Weiterentwicklung. Es geht in Zukunft also nicht allein um Hardware, sondern auch um Software. Unsere Fahrzeuge werden sich durch regelmässige Updates laufend optimieren, ganz so wie die Betriebssysteme unserer heutigen Geräte.

Wie adressieren Sie diese Themen mit Ihren Dienstleistungen und Produkten?

Giuseppe Nibali: Im Grundsatz muss es uns gelingen, aus den identifizierten Entwicklungen und Trends konkrete Bedürfnisse abzuleiten, die wir dann mit passenden Angeboten bedienen. Dies immer mit dem Ziel, unseren Kundinnen und Kunden nützliche Lösungen anbieten zu können. Die Baloise führt in erster Linie klassische Versicherungen im Portfolio, sprich Motorfahrzeug-, Hausrat- sowie Gebäudeversicherungen. Vor zwei Jahren haben wir diese Palette unter anderem gemeinsam mit «MyCamper» erweitert, einer Sharing-Plattform für Camping-Fahrzeuge. Die Betreibenden kamen damals mit der Absicht auf uns zu, ihren Kundinnen und Kunden eine bessere, massgeschneiderte Versicherungslösung anbieten zu wollen. Da uns das Konzept der «geteilten» Camper dermassen überzeugte – und zudem perfekt in unser Mobilitätsökosystem passte – setzten wir uns mit den Macherinnen und Machern der Plattform zusammen, um weiteres Kooperationspotenzial auszuloten. Letztlich erwuchs daraus unser Sharing-Produkt «Inshareance», für das wir jüngst sogar nationale und internationale Innovationsauszeichnungen entgegennehmen durften. Das Beispiel «MyCamper» zeigt, dass wir als Versicherungsgesellschaft am Übertritt in eine neue Welt stehen – eine, in der wir viel näher mit unseren Kundenunternehmen kooperieren, um gemeinsam neue spannende Wege zu gehen.

Welche künftigen Mobilitätsthemen werden für die Baloise und ihre Kundschaft mittel- bis langfristig die grösste Rolle spielen?

Patrick Wirth: Um diese Frage für uns besser beantworten zu können, haben wir eine Studie durchführen lassen, die den Titel «Die Zukunft der Mobilität – ein Blick auf das Jahr 2040» trägt. Im Rahmen dieser Studie werden diverse Szenarien aufgegriffen und näher beleuchtet. Ich denke, generell werden wir im Bereich Mobilität eine grosse Bewegung hin zu mehr Nachhaltigkeit sehen, insbesondere in urbanen Räumen. Die Kernfrage für die Städte lautet, wie sich der Autoverkehr auf den letzten Kilometern reduzieren lässt und wie man allgemein Fahrzeuge aus den Innenstädten fernhalten kann. Die Vernetzung verschiedener Verkehrsträger ist für uns ein grosses Thema, ebenso wie Arbeitgeber-geförderte, kombinierte Mobilitätsformen. Gleichzeitig darf man das Automobil nicht abschreiben, es bleibt relevant. Welche Form die Autonutzung allerdings annehmen wird – das ist die Frage, die

es zu beantworten gilt. Wie wir als Baloise zu dieser Entwicklung beitragen können, ist die Folgefrage, auf die wir mit unseren Partnerunternehmen und Kooperationen bereits erste Antworten gegeben haben (*Anmerkung der Redaktion: Mehr dazu in der Infobox*).

Giuseppe Nibali: Wenn wir uns die Schweiz spezifischer anschauen, sehen wir, dass bei uns gewisse Trends etwas länger benötigen als in den Nachbarländern. Dennoch müssen auch wir die Augen offenhalten. Zum Beispiel bedeutet die Tatsache, dass sich hierzulande vergleichsweise viele Menschen ein eigenes Auto leisten können nicht automatisch, dass sie dies auch tatsächlich möchten. Für diese Personen können darum ebenfalls innovative Sharing-Konzepte attraktiv sein. Wir versuchen daher, Leistungen und Produkte komfortabel zu bündeln. Ein Beispiel dafür ist das Full-Service-Leasing von «Gowago». Aber auch Abo-Modelle sind in diesem Zusammenhang hochinteressant. Ferner müssen wir beobachten, wie sich der Vertrieb der Automobilbranche verändern und welche Auswirkungen dies auf unsere Dienstleistungen haben wird.

Wie meinen Sie das?

Giuseppe Nibali: Tesla hat vorgemacht, wie ein Automobilproduzent direkt mit den Endkundinnen und -kunden zusammenkommen kann, ohne den Umweg über Händler machen zu müssen. Vielleicht werden sich künftig für andere Automobilmarken zentrale Kompetenzzentren etablieren. Das würde uns vor die Frage stellen, wie wir die klassische Motorfahrzeugversicherung anpassen müssen und welche neuen strategischen Kooperationen wir andenken sollten.

Mit diesen Dienstleistungen erweitert die Baloise ihr Mobilitätsangebot über Versicherungslösungen hinaus

GoMore

GoMore – ein Peer-to-Peer-Carsharing-Unternehmen – erreicht mit seiner Carsharing-Plattform für die Vermietung von privaten Fahrzeugen eine bessere Auslastung der bestehenden Autos und trägt so zu einer nachhaltigen Transformation der Mobilität in Europa bei.

GOWAGO.CH

Gowago – der grösste Online-Shop in der Schweiz für Autos zum monatlichen Fixpreis – bietet Leasing für Neu- und Gebrauchtwagen. Mit dem Angebot «All-in-one» hat Gowago ein Produkt entwickelt, das Versicherung, Steuern, Service, Reifen und eine erweiterte Garantie kombiniert. Die Abläufe sind zu 100 Prozent digital und das Auto wird kostenlos nach Hause geliefert.

Patrick Wirth: Ganz generell werden wir als Versicherer lernen müssen, Themen künftig noch stärker zu vernetzen und auch unser Angebot modularer anzubieten. Auf diese Weise können wir den Bedürfnissen unserer Kundinnen und Kunden individuell entgegenkommen und damit unserem Anspruch genügen, eine relevante Rolle in ihrem Alltag zu spielen.

Weitere Informationen unter www.baloise.ch und www.baloise.com/mobility

Basler Versicherungen

Über die Baloise

Die Basler Versicherungen und die Baloise Bank SoBa agieren gemeinsam als fokussierter Finanzdienstleister, eine Kombination von Versicherung und Bank. Sie sind in der Schweiz führend bei integrierten Lösungen für Versicherung, Vorsorge und Vermögensbildung für Privatkunden sowie kleinere und mittlere Unternehmen. Die Basler zählt rund 3700 Mitarbeitende. Die Basler Versicherungen und die Baloise Bank SoBa sind Teil der Baloise Group mit Sitz in Basel, die rund 7700 Mitarbeitende beschäftigt.

STRATOS
effective automotive technology

Stratos Technologies – bietet verschiedene Software-Lösungen, die bei Garagen, Leasing-Firmen und Versicherungen zum Einsatz kommen, wenn Wartungs- und Reparaturkosten berechnet oder überprüft werden. Zudem digitalisiert Stratos Technologies Aftersales-Prozesse für Full-Service-Leasing Unternehmen, Flottenprovider, Versicherungsgesellschaften und Werkstatt-Ketten.

PARCANDI

Parcandi – ein Spin-off der Baloise – vermittelt zwischen Besitzer leer stehender Parkplätze und Parkplatzsuchenden. Immobilienbesitzer können ihre Parkplätze einfach und flexibel über Parcandi vermieten.