

## **Mobilitätskongress 22. Januar 2020 – Juan Beer, CEO Zurich Schweiz**

### **Mobilitätsmanagement in Unternehmen: Mobilität im Wandel – Konsequenzen für Zurich**

#### **Allgemein**

- Die Kombination von sich ändernden Lebensstilen, Kundenpräferenzen, Kundenerwartungen und dem technologischen Wandel, stellt die gesamte Assekuranz vor beispiellose Herausforderungen
- In einer Industrie, welche historisch den Kunden gesagt hat, was, wo und wie gekauft werden soll, sagt uns heute der Kunde, was er oder sie, wann, wo und wie kaufen möchte. Das ist eine fundamentale Veränderung für uns als Industrie
- Getrieben wird diese für uns neue Ausgangslage vom technologischen Wandel und beim Motorfahrzeug-Versicherungsgeschäft, als zentraler Geschäftszweig, durch das sich ändernde Mobilitätsverhalten der Bevölkerung, insbesondere der «Millenials». Die alten Regeln des Marktes gelten nicht mehr
- Hinzukommt, dass die Haltung der einzelnen Versicherer zum Klimawandel und die konkreten Verpflichtungen zur Erfüllung der Ziele unter dem Pariser Klimaabkommen, sich immer mehr zu einem entscheidenden Faktor mustert, um Talente anzuziehen und zu halten
- Als Arbeitgeber ist man daher gefordert, sich nicht nur über Produkteinnovation sondern auch über den Arbeitsplatz der Zukunft zu positionieren, also als Arbeitgeber der Zukunft
- Gleichzeitig erwachsen aus neuen Mobilitätskonzepten jedoch auch neue Geschäftsfelder und daher strategische Optionen und Chancen

#### **Externe Betrachtung**

- Das Mobilitätsverhalten der Millennials und der Generation «Z» gegenüber früheren Generationen stark hat sich stark verändert
- Im Zentrum steht nicht das Automobil als Fortbewegungsmittel oder als Statussymbol, sondern die multimodale Mobilität – die Möglichkeit sich nach Bedarf flexibel und effizient von A nach B fortbewegen zu können
- Wir bewegen uns weg von «Besitz» in Richtung «Verfügbarkeit», mit dem optimalen Medium, zum gewünschten Zeitpunkt und zum richtigen Preis
- Mit der Bahn zur Arbeit, Bus und Tram für die Stadt, Uber am Wochenende, zu Fuss oder mit Fahrrad oder E-Trottinett für kurze Wege und das Auto der Wahl für den Urlaub, das Wochenende oder den Grosseinkauf.
- Zum Beispiel haben wir bei Zurich seit anfangs 2019 eine Zusammenarbeit mit Uber in der Schweiz und versichern den Einsatz von privaten Fahrzeugen für den gewerblichen Gebrauch sobald die App an ist

- Mit diesen Entwicklungen beschäftigt sich neben der Assekuranz auch die Automobilindustrie und dies setzt unsere Wertschöpfungskette unter Druck und erfordert ein Umdenken. Denn auch andere Industrien sehen Versicherung als eine mögliche Einkommensquelle, welche kein Kapital erfordert
- Die Fähigkeit, Kunden Mobilitäts-Ökosysteme anzubieten, wird immer zentraler. Dazu gehören Car-Sharing-Konzepte. Ein Beispiel hierfür ist unsere Beteiligung an AutoSense, zusammen mit AMAG und der Swisscom
- Für die Assekuranz treffen hier Herausforderungen und Chancen im gleichen Umfang aufeinander
- Es stellt sich ebenfalls die Frage des Geschäftsmodells und der Kundenbindung, wenn Versicherungen am Verkaufspunkt abgeschlossen werden, also beim Automobilhändler
- Wem gehört der Kundenzugang? Welche Lösungen brauchen wir in einer Welt, in der Automobile geteilt werden?
- Wie lange werden Kunden noch bereit sein, Jahresprämien zu bezahlen, wenn das Auto unregelmässig gefahren wird?
- Wer haftet wofür, wenn Motorfahrzeuge teil- oder vollautonom fahren?
- Alle diese Fragen gilt es zu beantworten. Einerseits durch uns als Industrie und andererseits durch die Politik und das Rechtssystem

### **Interne Betrachtung**

- Der Umgang mit den genannten externen Realitäten und Trends erfordert neue Ansätze bei der Produktegestaltung und der Preisfindung für Motorfahrzeugversicherungen
- Konzepte wie Modularität oder die sogenannte «Usage Based Insurance», also Versicherung nach Bedarf und Gebrauch, werden an Bedeutung zunehmen. Unsere Plattform, um dies zu testen ist eben unsere Beteiligung an AutoSense, zusammen mit AMAG und der Swisscom. Die Idee dahinter ist ein offenes Mobilitätsökosystem und die „Convenience“ für unsere Kunden über die intelligente Verlinkung zu Parkfeldern, Parkhäusern oder Tankstellen
- Gleichzeitig ergeben sich aufgrund der zunehmenden Digitalisierung in Fahrzeugen auch neue Risiken. Ein gutes Beispiel dafür ist Cyber, denn da wo Digitalisierung stattfindet, sind auch die Hacker nicht weit. Hier treffen wiederum Herausforderungen und Opportunitäten im gleichen Umfang aufeinander. In 2019 hat Zurich ein Cybermodul für Motorfahrzeugversicherungen in den Markt gebracht – dies als erster Versicherer in der Schweiz

- Aber auch neue Car-Sharing-Konzepte brauchen neue Antworten. Im Zentrum steht nur noch das Fahrzeug und nicht Fahrer und Fahrgast – der Fahrer wird unter solchen Modellen für den Versicherer unbekannt bleiben. Historische Tarifierungsmodelle müssen neu erfunden werden
- Und da sind noch die Mitarbeitenden und die zukünftigen Talente und Arbeitnehmenden
- Diese haben zunehmend Erwartungen an die Nachhaltigkeit unseres Handelns
- Strategische Überlegungen und Entscheide erfordern zwingend eine neue Balance zwischen Mitarbeitenden, Kunden, Umwelt und Gesellschaft, denn nur so werden wir uns als ein Arbeitgeber der Zukunft präsentieren und positionieren können
- Zurich hat die Weichen früh gestellt und für die Mitarbeitenden 2014 unterschiedliche „Travel-Options“
- Das Angebot für die Mitarbeitenden wird kontinuierlich erweitert. Dies unter anderem mit einer Hybrid-Flotte oder E-Bikes
- Ein anderes gutes Beispiel sind unsere Fahrzeugexperten und Schadeninspektoren
- Zurich betreibt eine Flotte von 140 Fahrzeugen für die Fahrzeugexperten und Schadeninspektoren. Die Fahrzeuge kommen in der ganzen Schweiz zum Einsatz und sind für unsere Kunden bis zu 40'000 Kilometer im Jahr unterwegs
- Wie wir in Zukunft unsere Kunden den nachhaltigsten Service bieten können, wird momentan geprüft: Wir planen Pilotprojekte mit E- und Wasserstoffautos. Ebenso treiben wir digitale Möglichkeiten voran, die eine Fahrt ganz unnötig machen – ein Schaden wird zum Beispiel per Foto oder Video des Kunden beurteilt und ganz einfach abgewickelt
- Genauso nachhaltig sind unsere E-Bikes, die seit 2018 im SkyKey und an der Austrasse in Zürich für unsere Mitarbeitenden bereitstehen
- Wichtig sind aber auch neue Arbeitszeitmodelle, wie Flexwork oder Homeoffice
- Warum müssen wir alle um 08:00 im Büro sein und um 17:00 auf dem Heimweg?
- Warum müssen wir alle gleichzeitig im Stau stehen?
- Warum müssen wir überhaupt jeden Tag ins Büro kommen?
- Könnte man am Freitag bis 14:00 oder 15:00 durcharbeiten, um den Verkehr ganz allgemein zu entlasten?

- Genau mit diesen Fragen setzen wir uns bei Zurich auseinander und vieles ist heute schon umgesetzt. Dazu gehören Flexwork oder Homeoffice
- Dies erhöht einerseits die Flexibilität und die Zufriedenheit der Mitarbeitenden und leistet andererseits einen Beitrag an die historische Challenge der Kapazitätsgrenzen auf Strassen und Schienen zu Stosszeiten

### **Fazit**

- Es besteht kein Zweifel darüber, dass die Mobilität im Wandel ist und eine Vielzahl an Konsequenzen für Zurich, für die Versicherungsindustrie und für uns alle als Gesellschaft hat
- Im Rahmen unserer Ambition, haben wir uns bei Zurich dazu verpflichtet, diese Transformation am Schweizer Versicherungsmarkt anzuführen, indem wir über Versprechen und Verpflichtungen gegenüber unseren vier Anspruchsgruppen, Mitarbeitende, Kunden, Klima und Gesellschaft, konkrete Pläne und Taten vorantreiben
- Als Zurich können wir das Problem nicht alleine lösen. Jedoch können wir einen Beitrag leisten. Genau darum geht es. Denn das Problem zu bewundern und auf die Bewegungen anderer zu warten darf keine Option sein
- Und das tun wir mit absoluter Überzeugung, denn die Erfüllung dieser Erwartungen soll bei uns nicht auf dem Faktor Glück oder dem Zufallsprinzip beruhen!