

# INSURTECH A GYAKORLATBAN

## ..... Miért reformáljunk a biztosításban? .....

**Manapság divatos startupperkedni, ha pedig ezt esetleg fintech területen sikerül megtenni, az egyenesen menő dolog. A fintech kifejezés ezzel egyenes arányban kezdi értelmét veszíteni, lassan mindent fintechnek hívnak, ami minimálisan eltér az általános banki és biztosítói gondolkodástól, megoldásoktól. Gyakran klasszikus, online világ felé is túl későn nyitó bankok - már lassan húsz éve volt egy dotcom lufi - hívják magukat fintech banknak. Olyan ez, mintha minden autógyár, ami kísérletezik alternatív megoldásokkal, **zöld autógyárnak** hívna magát. Ebben a lapszámban a Fintech Világa rovat főleg az Insurtech irányról, azaz a biztosítás területén megvalósuló fintech megoldásokról szól, ezért kezdésnek érdemes végignézni, **miért is van szükség ezen a területen újításra, miért gondoljuk, hogy bizonyos elemeit elengedhetetlen a technológia adta lehetőségekkel megreformálni.** | Suppan Márton**

A fintech törekvések alapvetően akkor járnak jó úton, ha élethelyzet-menedzsmentet tesznek lehetővé a felhasználók számára. Erre a mai technológia egyszerű megoldásokat biztosít. Ez azokban az esetekben fordul elő insurtech területen, amikor a felhasználók éppen aktuális élethelyzete megköveteli a biztosítás megkötését. Ennek a megléte a klasszikus szolgáltatók esetében nem egyértelmű, de teljesen logikusnak tűnik, hogy így működjön: **mennyivel egyszerűbb lenne bekapcsol/kikapcsol alapon indítani az utasbiztosítást mobilapplikációból, parkolással egyszerre indítani a lopás elleni cascot, vagy csak akkor fizetni érte, amikor vezetjük az autót.** Nyaralás alatt sem ugyanolyan kockázatnak vagyunk kitéve sziklamászás közben, mint amikor a tengerparton napozunk. Ezek a pay-as-you-go típusú megoldások kezdetleges formában már léteznek, érdemes próbálgatni őket.

Fontos új biztosítási szegmens jöhet létre tranzakció-méret alapján is, eddig ugyanis a - sokszor papíralapú - biztosításkötési folyamatok nehézsége és a háttér IT-rendszerek kezdetlegessége miatt nem volt kifizetődő mikrobiztosítást szolgáltatni. Ezek olyan, akár néhány tíz forintba kerülő egységek, mint a vonatjegyhez köthető egy útra szóló balesetbiztosítás. A fentiek megléte esetén a biztosítási szektor közelebb kerülhet ahhoz, hogy a szolgáltatók ne ügyfelekről, hanem felhasználókról beszéljenek, akik aktivizálhatók, így pedig sok egyéb, extra bevételt jelentő szolgáltatás is kiépíthető. Ehhez azonban elengedhetetlen, hogy az ügyfélélmény, azaz user experience is kiemelkedő legyen. **Ne papíralapon vagy mérnöki logikával felépített weboldalon kelljen bénázní, hanem kimagasló ügyfélélményt adó mobilappokban és webes applikációk segítségével lehessen ki-be kapcsolgatni az éppen igénybe vett szolgáltatást.**

Egy következő lépcső lehet, ha a felhasználói felületek, illetve adatbázisok, és a lassú, de robusztus, kockázatelemzést végző core-rendszer közé létrejön egy ideális esetben felhőben működő, nyitott középső réteg, úgynevezett mid-ware rendszer, ami képes különböző statisztikákat készíteni, melyekre épülhetnek a fent említett kiegészítő szolgáltatások. Egy ilyen rendszer képes üzemeltetni olyan mesterséges intelligenciaalapú megoldásokat is, ami akár automatikusan bekapcsolja az utasbiztosítást, ha határátlépés történik, vagy összekapcsolódik a bankszámlánkkal, és repülőjegyvásárlásnál szól, hogy gondoljunk majd a biztosításkötésre is.

Egy külön téma az úgynevezett risk-pool alapon működő szolgáltatók köre. Itt olyan kockázatközösségek jönnek létre, akár felhasználói kezdeményezésre, akár automata besorolás alapján, ahol hasonló kockázatú ügyfelek tömörülnek, így különválnak a 'jó' és 'rossz' ügyfelek, és **ha a 'jó' ügyfelek csoportja valóban kevesebb kockázatot hordoz magában, vagyis kevesebb biztosítási esemény következik be, akkor a biztosítónak esemény kártérítést kell fizetnie, így komoly összegek spórolhatók meg.** Ezt a biztosítók visszaadják az ügyfeleknek, vagy a későbbi díjak csökkenthetők vele, de van, aki alapítványoknak ajánlja fel.

Összességében megvannak az irányok arra vonatkozóan, hogy hova érdemes eljutni, a fent felvázolt kép azonban sok szempontból még túl idealista: a klasszikus biztosítók akkora ügyfélállományon ülnek, hogy nem egyértelműen érdekük mobilizálni azt egyszerűbb kötési folyamatokkal. Néhány esetben a jogi és szabályozási kérdések is akadályt jelentenek. Nincs egyszerű dolga a valódi insurtech cégeknek, az viszont egy nagyon jó hír a számukra, hogy nekünk, felhasználóknak nagyon kellene az élethelyzeteinkhez illeszkedő, és azokat könnyebbé tevő megoldások.



# PAY AS YOU GO!

**Sok város lakó gondolja úgy, hogy egy sima hétköznapon inkább nem ül autóba, mert az amúgy is magas stresszszintjét nem emelné tovább a dugókban történő várakozással és a kaósszal. Ezek az autók főleg hétvégén vagy csak speciális esetekben ülnek volán mögé. A kevesebb autóhasználatlalt sokat spórolhatunk, például az üzemanyagon, de sok olyan fix költség merül fel egy autó fenntartása során, amelyeket akkor is ki kell fizetnünk minden évben, ha egyszer sem indultunk el gépjárművünkkel. Ide tartoznak a biztosítási díjak is. Természetesen mostanra már erre is megoldást biztosít a technológia fejlődése. | Somlyai László**

Az insurtech-világ egyik vívmánya az úgynevezett pay-as-you-go biztosítás, amelynek lényege, hogy az alacsonyabb alap biztosítási díjon felül aszerint kell extra díjakat fizetnünk, hogy mennyit és milyen minőségben használjuk az autónkat. A technológia segítségével már azt is nyomon követhetik, hogy milyen a vezetési stílusunk. Erre két módszer is létezik. Az egyik esetben egy speciális eszközt kell beépítenünk a kocsiba, amely folyamatosan trackeli vezetési adatainkat. A másik esetben a kocsihoz tartozó telematikai szolgáltatásokon keresztül sze-

rezhetjük meg az adatokat. Ezen információk segítségével a biztosítónk nyomon tudja követni, hogy mennyit használtuk az autónkat, illetve értékelni tudja a vezetési stílusunkat is, így ennek alapján határozhatja meg a fizetendő biztosítási díjat. A vezetési stílusunkkal kapcsolatos elemzésekhez mi is hozzáférhetünk, így fejleszthetjük önmagunkat. Az adatok segítségével nemcsak a biztosítási díjunkt csökkenthetjük, hanem kevesebb üzemanyagot is fogyasztathatunk, amivel védhetjük a környezetünket és a pénztárcánk tartalmát is.

## CUVVA

Az Egyesült Királyságban 2015 októberében indult el a Cuvva pay-as-you-drive szolgáltatása.

A jelenleg seed befektetési fázisban lévő cég üzleti modelljének lényege, hogy az ügyfelek fizetnek egy előre meghatározott fix díjat, amely fedezi az esetleges tüzesetből vagy lopásból származó károkat. Ennek mértéke 10 és 30 angol font között alakul, amely átszámolva 3.700 – 10.000 forint közötti összeget tesz ki. A fix rész nagyságát az autó értéke, valamint az ügyfél lakóhelye alapján határozzák meg. Ezen felül egy extra díjat is meg kell fizetni, de csak akkor, ha használjuk az autónkat, így akár utanként is köthetünk biztosítást. Azoknak a gépjárművezetőknek ajánlják a szolgáltatást, akik 5.000 – 8.000 kilométert vezetnek évente. A biztosítás megkötését és a kárbejelentéseket is mobiltelefon használatával tehetjük meg. A tulajdonosok véleménye szerint biztosítottjaik az Egyesült Királyságbeli áron kalkulálva, akár évi 500 angol fontot is megtakaríthatnak, amely átszámítva közel 200.000 forintot jelent. Ez az átlagos biztosítási költség 30%-a, tehát akár 70%-os megtakarítás is elérhető évente a Cuvva használatával.

## VEMOCO

A magyar felhasználók számára releváns szolgáltatást nyújt a VEMOCO Telematics megoldása. Maga a név a Vehicle Mobile Communication kifejezésből származik. A manapság használatban lévő autók többségében megtalálható az úgynevezett szervizcsatlakozó, amit szaknyelven OBD-II csatlakozónak neveznek, amelybe elhelyezhető a VEMOCO készüléke. Az eszköz segítségével kerülnek rögzítésre a vezetés során keletkező információk, valamint ez az alapja a cég biztonságtechnikai szolgáltatásainak is. Az OBD-II csatlakozóba helyezhető eszköz interneten megrendelhető, melyhez akár Androidos, akár iOS-es eszközökhöz is le tudunk tölteni ingyenes alkalmazást. Az applikáción keresztül mi is információkhoz juthatunk. A cég prémium szolgáltatásaihoz tartozik a 24/7-es ügyfélszolgálat, valamint a felügyeleti szolgáltatás, amelynek keretében illetéktelen motorindítás vagy a VEMOCO rendszer eltávolítása esetén is jelzést küldenek a felhasználó számára, így jelezvén egy

esetleges autópápai kísérletet. A VEMOCO rendszer által összegyűjtött információk segítségével az ügyfelek vezetési stílusa javítható, amely további megtakarításokat eredményezhet a felhasználók számára. Az üzemanyag megtakarítás mellett a rendszer jelzi a várható és a már akut meghibásodásokat is, így a szervizköltségek is redukálhatóak. A megfelelő vezetési stílust alkalmazók akár 40%-kal is csökkenthetik a CASCO fizetési kötelezettségüket. A VEMOCO magyarországi partnere a PostaCasco szolgáltatást nyújtó Posta Biztosító. A VEMOCO számítása szerint évente akár 750.000 forintot is meg lehet takarítani az üzemanyag, szerviz és biztosítási költségeken.

Jó látni, hogy a technológia segítségével az autózás és a hozzá kapcsolódó biztosítások is egyszerűbbé, valamint olcsóbbá válnak, hiszen most már csak egy mobiltelefon és internet szükséges hozzá. Felmerül a kérdés, hogy mikor köthetünk ugyanilyen olcsón és egyszerűen mondjuk utasbiztosítást egy belföldi vagy egy külföldi utazás előtt. El tudom képzelni a pay-as-you-go típusú biztosítások használatát akár a busszal, vonattal vagy repülővel történő utazások során is. Reméljük, nem kell ezekre sokat várni és hamarosan elérhetőek lesznek számunkra. Lehet hallani olyan hangokat a piacon, amelyek azt sugtognák, hamarosan új pay-as-you-go biztosítást nyújtó szolgáltató fog megjelenni a Magyarországon. Talán ők elhozzák számunkra ezeket az új lehetőségeket is.



# A jelszó: közösség!



Forrás: pixabay.com

**Manapság bármerre nézünk, közösségi szolgáltatásokba botlunk. Körbevesz minket a közösségi média, közösségi személyszállítás révén érhetünk célba, léteznek közösségi éttermek, de még közösségi veteményeskertek is. Sőt! Mostanra már akár közösségi alapú biztosítást is köthetünk – ugyan sajnós még nem itthon.** | Somlyai László

Az úgynevezett peer to peer (P2P) biztosítási szolgáltatás a közelmúltban indult el hódító útjára mint innovatív, úgynevezett insurtech szolgáltatás. A módszer lényege, hogy az ügyfelek egymásnak nyújtanak biztosítási fedezetet, elsősorban kisebb káresemények kielégítésére. Úgy lehet elképzelni a működési elvet, mint ha egy közösség tagjai egy közös befőttesüvegbe raknának félre pénzt váratlan helyzetek esetére. Ebből keletkezik egy biztosítási alap. Amennyiben a közösség bármelyik tagjával történik egy káresemény, akkor ebből a befőttesüvegből tudja kárpótolni magát. Ha adott időszak végén marad pénz a befőttesüvegben – tehát nem történik sok káresemény – akkor a közösség tagjai között szétosztásra kerül a maradványérték. Mára több cég is foglalkozik P2P biztosításokkal. Ismerjetelek meg két kiemelkedő példát, egyet az USA-ból, egyet pedig Európából.

## Lemonade™

2016 szeptemberében kezdte meg működését New York államban, ahol közösségi otthonbiztosítást nyújtanak a lakástulajdonosok számára. A Lemonade logikája az, hogy az ügyfelekből beszedett díjakat összegyűjtik, amiből káresemény esetén kielégítik a biztosítási közösség tagjait. Az év végén

megmaradó összeget pedig non-profit szervezetek megsegítésére ajánlják fel. Jogosan merülhet fel bennünk két kérdés: először is, mi van akkor, ha nem elég a közösség által összegyűjtött pénz a káresemény finanszírozására? A Lemonade erre is gondolt, hiszen viszontbiztosítók segítségével gon-

doskodnak arról, hogy a megtörtént káresetet elszenvedett közösségi tag mindenképpen kárpótolva legyen. Másrészt felmerül a kérdés, mi a haszna ebből a Lemonade-nek? Egy átlagos biztosítótársaság profitja elsősorban a ki nem fizetett káresetekből tevődik össze. Ezzel szemben a Lemonade egy előre meghatározott 20%-os működési költséget von le a befizetett biztosítási díjakból, amelyből finanszírozni tudja saját működését és a tulajdonosok reménybeli profitját.

A biztosítási elv mellett a felhasználóbarát kezelési felületet is érdemes kiemelni. A biztosítások megkötése és a kárbejelentés is mobilapplikáció vagy internet segítségével történik. Más opció nincs, mivel nem üzemeltetnek telefonos ügyfélszolgálatot. Az online szolgáltatás 24/7-ben működik, tehát

akár az éjszaka közepén is be tudom jelenteni a kárigényemet. Sőt! Egyszerűbb esetekben akár azonnali utalás formájában már a kárpótlás összegét is megkaphatom. Erre egy automatizált elbíráló rendszert fejlesztettek ki. Bonyolultabb esetekben a klasszikus kárfelmérési eljárásokat folytatják le, gyorsabb ügyintézésel. A biztosítási díjak egyedileg kerülnek meghatározásra, tehát mindenki eltérő mértékű hozzájárulást fizet a közös kasszába. A díjkalkuláció során figyelembe veszik az ügyfél és az ingatlan paramétereit. Sajnos a szolgáltatás még csak New York államban elérhető, de rövid távú terveik között szerepel a terjeszkedés, több államban is implementálni fogják a szolgáltatást a közeljövőben.



## friendsurance

### friends with benefits

2010-ben alapították Berlinben az első német P2P biztosítási startupot. Mostanra több mint 50.000 ügyféllel rendelkeznek, és a 2015-ös esztendőben elnyerték Németország egyik legjobb digitális innovációjának járó díját is. Az elmúlt hét esztendőben töretlenül növekedett az ügyfeleinek és partnereinek száma is, illetve az üzleti sikeresség tekintetében is szép eredményeket értek el.

Hogyan működik a Friendsurance rendszere a gyakorlatban? A megkötött biztosítások értékének 60%-a mindenképpen a cégnél marad, ezek az összegek képzik az esetleges kisebb káresemények kárrendezési alapját. Nagyobb értékű károk esetében vagy a biztosító, vagy speciális esetben pedig viszontbiztosító kártalanítja a biztosítottat. Amennyiben az adott évben a biztosítottat nem érte káresemény, úgy kármentességi bónuszra jogosult, amely a biztosítási összeg 40%-a. A Lemonade példájától ez eltérő magatartás, hiszen ott nem a biztosított kapja meg a visszatérítendő összeget, hanem egy nonprofit szervezet. Ez a különbség a jogi keretrendszerből fakad, hiszen amíg az Egyesült Államokban nem téríthetőek vissza ezek

az összegek, addig az európai törvényi szabályozás erre lehetőséget biztosít.

Az Friendsurance által alkalmazott modell lényege, hogy a kármentességi bónusz irányába terelje a biztosítottakat, tehát arra ösztönzi őket, hogy ne próbálják meg becsapni a biztosítót, és csak akkor éljenek kárbejelentéssel, ha tényleg szükséges.

Amennyiben eszerint járnak el, akkor év végén pénzvisszatérítést kapnak. A modell működni látszik, hiszen a kárbejelentések száma a Friendsurance-nél a német átlag alatt van. Több biztosítási termék is szerepel a cég szortimentjében. Megtalálhatóak a szokásosnak mondható felelősség-, otthon- és gépjárműbiztosítások, de akár elektronikai- és okos eszközeinket is biztosíthatjuk. Jelenleg a Friendsurance is csak saját hazájában, tehát Németországban tevékenykedik. Magyarországon még nem elérhetőek olyan szolgáltatók, mint a Lemonade vagy a Friendsurance. De ugyanúgy, mint a FinTech többi területén, itt is számíthatunk arra, hogy egy innovatív startupcsapat hamarosan itthon is hasonló szolgáltatásokat fog számunkra *biztosítani*.



# Biztonság? Pénzkidobás? Kockázatok?

## A biztosítási piac jelene és jövője

**Biztosítás – egy külföldi túra, vagy sítábor előtt mindig eszünkbe jut, de a mindennapokban keveset gondolunk rá, és még kevesebb esetben gondoskodunk a megfelelő biztosítási védelemről. Leggyakrabban utólag vagyunk csak okosak egy váratlan élethelyzet után. Erről egyfelől hiányos ismereteink, vagy rossz tapasztalataink tehetnek – pedig ma már kevés kockázattal rendelkező, kényelmes és korszerű megoldások állnak a rendelkezésünkre. A hazai biztosítási piac egyik legnagyobb szakértőjét kérdeztük a jelen lehetőségeiről, és hogy mit tartogat a jövő.** | Jánoska Rita

### Hogyan áll most a régió, és az ország biztosítási piaca?

Régiós szinten a biztosítottságot alapvetően meghatározza a jövedelmi helyzet és a megtakarítási hajlandóság. Magyarországon a bruttó hazai termék (GDP) arányában a biztosítási díjbevétel 3,2%, addig ez Csehországban 3,7, Lengyelországban 3,8 százalék. Összességében elmondható, hogy a régió országaiban a belső eltérések ellenére is még komoly az elmaradás a nyugati országokhoz képest: míg 2014-ben egy nyugat-európai polgár átlagosan 223 eurót költött életbiztosításra, vagyonbiztosításra pedig 574 eurót fordított, addig nálunk az egy főre jutó élet- és nem-életbiztosítási díjbevétel együttesen 274 eurót tesz ki.

### Milyen az emberek biztosítottsági aránya?

Vannak nagyon jól teljesítő szegmensek – a 70 százalékos feletti lakásbiztosítási penetrációkra igazán büszkék lehetünk, de más területeken komoly a lemaradás. A lakossági területen a nyugdíjbiztosítások adnak új ütemet az életbiztosítási területnek.

Ahol messzemenő az elmaradásunk, az a kockázati életbiztosítások területe. Vagyonbiztosítások terén, ahogy említettem jól állunk a lakásbiztosításoknál – bár a biztosítási értékek sok helyen jóval alacsonyabbak, mint ami egy kár esetén a tulajdonosnak valódi támogatást nyújtana. Egyéb vagyonbiztosításban nem ennyire rózsás a kép, a hazai piac még tanulja a felelősségbiztosítások fontosságát – hiszen baj történhet akkor is, ha például a kutyánk megr harap egy idegent, vagy a gyermekünk véletlenül biciklizve nekivágódik egy parkoló autónak. Ez a piac még mindig felépítési szakaszban van.

### Mi a leggyakoribb kifogás, és mik az aggályok, amiért az emberek jelentős hányada nem foglalkozik a biztosításával?

A biztosítási védelem jelentőségét csak bajban érzi meg az ember, amíg nem éri kár, sokan felesleges pénzkidobásnak tartják biztosításra költeni. A kockázatokkal kapcsolatban tapasztalataink is gyakran félrevezetnek minket, szakértő segítség nélkül nehéz jó döntést hozni. A megtakarítási tí-

pusú termékekkel kapcsolatos attitűd ugyan javult az elmúlt években, de a hosszú távú elkötelezettség vállalása nem könnyű döntés, a legtöbben a halogatás hibájába esnek ezzel kapcsolatban.

### **Mik a piaci igények, kell-e lépni a digitalizáció irányába a biztosítóknak?**

#### **Miért, milyen előnyökkel járna ez a szolgáltatói, és milyenekkel a felhasználói oldalon?**

Az ügyfél gyors és precíz kiszolgálást akar. Az online értékesítés számottevően gyorsítja, egyszerűsíti, olcsóbbá teszi a biztosításkötést és a biztosítási szerződések kezelését. Aligha véletlen, hogy a biztosítók zöme alkalmaz online kedvezményeket, és az is mindennapos már, hogy a kárakták is elektronikusak, hiszen így az ügyek elbírálása, dokumentálása is gyorsabb és olcsóbb. Számos biztosító vezetett be új, innovatív kommunikációs és kárfelmérési technikákat is. Remek példa erre, hogy egyre több biztosítónál jelenik meg a mobil applikáción keresztüli kárbejelentés lehetősége. Az ügyfelek lakásbiztosítási és gépjárműkárokat dokumentálhatnak okostelefonjaikkal, fotókat készíthetnek a bekövetkezett károkról, sérülésekről és rövid leírást is adhatnak a kár bekövetkezéének körülményeiről. Emellett már két biztosítónál elérhető a videós lakásbiztosítási kárfelmérés, ahol az ügyfél a saját telefonjának kamerájával a kárrendezési szakértő instrukcióit követve végzi el otthonában a károk dokumentálását. Ez a megoldás felgyorsítja a kár felvételt, hiszen a kárszakértők több káreset felmérését végezhetik el azonos idő alatt, mivel az utazás az ügyfélhez nem vesz el értékes órákat a munkaidejükből. Ugyanígy kihasználják gondolom a munkájukhoz a képalkotás további újdonságait is. Igen, hasonlóan újszerű megoldás lehet a biztosítók életében a drón-technológia használata, mely lehetőséget biztosít, akár a szerződéskötés előtti szemlélés, vagy a kár megtörténte után a kárfelmérés egyszerűsítésére, felgyorsítására. Persze ennek a jelentőségét nem lehet túlbecsülni nehezen megközelíthető vagy nagy területű helyszínek esetében – gondoljunk csak katasztrófa- vagy mezőgazdasági károkra.

### **Milyen átalakulásokra számíthatunk így a digitalizáció nyomán a közeljövőben?**

Ha egy kicsit távolabbra is tekintünk, akkor számos olyan területet találunk, ahol a digitalizáció néhány éves távlatban akár jelentősen át is alakíthatja az ügyfelek biztosítási szokásait és a biztosítók termékpalalettáit. Itt azért kényes ponthoz értünk: az interneten az emberek nem szeretnek túl sok



*Pandurics Anett Budapesti Közgazdaságtudományi Egyetem gazdálkodási szakán szerzett közgazdász diplomát. Korábban ösztöndíjasként az USA-ban és Németországban tanult. Kutatási és oktatási tevékenységét többek között Pro Scientia díjjal is elismerték. Pályáját tanácsadóként kezdte, majd 2001-től 2005-ig a Magyar Posta Zrt. stratégiai igazgatói pozícióját töltötte be, 2002-től a Posta Biztosító igazgatósági tagja. 2005-től a Magyar Posta Életbiztosító Zrt. és a Magyar Posta Biztosító Zrt. igazgatóságának elnöke és első számú vezetője. PhD-tanulmányokat folytat a Corvinus Egyetemen stratégiai menedzsment témakörben. 2013 óta a MABISZ elnöke.*

kérdésre válaszolni, így viszont behatárolódik azon termékek köre, amelyek esetében megfelelő értékesítési hely az internet: az egyszerűbb ügyfél-igényeket lefedő, dobozos, vagy könnyen modularizálható termékek jöhetnek szóba elsősorban.

### Milyen rendelkezésre álló eszközök segítik ezt az átalakulást?

Az internetre kapcsolódó eszközök (Internet of Things) új lehetőségeket generálnak. Egyre több az ügyfelek által használt eszköz kapcsolódik az internetre és küld és gyűjt folyamatosan információkat akár az eszközt viselő személyről, annak egészségi állapotáról, edzettségéről, vagy az ügyfél ingatlanáról, vagy egyéb vagyontárgyairól. Az így keletkező adatok strukturált elemzése egyre inkább lehetőséget adhatnak az adott ügyfélre szabott biztosítási ajánlatok összeállítására. Sőt az ügyfelek egészségi állapotát folyamatosan monitorozó, hordható eszközök szerepet játszhatnak a gyors orvosi segítség hívásában is, ha a mért adatok az ügyfél állapotának hirtelen romlását jelzik, vagy prognosztizálják. A gyorsan érkező segítség pedig az egészségbiztosítások terén is segítheti a biztosítókat abban, hogy a betegek gyógykezeléséhez kapcsolódó kifizetéseiket lejjebb szorítsák. Szintén a technológia fejlődése ad lehetőséget a biztosítóknak arra, hogy ügyfeleik számára azok vezetési szokásai és a valós gépjárműhasználatuk alapján (Usage-Based Insurance) kalkuláljanak díjat, vagy akár rendszeresen ezen paraméterek mentén változtassák a fizetendő biztosítási díjakat. E területen a Posta Biztosító már megjelent egy termékkel a magyar casco piacon és a Vemoco PostaCasco szerződéssel rendelkező ügyfelei díját negyedévente aszerint módosítja, hogy az ügyfél az előző három hónapban hogyan vezetett. Ennél a terméknel egy az ügyfél által otthon könnyedén az autóba szerelhető eszköz segítségével mért adatok (pl. regisztrált gyorshajtások száma, hirtelen fékezések száma, nagy sebességgel bevett kanyarok, stb.) alapján kalkulált index alkalmazásával kerül kiszámításra az ügyfél következő biztosítási időszakra érvényes casco díja.

### Ha már a közlekedésnél tartunk – mit vár az önz vezető autók terjedésétől?

Előre láthatólag 5-10 éven belüli tömeges elterjedésükkel várhatóan a felelősségbiztosítási piaci gyökeresen megváltozik majd. Arra számítunk, hogy egyre inkább az autógyárak felelősségbiztosítása kerül előtérbe.

### Beszélhetünk hazai Insuretech piacról?

Kezdeményezések, érdekes próbálkozások itt is – mint a bankoknál a FinTech területen – szép számmal vannak. Én magam nem látom annyira merevnek a biztosítási piacot, mint amilyen a bankvilág, de az új, innovatív megoldások a termékfejlesztésben egyelőre gyerekcipőben járnak. Valódi áttörést még nem látunk. A digitalizáció jelentősége egyelőre nagyobb a meglévő ügyfélkapcsolatok korszerűsítése és a belső folyamatok hatékonyságjavítása terén.

### Hol tart ma közvélekedés szintjén ennek a helyzete?

Nem látom, hogy tömegek követelnék az elektronikus, újszerű biztosítási megoldásokat. Az új generációk számára bonyolult a biztosítások világa, sokat kell tennünk azért, hogy számukra is érthető, vonzó, digitális szolgáltatásokat tudjunk nyújtani. Ugyanakkor látjuk, hogy rengeteg pénz áramlik az Insuretech piacba globális szinten, bármikor jöhet váratlan áttörés.

### Milyen változások várhatóak az Insuretech térhódítása következtében a közeljövőben?

Meg kell találni az abszolút egyedi kockázati árazás lehetőségét. E területen valóban sokat tehet a fintech, de ehhez kell az erre fogékony ügyfél is. Ma, amikor az adatainkat nagyon bizalmatlanul adjuk ki, kiemelt fontosságú a bizalom és az adatbiztonság kérdésköre. Ha ezt megteremtik, van jövő az Insuretech cégek előtt is.

### Mi a véleménye a közösségi biztosítási piacról?

Maga a biztosítási szektor ma is közösségi alapon szerveződik, erre utal a veszélyközösség elnevezés is – minden biztosításnál az ilyen biztosításra szoruló/ ilyen biztosítást választók egy közösséget, veszélyközösséget alkotnak, amely azért jön létre, hogy ha valamely tagját kár éri, a veszélyközösség által összegyűjtött pénzből legyen fizethető a kár. A sharing economy ugyanakkor új megközelítést igényelhet árazásban és értékesítésben is. Jobb kockázatot jelent-e egy adott közösség? Hogyan lehet jó tarifát képezni ez olyan sofőrre vagy egy olyan ingatlantulajdonosra, aki rendszeresen megosztja gépjárművét /otthonát másokkal? Érdemes-e a spontán közösségekre célpiacként tekinteni? Ki lehet-e használni a közösségek erejét a termékfejlesztésben is? Sok a kérdés, sok a próbálkozás, de még kevés a válasz.