

Analyse der kundenseitigen Akzeptanz von Pay-As-You-Live Tarifen

Bachelorarbeit

zur Erlangung des akademischen Grades „Bachelor of Science (B. Sc.)“ im
Studiengang Wirtschaftswissenschaften
der Wirtschaftswissenschaftlichen Fakultät der Leibniz Universität Hannover

vorgelegt von

Name: Düvel



Vorname: Düveke Marie



Prüfer: Prof. Dr. Michael H. Breitner

Ort, den*: Hannover, den 08.08.2016

*(Datum der Beendigung der Arbeit)

Inhaltsverzeichnis

Kurzfassung

Abbildungsverzeichnis	I
Tabellenverzeichnis	II
Abkürzungsverzeichnis	III
1. Einleitung	1
1.1. Relevanz und Motivation	1
1.2. Forschungsfrage	2
1.3. Forschungsstruktur	3
2. Theoretische Grundlagen und Literaturanalyse	4
2.1. Wearables	4
2.2. Pay-As-You-Live	5
3. Konzeptioneller Rahmen und Generierung der Hypothesen	7
3.1. Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2 (UTAUT2)	7
3.2. Mobile Users Information Privacy Concerns (MUIPC)	9
3.3. Technologie Akzeptanz Modell (TAM)	12
4. Empirische Untersuchung	13
4.1. Untersuchungsdesign	13
4.2. Messung und Instrumentation	13
5. Datenanalyse und Ergebnisse	15
6. Diskussion und Handlungsempfehlung	20
7. Limitation und Fazit	24
Literaturverzeichnis	26
Anhang	32
Anhangsverzeichnis	32
Ehrenwörtliche Erklärung	66

1. Einleitung

1.1. Relevanz und Motivation

Der technologische Fortschritt ist der Treiber der digitalen Transformation, die quer durch alle Branchen die Spielregeln für erfolgreiches unternehmerisches Handeln verändert. Es entwickeln sich zunehmend Produkte und Dienstleistungen, die es ermöglichen, dass die Menschen lediglich für die Dinge zahlen müssen, die sie auch wirklich nutzen (Mezger & Enkel, 2013, S. 436; The Economist, 2013). Im Versicherungsmarkt weicht der Gedanke des Versicherungskollektivs aufgrund der technologischen Möglichkeiten und veränderten Kundenanforderungen zunehmend der Berücksichtigung individueller Risiken. Ein aktuelles Beispiel ist die Diffusion von Pay-As-You-Drive Tarifen im Kraftfahrzeug Markt, wobei dem Kunden je nach Fahrstil und Umfang der Fahrten angepasste Prämien in Rechnung gestellt werden (Goyal, 2014, S. 73; Gerpott & Berg, 2012, S. 3). Der Gedanke des Aufzeichnens (Tracking) von bestimmten Verhaltensweisen und Generierung von Datenpunkten findet ebenfalls Einzug im Gesundheitsbereich. Der Trend der Selbstvermessung (Quantified Self) und das korrespondierende Wachstum des Marktes für Wearables, entwickeln sich zunehmend zu einem Massenmarkt mit einem prognostizierten Marktvolumen von über 30 Milliarden US-Dollar bis zum Jahre 2018 (Ernst & Young, 2015, S. 3-4). Aufgrund dieser Entwicklungen beschäftigt sich der Versicherungsmarkt mit der Frage, inwiefern im Krankenversicherungs- und Lebensversicherungsmarkt Tarife angeboten werden können, welche die individuelle Lebensweise einzelner versicherter Personen belohnen können, um günstigere Prämien anzubieten und die Schadenaufwände zu reduzieren. Im Rahmen der sogenannten Pay-As-You-Live (PAYL) Tarife muss die versicherte Person dem Versicherer laufende Daten über ihren Lebensstil durch bestehende und neue Datenquellen, wie bspw. Wearables, übermitteln. (Ernst & Young, 2015, S. 6; PwC, 2014, S. 1). Allerdings handelt es sich besonders im Gesundheitsbereich um hoch sensible Daten, die im großen Umfang und regelmäßig an den Versicherer oder einen Dienstleister übertragen werden müssten, um eine ausreichende Menge an Datenpunkte zu generieren, was vor dem Hintergrund des Datenschutzes und der -sicherheit zu Herausforderungen führen kann. PAYL Tarife könnten im Versicherungsmarkt neue innovative Produktlösungen hervorbringen, die den Nutzen für den Versicherten durch günstige Prämien steigern. Das Versicherungsunternehmen profitiert durch einen geringeren Schadenaufwand, aufgrund des verbesserten Lebensstils, der durch das Belohnen mit geringeren Prämien gefördert wird. Es kann darüber hinaus auch der gesellschaftlichen Nutzen gesteigert werden, indem weniger gesundheitliche Probleme in der Gesellschaft auftreten, da die Menschen einen gesünderen Lebensstil verfolgen (Eduard, 2007, S. 92; Ernst & Young, 2015, S. 6). Es stellt sich die Frage, welche Rahmenbedingungen gegeben sein müssen, damit

die Tarifierung anhand von Wearables akzeptiert und in der weiteren Folge adaptiert wird. Das Ziel dieser Arbeit ist die Analyse der kundenseitigen Akzeptanz im Bezug auf PAYL Tarife. Hierzu sollen Faktoren identifiziert werden, die eine Herausforderung darstellen oder als eine Chance genutzt werden sollten. In dieser Studie steht weder die anbieterseitige Akzeptanz, noch die Untersuchung der Adaption im Vordergrund.

1.2. Forschungsfrage

Die Entwicklung und Nutzung von Wearable Technologie für PAYL Tarife in der Versicherungswirtschaft kann aus mehreren Blickwinkeln betrachtet werden. Neben der Ausgestaltung der Dienstleistung und der zugehörigen Wearable Technologie, spielt auch die kundenseitige Akzeptanz eine zentrale Rolle (Dunphy & Herbig, 1995, S. 193). Wenn die Rahmenbedingungen für die Nutzung von PAYL Tarifen keine ausreichende Nutzungsabsicht hervorrufen, können nicht genügend Kunden für eine erfolgreiche Nutzung gewonnen werden. Da sich die Wearable Technologie noch in einem starken Wachstumsmarkt bewegt, der mit jedem Innovationszyklus nicht nur eine Verbesserung der bekannten Technologie, sondern auch neue Funktionalitäten bietet, stellt sich die Frage, welche Chancen und Herausforderungen sich bereits jetzt für die Etablierung von PAYL Tarifen ergeben. Auch die nutzungsabhängige Versicherung befindet sich noch in einer dynamischen Entwicklungsphase und muss sich bei den Kunden etablieren (Schneider, 2015, S. 11-13). Der Versicherungsmarkt, aber auch der Gesundheitsmarkt per se stehen vor diversen Herausforderungen, wie dem demografischen Wandel und steigenden Gesundheitskosten, sodass PAYL Tarife einerseits als Teil der Lösung zur Reduktion der steigenden Kosten und andererseits als innovative Versicherungslösung für Endkunden fungieren könnten (siehe Abbildung 4 im Anhang). Um erste Handlungsempfehlungen für die Anwendung von Wearable Technologien für PAYL Tarife abzuleiten, ergibt sich die folgende Forschungsfrage:

„Welche Chancen und Herausforderungen bietet Pay-As-You-Live durch den Einsatz von Wearable Technologien für die Versicherungswirtschaft unter Berücksichtigung der kundenseitigen Akzeptanz?“

1.3. Forschungsstruktur

Zur Beantwortung der Forschungsfrage wurde diese Studie in die folgenden Abschnitte unterteilt. Im folgenden zweiten Abschnitt werden die Begriffe Wearables und PAYL Tarife grundlegend anhand einer Literaturanalyse erläutert. Dabei wird auch auf den Ablauf einer solchen Tarifierung eingegangen. Anschließend wird im dritten Abschnitt ein Bezugsrahmen zur Analyse der kundenseitigen Akzeptanz von PAYL Tarifen hergeleitet und Hypothesen bezüglich der Zusammenhänge aufgestellt. Zur Aufstellung des Modells werden die vorhandenen Modelle UTAUT2, MUIPC und TAM herangezogen und miteinander kontextbezogen kombiniert. Im vierten Abschnitt wird nun mit Hilfe einer Onlineumfrage empirisch überprüft, welche Faktoren einen Einfluss auf die Akzeptanz von PAYL Tarifen haben. Anschließend werden im fünften Abschnitt die gewonnenen Daten der Umfrage mittels Faktoren-, Regressions- und Varianzanalyse empirisch untersucht. Diese Ergebnisse der empirischen Untersuchung und Auswertung werden im sechsten Abschnitt kritisch diskutiert und auf Grundlage der gewonnenen Erkenntnisse Handlungsempfehlungen abgegeben. Abschließend wird ein Fazit gezogen und ein Ausblick gewährt.

7. Limitation und Fazit

Die Ergebnisse sollten unter Berücksichtigung möglicher Messfehler betrachtet werden, die sich aus Design, Umfang und Ausgestaltung der Studie ergeben können und Potenziale für zukünftige Erhebungen bieten. Die betrachtete Stichprobe setzt sich überwiegend aus der Altersgruppe zwischen 20 und 30 Jahren zusammen (siehe Tabelle 5 im Anhang). Auch wenn die Nutzer voraussichtlich eine interessante Zielgruppe für die Nutzung von Wearables für PAYL Tarife sein könnten, ist Vorsicht bei Verallgemeinerungen geboten, die über die Stichprobe hinausgehen. Zukünftige Untersuchungen sollten eine diversifiziertere und umfangreichere Stichprobe ziehen, um einfacher allgemeingültige Aussagen ableiten zu können.

Da die Umfrage lediglich Online durchgeführt wurde, tritt darüber hinaus eine Verzerrung durch Selbst-Selektion auf, da somit nur Personen angesprochen wurden, die online aktiv sind (Kim et al., 2002, S. 250). Ein weiterer Faktor, der die Selbst-Selektion unterstützen könnte, ergibt sich daraus, dass Personen möglicherweise eher an der Studie teilnehmen, wenn sie die Thematik bereits einordnen können.

Außerdem besteht die Möglichkeit, dass ausschlaggebende Faktoren im Modell fehlen, die abweichende Ergebnisse erzeugt hätten. Bewusst ausgeschlossen wurden kulturelle Faktoren, da die Umfrage lediglich im deutschen Kulturkreis durchgeführt wurde. Besonders internationale Versicherungskonzerne sollten jedoch die kulturellen Faktoren berücksichtigen, da vor allem in Bezug auf persönliche Daten und Privatheitsbedenken Unterschiede in der Wahrnehmung zwischen Kulturen vorliegen (Milberg et al., 1995, S. 66-67). Da noch keine bzw. wenige PAYL Tarife auf dem deutschen Versicherungsmarkt angeboten werden, konnten keine Personen befragt werden, die eine solche Versicherung nutzen. Nach der Markteinführung von PAYL Tarifen könnte eine Befragung der tatsächlichen Nutzer möglicherweise weitere Faktoren zur Modellerweiterung liefern.

Das Ziel dieser Arbeit war die Identifikation von Chancen und Herausforderungen von PAYL-Tarifen durch den Einsatz von Wearable Technologie unter Berücksichtigung der kundenseitigen Akzeptanz. Hierzu wurde zunächst ein konzeptioneller Rahmen aus UTAUT2, MUIPC und TAM entwickelt, aus dem Hypothesen für die empirische Untersuchung generiert wurden. Mit Hilfe eines Onlinefragebogens wurden die Hypothesen überprüft und empirisch ausgewertet.

Es wurde gezeigt, dass Versicherungen im Bezug auf Pay-As-You-Live Tarife einerseits vor der Herausforderung durch den signifikant negativen Einfluss der Privatheitsbedenken stehen und sich andererseits neue Chancen bei der Tarifierung anhand von Wearables durch den signifikant positiven Einfluss der hedonistischen Motivation, des sozialen Einflusses und der Selbstwirksamkeit bieten. Zusätzlich könnten Lösungen wie PAYL Tarife zu erhöhter Kunden-

bindung führen, da Kunden sich aktiv mit ihrem Versicherungsschutz beschäftigen (Ernst & Young, 2015, S. 5).

Um eine positive Nutzungsabsicht zu generieren, sollten die Versicherungskonzerne eine positive Einstellung gegenüber der Verwendung von Wearables für PAYL-Tarife sicherstellen. Besonders die Zielgruppe der 20-40 Jährigen legt Wert darauf, dass die Nutzung eines Wearable für PAYL Tarife Freude bereiten sollte. Außerdem sind die Bedenken in Hinblick auf die Verwendung der persönlichen Daten bei den jüngeren Teilnehmern geringer ausgeprägt, als bei älteren Teilnehmern. So können diese bspw. bei der Wahl ihrer ersten eigenen Krankenversicherung nach der Familienversicherung als potentielle Kunden gewonnen werden, wenn es gelingt, die Krankenversicherung mit positiven Emotionen zu laden ohne dabei zu umfangreiche Privatheitsbedenken hervorzurufen. Für ein optimales Nutzererlebnis sollte der Versicherer versuchen, eine Ausgeglichenheit zwischen spielerischen Elementen (hedonistische Motivation) und der Transparenz der Aufzeichnung, Nutzung und Weiterverarbeitung von persönlichen Daten sicherzustellen.

Es ist zu berücksichtigen, dass sowohl der Markt der Wearable Technologie, als auch der Markt für verhaltensabhängige Versicherungstarife noch in der Wachstumsphase befindet und neue Entwicklungen, sowie Adaptionen im Zeitverlauf einen Einfluss auf die Nutzung von PAYL Tarifen mit Hilfe von Wearable Technologien haben können. Es wäre weiterhin zu klären, inwiefern bereits ein geeignete und kundenseitig akzeptierte Lösung für den Versicherungsmarkt vorliegt oder ob noch weitere Veränderungen im Markt nötig sind, um nachhaltige Lösungen zu etablieren.

Für die Entwicklung von umsetzbaren PAYL Produkten sollten in zukünftigen Studien neben der kundenseitigen Akzeptanz in jedem Falle die Anforderungen der Versicherer analysiert werden, die sowohl strategischen, organisationalen und ressourcenorientierten Restriktionen unterliegen. Diese Arbeit kann bereits eine Indikation für Handlungsempfehlungen liefern, es sollten jedoch in Zukunft weitere vertiefende Untersuchungen zur kundenseitigen Akzeptanz von PAYL Tarifen durchgeführt werden.