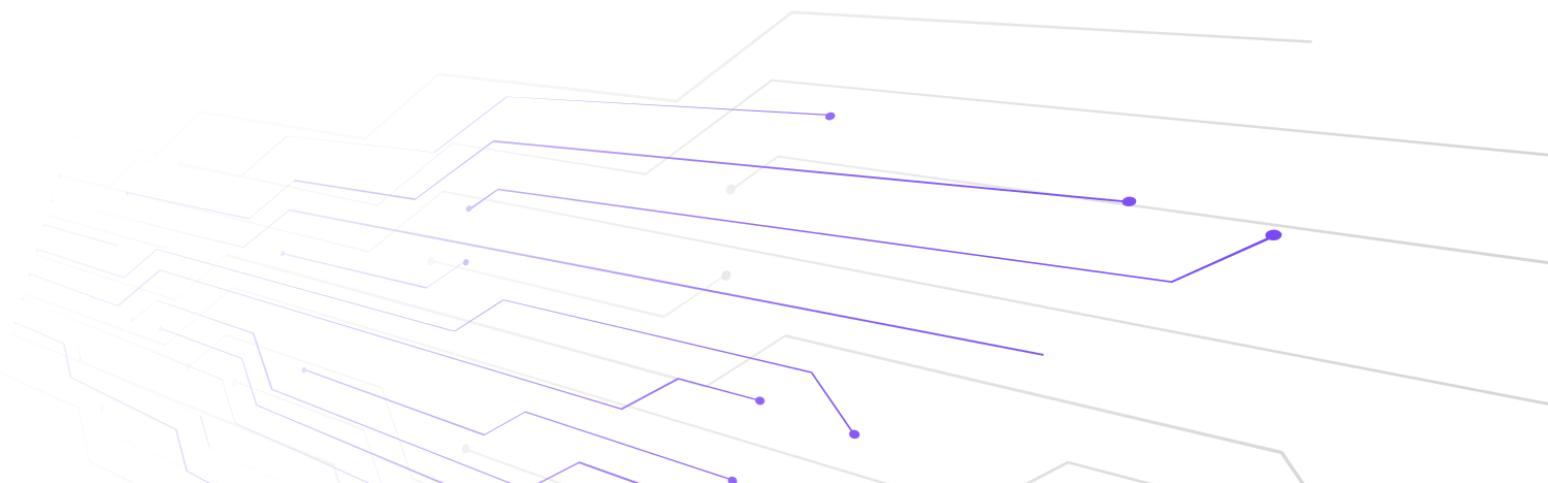


Telematik neu gedacht

Wie Versicherer mit dem EU Data Act
Preisagilität in Echtzeit erreichen



Telematik neu gedacht

Wie Versicherer mit dem EU Data Act Preisagilität in Echtzeit erreichen

Der EU Data Act verändert das Spiel: Zum ersten Mal erhalten Versicherer einen klaren, rechtlich abgesicherten Zugang zu Telematik- und IoT-Daten aus Fahrzeugen – sofern die Kunden zustimmen. Diese neue Datenverfügbarkeit ermöglicht eine Transformation von klassischen Telematik-Tarifen hin zu echtem, agilem Pricing in Echtzeit.

Während bisherige Telematik-Projekte an OEM (Original Equipment Manufacturer)-Abhängigkeit, hohen, technologischen Aufwänden und Hürden, einer komplexen Logistik oder intransparenten Prozessen scheiterten, bringt der Data Act nun potentiell Dynamik ins Spiel. Versicherer, die jetzt ihre Pricing-Prozesse modernisieren und ihre Systeme auf Echtzeitfähigkeit umstellen, schaffen sich einen strategischen Vorteil.

Warum Telematik jetzt neu gedacht werden muss

Seit vielen Jahren sprechen Versicherer über Telematik Tarife. Viele Anbieter haben Pilotprojekte gestartet und auch wieder eingestellt, einige wenige haben Tarife am Markt, aber der große Durchbruch fehlt weiterhin. Gründe dafür sind vielfältig: um genaue Daten zu erhalten, müssen Apps oder externe Hardware verwendet werden. Dies bedingt den Aufbau einer Logistik, welche Kosten verursacht, die durch die Telematiktarife gar nicht oder nur selten gedeckt werden. OEMs stellen bislang keinen standardisierten Zugriff auf die Fahrzeugdaten bereit und wenn, dann ist dieser Zugriff nicht branchenweit standardisiert, so dass potenziell für jeden Fahrzeugtyp eine eigene Datenlieferkette entwickelt werden muss.

Eine weitere Herausforderung liegt auch in der Konzeption der Telematik-Tarife. Vielfach werden sie lediglich als „Rabatt“-Tarif konzipiert. Das führt zu der durchaus legitimen Aussage, dass man auch ohne den ganzen technologischen Aufwand Rabatte gewähren kann. Dies ist allerdings nur eine Seite der Medaille.

Gleichzeitig verändert sich der Mobilitätsmarkt rasant: autonome Systeme, vernetzte Fahrzeuge und eine wachsende Erwartung von Kunden nach personalisierten Angeboten. Parallel dazu verschärft sich der Wettbewerbsdruck durch Player, die Daten in Echtzeit nutzen, passgenaue Angebote machen und agile Preise anbieten.

In diesem Kontext eröffnet der EU Data Act einen Wendepunkt: Er schafft einen regulatorischen Rahmen, der Datenzugang, Datenportabilität und faire Sharing Bedingungen fordert. Für Versicherer bedeutet dies nicht nur mehr Datenzugänge – es bedeutet, **Telematik komplett neu denken zu können**: nicht als Zusatzprodukt, sondern als Kernstrategie zur Steigerung der Profitabilität, zur Portfolio-Optimierung und zu einem modernen Lösungsanbieter.

Ausgangslage: Alte Grenzen des Telematik Pricing

Bevor wir in das Potenzial eintauchen, sollten wir die strukturellen Hürden skizzieren:

Fragmentierter Datenzugriff

Traditionelle Telematikmodelle hängen stark von Dritt Aggregatoren ab, die Daten häufig in proprietären oder aggregierten Formaten liefern. Versicherer haben selten direkten API Zugriff auf Live Daten. Um Daten überhaupt sammeln zu können, sind entweder Apps oder gar externe Hardware notwendig. Beides technologische Hürden, welche die Nutzung erschweren und die Akzeptanz reduzieren, sowohl auf Kunden- als auch auf Versichererseite. Eventuell kurze Vertragslaufzeiten, Kostenstrukturen und die oben erwähnten, technische Barrieren sorgen dafür, dass bislang Telematik-Produkte eher ein Nischendasein fristen.

Legacy IT im Hintergrund

Viele Versicherer nutzen monolithische Kernsysteme, die nicht auf Streaming Daten ausgelegt sind. Daten fließen – wenn überhaupt – batch weise und mit Verzögerung. Innovation wird dadurch nicht nur technisch erschwert, sondern auch organisatorisch verzögert.

So werden die Fahrdaten lediglich zu einem Score zusammengefasst, der dann die Rabattierung eines Tarifs determiniert. In der Regel hat der Versicherer zwar die Möglichkeit, die Parameter zu selektieren und zu gewichten, die zur Berechnung des Scores herangezogen werden, mehr allerdings nicht.

Geringe Kundeneinbindung

Viele Kund:innen haben weiterhin Bedenken in Bezug auf die Freigabe ihrer Daten. Durch die technologischen Hürden werden Telematik-Produkte oft als „Goodie“ oder Rabatt-Feature positioniert statt als wirklicher Werttreiber. Kund:innen sehen selten unmittelbaren Nutzen (z. B. Echtzeit Feedback, transparente Risikoeinschätzung), was zu niedriger Aktivierungsrate führt, dadurch lohnen sich neue Telematik-Produkte nicht, da eine kritische Masse an Stückzahlen nicht erreicht wird, weshalb der logistische Aufwand vermieden werden kann. Ein Kreislauf sich selbst bedingender Limitationen, der durchbrochen werden muss.

Der Data Act: Was ändert sich konkret für Telematik Daten?

Der EU Data Act fordert, dass Nutzdaten aus vernetzten Geräten – einschließlich Fahrzeugdaten – für Nutzer:innen und Drittanbieter leicht zugänglich gemacht werden.

Für Versicherer bedeutet dies, dass technisch und vertraglich sichergestellt werden muss, dass Kundendaten portierbar und zugänglich sind.

Der Data Act bedeutet allerdings auch, dass, wenn ein Kunde dem Zugriff auf Daten zustimmt, OEMs, Datenaggregatoren und Plattformen diese Daten bereitstellen müssen.

Kurz gesagt: Wenn ein Kunde dem Zugriff zustimmt, sollte der Versicherer direkt und in Echtzeit auf relevante Telematikdaten zugreifen können – ohne Umwege über proprietäre Gatekeeper.

Dies ist noch einfacher gesagt als getan, durch den EU Data Act sollte sich aber im Hinblick auf Standardisierung und Datenaustausch perspektivisch etwas entwickeln, so dass die Anforderungen erfüllt werden können.

Implementierungsschritte: Aufbau eines agilen Pricings

Damit ein Versicherer von der neuen Datenfreiheit profitiert, muss die Strategie über eine einfache Datenintegration hinausgehen.

Dateninfrastruktur modernisieren

Zentrales Element, um die durch den EU Data Act ermöglichte Datenfreiheit auch wirklich werthaltig nutzen zu können ist die Modernisierung der Dateninfrastruktur.

- **Event First Architektur:** Statt Batch Importen braucht es Datenstreams und eine Echtzeit Datenplattform.
- **APIs und Standardisierung:** Schnittstellen zu OEMs, Telematik Aggregatoren und Kunden Devices müssen standardisiert werden. Jede Integration sollte modular und wiederverwendbar sein.
- **Data Governance:** Datenkataloge, Rollen- und Rechtemanagement, Audit Trails und Aufbewahrungsrichtlinien müssen etabliert werden, um Compliance und DSGVO Konformität zu garantieren.

Pricing Engine neu denken

Risiko wird in Zukunft dynamisch eingeschätzt werden können. Selbst, wenn sie Preise nicht dynamisch ändern sollen – hier werden die jeweiligen Aufsichtsbehörden sicherlich Einwände einlegen – so können die Risikomodelle schneller an sich ändernde Umstände angepasst werden.

Das erfordert:

- **Streaming Analytics:** Algorithmen, die Daten in Millisekunden verarbeiten, nicht in Wochen.
- **Adaptive Modelle:** Modelle, die kontinuierlich lernen (MLOps), statt periodisch neu kalibriert werden.
- **Business Rules Layer:** Geschäftsnormen, die Pricing Entscheidungen steuern (z. B. Mindestpreis, versicherungstechnische Schranken).

Kundeninteraktion neu gestalten

Kund:innen sollen nicht nur Daten liefern, sondern in sie eingebunden werden. Das bedeutet:

- **Echtzeit Feedback** (z. B. „Sie haben diese Woche sicherer gefahren“)
- **Gamification** Elemente, die positives Verhalten verstärken
- **Transparente Preisgestaltung**, damit Kunden verstehen, wie ihr Verhalten den Preis beeinflusst.

Das bedingt, dass Telematik-Produkte anders konzipiert und positioniert werden als bisher. Nicht nur der Rabatt sollte im Vordergrund stehen, sondern es sollte den Kund:innen echter, erlebbarer und greifbarer Mehrwert geboten werden.

Die Frage des „Was habe ich davon?“ muss fundiert mit Wertversprechen beantwortet werden. Ein Rabatt alleine wird nicht ausreichend sein. Dies führt in den nächsten Punkt:

Partner Ökosystem aufbauen

Viele Versicherer sind bereits dabei, Ökosysteme aufzubauen und zu bilden. Dabei sind im Kfz-Bereich hauptsächlich Wartungs- und Assistancepartner Teil dieser Ökosysteme. Eine Ausweitung auf Mobility-Services, Telematik-Plattformen und auch OEMs ist sinnvoll und wird auch durch den Data Act unterstützt.

Versicherer können so nicht nur zu **Daten Orchestratoren**, sondern auch zu **Mobilitäts-Orchestratoren** werden: sie bündeln Daten, standardisieren sie und schaffen Mehrwert für alle Beteiligten, indem sie die Mobilität organisieren können.

Was können Telematik-Daten tatsächlich bringen?

Unter der Voraussetzung, dass die Daten bereitgestellt werden und eine entsprechende, analytische Umgebung aufgebaut wird, können diese Daten einen erheblichen Wettbewerbsvorteil darstellen.

So können individuelle Risikoprofile statt statistischer Kohorten entwickelt werden und noch genauer ein Preis gefunden werden. Damit wird das Telematik-Produkt werthaltiger und mehr als ein reines „Rabatt-Modell“.

Durch die Analyse können sich Marktveränderungen schneller und vor allem detaillierter erkennen lassen, so dass dadurch die Tarife schneller angepasst werden können.

Es entwickelt sich eine höhere Resilienz über das gesamte Portfolio, denn die Erkenntnisse aus der Datenanalyse sollte auch in die Risikomodellierung der Produkte einfließen, die nicht Telematik-basiert sind. So dienen diese Daten als Validierung der „klassischen Risikomodelle“ und als Grundlage neuer Erkenntnisse.

Die Folgen sind bessere Risikoeinschätzungen, weniger Fehlerquoten im Underwriting und schlussendlich eine Optimierung der Schadenquoten, da die Preise viel näher am tatsächlichen Risiko sind.

Auch auf die Kundenbindung ergeben sich positive Effekte. Anstatt eines recht nichtssagenden „Scores“ können die Daten für Transparenz, für Fairness und entsprechend auch für eine Personalisierung genutzt werden.

Richtig ausgespielt wird dadurch ein echter Mehrwert angeboten, welcher dann auch die Kundenloyalität erhöht – besonders in der Kundengruppe, die jeder Versicherer gerne an sich bindet, diejenigen, die nicht sonderlich schadenaffin sind.

Risiken und Herausforderungen

Trotz aller Chancen ergeben sich aus dem Data Act auch Risiken und Herausforderungen.

Der Data Act ergänzt, aber ersetzt die DSGVO nicht. Versicherer müssen im Umgang mit den Daten folgendes sicherstellen:

- Zweckbindung
- Rechtmäßigkeit der Verarbeitung
- Datenminimierung
- Löschkonzepte
- Technische und organisatorische Maßnahmen

In der Regel sind entsprechende Prozesse im Rahmen der DSGVO bereits implementiert und müssen auf die Telematik-Daten ausgeweitet werden.

Die größere Herausforderung wird in der technischen Umgebung und der damit einhergehenden Komplexität liegen. Die bestehende IT-Landschaft ist in der Regel nicht auf solche Datenmengen, auf die gesamten Datenströme, deren Verarbeitung und Analyse vorbereitet und ausgelegt. So ergibt sich ein noch stärkerer Druck zur Migration und Modernisierung, welche auch wieder ein finanzielles Risiko in sich trägt.

Darüber hinaus gibt es trotz des Data Acts eine gewisse Abhängigkeit von den Datenpartnern: noch müssen Verträge entwickelt und verhandelt werden, API-Standards und Sicherheitsanforderungen für den Datentransfer und -zugriff gibt es ebenfalls noch nicht.

Fazit: Ein „No-Brainer“ für Versicherer, die Innovation wirklich ernst nehmen

Das Szenario zeigt: Der Data Act bietet nicht nur Zugang zu Daten – er ermöglicht eine neue Architektur des Versicherungsprodukts. Preisagilität, Echtzeit-Risikoanalyse, dynamische Angebote und echte Kundenbindung werden möglich.

Versicherer, die jetzt ihre Daten-Architektur, Governance und ihre Pricing- und Modelling-Struktur strategisch umbauen, können einen nachhaltigen, messbaren Wettbewerbsvorteil erzielen. Dabei liegt die Herausforderung wie so oft nicht nur im technologischen Bereich begründet, sondern auch in der organisatorischen Anpassung.