Versicherer in Deutschland 2019: Digitalisieren für den Aufschwung

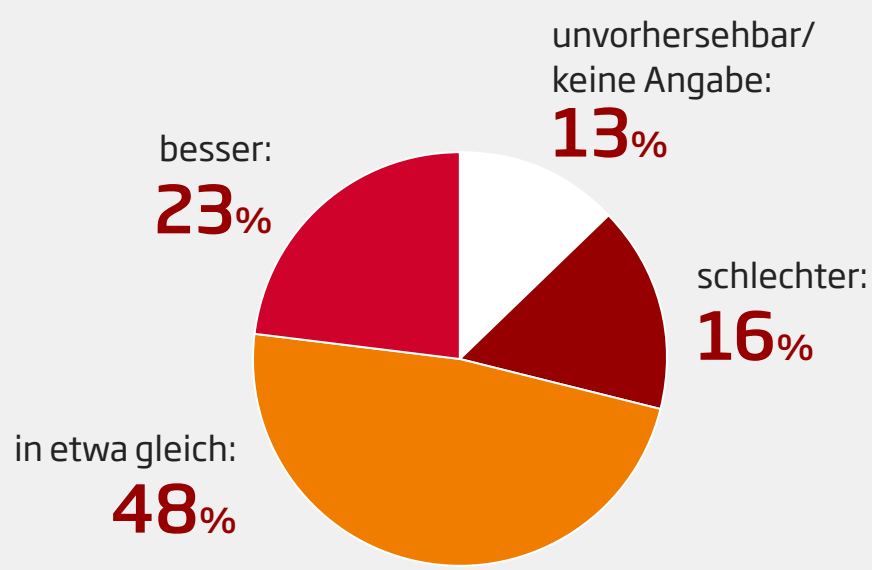
Befragung von 100 Führungskräften von Versicherungsunternehmen und Vermittlern in Deutschland.

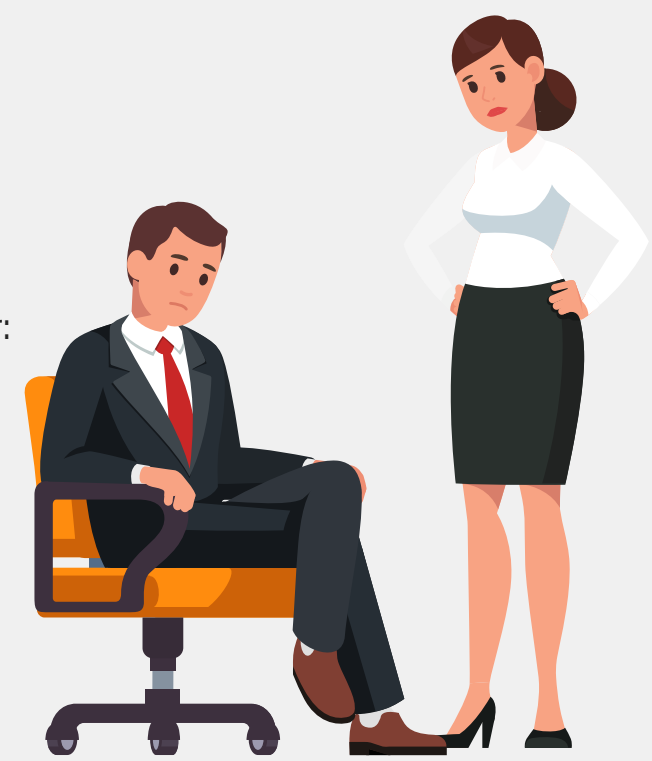
Die Versicherungswirtschaft in Deutschland arbeitet daran, dass sich das Wachstum zumindest wieder analog zur Gesamtwirtschaft entwickelt. Dafür investieren die Unternehmen mehr in digitales Direktgeschäft, in flexible Produkte für mehr Neukunden sowie in ein effizienteres Schadenmanagement.

Gute Laune, schlechte Laune

Leichter Optimismus und Zurückhaltung überwiegen bei Versicherungsmanagern mit Blick auf die kommenden drei Jahre.

Erwartete Entwicklung der Branche im Vergleich zur gesamten deutschen Wirtschaft bis 2022:





83% der Versicherer halten sich für technologisch und organisatorisch besser oder gleich gut im Vergleich zum Wettbewerb.

59% sehen in Insurtechs eine große Herausforderung (2017: **42%**).

46% der Versicherungsentscheider: Innovationen kosten in den kommenden Jahren mehr, als sie einbringen.

Versicherer kämpfen mit der Aufgabenvielfalt

Sichere Daten und digitale Prozesse binden viele Ressourcen, Niedrigzins und Regulierung bleiben problematisch.

5 Top-Herausforderungen:

Datensicherheit und Datenschutz: **72%**

Digitalisierung und Geschäftsprozesse: **68%**

Anhaltendes Niedrigzinsniveau: **67%**

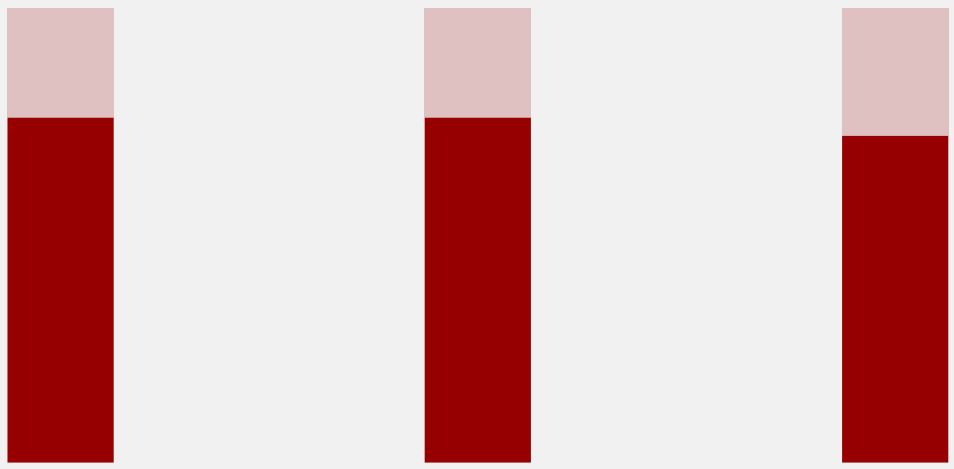
Neue Regulierungen und Compliance: **67%**

Erwartungen und Verhalten der Kunden: **66%**

Kaum neue Wachstumspfade

Die Versicherungswirtschaft bleibt eine Vertriebsbranche. Neukunden haben Vorrang vor Stammkunden, Zurückhaltung bei alternativen Wegen.

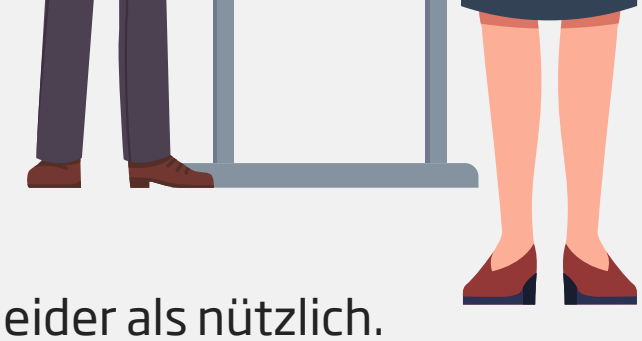
3 Top-Strategien bis 2022:



Wachstum durch Neukunden:
76%

Verbesserung der Servicequalität:
76%

Innovationen bei Produkten und Services:
72%



Die Zusammenarbeit mit **Insurtechs** werten **40%** der Entscheider als nützlich.

Wachstumstreiber und Kostensenker

*Versicherungsprodukte, die in fünf Jahren für **Wachstum** sorgen werden:*

Cyber-Security-Versicherungen:
41%

Themenpakete/ Produktbündelungen:
39%

Komplett digitale Produkte:
39%

Assistance, lebens-begleitende Services:
37%

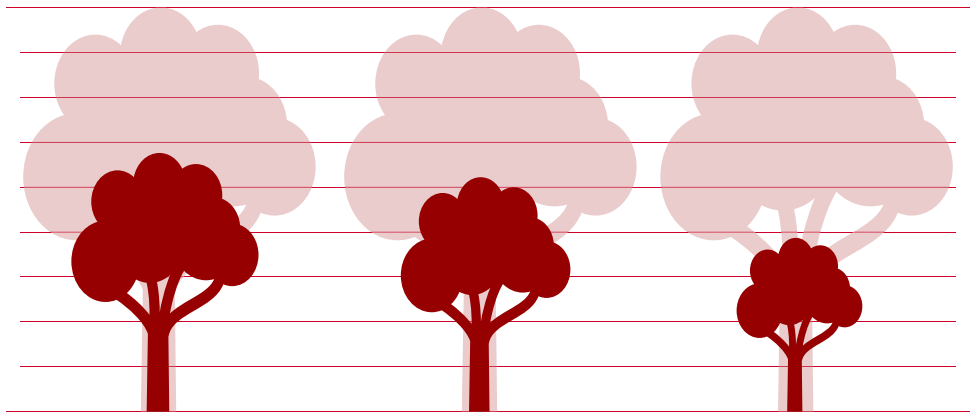
PAYL- und PAYD-Tarife* (**31%**) sowie **Situativ-Policen** (**30%**) sind keine Top-Geschäftsbringer.

*Sehr großes oder großes **Kostenspar-potenzial** im Schadenmanagement:*

64% Schäden online melden

58% Automatisierung

43% Betrugs-erkennung durch KI



* Pay As You Live / Pay As You Drive – Versicherungen mit verhaltensabhängigen Beiträgen oder Boni.

Digitalisierung im Dienste der Kunden

Technologische Entwicklungen für Versicherungsnehmer (bereits im Einsatz):

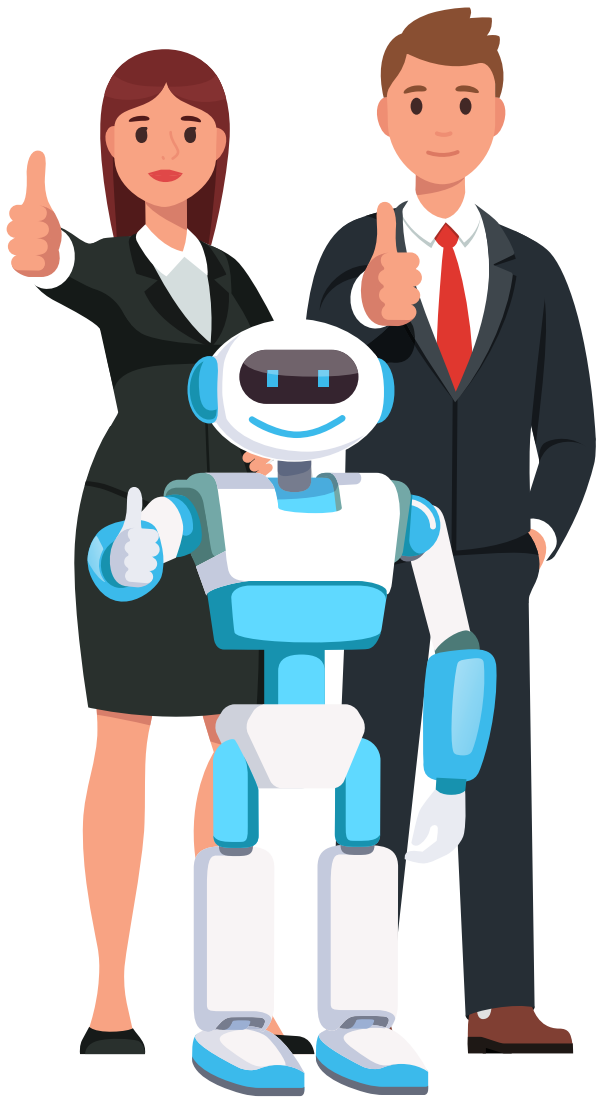
Zentrale Kundendatenbank:
54%

Versicherungs-Apps:
37%

Self-Service-Portal:
37%

Videoberatung:
20%

Chatbots:
15%



Vertrieb 2022

Einschätzungen und Absichten der Versicherer und Vermittler:

74% meinen, Vermittler und Berater haben nicht ausgedient.

67% glauben, dass Kunden künftig mehr Robo-Advisor-Beratung wünschen.

60% der Versicherer werden Direktgeschäft ausweiten.

26% planen Vermittlerportal mit Self-Services.

24% wollen den Bedarf des Kunden mit künstlicher Intelligenz vorhersagen.

IT-Umbau: Cloud Computing endlich sicher und stabil genug

3 Top-IT-Projekte, die Vorrang haben:

40% Cloud-Lösungen (2017: **32%**)

39% durchgängig digitalisierte Prozesse

26% Ablösung veralteter Legacy-Bestandsführungssysteme

3 Top-Gründe für den Umzug in die Wolke:

Mehr Tempo:
40%

Weniger Kosten:
33%

Weniger Compliance-Aufwand:
31%

Quelle: Branchenkompass Insurance, Juni 2019

Delivering Transformation. Together.

sopra steria CONSULTING