

BRANCHEN KOMPASS



INSURANCE
2015



Aktuelle Entscheiderbefragung

TRENDS

Digitalisierung
Mobile Anwendungen

MASSNAHMEN

Standardisierung
Automatisierung

3 » Vorwort

EXECUTIVE SUMMARY

4 » Branche im Wandel

BEFRAGUNGSERGEBNISSE

7 » Stimmungstief

9 » Herausforderungen: Compliance und Digitalisierung

14 » Der Kunde steht im Mittelpunkt

18 » Kommunikation wird vielfältiger

22 » Digitalisierung treibt Standardisierung und Automatisierung voran

28 » IT-Investitionen rücken in den Vordergrund

30 » Glossar

31 » Aktuelle Studien

IMPRESSUM

Haftungsausschluss: Alle Angaben wurden sorgfältig recherchiert und zusammengestellt. Für die Richtigkeit und Vollständigkeit des Inhalts sowie für zwischenzeitliche Änderungen übernehmen Redaktion, Verlag und Herausgeber keine Gewähr.

© November 2015

Herausgeber:

Sopra Steria GmbH
Hans-Henny-Jahnn-Weg 29, 22085 Hamburg

FRANKFURT BUSINESS MEDIA GmbH – Der F.A.Z.-Fachverlag
Bismarckstraße 24, 61169 Friedberg
(zugleich auch Verlag; Geschäftsführung:
Torsten Bardohn, Dr. André Hülsbömer
Vorsitzender der Geschäftsleitung; Bastian Frien)

Alle Rechte vorbehalten, auch die der fotomechanischen Wiedergabe und der Speicherung in elektronischen Medien.

Titelfoto: © filrom/iStock/Thinkstock/Getty Images

Verantwortliche Redakteurin und Autorin:
Jacqueline Preußner

Gestaltung und Satz: Christine Lambert
Lektorat: Anna-Luise Knetsch

Entscheiderbefragung:
forsa Gesellschaft für Sozialforschung
und statistische Analysen mbH
Max-Beer-Straße 2/4, 10119 Berlin

Druck und Verarbeitung: Boschen Offsetdruck GmbH
Alpenroder Straße 14, 65936 Frankfurt am Main
www.boschendruck.de

Mit Ökofarben auf umweltfreundlichem Papier gedruckt.
Diese Studie wurde klimaneutral hergestellt. Der CO₂-Ausstoß wurde durch Klimaschutzprojekte kompensiert.

ISBN: 978-3-945999-18-9



Vorwort

Die Versicherungswirtschaft steckt in einer tiefgreifenden Umbruchphase. Neue gesetzliche Regulierungsvorschriften sind umzusetzen und das anhaltend niedrige Zinsniveau schmälert die Erträge. Mit den strikten Eigenkapitalvorschriften und dem Fehlen von Zinseinnahmen ist das Ende der klassischen Kapitallebensversicherung mittlerweile abzusehen. Dass die Branche sich in einem Stimmungstief befindet, wundert kaum.

Ein Lichtblick ist die Digitalisierung. Sie stellt im ersten Schritt eine große Herausforderung dar. Die IT-Landschaft muss umgebaut, Daten, Produkte und Leistungen müssen standardisiert sowie Prozesse und Geschäftsabläufe automatisiert werden. Doch mit dem am Ende optimierten Kundendatenmanagement und den an den Kundenerwartungen ausgerichteten Kommunikations- und zunehmend Interaktionswegen lassen sich die Servicequalität verbessern, neue Kunden akquirieren und Bestandskunden stärker binden.

Im Zuge der Digitalisierung passiert noch viel mehr – das Versicherungsgeschäft wird sich in weiten Teilen komplett verändern. Pay-as-you-live-Konzepte, Telematik, Biometrie finden heute schon Eingang in Tarifkonzepte und Bonusprogramme. Cyber-Security-Policen stecken noch in den Kinderschuhen, werden aber in Zukunft sicherlich immer wichtiger werden. Mit dem in Aussicht gestellten führerlosen Fahren von Kraftwagen jeglicher Art wird die Kfz-Versicherung völlig neu gedacht werden müssen.

Mitten im Wandel befindet sich bereits der Versicherungsvertrieb. Mobile Online-Kanäle ergänzen die klassischen Vertriebskanäle, um den Kundenkontakt an die gesellschaftlichen Gegebenheiten anzupassen. Online-Portale für den Vergleich und Kauf von Versicherungsprodukten werden immer wichtiger. Sie übernehmen zunehmend die Rolle eines virtuellen Marktplatzes für digitalisierte Produkte. Vor

allem durch Zukäufe und Kooperationen erschließen sich Versicherungen dieses Marktsegment.

Bereits zum zweiten Mal haben wir im Rahmen des „Branchenkompass Insurance“ neben den Versicherungen auch Makler befragt. Sie agieren einerseits unabhängig und sind andererseits eng mit der Assekuranz verbunden und erleben deren Trends hautnah mit. Versicherungen und Makler sind aufeinander angewiesen. Die zunehmende Digitalisierung des Versicherungsgeschäfts macht es notwendig, dass Makler und Versicherungen sich informationstechnisch stärker aufeinander abstimmen und vernetzen.

Im August und September 2015 befragte das Marktforschungsinstitut forsa in unserem Auftrag Führungskräfte aus 70 der größten Versicherungen und Makler zu ihrer Geschäftspolitik und ihren Investitionszielen bis 2018. Die Gesprächspartner waren Geschäftsführer oder Mitglieder der Geschäftsführung, Vorstandsvorsitzende oder andere Vorstandsmitglieder, Leiter des Marketings oder anderer zentraler Bereiche. forsa führte die Befragung in Form von Computer Aided Telephone Interviewing (CATI) für uns durch. Wir haben die Antworten ausgewertet und durch Vergleiche mit den Ergebnissen unserer Branchenkompass-Studien seit 2002 Zeitrends ermittelt.

Wir wünschen Ihnen eine interessante Lektüre.

Sopra Steria Consulting
FRANKFURT BUSINESS MEDIA

Cyber Security, Zeit- und Teilgruppenvergleich

Wir haben die Entscheider bei Versicherungen und Maklern auch zu Cyber Security befragt (siehe Seite 12). Auf Seite 5 finden Sie einen Zeitvergleich mit den Befragungsergebnissen von 2013 sowie auf den Seiten 21 und 27 Übersichten zu unseren Teilgruppenvergleichen. Auf Seite 17 finden Sie die Trends im deutschen Versicherungsmarkt bis 2018.

Branche im Wandel

Neue Regulierungen, niedrige Zinsen – die Versicherungswirtschaft befindet sich immer noch in schwierigem Fahrwasser. Der Markt konsolidiert sich, und die Digitalisierungswelle verschärft den Wettbewerb. Aber hinter den großen Herausforderungen stehen auch neue Geschäftschancen.

1 » Die Versicherungswirtschaft bleibt im Stimmungstief

Im Vergleich zur Gesamtwirtschaft in Deutschland wird die Versicherungswirtschaft in den kommenden zwei Jahren nur unterdurchschnittlich wachsen können. Das prognostizieren die befragten Entscheider bei Versicherungen und Maklern.

Bereits seit 2013 überwiegen die Skeptiker in der Branche. 2015 schätzen die Befragten die weitere Entwicklung der Versicherungswirtschaft sogar noch schlechter ein als im Krisenjahr 2008. Während die Hälfte der Versicherungsentscheider erwartet, dass Versicherungen mit der Entwicklung der Gesamtwirtschaft noch Schritt halten werden, ist es bei den befragten Maklern nicht einmal mehr die Hälfte. Während in den früheren Befragungen Makler insgesamt ein positiveres Stimmungsbild zeichneten als die Versicherungen, ist es 2015 umgekehrt. Makler sind derzeit skeptischer.

Die Bedeutung der Lebensversicherung geht aus Sicht der Brancheninsider weiter zurück. Die anhaltende Niedrigzinsphase mündet jetzt in die geplante Abschaffung des staatlich fixierten Garantiezinses. Damit geht das Alleinstellungsmerkmal der Lebensversicherung verloren. An Bedeutung gewinnen werden die betriebliche Altersversorgung und neue innovative, investimentbasierte Vorsorgelösungen.

2 » Neue gesetzliche Regulierungen erzeugen Handlungsbedarf

Neue Regulierungen sind in der systemrelevanten Versicherungsbranche ein Dauerthema. Solvency II tritt 2016 in Kraft, und die neue europäische Versicherungsvermittlerrichtlinie IDD ist beschlossen und soll 2017 in nationales Recht umgewandelt werden.

Versicherungen und Makler sehen in den neuen Regulierungsvorschriften eine der wichtigsten Herausforderungen für die Branche. Mit dem baldigen Inkrafttreten von Solvency II erwartet ein Drittel der befragten Versicherungsentscheider kurzfristigen Einfluss auf den eigenen Vertrieb. Die EU-Vermittlerrichtlinie hingegen wird sich vor allem mittel- bis langfristig auswirken.

Auch das neue IT-Sicherheitsgesetz betrifft Versicherungen. Zum Thema Datenschutz hat die Branche bereits eigene Verhaltensregeln für die Datenverarbeitung in ihrem Code of Conduct festgehalten.

3 » Digitalisierung ist eine wichtige Herausforderung

Die zunehmende Digitalisierung des gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Lebens macht vor der Versicherungsbranche nicht halt. Neue technologische Entwicklungen in der IT verändern das Tagesgeschäft grundlegend.

Die Optimierung der IT und die Digitalisierung der Geschäftsprozesse ist für acht von zehn befragten Versicherungsentscheidern eine wichtige Herausforderung. Bei den Maklern ist der Anteil nur geringfügig niedriger. Zwei Drittel der Versicherungen und 69 Prozent der Makler werden in den kommenden zwei Jahren in Technologien zur Digitalisierung investieren. Mit der zunehmenden Digitalisierung der Geschäftsprozesse rückt auch das Thema Cyber Security für die Versicherungsbranche in den Vordergrund. Neun von zehn befragten Entscheidern bei Versicherungen und Maklern bestätigen, dass Cyber Security mit den immer komplexeren IT-Landschaften zunehmend wichtiger wird.

4 ‹‹ Multi-Kanal- wird zu Omni-Kanal-Kommunikation

Versicherer und Makler wollen neue Kunden gewinnen und das Geschäft mit Bestandskunden in den kommenden zwei Jahren ausweiten. Dabei gilt es, die Servicequalität weiter zu verbessern. Ein wichtiger Aspekt ist die Kundenkommunikation, die durch den technologischen Wandel vielfältige Kanäle gleichermaßen bedienen muss.

In den kommenden zwei Jahren wollen acht von zehn befragten Versicherungen und sieben von zehn Maklern in mobile Anwendungen für ihre Kunden und den Vertrieb investieren. Auch Portallösungen sollen forciert werden. Wichtig dabei ist, dass ein Kunde, ganz gleich über welchen Point of Contact er die Versicherung erreicht, überall die gleichen Informationen zu Leistungen, Produkten und Konditionen erhält.

5 ‹‹ Investitionen in Prozessautomation und Standardisierung

Um „research everywhere, purchase everywhere“ bieten zu können, müssen Strukturen, Prozesse und Geschäftsmodelle multikanalfähig werden. Entsprechend gilt es, Produkte, Daten, Dokumente und Informationen zu standardisieren.

Versicherungen und Makler planen bis 2018 weitreichende Investitionen in die Standardisierung. Auch die Wichtigkeit der Automatisierung von Prozessen ist den Branchenentscheidern bewusst. Zwei Drittel der Versicherungen und Makler planen dazu Investitionen in Big Data und Business-Intelligence-Anwendungen. Dem Cloud Computing hingegen steht die Versicherungsbranche derzeit noch eher skeptisch gegenüber.

6 ‹‹ Digitalisierung bietet Chancen für Produktinnovationen

Die Digitalisierung verändert nicht nur die Geschäftsabläufe in der Versicherungsbranche, sondern auch die Produktlandschaft.

Die digitale Vernetzung schreitet schnell voran. Smartphones und das Internet der Dinge kön-

Vergleich mit der Befragung 2013

2015...

... blicken Versicherungen und Makler skeptischer in die Zukunft und erwarten eine schlechtere Entwicklung der Versicherungswirtschaft ...

... erwarten Assekuranzen einen stärkeren Bedeutungszuwachs der betrieblichen Altersversorgung (bAV) ...

... beschäftigt das Thema neue Regulierungen und Compliance Versicherungen und Makler kaum weniger ...

... rücken die Optimierung der IT und die Digitalisierung der Geschäftsprozesse stärker in den Vordergrund ...

... investieren mehr Versicherer in mobile Anwendungen ...

... planen Versicherungsmakler häufiger, kurzfristig in Social-Media-Aktivitäten zu investieren ...

... wollen weniger Versicherer in den kommenden zwei Jahren Wertschöpfungspartnerschaften eingehen ...

... plant eine größere Zahl von Maklern Wertschöpfungspartnerschaften ...

... ist der Anteil der IT-Budgets an den Gesamtinvestitionen bei Maklern und Versicherungen deutlich größer ...

... als 2013.

nen eine Flut von Daten bereitstellen. In Verbindung mit Big-Data-Anwendungen, die eine Auswertung von großen und auch unsortierten Datensätzen in sehr kurzer Zeit ermöglichen, entstehen neue Geschäftsideen.

Bereits in der Umsetzung befinden sich die sogenannten Telematiktarife bei Kfz-Versicherungen. Aufgrund von Messungen des jeweiligen Fahrverhaltens werden individuelle Versicherungstarife errechnet. 49 Prozent der befragten Versicherungen planen in Telematiktarife zu investieren.

Die Messung biometrischer Daten zum Beispiel über Fitness-Apps werden von einzelnen Krankenversicherungen bereits als Grundlage für Bonuszahlungen an die Kunden verwendet. Im Bereich Biometrie wollen sich 43 Prozent der Versicherungen engagieren.

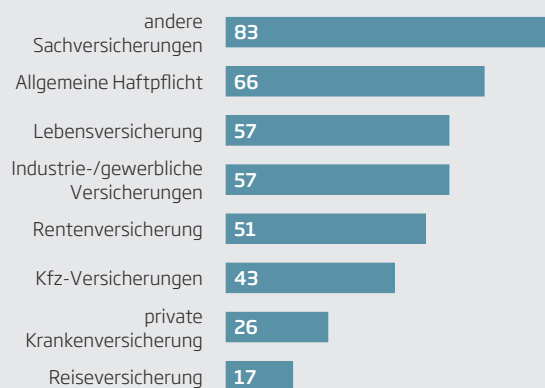
Zusammensetzung der von forsa befragten 70 Entscheider

Der Studie „Branchenkompass 2015 Insurance“ basiert wie auch 2013 auf Telefoninterviews mit Topentscheidern der größten Versicherungsgesellschaften und der größten Versicherungsmakler in Deutschland. Von den insgesamt 70 Interviewpartnern sind 35 Gesprächspartner bei Versicherungen tätig, 35 bei Versicherungsmaklern.

Die befragten Versicherungsgesellschaften haben in der Mehrzahl keinen eindeutigen Sparten-schwerpunkt. So nennt jeder Versicherer in unserer Befragung im Durchschnitt vier Kernsparten für das eigene Geschäft. Bei den befragten Maklerunternehmen ist die Spartenvielfalt noch größer. Die Mehrzahl der befragten Versicherungsgesellschaften hat weniger als 1.000 Mitarbeiter (61 Prozent). Gegenüber der Befragung 2013 ist der Anteil der ganz großen Versicherungsgesellschaften mit mehr als 10.000 Beschäftigten von 9 auf 14 Prozent gestiegen. Bei den Versicherungsmaklern haben etwas mehr als die Hälfte der in der Befragung berücksichtigten Unternehmen weniger als 50 Mitarbeiter. Knapp ein Drittel der befragten Maklergesellschaften haben derzeit 100 bis 499 Beschäftigte. Durch die Aufnahme von großen Versicherungsmaklern in die Studienreihe „Branchenkompass Insurance“ zeichnete sich bereits in der Ausgabe 2013 ab, dass der Anteil von Geschäftsführern, die an der Befragung teilgenommen haben, gewachsen ist. Diese Entwicklung setzt sich auch 2015 fort: 39 Prozent der Befragten sind Geschäftsführer, betrachtet man allein die Makler, sind es sogar 63 Prozent.

Geschäftsschwerpunkte der befragten Versicherungsunternehmen

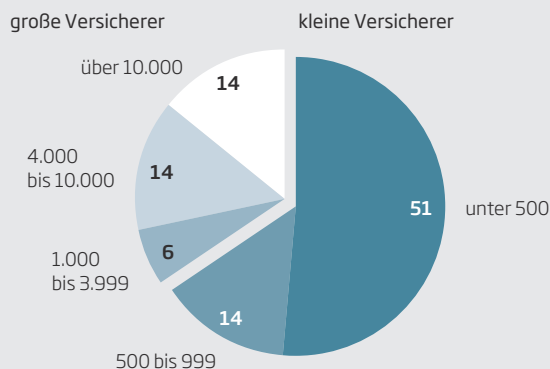
Sparte; in % der befragten Versicherungsunternehmen¹⁾



1) Mehrfachnennungen möglich.

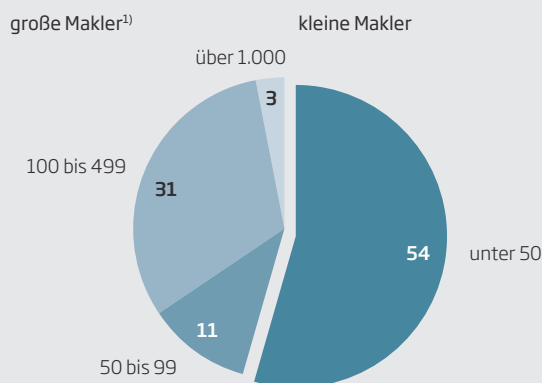
Größe der befragten Versicherungsunternehmen

Zahl der Mitarbeiter; in Prozent der befragten Versicherungsgesellschaften; n=35



Größe der befragten Maklergesellschaften

Zahl der Mitarbeiter; in Prozent der befragten Maklergesellschaften; n=35



1) 500 bis 1.000 Mitarbeiter=0.

Funktion der befragten Entscheider

in % der befragten Entscheider bei Versicherungen und Maklern; n=70



Quellen: Sopra Steria Consulting; FRANKFURT BUSINESS MEDIA.

Glossar

» Big Data

Schnell wachsende, teilweise unsortierte Datensammlungen, die in unterschiedlichen Systemen, Formaten und Volumina vorliegen und die Kapazitäten konventioneller Datenbanken oder Sicherungssysteme übersteigen.

» Code of Conduct (CoC)

Freiwilliger Datenschutzkodex, der gemeinsam von deutschen Datenschutzbehörden, dem Verbraucherzentrale Bundesverband (vzbv), dem GDV und seinen Mitgliedern entwickelt wurde.

» Compliance

Selbstverpflichtung eines Unternehmens, sich an die vom Gesetzgeber, von den Anteilseignern oder dem Aufsichtsgremium aufgestellten Regeln zu halten, um ein positives Image aufzubauen und Haftungsfälle zu vermeiden. Vor allem Großunternehmen erstellen eigene Verhaltenskodizes.

» Fintech

Fintech ist ein Kofferwort und setzt sich aus den Wörtern „financial services“ und „technology“ zusammen. Finanztechnologie ist ein Sammelbegriff für moderne Technologien im Bereich der Finanzdienstleistungen.

» Insurance Distribution Directive (IDD)

EU-Vermittlerrichtlinie, die für alle Vertriebsaktivitäten der Versicherungswirtschaft in Europa gilt und somit eine bessere Beratungsqualität und einen Standard für den Verbraucherschutz liefern soll. So gelten dann strengere Regelungen bezüglich der Aus- und Weiterbildung eines jeden Vermittlers.

» Industrieversicherer

Versicherung, die industrielle Risiken abdeckt, wie Feuer-, Feuerbetriebsunterbrechungs-, Haftpflicht- oder Transportversicherungen, und die technische Versicherungen anbietet.

» Kompositversicherer

Sach-, Unfall- und Kfz-Versicherungen. Versicherungsunternehmen, das verschiedene Zweige der Schadenversicherung betreibt. Abgrenzung von Lebens, Kranken-, Rechtsschutz- und Kreditversicherung.

» Pay as you live (PAYL)

Bislang liegt der Fokus auf der Erfassung von Vitalwerten, aus denen Dienstleister einen Score-Wert berechnen, der den Versicherungen als Basis für die Zahlung einer Gratifikation an den Kunden dient. Wird als Einstieg in die individuelle Tarifierung gesehen.

» Mikroversicherungen

Versicherungslösungen, die speziell auf die Bedürfnisse von Familien mit niedrigem Einkommen zugeschnitten sind und vor allem in Entwicklungs- und Schwellenländern vertrieben werden.

» Telematiktarife (Kfz)

Kfz-Versicherung, bei der die Prämienhöhe vom Fahrverhalten beeinflusst wird. Zielgruppe sind bislang junge Fahrer. Ihr Fahrverhalten wird durch Apps, USB-Sticks oder Black Boxes digital festgehalten.

» Packaged Retail and Insurance-Based Investment Products (PRIIP)

EU-Verordnung über ein Dokument mit Basisinformationen, das ursprünglich nur für Investmentprodukte gelten sollte, nun aber auch die Kapitallebensversicherungen mit einschließt.

» Personenversicherung

Oberbegriff für alle Versicherungssparten, die Personenrisiken abdecken. Dazu gehören insbesondere Lebensversicherungen, private Krankenversicherungen und Unfallversicherungen.

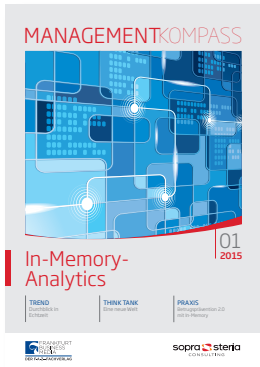
» Schadenversicherung

Deckt Sach- und Vermögensschäden ab: Sachversicherungen (Feuer, Einbruch, Leitungswasser) sowie Kraftfahrzeug-, allgemeine Haftpflicht-, Rechtsschutz, Transport- und Kreditversicherung. Auch Nichtpersonenversicherung genannt.

» Solvency II

EU-Projekt mit dem Ziel, die Eigenmittelvorschriften für Versicherungen zu einem konsequent risikoorientierten System der Finanzaufsicht weiterzuentwickeln. Dafür sollen die Versicherer ihr Risikomanagement verbessern. Mit Solvency II soll die Aufsicht in der EU harmonisiert werden.

Aktuelle Studien



Managementkompass In-Memory-Analytics

Um die wachsenden Datenströme erfassen und sinnvoll für die eigene Geschäftsentwicklung nutzen zu können, müssen Unternehmen immer mehr unterschiedlich strukturierte Informationen verarbeiten können – und dies möglichst in Echtzeit. Dieser Managementkompass zeigt, welche Möglichkeiten der Wertschöpfung In-Memory-Technik Unternehmen bietet.

Branchenkompass Public Services

Befragung von 100 Entscheidern aus 100 deutschen Bundes-, Landes- und Kommunalverwaltungen zu den aktuellen Herausforderungen und den bis 2017 geplanten Maßnahmen. Schwerpunkte sind Steigerung der Kosteneffizienz, E-Government mit einem Fokus auf Bürgerkonten, Kooperationen, Bürgerbeteiligung und Business Intelligence.



Managementkompass Cyber Security

Derzeit vertieft sich in Industrie, Wirtschaft und Gesellschaft ein Zielkonflikt: digitale Sicherheit versus Effizienzsteigerung und Funktionalität. Dieser Managementkompass zeigt, mit welchen Maßnahmen zur intelligenten Prävention und Schadenbegrenzung Entscheider die digitale Sicherheit auf technischer Ebene ebenso erhöhen können wie im operativen Tagesgeschäft.

ANSPRECHPARTNER

Sopra Steria GmbH

Corporate Communications
Birgit Eckmüller
Hans-Henny-Jahnn-Weg 29
22085 Hamburg
Telefon: (040) 22703-5219
Telefax: (040) 22703-1219
E-Mail: info.de@soprasteria.com

FRANKFURT BUSINESS MEDIA GmbH - Der F.A.Z.-Fachverlag

Jacqueline Preußner
Postfach 20 01 63
60605 Frankfurt am Main
Telefon: (069) 75 91-1961
Telefax: (069) 75 91-1966
E-Mail: jacqueline.preusser@frankfurt-bm.com

ISBN: 978-3-945999-18-9



9 783945 999189