



5 Versicherungs-Trends für ein starkes Business

Versicherer haben in den letzten zwei Jahren ihre Digitalisierung enorm beschleunigt. Darauf müssen sie jetzt aufbauen, um ihr Angebot zu stärken, die Beziehung zu Bestandskunden zu festigen und neue Kunden zu gewinnen.

1. Personalisierung ist das A und O

Die Erwartungshaltung der Kunden an personalisierte Erfahrungen ist in den letzten Jahren stark gestiegen – das gilt auch bei Versicherungen. Personalisierung heißt hier aber nicht nur, dass die Bewertung des Risikos auf individueller Basis erfolgt. Es bedeutet auch, dass sich Aspekte wie der Rhythmus, indem die Raten gezahlt werden, oder in der Versicherung abgedeckte Schäden ebenfalls an den Bedürfnissen des Versicherten orientieren.

Um in der Lage zu sein, Versicherungsnehmern maßgeschneiderte Angebote zu unterbreiten, müssen Versicherer noch stärker als bisher auf neue Technologien und Daten setzen: angefangen bei Personalization Engines über Predictive Analytics bis hin zu Telematik- und Sensordaten.

2. Mehr aus den Daten herausholen

Apropos Daten: Versicherer müssen ihre Daten besser verstehen – welche werden wo gesammelt, welche sind tatsächlich nützlich und wie lässt sich ihr volles Potenzial ausschöpfen? Aufgrund der graduellen Umstellung von Papier auf digitale Dokumente sowie voneinander

unabhängig arbeitenden Abteilungen sind die Datenbestände bei vielen Versicherern jedoch stark fragmentiert. Deshalb müssen sie ihr Datenmodell unternehmensweit neu aufstellen und die passenden Datenplattformen und Datenverarbeitungstools implementieren. Ein spezialisiertes Data Warehouse kann beispielsweise nur mit Daten gefüllt werden, die im Zusammenhang mit einer bestimmten Aufgabe stehen.

3. Selbst zum Entwickler werden

Noch immer verlassen sich Versicherer größtenteils auf Software von Drittanbietern. Daran ist erstmal nichts verkehrt, allerdings decken diese Lösungen nur etwa 80 Prozent aller Use Cases ab und stehen auch allen Wettbewerbern zur Verfügung. So ist kaum Differenzierung möglich. Deshalb entscheiden sich immer mehr Versicherer dafür, einzelne Komponenten ihrer Anwendungen selbst (weiter) zu entwickeln, um beispielsweise Kunden neue Funktionen anbieten zu können und sich mit ihrem Angebot vom Wettbewerb abzuheben. Auch eine Digitalisierung im Kleinen kann nach und nach zu großen Verbesserungen und einer Modernisierung der IT-Infrastruktur führen. Für diese Aufgaben eignet sich insbesondere auch eine langfristige, strategische Partnerschaft mit einer Technologiefirma,

die die Branche, den Versicherer und die komplexe Softwareumgebung kennt und entsprechende Expertise und Entwicklungskapazität zur Verfügung stellt.

Versicherungsbranche in den nächsten Jahren prägen werden.

4. Transparenz schafft Vertrauen

Bislang sehen viele Menschen den Abschluss einer Versicherung eher als notwendiges Übel, bei dem der Versicherer im Schadenfall auf das Kleingedruckte verweist, um möglichst wenig auszuzahlen. Wer sein Geschäft – auch mit Bestandskunden – ausbauen möchte, sollte an dieser negativen Einstellung arbeiten und sich als verlässlicher Partner aufstellen: Klare und transparent kommunizierte Policen bauen Vertrauen auf, weil Kunden genau wissen, welche Leistung sie erwarten können.

Das ist oft leichter gesagt als getan, denn Versicherungen sind von Natur aus komplex. Daher sollten Versicherer prüfen, inwieweit sie ihre Produkte selbst vereinfachen können und wie sich das in den Policen und der Beratung widerspiegeln kann.

5. Ansprüche leicht(er) geltend machen

Nach einem Schadenfall wartet auf die Versicherungsnehmer oft die nächste Herausforderung: ihre Ansprüche geltend machen. Das kostet Zeit und Nerven, und gerade letztere sind je nach Schadenfall nicht unbedingt im Übermaß vorhanden. Versicherungsunternehmen sollten daher den Prozess so weit wie möglich optimieren – etwa eine Einreichung online und mit leicht verständlichen Formularen ermöglichen. Auch können sie eine automatische Auszahlung implementieren, wenn bestimmte Bedingungen erfüllt sind. Im Falle einer Hochwasserversicherung kann das zum Beispiel beim Erreichen eines bestimmten Wasserpegels geschehen.

Fazit

Die Versicherungslandschaft positioniert sich neu, es geht nicht mehr allein um einen Risikoaustausch. Vielmehr geht es darum, ein personalisiertes Kundenerlebnis zu bieten und durch den richtigen Einsatz von Daten und Technologien ein Versicherer zu werden, der nicht nur in der Lage ist, mehr Kunden zu gewinnen und seine Einnahmen zu steigern. Der Trend zeigt, dass sich Versicherungen zu etwas entwickeln, das der Kunde wirklich braucht und im besten Fall sogar abschließen will.

Der am 9. März 2022 erschienene Report [„Top Trends That Will Underpin Digital Acceleration in Insurance“](#) von Endava stellt insgesamt neun Trends vor, die die

Versicherungs- und Finanznachrichten

expertenReport



<https://www.experten.de/id/4923989/5-versicherungs-trends-fuer-ein-starkes-business/>