



## Digitalisierung: neue Prozesse oder neue Produkte?

**Deutsche Assekuranzunternehmen wollen in den nächsten zwei Jahren einen erheblichen Anteil ihres Budgets in Digitalisierungsprojekte investieren. In die Produktentwicklung aber fließen im gleichen Zeitraum nur rund zehn Prozent der verfügbaren Investitionsmittel. Verschlafen etablierte Gesellschaften ihre Chance, mit eigenen kreativen Produktinnovationen zu punkten?**

Für diese Zurückhaltung sieht Janina Röttger, Senior Manager und Leiterin Automotive Service Insurance bei Sopra Steria Consulting, eine Reihe von Gründen:



Zudem scheint vielen Kfz-Versicherern das immense Potenzial additiver Telematik-Dienste zu langfristiger Kundenbindung noch nicht hinreichend bewusst zu sein. Noch zögerlicher verhält sich die Branche bei Pay-as-you-live-Konzepten. Auf diesem Produktfeld wollen lediglich elf Prozent kurzfristig investieren. Gleichwohl sollten Versicherungsgesellschaften lieber heute als morgen erste Erfahrungen im Umgang mit massenhaft erhobenen Kundendaten sammeln. Janian Röttger erläutert:



Technische und methodische Voraussetzung dafür ist die Fähigkeit eines Versicherers, massenhaft erhobene Kundendaten in Echtzeit auszuwerten und die für das jeweilige Geschäftsmodell relevanten Informationen ebenso schnell zu aggregieren. Noch sind Big-Data- und Business-

Intelligence-Technologien in der Assekuranzwirtschaft eher die Ausnahme als die Regel. Immerhin aber wollen 23 Prozent der befragten Versicherer und 26 Prozent der Makler bereits kurzfristig in Big Data beziehungsweise Business Intelligence investieren.

Bild: © olly / fotolia.com

Versicherungs- und Finanznachrichten

# expertenReport



<https://www.experten.de/id/4942699/digitalisierung-neue-prozesse-oder-neue-produkte/>