



## Big Data: Revolution in der Branche

Die „Analytics & Big Data“-Revolution erfasst die Versicherungsindustrie so rasant wie kaum eine andere Branche. So sagen 71 Prozent aller Versicherungs-CEOs, dass neue Methoden zur Datenanalyse die Entscheidungsprozesse in ihrem Unternehmen bereits maßgeblich verändert hätten, zeigt eine globale Studie der Wirtschaftsprüfungs- und Unternehmensberatungsgesellschaft PwC.



### „Analytics & Big Data“ helfen Versicherern, neue Zugangswege zum Kunden zu finden

Unter welchem Druck das hergebrachte Vertriebsmodell vieler Versicherer steht, zeigt sich daran, dass PwC-Erhebungen zufolge nur noch 35 Prozent aller Kunden bei der Suche nach der richtigen Police die direkte Interaktion mit dem Makler oder dem Ausschließlichkeitsvertreter präferieren – Tendenz weiter fallend. 22 Prozent der Versicherten bevorzugen dagegen schon heute den Abschluss über das Internet, weitere 19 Prozent die Kommunikation per Telefon. Parallel steigt der Anteil der sogenannten ROPO-Kunden. Diese schließen zwar „offline“ ab – aber erst, nachdem sie sich online über die Angebote verschiedener Versicherer informiert haben. Gut 70 Prozent aller Versicherten zählen sich mittlerweile zu dieser Kundengruppe.

Mäder erläutert:



Denn:



So kam bei CEO-Umfrage unter anderem heraus, dass viele Versicherer inzwischen ein „Data Insights Team“ beschäftigen und dieses in wichtige unternehmerische Entscheidungen einbeziehen.

### Fünf Erfolgsrezepte für das Geschäftsmodell der Zukunft

Im Zuge der „Insurance Monitor“-Studie hat PwC gemeinsame mit Versicherungsexperten, Aktuaren und ausgewählten Spezialisten den Nutzen der neuen Analyseverfahren für die Versicherungsbranche entlang der Wertschöpfungskette beleuchtet sowie verschiedene Use Cases erörtert. Dabei schälten sich fünf Erfolgsrezepte für ein digitales Geschäftsmodell heraus:

- Zunächst einmal gilt es, aus der sehr großen Menge vorhandener Daten die wirklich wertvollen herauszufiltern. „Es geht um eine businessorientierte Katalogisierung“, sagt Mäder.

- Der zweite Schritt besteht darin, innerhalb des Unternehmens eine offene Nutzungskultur zu fördern, die jedem Fachbereich den unbürokratischen Zugriff auf die für ihn relevanten Daten ermöglicht. Natürlich sind dabei die höchsten datenschutzrechtlichen Standards zu berücksichtigen.
- Drittens tun Versicherer gut daran, einen „Chief Data Officer (CDO)“ zu implementieren bzw. dafür sorgen, dass dessen Rolle gestärkt wird. „Der CDO sollte sich nicht nur für Compliance zuständig fühlen, sondern auch den Wachstum des Unternehmens im Fokus haben“, sagt Mäder.
- Als nächstes gilt es, die „Analytics“-Kompetenzen spartenübergreifend auszubauen. Gerade Führungskräfte müssen zwingend in der Lage sein, den strategischen Nutzen von Daten zu identifizieren und darauf aufbauend entsprechende Operational-Excellence-Strategien anzustoßen.
- Letztlich geht es darum, die Zusammenarbeit zwischen den Fachbereichen und den IT-Kollegen auf eine neue Grundlage zu stellen. Analytics'-sollte als business-getriebene Aktivität wahrgenommen werden – was jedoch erhebliche Ressourcen aus den Spezialbereichen IT und quantitative Modellierung erfordert.



sagt PwC-Experte Mäder. Gekennzeichnet sei der Versicherer der Zukunft durch die völlige Fokussierung auf den Kunden. Dazu trügen IT-Systeme bei, die die Absichten der Versicherten antizipierten und für ihn mittels „Robotic Advise“ das bestmögliche Angebot generierten.



Bild: © beeboys / fotolia.com

Versicherungs- und Finanznachrichten

# expertenReport



<https://www.experten.de/id/4943042/big-data-revolution-in-der-branche/>