



## Automatisierung: deutsche Versicherer überdurchschnittlich

**Bei dem Einsatz von Automatisierungstechnologien liegen deutsche Versicherer im internationalen Vergleich an der Spitze. Vor allem bei Robotic Process Automation, Künstlicher Intelligenz, Machine Learning und Blockchain liegen sie mit fortgeschrittener Pilotierung und Implementierung über dem weltweiten Durchschnitt. So das Ergebnis des World Insurance Report von Capgemini und Efma.**

### Einsatz digitaler Technologien zur Automatisierung

Im Bereich der robotergesteuerten Prozessautomatisierung (RPA) über alle drei Versicherungssegmente (Sach-, Lebens- und Krankversicherung) hinweg, glänzen die deutschen Versicherer. Die große Mehrheit hat RPA-Systeme pilotiert (36 Prozent) oder bereits vollständig im Einsatz (54 Prozent).

Aber auch bei der Implementierung anderer Automatisierungstechnologien sind deutsche Versicherer einer der Vorreiter. Konkret sind das Künstliche Intelligenz, Machine Learning/Deep Learning und Blockchain.

In den Bereichen Spracherkennung und Sprachverarbeitung steckt man hierzulande eher noch in der Konzeptionsphase und liegt somit bei ersterem noch knapp über, bei letzterem bereits unter dem globalen Durchschnitt.

### Überwiegend Telematik- und sensorgestützte Geräte

Die deutschen Versicherer konzentrieren sich für die Erhebung von Echtzeitdaten in erster Linie auf Telematik- und sensorgestützte Geräte und liegen dort deutlich über dem Durchschnitt. Bei Smart-Home-Applikationen und Social-Media-Plattformen liegen sie genau im weltweiten Durchschnitt. Einzig bei Wearables fallen deutsche Versicherer zurück. Hier befindet man sich noch zu 100 Prozent in der Konzeptionsphase.

Blickt man auf die Werkzeuge zur Analyse und Auswertung von Echtzeitdaten sind deutsche Versicherer besonders bei Emerging Risk Modeling und Predictive Analytics weiter als im durchschnittlichen Rest der Welt.

Uwe Korte, Leiter Business & Technology für Versicherungen bei Capgemini in Deutschland, dazu:

- Was die Adaption neuer und digitaler Technologien betrifft, brauchen sich die hiesigen Versicherer nicht zu verstecken. Dennoch sollten sich Versicherer in digitalen Ökosystemen organisieren und eng mit

InsurTechs zusammenarbeiten, um noch defizitäre Kompetenzen schnell aufzubauen.“

## Integration verschiedener Technologien

Die große Mehrheit von 95 Prozent der Versicherer in Deutschland gibt mittlerweile auch an, die Integration verschiedener Technologien und Partnerunternehmen in die eigene Wertschöpfungskette zu priorisieren – eine Quintessenz für die digitale Agilität, die Versicherer heutzutage benötigen, um sich im gegenwärtigen und zukünftigen Versicherungsmarkt durchzusetzen, so die Studienautoren.

## Bei Kundenzufriedenheit im oberen Mittelfeld

Bei der Branchenbewertung nach Serviceerfahrung schlagen sich Versicherungen (72,6) gut und rangieren auf der Zufriedenheitsskala nun auf dem dritten Platz nach Handelsunternehmen (76,9) und Banken (74,7), aber noch vor der Automobilbranche (71,1), dem Gesundheitswesen (69,9), den Versorgern (69,3) und den Telekommunikationsanbietern (67,3). Deutsche Verbraucher (38 Prozent) sind in allen demographischen Gruppen mit ihrer Versicherung zufriedener als der globale Durchschnittskonsument (33 Prozent).

Aber es klafft hierzulande eine deutlich größere Lücke im Direktvergleich mit den Banken – beides betrifft vor allem die wichtigen Serviceparameter „Leichte Handhabung“ (17 Prozentpunkte Unterschied), „Schneller Service“ (11 Prozentpunkte) und „After Sales Service“ (8 Prozentpunkte).

Interessant an dieser Stelle ist, dass der deutsche Verbraucher in den Ergebnissen eine deutlich ablehnendere Haltung gegenüber proaktiven personalisierten Angeboten einnimmt als sein globales Pendant, aber eine bessere Serviceerfahrung angibt, bei dem Versicherer, den er als stark proaktiv einstuft.

## BigTechs stehen in den Startlöchern

Bedrohung von der Seite bekommen Versicherer ganz besonders von den sogenannten BigTech-Firmen wie [Amazon](#), [Google](#) und [Facebook](#). Sie bereiten sich allmählich darauf vor, in den Versicherungsmarkt einzutreten und finden dort bereitwillige Kunden vor.

Knapp jeder Dritte Verbraucher weltweit würde es bereits in Betracht ziehen, ein Versicherungsprodukt von Amazon,

Facebook und Co. einzukaufen. Das entspricht einem Zuwachs von 12 Prozentpunkten seit 2015 auf nun 30 Prozent.

Die deutschen Versicherungsnehmer sind diesbezüglich etwas zögerlicher. Hier sieht sich nur jeder fünfte Verbraucher bereit, eine Versicherung bei den großen Technologiefirmen abzuschließen – immerhin ein Anstieg um 14 Prozentpunkte auf 21 in den vergangenen drei Jahren.

Hier scheinen gerade technikaffine und Gen-Y-Verbraucher besonders geneigt, vom traditionellen zum Technologieanbieter zu wechseln.

Diese Konsumentengruppen äußerten nicht nur eine geringere Servicezufriedenheit mit den etablierten Versicherungshäusern, sondern auch die grundsätzliche Bereitschaft innerhalb der nächsten zwölf Monate den Versicherer zu wechseln sowie ein Versicherungsprodukt bei BigTechs einzukaufen.

Bild: © alphaspirt / fotolia.com

Versicherungs- und Finanznachrichten

# expertenReport



<https://www.experten.de/id/4944962/automatisierung-deutsche-versicherer-ueberdurchschnittlich/>