

Die Zielbilder für Digitalisierung sind noch unscharf: Versicherer vernachlässigen Kundenperspektive

Marcus Laakmann, Roy Heiderich / 67rockwell Consulting
Hamburg, den 17. Februar 2016

Deutschen Versicherungsunternehmen fehlt vielfach ein Zielbild für die digitale Transformation ihrer Geschäftsmodelle. 67rockwell hat die Digitalisierungsvorhaben der Versicherungsunternehmen verglichen und die unterschiedlichen Vorgehensmodelle auf dem Weg in die digitale Welt beurteilt. Zentrales Ergebnis ist, dass den Unternehmen häufig ein klares Zielbild für die Integration der Digitalisierung in das Geschäftsmodell fehlt und der Kunde zu wenig einbezogen wird.

„Digitalisierung ist weit mehr als die Bereitstellung von Portalen für Customer-Self-Services oder die Dunkelverarbeitung von Geschäftsvorfällen entlang der Wertschöpfungskette“, so Marcus Laakmann, Geschäftsführender Gesellschafter bei 67rockwell. „Die bisherigen Strategie- und Projektansätze sind bei weitem nicht ausreichend. Unternehmen, die Dunkelverarbeitungsquoten in den Zielen ihrer Digitalisierungsstrategien und -projekte verankern, vernachlässigen meist fahrlässig die Kundenerwartungen.“

Die Einschätzung von 67rockwell beruht auf vielfältigen Projekterfahrungen sowie auf Expertengesprächen, die mit Gründern und Spezialisten der Insure-Tech- und Gründerszene geführt wurden. Nach Einschätzung der Experten sind die Versicherer auf die disruptiven Ansätze der Start-Ups schlecht vorbereitet. „Versicherungsunternehmen haben die disruptive Bedrohung durch Insure-Tech’s bisher noch gar nicht erkannt. Diese greifen in der Regel an der Schnittstelle zum Kunden an und orientieren sich fast ausschließlich am Kundenwert.“ Zu dieser Einschätzung kommt Sven Ivo Brinck, Manager und Berater für

Digitalisierung und M&A. Als Managing Director von Tipp24 und ehemaliger CEO von mybet.com kennt er die Stellhebel der digitalen Transformation. „Digitale Unternehmen sprechen via Segmentierung und Kundenwertmodellen die ertragsstarken Kunden an und sind in der Lage attraktivere Preise zu bieten – die ertragsschwachen Kunden bleiben für den Rest.“ Beispiele aus anderen Branchen gibt es bereits zahlreich, etwa Buchungsportale im Hotelwesen oder Amazon im Einzelhandel.

Roy Heiderich, bei 67rockwell für das Thema Schadenmanagement verantwortlich: „Im Schadenmanagement wird die Bedrohung durch den E-Call der Automobilhersteller schon seit Jahren diskutiert. Jetzt treten junge Unternehmen in den Markt ein, die aktiv die OBD-Schnittstelle des Fahrzeugs über eine Box verwenden und dem Kunden bei Nutzung attraktive Mehrwerte bieten. Dadurch kommt jetzt noch mehr Bewegung in diese Diskussion.“ Ziel dieser Start-Ups ist es, in der Wertschöpfungskette den Kunden vom Versicherer zu trennen. „Die Gefahr für den Versicherer besteht darin, dass dieser letztendlich lediglich als ein Servicedienstleister

für die Start-Ups fungiert, die die Kundenschnittstelle besetzen. Telemetrie-basierte Dienste sind ein erster Schritt in diese Richtung, auf die die Versicherungsbranche eine Antwort entwickeln muss.“

67rockwell empfiehlt daher, die digitale Transformation am Kunden und seinen

konkreten Bedürfnissen auszurichten. Marcus Laakmann: „Nur wer den Wert sowie die Bedürfnisse und Erwartungen seiner Kunden kennt und versteht, wird langfristig im Wettbewerb bestehen. Unser Ansatz ist es daher, die Kundensicht fest in der Digitalisierungsstrategie zu verankern.“

67rockwell Consulting berät und begleitet seit Jahren Unternehmen der deutschen Versicherungswirtschaft. Mit der Spezialisierung auf die Beratung von Lebens- und Sachversicherungen gegründet, besitzt 67rockwell heute erstklassige Referenzen innerhalb der deutschen Versicherungsunternehmen. 67rockwell ist ein eingespieltes Team von Spezialisten aus der Versicherungswirtschaft, deren Beratungsprojekte sich durch eine starke Kunden- und Umsetzungsorientierung auszeichnen. 67rockwell ist an den Standorten Hamburg und Köln vertreten.

Kontakt:

67rockwell Consulting

Marcus Laakmann

Geschäftsführender Gesellschafter

Telefon: +49 151 571 65 780

Marcus.Laakmann@67rockwell.de

67rockwell Consulting

Roy Heiderich

Senior Manager

Telefon: +49 160 365 5114

Roy.Heiderich@67rockwell.de