

## Digitalisierungsstrategien deutscher Versicherungsunternehmen greifen nicht weit genug.

Marcus Laakmann , Tim Sutor / 67rockwell Consulting  
Hamburg, den 27. Juli 2016

---

*Die Digitalisierungsstrategien deutscher Versicherungsunternehmen schöpfen nach wie vor die Potentiale der Digitalisierung nicht aus. Zu diesem Ergebnis kommt 67rockwell Consulting bei ihrer Analyse der Digitalisierungsaktivitäten im Versicherungsbetrieb. Die aktuelle Studie zeigt, dass die Strategie- und Projektansätze im Wesentlichen der Optimierung tradierter Strukturen folgen – die notwendige nachhaltige Änderung der Geschäftsmodelle der Versicherungsunternehmen entlang der Möglichkeiten digitaler Transformation ist nicht erkennbar.*

„Im Vordergrund stehen aktuell Kosteneinsparpotentiale, die durch die Verbesserung von Prozessen gehoben werden sollen. Die Herausforderungen der Digitalisierung greifen jedoch sehr viel weiter. Vielen Unternehmen fehlt noch immer das klare Zielbild ihrer Digitalisierungsaktivitäten und damit auch die Vorstellung, was zukünftig möglich sein wird“, sagt Marcus Laakmann, Geschäftsführender Gesellschafter bei 67rockwell Consulting.

Die aktuell durchgeführte Studie zur Digitalisierung im Versicherungsbetrieb zeigt, dass die Erhöhung der Prozessgeschwindigkeit (71 %), die Verbesserung der Kommunikationswege (71 %), die Verbesserung des Kundenservice (65 %) und die Hebung von Kosteneinsparpotentialen (65 %) als die wesentlichen Ziele der Digitalisierung angesehen werden.

Veränderungen auf der Produktseite und die sich ergebenden Herausforderungen im Kundenumgang bekommen laut der Studie erst langsam Priorität: Projekte wie Self-Service-Portale und Onlineberatungen sind in Planung, deren Umsetzung steht noch aus. Die Integration detaillierten Untersuchungen zum digitalen Verhalten der Kunden bei der

Entwicklung der Digitalisierungsmaßnahmen ist dabei nur mittelbar erkennbar.

„Die Entwicklung der digitalen Transformation rund um die deutschen Versicherungsunternehmen zeigt, dass die Kundenschnittstelle noch deutlicher in den Fokus der Digitalisierungsaktivitäten gerückt werden muss. Den Segmentierungsstrategien der Insure-Techs gelingt es inzwischen zunehmend erfolgreich, die ertragsstarken Kunden aus bestehenden Vertragsmodellen zu lösen“, führt Laakmann aus. „Um hier die richtigen Schwerpunkte bei den Maßnahmen zur Kundenbindung zu setzen, empfiehlt sich eine detaillierte Analyse der Kundenkontaktpunkte auf Basis des Customer-Journey-Ansatzes“, führt Laakmann aus. „Unsere Auftraggeber konnten so ihre Budgets in für den Kunden nutzenstiftende Maßnahmen lenken und Fehlinvestitionen vermeiden. Es ist essentiell, die Kundenerwartungen und das digitale Verhalten der Kunden zu kennen, denn nicht alles, was technisch möglich ist, wird auch vom Kunden angenommen.“

Die Ergebnisse zeigen, dass bei 50 % der Unternehmen veraltete IT-Systeme sowie

eingeschränkte IT-Kapazitäten bei einer gleichzeitig sehr hohen Zahl laufender IT-Projekte stark limitierende Faktoren der Digitalisierung sind. Zusätzlich werden die Möglichkeiten der Digitalisierung in den Gesellschaften und Sparten der Unternehmen unterschiedlich bewertet; bei knapp 50 % der befragten Unternehmen sind verschiedene Organisationseinheiten mit der Digitalisierung befasst.

Der Schritt, die Gesamtverantwortung der Steuerung der digitalen Transformation der oft neu geschaffenen Position des CDO (Chief

Digital Officer) zu übertragen, ist ein konsequenter Schritt in Richtung Stabilisierung der Geschäftsmodelle.

„Die nachhaltige Anpassung der Geschäftsmodelle aufgrund der digitalen Transformation ist zwingend notwendig. Nur wer ein klares Zielbild seiner Digitalisierungsstrategie hat, wird im Wettbewerb bestehen können. Die feste Verankerung der Kundensicht ist dabei der wesentliche Erfolgsparameter,“ fasst Laakmann zusammen.

---

*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

Managing Partner

Telefon: +49 151 571 65 780

[marcus.laakmann@67rockwell.de](mailto:marcus.laakmann@67rockwell.de)