



AXEL KIRCHHOFF

Associate Partner – Valytics GmbH

Digitale Transformation in der Versicherungsbranche

Mit einer klaren Strategie zum nachhaltigen Erfolg

von AXEL KIRCHHOFF (kor. M.)

Die Versicherungsbranche steht an einem Wendepunkt. Der technologische Wandel, veränderte Kundenerwartungen und neue Wettbewerber fordern ein radikales Umdenken. Als Berater sehen wir in der aktuellen Situation nicht nur Herausforderungen, sondern vor allem Chancen – vorausgesetzt, die digitale Transformation folgt einer ganzheitlichen und konsequenten Strategie. Dieser Artikel beschreibt, wie Versicherer die digitale Transformation erfolgreich gestalten und sich zukunftsfähig aufstellen können.

STATUS QUO: WO STEHEN WIR – UND WARUM REICHT DAS NICHT?

Die umfassende Modernisierung der IT-Infrastruktur ist der zentrale Enabler für die digitale Transformation. Die gesamte Branche, und insbesondere die Versicherer, hat bereits große Schritte unternommen: Im Jahr 2023 betrugen die IT-Ausgaben der Branche rund 6,2 Milliarden Euro – mit einem klaren Fokus auf cloudbasierte Lösungen und die Erhöhung der Cyber-Resilienz. Diese Investitionen ermöglichen Automatisierung in Schaden-, Antrags- und Bestandsmanagement, die Einführung von Self-Service-Portalen und Apps an der Kundenschnittstelle sowie den Einsatz künstlicher Intelligenz (KI) entlang der gesamten Wertschöpfungskette.

Trotz dieser weitreichenden Fortschritte bleiben viele Unternehmen hinter den hohen Erwartungen ihrer Kunden zurück. Kunden erwarten

beispielsweise digitale Services auf dem Niveau von Amazon, erhalten aber oft noch Papierpost und erleben langwierige und vor allem komplexe und wenig transparente Prozesse. Gleichzeitig greifen neue Player wie BigTechs, InsurTechs und digitale Plattformen verstärkt die Kundenschnittstelle an und setzen neue Maßstäbe in puncto Geschwindigkeit, Personalisierung und Nutzerfreundlichkeit.

RISIKEN DER AKTUELLEN ENTWICKLUNG: WAS STEHT AUF DEM SPIEL?

Die digitale Transformation bringt erhebliche Risiken mit sich, die zunehmend sogar das traditionelle Geschäftsmodell der Versicherer bedrohen:

► **Cyberangriffe und digitale Resilienz**

KI-gestützte Cyberangriffe sind eine reale und wachsende Bedrohung. Regulatorische Vorga-



vor. Die Bereitschaft zur Kundenloyalität gibt es von Seiten der Kunden nur noch für schnelle, personalisierte und digitale Services.

CHANCEN: WER JETZT INVESTIERT, WIRD MARKTFÜHRER

Die digitale Transformation eröffnet enorme Potenziale – wenn sie strategisch und konsequent genutzt wird:

► Künstliche Intelligenz als Wertschöpfungstreiber

KI ist heute in nahezu allen Bereichen der Wertschöpfungskette im Einsatz: Im Vertrieb unterstützt sie bei der Lead-Konvertierung, im Underwriting ermöglicht sie dynamische Risikobewertung, im Schadenmanagement erweitert sie die Möglichkeiten zur automatisierten Regulierung und Betrugserkennung. Vertrieb, Marketing und Support profitieren von datengetriebenen Kampagnen, Chatbots und Wissensassistenten. Diese Technologien steigern Effizienz, Geschwindigkeit und Qualität und schaffen in atemberaubender Geschwindigkeit Freiräume für Innovation.

► Open Insurance: Die Öffnung für digitale Ökosysteme

Open Insurance bedeutet die Vernetzung von Daten und Services über standardisierte Schnittstellen (APIs). Versicherer können so externe Datenquellen wie Telematik oder Fitness-Tracker integrieren und Produkte sowie Prozesse individuell auf Kundenbedürfnisse zuschneiden. Open Insurance ist der General-schlüssel zu digitalen Ökosystemen, die neue Geschäftsmodelle und Partnerschaften ermöglichen und die Wettbewerbsfähigkeit sichern.

► Hyperpersonalisierung: Der neue Standard in der Kundenansprache

Durch sehr detaillierte und umfassende Datenanalyse und KI-gestützte Ansprache entlang der gesamten Customer-Journey können Versicherer spürbar die Kundenbindung erhöhen, Umsätze steigern und sich im Wettbewerb differenzieren. Risiken wie die Verwässerung des Versicherungskollektivs und gesellschaftliche Herausforderungen müssen in diesem Kontext jedoch aktiv adressiert werden.

► Best-Practice-Beispiele

Internationale Vorreiter zeigen, wie es geht: In den USA werden 401(k)-Sparpläne mit Pre-

ben wie DORA und VAIT machen IT-Sicherheit zwar zur Pflicht, aber Versicherer müssen über die Mindestanforderungen hinaus ihre digitale Resilienz stärken, um externe Angriffe abzuwehren und im Bedarfsfall schnell wieder handlungsfähig zu werden. Fehlende Investitionen in diesem Bereich gefährden nicht nur die finanzielle Stabilität der betroffenen Unternehmen, sondern auch das ohnehin sinkende Vertrauen der Kunden in die Leistungsfähigkeit der Versicherungsbranche als ihr Partner.

► Third-Party-Management

Die Zusammenarbeit mit agilen Drittanbietern erhöht zwar spürbar die Innovationsgeschwindigkeit, schafft aber gänzlich neue Abhängigkeiten und Steuerungsrisiken durch die Externalisierung. Die Compliance-Anforderungen an das Drittdienstleistermanagement steigen, und Datenlecks oder Cyberangriffe bei Partnern können unmittelbar schwerwiegende rechtliche und reputationsbezogene Konsequenzen für den Versicherer haben.

► Kultur und Mindset

Die größte Hürde auf dem Weg in digital transformierte Geschäfts- und Betriebsmodelle ist oft die Unternehmenskultur. Angst vor Veränderung und mangelnde digitale Kompetenzen bremsen Innovationen aus. Eine offene, lernbereite Kultur und die Bereitschaft, neue digitale Fähigkeiten zu entwickeln, sind essenziell, um die Transformation erfolgreich umzusetzen.

► Markt und Kunde

Digitale Plattformen und Embedded Insurance verändern derweil spürbar die Spielregeln. Versicherer und ihre Produkte und Dienstleistungen und Services werden dadurch zunehmend austauschbar, angrenzende Branchen und neue Wettbewerber dringen in klassische Märkte



dictive-Analytics und Gamification personalisiert, Augmented Reality und Virtual Assistants bieten dazu Echtzeit-Support und schaffen ein modernes und für viele Kunden ungewohntes wie positives Kundenerlebnis.

DIE STRATEGIE: FÜNF SCHRITTE ZUM DATEN- UND TECHNOLOGIEGETRIEBENEN GESCHÄFTSMODELL

Als Berater empfehlen wir den Versicherungsunternehmen eine umfassende, auf die Unternehmensstrategie abgestimmte Transformationsstrategie. Diese sollte, basierend auf unseren Erfahrungen, mindestens die folgenden fünf Handlungsfelder abdecken:

► Datenstrategie schärfen

Daten sind der zentrale Rohstoff der digitalen Transformation. Eine konsistente KI- und Datenstrategie, eingebettet in die Unternehmensstrategie, ist der entscheidende Erfolgsfaktor. Wer Daten nicht nutzt, verliert Kunden und Wettbewerbsfähigkeit.

► KI und Automatisierung konsequent vorantreiben

Automatisierung und KI sind die Treiber für Effizienz, Geschwindigkeit und Fehlerreduktion. Sie müssen entlang der gesamten Wertschöpfungskette eingesetzt werden – von Vertrieb und Underwriting bis hin zum Schadenmanagement und Support.

► Marktpositionierung aktiv gestalten

Versicherer müssen sich als Akteure in digitalen Ökosystemen positionieren. Hyperpersonalisierung und Open Insurance sind die Schlüssel zur Stärkung der Kundenschnittstelle und zur Differenzierung im Wettbewerb.

► Transformation als Marathon begreifen

Die digitale Transformation ist kein Sprint, sondern ein Marathon. Sie erfordert Ausdauer, kontinuierliche Anpassung und die integrative Umsetzung aller Aktivitäten – von der Technologie bis zur Unternehmenskultur.

► Regulatorik als Enabler nutzen

Regulatorische Anforderungen wie DORA bieten nicht nur Pflichten, sondern auch Chancen für ein modernes Risikomanagement und die Steuerung von Drittparteien. Wer Compliance als Innovationsmotor versteht, verschafft sich einen Wettbewerbsvorteil.

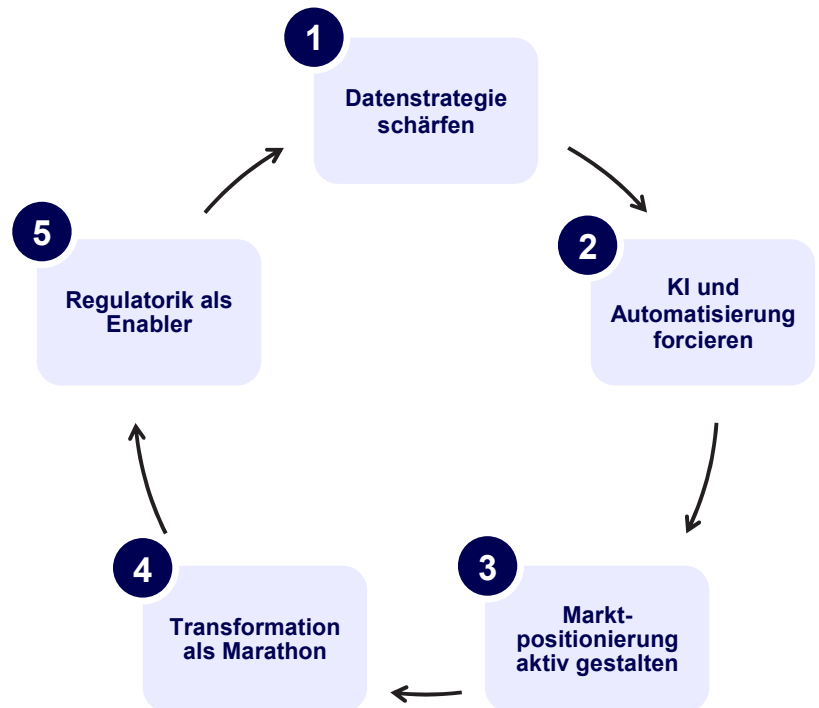


Bild 1: Was gilt es nun zu tun?

FAZIT: JETZT HANDELN

Die Versicherungsbranche steht vor einer historischen Weichenstellung. Nur wer jetzt in Digitalisierung, KI und datengetriebene Geschäftsmodelle investiert, wird die Zukunft aktiv mitgestalten. Die IT-Investitionen der letzten Jahre bilden eine solide Basis, doch sie müssen durch eine klare, umfassende Strategie ergänzt werden, die Technologie, Kultur und Marktpositionierung vereint.

Als erfahrene Berater unterstützen wir unsere Kunden dabei, eine maßgeschneiderte Transformationsstrategie zu entwickeln und umzusetzen – von der Analyse über die Strategieentwicklung bis zur erfolgreichen Implementierung.

AXEL KIRCHHOFF

Associate Partner – Valytics GmbH

Mail: axel.kirchhoff@valytics.de

Valytics ist eine auf die Versicherungswirtschaft spezialisierte Unternehmensberatung mit Fokus auf Strategie, Innovation und Digitalisierung. Die Gesellschaft wurde von Dr. Patrick Dahmen & Kollegen im Jahr 2023 gegründet und arbeitet ausschließlich mit Beratern mit langjähriger Berufserfahrung in der Versicherungswirtschaft sowie einem starken Gespür für die Kultur des jeweiligen Unternehmens. Axel Kirchhoff ist Associate Partner bei Valytics und konzentriert sich in seiner Beratungstätigkeit unter anderem auf Transformations-themen und die Umsetzung regulatorischer Themen in der Versicherung.