

World Insurance Report 2019:

Kunden ohne ausreichende Risikodeckung – Versicherer müssen reagieren

Kunden verlangen umfassendere Versicherungsprodukte, um „Deckungslücken“ hinsichtlich neuer Risiken zu schließen

Wien, 14. Mai 2019 – Versicherungsnehmer sind zunehmend besorgt darüber, dass ihr Versicherungsschutz durch neu auftretende Risiken unzureichend geworden ist; die Anbieter gehen nicht schnell genug auf diese Besorgnisse ein. Zu diesem Ergebnis kommt der von [Capgemini](#) und der [Efma](#) veröffentlichte World Insurance Report 2019.

Die Studie stellt fest, dass sich in neu entstehenden Risikobereichen – von der Cybersicherheit bis hin zu Umweltbedrohungen – erhebliche Versorgungslücken entwickelt haben. Die Versicherer sind dabei weniger stark auf Veränderungen eingestellt als ihre Kunden, von denen sich die meisten eine umfassendere und personalisiertere Abdeckung wünschen. Gleichzeitig haben die Versicherer die große Chance, Technologie und Partnerschaften zu nutzen, um Makrotrends vorwegzunehmen und proaktivere Partner ihrer Kunden zu werden.

Versicherer reagieren nur langsam auf neue Risiken

Der Bericht identifiziert fünf Makrotrends, die für Versicherungskunden und ihre Unternehmen neue Risiken mit sich bringen: disruptive Umweltmuster, technologischer Fortschritt, sich entwickelnde soziale und demografische Trends, neue medizinische und gesundheitliche Bedenken und Veränderungen im Geschäftsumfeld. International sowie im D-A-CH-Raum sind weniger als 25 Prozent der Geschäftskunden der Meinung, dass sie über eine ausreichende Deckung verfügen, um gegen ein von diesen Makrotrends ausgehendes Risiko abgesichert zu sein. Unter den Privatkunden international sowie in D-A-CH verfügen weniger als 15 Prozent über eine ausreichende Absicherung.

Die meisten Versicherer haben bislang nur zögerlich auf diese Trends reagiert und ihre Kunden dafür gewappnet. Von den Lebens- und Krankenversicherern gaben weniger als 40 Prozent – in D-A-CH knapp 30 Prozent – an, eine Pipeline mit neuen Produkten aufgebaut zu haben, um aufkommende Risiken umfassend abzudecken.

„Die Versicherer haben sich lange Zeit auf die Transformation ihrer Kernsysteme konzentriert. Jetzt erwarten ihre Kunden Antworten auf neue Entwicklungen: Ihre Absicherungsbedürfnisse sind durch jüngst gewachsene Risiken gestiegen und sie wünschen sich individuellere Angebote. Dem können die Versicherer nur mit neuen Technologien nachkommen“, fasst Wolfgang Barvir, Head of Financial Services bei Capgemini in Österreich, die Situation zusammen. „Wer sich jetzt allerdings zügig technologisch weiterentwickelt und als Partner seiner Kunden auch präventiv handelt, wird von einer umso größeren Offenheit und Nachfrage profitieren.“



Erhebliche Versorgungslücken in neuen Risikobereichen

Die langsame Reaktion auf neue Bedrohungen hat zu erheblichen Deckungslücken für Kunden geführt, die diesen Risiken ausgesetzt sind: Der Bericht schätzt die Gefahr von Cyberangriffen international für 83 Prozent der privaten Versicherungskunden als mittel bis hoch ein – aber nur 3 Prozent sind umfassend dagegen abgesichert. In Deutschland, Österreich und der Schweiz sind 78 Prozent der Privatkunden mittel- bis hochgradig gefährdet und ebenfalls 3 Prozent gegen Cyberangriffe abgesichert.

Von den Geschäftskunden sind international 87 Prozent, in D-A-CH 84 Prozent mittel- bis hochgradig durch Cyberangriffe gefährdet, doch weniger als jeweils 18 Prozent umfassend versichert. 81 Prozent der Geschäftskunden international sind mittel bis stark steigenden Gesundheitskosten für die Mitarbeiter ausgesetzt, aber nur 17 Prozent dahingehend abgesichert. Unter den Geschäftskunden in D-A-CH sind es 76 bzw. 15 Prozent. Von zunehmenden Naturkatastrophen sind international fast 75 Prozent bedroht, aber nur 22 Prozent effektiv dagegen abgesichert – gegenüber 66 Prozent Gefährdeten und 23 Prozent Versicherten im D-A-CH-Raum.

Verbraucher sind bereit für Veränderungen

Die Versicherungslandschaft wandelt sich – und die Kunden zeigen eine größere Bereitschaft zur Veränderung als ihre Versicherer: Mehr als die Hälfte (58 Prozent international, 53 Prozent in D-A-CH) der Kunden gaben an, dass sie bereit sind, neue Versicherungsmodelle auszuprobieren. Allerdings investiert international erst jeder Vierte (26 Prozent) Versicherer in weitere Modelle, in D-A-CH mehr als jeder Dritte (37 Prozent). Im Gegenzug für bessere Services zur Risikokontrolle und -prävention würden international 37 Prozent der Kunden – im D-A-CH-Raum nur 26 Prozent – mit großer Bereitschaft zusätzliche Daten austauschen. Allerdings haben nur 27 Prozent der Versicherer international, in D-A-CH immerhin 33 Prozent die Möglichkeit, Echtzeitdaten für die Risikomodellierung zu nutzen.

"Diese Studie zeigt, dass die Zukunft der Versicherung in Partnerschaften liegt", sagt Vincent Bastid, Generalsekretär der Efma. „Versicherungsanbieter müssen mit Partnern kooperieren, die über ein hohes Maß an technologischem Fachwissen verfügen – von KI bis hin zur fortgeschrittenen Analytik. Parallel sollten sie enger mit ihren Kunden zusammenarbeiten, um den reaktionsschnellen, bedarfsgerechten Service zu bieten, den viele suchen."

Versicherer müssen innovativ sein und Partner sowie Präventor werden

Die Versicherer müssen auf neue Bedrohungen und sich ändernde Kundenerwartungen reagieren, indem sie neue Technologien nutzen und Kooperationen eingehen. Die Risikobewertung kann durch den Einsatz maschinellen Lernens, künstlicher Intelligenz und fortgeschrittener Analytik sowie einer effektiven Zusammenarbeit mit InsurTechs erheblich verbessert werden. Die Fortschritte in diesen Bereichen sind durchmischt: Eine Mehrheit der Versicherer (57 Prozent international, 56 Prozent in D-A-CH) nutzt KI, maschinelles Lernen und fortgeschrittene Analytik, aber nur 29 Prozent international – in D-A-CH immerhin 44 Prozent – haben bereits eine automatisierte Risikobewertung implementiert und nur 20 Prozent international, in D-A-CH 17 Prozent eine Insight-Generierung aus IoT-Geräten in Echtzeit.

Der Studie zufolge muss der technologische Fortschritt durch einen Einstellungswandel ergänzt werden: Wo sich die Versicherer traditionell als Kostenträger verstehen, müssen sie zusätzlich die Rolle eines Präventors annehmen und als Partner enger mit ihren Kunden zusammenarbeiten, um Risiken zu minimieren und On-Demand-Services anzubieten.



Methodik der Studie

Der World Insurance Report (WIR) 2019 deckt alle drei großen Versicherungssegmente ab: Lebens-, Sach- und Krankenversicherung. Die diesjährige Studie stützt sich auf Forschungsergebnisse aus zwei Hauptquellen: dem 2019 Global Insurance Voice of the Customer Survey und den 2019 Global Insurance Executive Interviews. Zusammen decken diese Quellen Erkenntnisse aus 28 Märkten ab: Australien, Belgien, Brasilien, Kanada, China, Finnland, Frankreich, Deutschland, Griechenland, Hongkong, Indien, Italien, Japan, Mexiko, Niederlande, Norwegen, Philippinen, Polen, Portugal, Singapur, Südafrika, Spanien, Schweden, Schweiz, Türkei, Vereinigte Arabische Emirate, Großbritannien und die Vereinigten Staaten. Weitere Informationen finden Sie auf der Website des Berichts unter www.worldinsurancereport.com.

Über Capgemini

Capgemini ist einer der weltweit führenden Anbieter von Management- und IT-Beratung, Technologie-Services und Digitaler Transformation. Als ein Wegbereiter für Innovation unterstützt das Unternehmen seine Kunden bei deren komplexen Herausforderungen rund um Cloud, Digital und Plattformen. Auf dem Fundament von 50 Jahren Erfahrung und umfangreichem branchenspezifischen Know-how hilft Capgemini seinen Kunden, ihre Geschäftsziele zu erreichen. Hierfür steht ein komplettes Leistungsspektrum von der Strategieentwicklung bis zum Geschäftsbetrieb zur Verfügung. Capgemini ist überzeugt davon, dass der geschäftliche Wert von Technologie durch Menschen entsteht. Die Gruppe ist ein multikulturelles Unternehmen mit über 200.000 Mitarbeitern in mehr als 40 Ländern, das 2018 einen Umsatz von 13,2 Milliarden Euro erwirtschaftet hat.

Mehr unter <https://www.capgemini.com/at-de/>. People matter, results count.

Über Efma

Als globale Non-Profit-Organisation, die 1971 von Banken und Versicherungen gegründet wurde, erleichtert die Efma die Vernetzung von Entscheidungsträgern. Sie liefert qualitativ hochwertige Erkenntnisse, die Banken und Versicherungsunternehmen dabei unterstützen, die richtigen Entscheidungen zu treffen, um Innovationen zu fördern und ihre Transformation voranzutreiben. Über 3.300 Marken in 130 Ländern sind Efma-Mitglieder.

Sie hat ihren Hauptsitz in Paris und Büros in London, Brüssel, Andorra, Stockholm, Bratislava, Dubai, Mailand, Montreal, Istanbul, Peking und Singapur. Erfahren Sie mehr unter www.efma.com.