

Pressekontakt:

Melzer PR Group
Mag. Christina Danner
Tel.: +43 1 526 89 080
E-Mail: c.danner@melzer-pr.com

World InsurTech Report 2019:**Versicherungswirtschaft steht vor Strukturwandel**

- Erhebliche Lücke zwischen Erwartungen und aktueller digitaler Reife von Versicherern
- Enge Zusammenarbeit mit InsurTechs unerlässlich

Wien, 7. Oktober 2019 - Die Versicherungswirtschaft braucht ein Umdenken: Eine intensive Zusammenarbeit mit InsurTechs ist unerlässlich, um den steigenden Erwartungen der Kunden gerecht zu werden. 68 Prozent der Versicherer sagen, dass Partnerschaften entscheidend sind, aber nur 32 Prozent arbeiten mit Ökosystem-Partnern zusammen, um Services mit Mehrwert anzubieten. Kunden verlangen zunehmend personalisierte und flexible Angebote, so der heute von Capgemini und [Efma](#) veröffentlichte World InsurTech Report (WITR).

*"Durch die Entwicklung des Versicherungsmarktes müssen die Versicherer über ihre traditionelle Rolle als Kostenträger ihrer Kunden hinauswachsen: Sie werden als Partner Risiken managen und verhindern – und sie werden nicht mehr nur bei Versicherungsfragen umfangreich weiterhelfen, sondern auch in damit verknüpften Belangen", sagt **Wolfgang Barvir**, Head of Financial Services bei Capgemini in Österreich. "Um die Beziehung zu ihren Kunden zu vertiefen, müssen die Versicherer stärker mit InsurTechs zusammenarbeiten. Denn sie sind ihnen um einiges voraus, wenn es darum geht, auf Datenbasis mit den neuesten Technologien das Kundenerlebnis zu optimieren."*

Der [World InsurTech Report](#) skizziert ein neues Versicherungs-Ökosystem mit einem offenen Marktplatz. Es basiert auf der Entwicklung kundenorientierter Neuheiten, einer strategischen Auswahl von InsurTechs sowie einem gemeinsamen Angebot und Marktauftritt.

Vier grundlegende Veränderungen der Branche

Die Studie zeigt, wodurch sich die Branche wandelt:

- Der Fokus wandert vom Produkt zur Customer Experience: 70 Prozent der Versicherer und InsurTechs gaben an, dass die Fokussierung auf ganzheitliche Lösungen für Kunden entscheidend für den Aufbau des Versicherungsmarktes der Zukunft ist.
- Daten entwickeln sich zum wichtigsten Kapital: Mehr als 70 Prozent der Versicherer und InsurTechs halten wegweisende Kompetenzen im Datenmanagement für unverzichtbar.
- Ein Übergang vom exklusiven Besitz der Assets zur Sharing Economy zeichnet sich ab: Mehr als 35 Prozent der Versicherer und InsurTechs haben bereits erkannt, dass die gemeinsame Eigentümerschaft von Unternehmenswerten unerlässlich ist.
- Partnerschaften mit Spezialisten gehen über den traditionellen "Build or Buy"-Ansatz hinaus: 90 Prozent der InsurTechs und 70 Prozent der etablierten Konzerne gaben an, dass sie zusammenarbeiten wollen. Sowohl die Versicherer als auch InsurTechs haben ein starkes Interesse an der Kooperation mit Unternehmen anderer Branchen wie Gesundheitsdienstleistern und Akteuren aus dem Reise-, Transport- und Gastgewerbe.

"Die Versicherer werden von Partnerschaften mit InsurTechs profitieren, wenn der Markt immer dichter wird", sagte Vincent Bastid, Generalsekretär von Efma. "Die Daten zeigen, dass Versicherer und InsurTechs bestrebt sind, Partnerschaften miteinander einzugehen, die letztendlich – in Form von erweiterten Produkten und Dienstleistungen – dem Kunden zugutekommen."

Digitale Reife – Wunsch statt Wirklichkeit

Die Versicherer erkennen zwar die Bedeutung dieser grundlegenden Veränderungen, doch es besteht eine erhebliche Lücke zwischen den Erwartungen und der aktuellen digitalen Reife: So halten 79 Prozent der Versicherer wegweisende Kompetenzen im Datenmanagement für wichtig, aber nur 37 Prozent verfügen über eine konkrete Strategie zur Digitalen Transformation. Auch gab mehr als ein Drittel (37 Prozent) an, dass der gemeinsame Besitz von immateriellen Vermögenswerten unerlässlich ist, aber nur 11 Prozent nutzen eine offene Architektur, um mit anderen Industrieunternehmen zusammenzuarbeiten.

Priorisierung von Zusammenarbeit und Partnerschaft nötig

68 Prozent der Versicherer sagen, dass Partnerschaften entscheidend sind, aber nur 32 Prozent arbeiten mit Ökosystem-Partnern zusammen, um Services mit Mehrwert anzubieten. Ein digital integriertes Ökosystem wird die personalisierten Echtzeit-Erlebnisse, die Kunden sich wünschen, möglich machen. Die digitale Integration ist unverzichtbar für die Versicherer, da ihre Kunden mehr Komfort und nahtlosen Service erwarten. Partnerschaften werden zwar eindeutig zur Befriedigung dieser Bedürfnisse beitragen, aber bis dahin bleibt noch viel zu tun: Weniger als 40 Prozent der etablierten Versicherer wollen eine technologische Infrastruktur aufbauen, die für eine offene Zusammenarbeit mit InsurTechs geeignet ist. Mehr als 60 Prozent der InsurTechs dagegen möchten mit Versicherern zusammenarbeiten, um eine solche Basis zu schaffen.

Inventive Insurers am besten aufgestellt

Die Studienautoren stellen fest, dass der Erfolg auf dem Markt der Zukunft stark von der Fähigkeit der Versicherer abhängt, sich zu *Inventive Insurers* zu entwickeln. Dies erfordert eine ausgeprägtere digitale Reife, mehr Agilität sowie die Teilnahme an Ökosystemen. Über offene Plattformen können sie erfolgreich mit InsurTechs zusammenarbeiten und digitale, am Nutzererlebnis orientierte Angebote, entwickeln. Ein *Inventive Insurer* findet so innovative Wege, um stets die Kunden in den Mittelpunkt seines Geschäfts zu stellen.

Methodik der Studie

Der World InsurTech Report (WITR) 2019 deckt alle drei großen Versicherungssegmente ab: Lebens-, Kranken- und Sachversicherung. Die diesjährige Studie stützt sich auf Forschungsergebnisse aus Umfragen und Interviews mit traditionellen Versicherungsunternehmen und InsurTechs. Befragt wurden für diese Primärstudie über 75 Führungskräfte aus 20 Märkten: Australien, Belgien, Brasilien, China, Dänemark, Deutschland, Frankreich, Indien, Israel, Italien, Japan, den Niederlanden, Schweden, der Schweiz, Singapur, Spanien, Südafrika, der Türkei, UK und den USA.

About Efma

A global non-profit organization, established in 1971 by banks and insurance companies, Efma facilitates networking between decision-makers. It provides quality insights to help banks and insurance companies make the right decisions to foster innovation and drive their transformation. Over 3,300 brands in 130 countries are Efma members. Headquarters in Paris. Offices in London, Brussels, Stockholm, Bratislava, Dubai, Milan, Montreal, Istanbul, Beijing, Tokyo, and Singapore. Visit www.efma.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.