

„Ungenutztes Potenzial der Digitalisierung: Über eine Branche, die hinterherhinkt“

*Kommentar von Florian Karle,
geschäftsführender Gesellschafter Südvers*

Es gib wohl kaum eine Branche, in der so viel über Digitalisierung gesprochen und gleichzeitig so wenig bewegt wird, wie in der Versicherungsbranche. Im Bereich Cyber sitzen hier beispielsweise Experten, die sich mit Risiken rund um die Digitalisierung bestens auskennen.

Man entwickelt Lösungen, um Innovationen den Weg zu ebnen und berät Kunden bezüglich Compliance-Konformität. Und doch scheint die Transformation in der eigenen Branche auf der Strecke geblieben zu sein. Bereits seit über 30 Jahren arbeite ich in der Versicherungswirtschaft und komme mir dabei leider nicht selten vor wie in der Steinzeit. So lässt sich an zahlreichen Vorgängen festmachen, dass die Branche offenbar viel zu wenig Veränderungsdruck verspürt.

Als rein auf Daten basierte Dienstleistung, bietet die Digitalisierung aber doch gerade für unsere Branche enormes Potenzial. Die heute existierenden technischen Möglichkeiten können beispielsweise eine spezifischere Bepreisung von Risiken unterstützen und die Informationsqualität nachhaltig verbessern. Eine verstärkte Digitalisierung von Prozessen würde außerdem zu sinkenden Kosten führen, während neue Geschäftsmodelle Wachstum ermöglichen. Für Versicherungsnehmer können sich dann Vorteile wie sinkende Prämien oder stärker individualisierte Verträge ergeben, wenn sie bereit sind, ihre individuellen Daten zu teilen.

VIELE VORTEILE, DIE UNGENUTZT BLEIBEN

Dunkelverarbeitung, KI, Automatisierung, Prozessoptimierung – diese Begriffe scheinen wie im Blindflug an unserem Zweig vorbeizufliegen. Dabei ist Modernisierung auch hier mehr als notwendig: Einkauf, Verarbeitung und Verkauf, aber auch Antragswesen, Dokumentierung und Schaden-

bearbeitung laufen nach wie vor größtenteils in

Papierform und mit Menschen. Lebensversicherungspolicen haben immer noch Urkundencharakter und müssen im Original vorgezeigt werden. Im Industriegeschäft sind Wartezeiten auf saubere Policen von acht bis zwölf Monaten keine Seltenheit. Schäden müssen nach wie vor besichtigt, detailliert dokumentiert und in verschiedenen Ebenen freigegeben werden; bis zu den Zahlungen vergehen auch hier oft Monate.

Es wird Zeit für die digitale Transformation in unserer zweifellos zukunftsfähigen Industrie. Dabei sollten wir keine Angst davor haben, dass Technologien unsere Arbeit ersetzen. Disruption mag anderswo stattfinden, ganz sicher jedoch nicht in der Versicherungsbranche. Denn der Kunde ist nicht in der Lage, seine Versicherungsangelegenheiten alleine zu regeln. Er hat weder die Zeit noch das Know-how. Der Kunde wird immer einen menschlichen Berater brauchen, den er an seiner Seite weiß, der aber auch seine zeitgemäßen Bedürfnisse erfüllt. Dem Makler kommt hier eine entscheidende Rolle zu.

Während insbesondere in den USA digitale Innovationen rasant voranschreiten, verharrt Deutschland in vielen Berei-



**Florian
Karle**

chen auf einem vergleichsweise niedrigen Niveau. In den USA entstehen neue Geschäftsmodelle quasi am laufenden Band, Insurtechs erhalten Millioneninvestitionen und reine Digitalversicherer gewinnen beachtliche Marktanteile. Bei uns hingegen herrscht oft noch Abwarten und Tee trinken – und manchmal kommt es mir so vor, als würden wir erst handeln, wenn der Wettbewerber uns überholt hat. Strukturelle und kulturelle Besonderheiten des deutschen Versicherungsmarktes, veraltete IT-Landschaften und eine gewisse Regulierungsstarre bremsen die Innovationsgeschwindigkeit. Und auch die Zurückhaltung vieler Kunden beim Teilen persönlicher Daten trägt ihren Teil dazu bei, dass datengetriebene Angebote bei uns nur zögerlich ankommen.

Ich frage mich oft, warum wir nicht so zusammenarbeiten wie andere Branchen, die es geschafft haben, gemeinsame Standards wirklich konsequent umzusetzen – vielleicht fehlt uns der „Apple-Moment“ der Versicherungswirtschaft.

„Strukturelle und kulturelle Besonderheiten des deutschen Versicherungsmarktes, veraltete IT-Landschaften und eine gewisse Regulierungsstarre bremsen die Innovationsgeschwindigkeit.“

FAZIT

Die wichtigste Aufgabe für uns als Versicherungsmakler ist die optimale Betreuung in Versicherungsfragen für den Kunden. Dazu zählen vor allem der Einkauf und die Verhandlungen von Bedingungswerken. Die Verlagerung von Fertigungstiefe zum Makler in Form von Policierung gehört eigentlich nicht zum Kerngebiet und sollte beim Versicherer bleiben. Dabei kann die Digitalisierung eine wichtige Rolle spielen. Voraussetzung: Versicherer, Makler und Dienstleister müssen an einem Strang ziehen. Am Ende des Tages geht es nur darum, dass wir unsere Arbeit besser, schneller und kundenorientierter machen. Wir brauchen den Mut, auch mal unbequeme Entscheidungen zu treffen, Altes loszulassen und Neues zu wagen. Ich wünsche mir, dass wir – als deutsche Versicherungswirtschaft – vorne mitlaufen, anstatt nur zuzuschauen.

beazley

Insurance. Just different.

**Wenn die Dinge nicht
schwarz oder weiß sind...**

**think
pink**



Mehr auf beazley.de