

Neue Studie zur Digitalisierung der Versicherer - Einschätzungen und Kommentare aus der Praxis



Ali Rahimi

© IKOR

In Zusammenarbeit mit der Technologieberatung IKOR AG präsentiert die neue Lünendonk-Studie 2018 „Versicherungen in der Zeitfalle“ eine Bestandsaufnahme der Digitalisierung der deutschsprachigen Versicherer. Die IKOR-Experten wagen einen zweiten, tieferen Blick vor dem Hintergrund ihrer operativen Projekterfahrung.

Während Internetriesen ihre eigene Krankenversicherung gründen und Insurtechs Investitionsgelder einsammeln, kämpfen die traditionellen Versicherer mit dem Ruf, Digitalisierungsnachzügler zu sein. Vorurteil oder berechtigt?

Digitalisierungsziele zwischen Wunsch und Wirklichkeit

„Zweifellos ist das Thema Digitalisierung in der Branche voll angekommen, die Versicherer legen sich ins Zeug“, meint Ali Rahimi, Senior-Manager Versicherung bei der Technologieberatung IKOR AG in Hinblick auf die neue Lünendonk-Studie 2018 „Versicherungen in der Zeitfalle“. Das Marktforschungs- und Beratungsunternehmen Lünendonk & Hossenfelder GmbH befragte dafür 104 Führungskräfte von Versicherungsunternehmen. Als Dienstleister in den größten Versicherungs-Digitalisierungsprojekten in Deutschland übernahm IKOR als Kooperationspartner die fachliche Betreuung.

„Das Gesamtbild ist allerdings mehrdeutig“, ergänzt Rahimi und erklärt: „Einige Maßnahmen sind vielversprechend für eine ‚Aufholjagd‘ zu den neuen, wendigen Akteuren am Markt. Bei anderen tun sich meiner Ansicht nach noch Widersprüche zwischen den Zielen und dem Handeln bzw. zwischen Wunsch und Wirklichkeit auf“.

Ergebnisse unter der Lupe

Daher nimmt sich Rahimi einzelne Ergebnisse näher vor. Er stellt die Angaben der Befragten seinen eigenen Erfahrungen aus dem operativen Projektgeschäft gegenüber, ergänzt sie und gibt Einschätzungen. „Beim Status quo des Digitalisierungsfortschritts geht es letztlich um die Frage,

ob die traditionellen Versicherungsunternehmen es schaffen, auch langfristig ein überzeugendes Angebot für ein verändertes Konsumentenverhalten zu bieten“, erklärt Rahimi das Interesse an der Thematik. Das sei zwar nicht nur technisch zu lösen, jedoch: „Der Schlüssel dafür ist und bleibt eine moderne IT.“ Erst diese mache den Einsatz von Technologien wie Cloud, Künstlicher Intelligenz, Internet of Things oder Big Data möglich.

Das Fazit seiner Detail-Betrachtung: „Insgesamt wäre es verfrüht, von einem echten ‚Digitalitäts-Reifegrad‘ zu sprechen.“ Die Reihe mit Rahimis Kommentaren ist auf der IKOR-Website veröffentlicht.

KONTAKT

Melanie Rinollo | Redaktion
Marketing
Tel.: +49 40 8199442 44

Mobil: +49 (0)163 6830208
Fax: +49 40 8199442 42
melanie.rinollo@ikor.de
www.ikor.de