

Der Weg aus der Legacy - Whitepaper zu Public Cloud Services in der Versicherungswirtschaft

Versicherer wollen schneller, effizienter und innovativer werden. Bei der Umsetzung stoßen Versicherer vielfach noch auf interne Beschränkungen. Die größten Hürden sind mangelnde personelle Ressourcen, eine nicht durchgängige Digitalisierungsstrategie und die fehlende Flexibilität der Legacy-Systeme. Dies sind Ergebnisse eines Whitepapers, das msg und die Versicherungsforen Leipzig veröffentlicht haben und für das knapp 40 Experten aus Versicherungsunternehmen befragt wurden.

Versicherer stehen unter einem wachsenden Druck, ihre Produkte, Prozesse oder sogar ihr Geschäftsmodell veränderten Kundenerwartungen und Marktbedingungen anzupassen. Sie konkurrieren längst nicht mehr nur untereinander, sondern immer stärker auch mit Unternehmen anderer Branchen, allen voran mit Internetriesen wie Google, Amazon und Co. Diese haben neue Technologien früh für sich zu nutzen gewusst und geben die Richtung vor für die Ökonomie von morgen, die sehr stark von digitalen Geschäftsmodellen, von Plattformen und Wertschöpfungsökosystemen geprägt sein wird. Mit ihren Angeboten prägen sie neue Kundenerwartungen an smarte Produkte, schnelle, einfache Prozesse und Interaktionsmöglichkeiten.

Wunsch nach Automatisierung, Schnelligkeit und neuen Angeboten

Versicherer sind derzeit noch dabei, ihre „digitale Kompetenz“ auszubauen und Aktivitäten voranzutreiben, die auf die Nutzung neuer Technologien, die Einführung digitaler Produkte, Services und Geschäftsmodelle und die Automatisierung von Prozessen und auf die Stärkung der eigenen Rolle in der neuen Welt der Ökosysteme abzielen. Die Themen Automatisierung und Prozessintelligenz sind dabei gleichsam Ziel wie Voraussetzung für die Bewältigung dieser Aufgabe. Im Fokus steht hier ganz klar die zunehmende Automatisierung der Kernprozesse, 74 Prozent der Befragten erachten das als sehr wichtige und weitere 18 Prozent als wichtige Aufgabe. In den Kernprozessen spürt der Kunden Verbesserungen am deutlichsten und direktesten. Er weiß aus anderen Bereichen – etwa dem E-Commerce –, wie sich nutzerfreundliche, einfache Prozesse „anfühlen“ und überträgt diese Erwartungen auch auf die Interaktion mit dem Versicherer. Schnell und einfach den passenden Versicherungsschutz abschließen, Vertragsdaten im Self Service ändern oder nach einer Schadenmeldung sofort eine Rückmeldung zur Regulierungssumme erhalten: Für immer mehr Kunden sind dies relevante Faktoren für ein verbessertes Kundenerlebnis, für einige mittlerweile sogar zentrales Kriterium bei der Anbieterauswahl. Wenig überraschend sind die befragten Versicherer daher auch bestrebt, die digitale Customer Journey zu optimieren, 90 Prozent sehen dies als wichtiges Thema an.

Neben Prozessverbesserungen wird es in Zukunft immer stärker auch darauf ankommen, Kunden zusätzliche, über den Versicherungsschutz hinausgehende Services anzubieten (knapp 80 Prozent erachten das als sehr relevant bis relevant) oder gar mit neuen Geschäftsmodellen an den Markt zu gehen (Zustimmung: 87 Prozent). Die Erbringung dieser zusätzlichen, umfassenden Services wird häufig in Kooperation mit branchenfremden Unternehmen erfolgen. Voraussetzung für diese gemeinsame Wertschöpfung ist eine enge Einbindung der Kooperationspartner über geeignete Schnittstellen und die Integration der Leistungskomponenten in nachgelagerte Prozesse, die das Produkt betreffen. Bei der Entwicklung neuer Produkte, Services oder Geschäftsmodelle kommt es Versicherern vor allem auch auf Schnelligkeit an. Die Verkürzung der Time-to-Market wurde nach der Prozessautomatisierung am wichtigsten eingeschätzt. Bei der Umsetzung dieser Themen existieren bei Versicherern vielfach noch interne Herausforderungen.

Genannt wurden hier insbesondere mangelnde personelle Ressourcen, eine nicht durchgängige Digitalisierungsstrategie sowie eine fehlende Flexibilität der Legacy-Systeme.

Bei all dem Wandel wird Versicherern immer klarer, dass sie in den IT-Lösungen der 80er-Jahre regelrecht gefangen sind und diese nun womöglich über ein ganzes Jahrzehnt kostspielig modernisieren müssten. Die eigene IT, die bisher möglichst kostengünstig die Vertragsabwicklung betrieb, soll nun auch noch absolut flexibel, innovativ und am besten sogar Treiber neuer Produkte und Geschäftsmodelle sein, so der Wunsch. In der Wirklichkeit mangelt es vielen Versicherern an den technischen Voraussetzungen, um derart schnell auf neue Rahmenbedingungen, Anforderungen und Chancen reagieren zu können, wie es der Markt verlangt. Eine Möglichkeit, dieser Herausforderung zu begegnen, stellen Cloud-Lösungen dar. Sie können Versicherer unterstützen, wieder schneller handlungsfähig zu sein, indem sie Anwendungen „out of the box“ und unabhängig von der bestehenden Systemlandschaft liefern. Cloud-Lösungen helfen dabei, Prozesse zu verschlanken, flexibler zu werden, verschiedene Marktakteure und Dienste zu vernetzen und damit letztlich mehrwertige Services anzubieten.

Versicherer auf dem Weg in die Cloud

Immer mehr Versicherer begeben sich daher in die Cloud. Was Versicherer beim Thema Cloud Computing vor allem interessiert, ist das Internet der Dienste und dort speziell SaaS. Wie sieht aber der Weg in die Cloud aus und mit welchem Service aus der traditionellen IT-Landschaft macht ein Schritt in diese Richtung Sinn? Grundlage für den Weg in die Cloud ist eine IT-Infrastruktur, für die eine Migration in die Cloud Sinn macht, so banal das klingt. Im zweiten Schritt müssen sich die Unternehmen Gedanken machen, ob es bereits Services in der Cloud gibt, die althergebrachte Anwendungen ablösen können (Transformation). Im Anschluss gilt es festzustellen, ob man mit den moderneren Services neue Geschäftsfelder erschließen kann (New Business). Diese drei Schritte lassen sich bei Bedarf wiederholen, am Ende sollte immer eine Optimierung des Transformierten stattfinden. Mit Blick auf die Befragungsergebnisse stehen bei Versicherern aktuell vor allem die Kernprozesse im Fokus der Automatisierungsbestrebungen. Will man hier starten, ist es sinnvoll, zunächst einfach austauschbare Kernprozesse in den Blick zu nehmen, um dem didaktischen Modell „vom Leichten zum Schweren“ zu folgen und schnelle Erfolge aufzeigen zu können. Ein zentrales Kriterium bei der Suche nach solchen Prozessen, ist, dass diese hoch standardisiert sind. Dies ist notwendig, um bei einer späteren Transformation nicht parallel ein Change-Projekt anstoßen zu müssen, um die Ablehnung von reduzierter Individualität in den Griff zu bekommen.

Im Whitepaper haben wir einen Use Case für den Weg in die Cloud skizziert und weitere Informationen zu diesem Thema zusammengefasst. Das Whitepaper steht unter <https://www.msg.group/insurance> zum Download bereit.

Über msg

msg ist eine unabhängige, international agierende Unternehmensgruppe mit weltweit mehr als 7.500 Mitarbeitenden. Sie bietet ein ganzheitliches Leistungsspektrum aus einfallreicher strategischer Beratung und intelligenten, nachhaltig wertschöpfenden IT-Lösungen für die Branchen Automotive, Banking, Food, Insurance, Life Science & Healthcare, Manufacturing, Public Sector, Telecommunications, Travel & Logistics sowie Utilities und hat in nahezu 40 Jahren einen ausgezeichneten Ruf als Branchenspezialist erworben. Die Bandbreite unterschiedlicher Branchen- und Themenschwerpunkte decken im Unternehmensverbund eigenständige Gesellschaften ab: Dabei bildet die msg systems ag den zentralen Kern der Unternehmensgruppe und arbeitet mit den Gesellschaften fachlich und organisatorisch eng zusammen. So werden die

Kompetenzen, Erfahrungen und das Know-how aller Mitglieder zu einem ganzheitlichen Lösungsportfolio mit messbarem Mehrwert für die Kunden gebündelt.

msg nimmt im Ranking der IT-Beratungs- und Systemintegrationsunternehmen in Deutschland Platz 7 ein.

Für weitere Informationen stehen wir Ihnen jederzeit gerne zur Verfügung: msg systems ag, Irina Hofschröer, Robert-Bürkle-Str. 1, 85737 Ismaning/München Tel. +49 89/ 961 01 1650, Fax +49 89/ 961 01 1113 E-Mail: irina.hofschroeer@msg.group

Pressekontakt:

Katharina Thiemann

Telefon: +49 341 98988-224

E-Mail: katharina.thiemann@versicherungsforen.net

Unternehmen

Versicherungsforen Leipzig GmbH

Hainstraße 16

04109 Leipzig

Internet: www.versicherungsforen.net

Über Versicherungsforen Leipzig GmbH

Die Versicherungsforen Leipzig verstehen sich als Dienstleister für Forschung und Entwicklung (F&E) in der Assekuranz. Als Impulsgeber für die Versicherungswirtschaft liegt ihre Kernkompetenz im Erkennen, Aufgreifen und Erforschen neuer Trends und Themen, zum Beispiel im Rahmen von Studien und Forschungsprojekten unter unmittelbarer Beteiligung von Versicherern. Basierend auf aktuellen wissenschaftlichen und fachlichen Erkenntnissen entwickeln und implementieren sie zukunftsweisende Lösungen für die Branche.

Mit dem speziellen Wissen der Versicherungsbetriebslehre, der Versicherungsinformatik, der Versicherungsmathematik und des Versicherungsrechts schaffen die Versicherungsforen Leipzig die Basis für die Lösung anspruchsvoller neuer Fragestellungen innerhalb der Assekuranz. Zudem ermöglicht die wissenschaftliche Interdisziplinarität und der hohe Praxisbezug einen aufschlussreichen »Blick über den Tellerrand«.