

Innovationsverhalten der Versicherungsbranche – großer Nachholbedarf

Palatinus Consulting führte gemeinsam mit imari, dem Zentrum für innovative Marketingsysteme und Risikomanagement der Dualen Hochschule Baden-Württemberg in Heidenheim eine explorative Studie zum Innovationsverhalten der Assekuranz durch. Die Ergebnisse der nun vorliegenden Auswertung lassen großen Nachholbedarf im Vergleich zu anderen Branchen erkennen.

Palatinus Consulting führte gemeinsam mit imari, dem Zentrum für innovative Marketingsysteme und Risikomanagement der Dualen Hochschule Baden-Württemberg in Heidenheim eine explorative Studie zum Innovationsverhalten der Assekuranz durch. Die Ergebnisse der nun vorliegenden Auswertung lassen großen Nachholbedarf im Vergleich zu anderen Branchen erkennen. Innovation in der Versicherungswirtschaft, das sind für die mehr als 50 befragten Führungskräfte in deutschen Versicherungsunternehmen und weiteren Experten der Branche eher verhaltene Veränderungsbemühungen, dagegen kaum Investition in Innovation-Management. Andere Branchen dagegen investieren gerade in schweren Zeiten besonders stark und sind auch bereit, andere Geschäftsmodelle anzugreifen. Die Versicherungsbranche aber schaut zu, wie andere in ihr Geschäftsmodell eindringen und ihr die Felle davon schwimmen.

Google kommt demnächst mit einem Vergleichsportal. Die britische Maklerlizenz reicht für den Schritt in den deutschen Markt. Kfz-Hersteller sind mit Mobilitätskonzepten und eigenen Versicherungsangeboten auf dem Markt, die es Versicherungsvertretern und Maklern schwer machen, an Neuwagenkäufer heranzukommen. Das Einstiegsprodukt Kfz ist Geschichte. Die privaten Krankenversicherer versuchen ihr Konzept zu retten, anstatt zumindest gleichzeitig in neue Ideen und Modelle zu investieren. Das Internet der Dinge, welches ein Themenschwerpunkt der Umfrage war, als milliardenschwerer Zukunftsmarkt findet – so sieht es aktuell aus – wohl weitgehend ohne die Versicherer und ihre Vertriebe statt.

Die Branche müsste also dringend agieren, anstatt sich weiter durch regulierende aggressive Eingriffe von außen zu Reaktionen zwingen zu lassen. Die Auswertung der Umfrage zeigt jedoch eine veränderungsresistente Assekuranz, die das Umfeld lediglich als Bedrohung sieht, die Chancen indessen verkennt.

Kaum ein Versicherer leistet sich ein Innovation-Management, wie es in anderen Branchen üblich und verbreitet ist. Die innovativen Branchen Deutschlands investieren 10 Prozent ihres Umsatzes in Forschung und Entwicklung, um an der Spitze bleiben zu können, oder diese zu erreichen. Versicherer investieren rund 3 bis 4 Prozent in die IT. Aber wo bleibt die Entwicklung neuer Produkte und Dienstleistungen? Wo die radikalen Innovationen, die wir in anderen Bereichen sehen?

Ein großer Teil der Versicherungskunden wünscht sich mehr Ideen im Sinne einer Assistance, also Problemlösung anstatt Geldtransfer. 40 Prozent der Autofahrer interessieren sich nach jüngsten Umfragen für einen Pay-As-You-Drive-Tarif. Und über die Verknüpfung von Geschäftsmodellen und der Zuhilfenahme der modernen Technologien ließen sich völlig neue Versicherungs-Dienstleistungen entwickeln. Die Umfrage zeigt, kaum ein Versicherer hat diese Themen auch nur in Angriff genommen.

Die Ergebnisse der Umfrage können über [Palatinus Consulting](#) gegen eine Schutzgebühr bezogen werden.

Pressekontakt:

Palatinus Consulting
Volker P. Andelfinger
Berwartsteinstraße 21
76855 Annweiler

Telefon: 06346 / 929110

Fax auf Mail: 03212 / 1110634

Mobil: 0177 / 8655371

E-Mail: vpa@palatinus-consulting.eu

De-Mail Adresse: volker.andelfinger@web.de-mail.de

Internet: www.palatinus-consulting.eu

Prof. Dr. Hans Jürgen Ott

E-Mail: ott@dhbw-heidenheim.de

Mobil: 0171 / 5786797

imari Zentrum für innovative Marketingsysteme und Risikomanagement
Duale Hochschule Baden-Württemberg Heidenheim
Marienstraße 20
89518 Heidenheim

Telefon: 07321 / 2722 - 281

Fax: 07321 / 2722-289

Internet: imari.dhbw-heidenheim.de

