

21.06.2016 - 11:00 Uhr

PwC-Studie: Big Data und Analytics revolutionieren die Versicherungsbranche / "Der Insurance Monitor: Operational Excellence - Analytics als Grundlage für ein digitales Geschäftsmodell"

Zürich (ots) -

Neue Methoden zur Datenanalyse haben bereits bei mehr als 70 Prozent aller Versicherer die Entscheidungsprozesse verändert. Analytics und Big Data werden in den kommenden Jahren das Geschäftsmodell komplett wandeln. Die Branche investiert massiv in neue Technologien und Prozesse. Der "Chief Data Officer" wird zur neuen Schlüsselperson. Dies sind Erkenntnisse der PwC-Studie "Der Insurance Monitor: Operational Excellence - Analytics als Grundlage für ein digitales Geschäftsmodell".

Die "Analytics und Big Data"-Revolution erfasst die Versicherungsbranche so rasant wie kaum eine andere. So sagen 71 Prozent aller Versicherungs-CEOs, dass neue Methoden zur Datenanalyse die Entscheidungsprozesse in ihrem Unternehmen bereits massgeblich verändert hätten. Weitere 23 Prozent der befragten CEOs geben an, dass ihrem Konzern die entsprechenden Umwälzungen in den nächsten Jahren bevorstünden. "Die Digitalisierung führt zu einem tiefgreifenden Wandel im Kundenverhalten. Die Versicherungsbranche wird sich dieser Herausforderung zunehmend bewusst - und sie ist bereit, ihr angestammtes Geschäftsmodell grundlegend zu hinterfragen", sagt Patrick Mäder, Leiter Financial Services Consulting, PwC Schweiz.

"Analytics und Big Data": neue Vertriebswege finden

Das bisherige Vertriebsmodell vieler Versicherer steht unter Druck. Nur 35 Prozent aller Kunden bevorzugen bei der Suche nach der richtigen Police den direkten Kontakt mit dem Versicherungsmakler - Tendenz fallend. 22 Prozent der Versicherten favorisieren dagegen schon heute den Abschluss über das Internet, weitere 19 Prozent die Kommunikation per Telefon. Parallel steigt der Anteil der Kunden, die zwar "offline" abschliessen - aber erst, nachdem sie sich "online" über die Angebote verschiedener Versicherer informiert haben. Gut 70 Prozent aller Versicherten zählen sich mittlerweile zu dieser Kundengruppe.

"Der klassische analoge Zugang zum Versicherten wird immer schwieriger. Der künftige Geschäftserfolg hängt daher davon ab, ob es den Versicherungsgesellschaften gelingt, neue Kontaktpunkte zum Kunden herzustellen - und hier ist 'Analytics' die entscheidende Komponente", sagt Mäder. Denn: "Mithilfe neuartiger Datenanalyse können Versicherer die Bedürfnisse ihrer Zielgruppe exakt ermitteln und die Kunden gezielt und häufig sogar individuell ansprechen. Das ist einer der Gründe, warum viele Gesellschaften momentan massiv in 'Analytics und Big Data'-Technologien investieren." Viele Versicherer beschäftigen inzwischen ein "Data Insights"-Team und ziehen dieses in wichtige unternehmerische Entscheidungen mit ein.

Fünf Erfolgsrezepte für das Geschäftsmodell der Zukunft

PwC hat gemeinsam mit Versicherungsexperten, Aktuarien und ausgewählten Spezialisten den Nutzen der neuen Analyseverfahren für die Versicherungsbranche entlang der Wertschöpfungskette beleuchtet sowie verschiedene Anwendungsfälle erörtert. Dabei haben sich fünf Erfolgsrezepte für ein digitales Geschäftsmodell herausgeschält:

1. Aus der sehr grossen Menge vorhandener Daten, die wirklich wertvollen herausfiltern: "Es geht um eine geschäftsorientierte Katalogisierung", sagt Mäder.
2. Innerhalb des Unternehmens eine offene Nutzungskultur fördern, die jedem Fachbereich den unbürokratischen Zugriff auf die für ihn relevanten Daten ermöglicht. Natürlich sind dabei die höchsten datenschutzrechtlichen Standards zu berücksichtigen.
3. Einen "Chief Data Officer" (CDO) implementieren bzw. dessen Rolle stärken: "Der CDO sollte sich nicht nur für Compliance zuständig fühlen, sondern auch das Wachstum des Unternehmens im Fokus haben", ergänzt Mäder.
4. "Analytics"-Kompetenzen spartenübergreifend ausbauen: Gerade Führungskräfte müssen zwingend in der Lage sein, den strategischen Nutzen von Daten zu identifizieren und darauf aufbauend entsprechende Operational-Excellence-Strategien anzustossen.
5. Die Zusammenarbeit zwischen den Fachbereichen und den IT-Kollegen auf eine neue Grundlage zu stellen. Analytics sollte als geschäftstreibende Aktivität wahrgenommen werden - was jedoch erhebliche Ressourcen aus den Spezialbereichen IT und quantitative Modellierung erfordert.

"Werden die fünf Schritte konsequent umgesetzt, dann steht am Ende dieses Prozesses nicht weniger als eine digitale Transformation des Geschäftsmodells", sagt Mäder. Der Versicherer der Zukunft zeichnet sich durch die völlige Fokussierung auf den Kunden aus. Dazu tragen IT-Systeme bei, die die Absichten des Versicherten antizipierten und für ihn mittels "Robotic Advice" das bestmögliche Angebot generieren. "Schliesslich profitieren der Kunde und die Versicherungsgesellschaft gleichermaßen von dieser Entwicklung. Zumal die vollautomatisierten Prozesse eine immense Steigerung der Effizienz und damit deutlich niedrigere

Betriebskosten erlauben", so Mäder.

Kontakt:

Patrick Mäder, Leiter Financial Services Consulting, PwC Schweiz
ch.linkedin.com/in/pmaeder
maeder.patrick@ch.pwc.com

Claudia Sauter, Head of PR & Communications, PwC Schweiz
ch.linkedin.com/in/claudiasauter
claudia.sauter@ch.pwc.com

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100008191/100789689> abgerufen werden.