

Fokus der Digitalisierungsprojekte in den letzten 12 Monaten



Vermarktung von Produkten über den Vertriebskanal Online

51 %

Erhöhung des digitalen Kundenerlebnisses in Vertragsabschluss und Service (Simplicity)

47 %

Kanalübergreifende, vollintegrierte sowie individualisierte Kommunikation mit Kunden und Partnern

45 %

Ansprache junger, digital affiner Kundengruppen durch moderner Customer Journey

40 %



Entwicklung neuer Versicherungsprodukte zur Absicherung von Cyber-Risiken

33 %

Umbau der Organisation und der Governance-Prozesse

19 %

Entwicklung neuer Versicherungs-produkte auf Basis neuer Technologien

15 %

Frage: Welchen Fokus hatten die Digitalisierungsprojekte der letzten 12 Monate in Ihrem Unternehmen? Skala von 1=„sehr stark“ bis 4=„geringer Fokus“, 5=„war kein Thema“, Werte sind Summe aus 1=„sehr starker Fokus“ und 2=„starker Fokus“,

Noch viel Potenzial für kundenzentrierte Prozesse

78% Schadens-
management



72% Vertrieb



67% Bestands-
verwaltung



57% IT-Prozesse



56% Zahlungsverkehr



46% Marketing



33% Gesamtunter-
nehmenssteuerung



30% Kapital- und
Anlagenmanagement



22% Finanzwesen



19% Callcenter



8% HR/Personal



Frage: In welchen Geschäftsbereichen sehen Sie für die kommenden zwei Jahre die größten Digitalisierungspotenziale? Skala von 1=„gar kein Potenzial“ bis 5=„sehr großes Potenzial“, Werte sind Summe aus 1 = „sehr große Potenziale“ und 2 = „große Potenziale“

Jede zweite Versicherung agiert noch überwiegend in ihrem traditionellen Kerngeschäft



Ja, und zwar in der alleinigen Umsetzungsverantwortung, ohne Kooperationspartner und einem Ökosystem.



Ja, mithilfe von Kooperationspartnern/eines Ökosystems.



Ja teilweise, der Roll-Out läuft aktuell.



Nein, aber wir sind gerade mitten in der Entwicklung.



Nein, Entwicklung in den kommenden zwei Jahren geplant.



Nein, auch nicht geplant.



Frage: Hat Ihr Unternehmen in den letzten 12 Monaten rein digitale Geschäftsmodelle (z.B. End-to-End-Risikobewertung oder End-to-End-Schadenprozess inklusive Auszahlung) entwickelt und mit dem Roll-out/der Umsetzung begonnen?

Quelle: Lünendonk-Studie 2018: Versicherungen in der Zeitfalle, © Lünendonk & Hossenfelder GmbH, Mindelheim, März 2018