

23.05.2018 – 11:56 Uhr

World Insurance Report 2018: Versicherer in Deutschland und Schweiz bei digitalen Technologien zur Automatisierung über dem weltweiten Durchschnitt

Zürich (ots) -

Versicherungsbranche rangiert auf der Kundenzufriedenheitsskala auf Platz vier hinter Banken und Konsumgüter/Handel; 96 Prozent der Versicherer priorisieren Zusammenarbeit in digitalen Ökosystemen; Über 90 Prozent der Versicherer in D und CH nutzen Robotic Process Automation

Versicherer in Deutschland und der Schweiz haben bei dem Einsatz von Automatisierungstechnologien international die Nase vorn. Vor allem bei Robotic Process Automation, Künstlicher Intelligenz, Machine Learning und Blockchain liegen sie mit fortgeschrittener Pilotierung und Implementierung über dem weltweiten Durchschnitt. Ausserdem halten Versicherer in der Region Deutschland-Schweiz in Sachen Serviceerfahrung wacker und sind hierzulande weniger stark von den grossen Technologie-Konkurrenten bedroht als im weltweiten Vergleich. Zu diesen und weiteren Ergebnisse kommt der neue World Insurance Report von Capgemini und Efma, für den über 10,000 Verbraucher in 20 Märkten und 150 leitende Führungskräfte in 22 Ländern zu Kundenzufriedenheit, Erwartungshaltung und Bewertung digitaler Prozesse und Angebote befragt wurden.

Deutsche und schweizerische Versicherer glänzen bei dem Einsatz digitaler Technologien zur Automatisierung. Besonders deutlich wird das im Bereich der robotergesteuerten Prozessautomatisierung (RPA) über alle drei Versicherungssegmente (Sach-, Lebens- und Krankversicherung) hinweg. Die grosse Mehrheit der hiesigen Versicherer (92 Prozent) hat RPA-Systeme pilotiert (40 Prozent) oder bereits vollständig im Einsatz (53 Prozent). Aber auch bei der Implementierung anderer Automatisierungstechnologien sind deutsche und schweizerische Versicherer Vorreiter. Konkret sind das Blockchain, Machine Learning/Deep Learning und Spracherkennung. In den Bereichen Künstliche Intelligenz und natürliche Sprachverarbeitung steckt man hier noch eher in der Konzeptionsphase und liegt nur noch ganz knapp über dem globalen Durchschnitt.

"Die Nutzung der neuesten Technologie ohne Einschränkung durch Altsysteme ist ein wichtiger nächster Schritt für Versicherer, um den Kunden eine konsistente Erfahrung über alle Kontaktpunkte hinweg zu vermitteln. Arbeiten Versicherer intensiv mit InsurTechs zusammen, können sie die erforderlichen Fähigkeiten für eine hohe Kundenzentrierung deutlich rascher auf- und ausbauen", kommentiert Martin Baumann, Leiter des Bereichs Digital Insurance bei Capgemini Consulting.

Die grosse Mehrheit von 96 Prozent der Versicherer in Deutschland und der Schweiz gibt mittlerweile auch an, die Integration verschiedener Technologien und Partnerunternehmen in die eigene Wertschöpfungskette zu priorisieren - eine Quintessenz für die digitale Agilität, die Versicherer heutzutage benötigen, um sich im gegenwärtigen und zukünftigen Versicherungsmarkt durchzusetzen, so die Studienautoren.

Versicherungsbranche bei Kundenzufriedenheit im Mittelfeld

Die Branchenbewertung nach Serviceerfahrung zeigt: Versicherungen (72,9) rangieren auf der Zufriedenheitsskala bei Verbrauchern nur auf dem vierten Platz nach Handelsunternehmen (76,9), Banken (76,0) und der Automobilbranche (73,5), aber noch vor dem Gesundheitswesen (70,5), den Versorgungsunternehmen (69,9) und den Telekommunikationsanbietern (68,8). Obwohl deutsche und schweizerische Verbraucher (39 Prozent) in allen demographischen Gruppen mit ihrer Versicherung zufriedener sind als der globale Durchschnittskonsument (33 Prozent), werden einzelne wichtige Serviceparameter - im Folgenden Satz näher benannt - von den Versicherungskunden hier deutlich schlechter bewertet als global. Auch klafft eine deutlich grössere Lücke im Direktvergleich mit den Banken - beides betrifft vor allem die wichtigen Serviceparameter "Leichte Handhabung" (17 Prozentpunkte Unterschied), "Schneller Service" (9 Prozentpunkte) und "Mobile Apps" (7 Prozentpunkte). Insgesamt erachten Verbraucher in der Region Deutschland-Schweiz traditionelle Vertriebskanäle als nach wie vor sehr wichtig. Gleichzeitig geben aber auch mehr als knapp die Hälfte der technisch versierten und Gen-Y-Kunden an, digitale Kanäle wie Webseite/Internet (51 Prozent) und mobile Apps (43 Prozent) sehr wertzuschätzen.

BigTechs[1] stehen in den Startlöchern

Bedrohung von der Seite bekommen Versicherer ganz besonders von den sogenannten BigTech-Firmen. Sie bereiten sich allmählich darauf vor, in den Versicherungsmarkt einzutreten und finden dort bereitwillige Kunden vor. Knapp jeder Dritte Verbraucher weltweit würde es bereits in Betracht ziehen, ein Versicherungsprodukt von Amazon, Google, Facebook und co. einzukaufen. Das entspricht einem Zuwachs von 12 Prozentpunkten seit 2015 und liegt nun bei 30 Prozent. Die Versicherungsnehmer in Deutschland und der Schweiz sind diesbezüglich etwas zögerlicher. Hier sieht sich nur knapp jeder fünfte Verbraucher bereit, eine Versicherung bei den grossen Technologiefirmen abzuschliessen - immerhin ein Anstieg um 14 Prozentpunkte auf 19 Prozent in den vergangenen drei Jahren. Hier scheinen gerade technikaffine und Gen-Y-Verbraucher besonders geneigt, vom traditionellen zum Technologieanbieter zu wechseln. Diese Konsumentengruppen äusserten nicht nur eine geringere Servicezufriedenheit mit den etablierten Versicherungshäusern, sondern auch die grundsätzliche Bereitschaft innerhalb der nächsten zwölf Monate den Versicherer zu wechseln sowie ein Versicherungsprodukt bei BigTechs einzukaufen.

Über den World Insurance Report 2018

Der World Insurance Report (WIR) 2018 bezieht sich auf Umfrageergebnisse aus 20 verschiedenen Ländern: Australien, Belgien, Brasilien, Kanada, China, Frankreich, Deutschland, Hongkong, Indien, Italien, Japan, Mexiko, Niederlande, Norwegen, Singapur, Spanien, Schweden, Schweiz, Grossbritannien und die USA. Es wurden insgesamt über 10.000 Verbraucher und über 150 Leitende Führungskräfte befragt. Untersucht wurden die Segmente Lebens-, Sach- und Krankenversicherung. In der Region Deutschland-Schweiz wurden insgesamt 1008 Verbraucher und 26 Führungskräfte befragt.

Weitere Informationen und eine vollständige Kopie des Reports finden Sie hier: <https://www.capgemini.com/ch-de/service/world-insurance-report-2018/>

Über Capgemini

Capgemini ist einer der weltweit führenden Anbieter von Management- und IT-Beratung, Technologie-Services und Digitaler Transformation. Als ein Wegbereiter für Innovation unterstützt das Unternehmen seine Kunden bei deren komplexen Herausforderungen rund um Cloud, Digital und Plattformen. Auf dem Fundament von 50 Jahren Erfahrung und umfangreichem branchenspezifischen Know-how hilft Capgemini seinen Kunden, ihre Geschäftsziele zu erreichen. Hierfür steht ein komplettes Leistungsspektrum von der Strategieentwicklung bis zum Geschäftsbetrieb zur Verfügung. Capgemini ist überzeugt davon, dass der geschäftliche Wert von Technologie von und durch Menschen entsteht. Die Gruppe ist ein multikulturelles Unternehmen mit 200.000 Mitarbeitenden in über 40 Ländern, das 2017 einen Umsatz von 12,8 Milliarden Euro erwirtschaftet hat.

Mehr unter www.capgemini.com/ch-de. People matter, results count.

Über Efma

Die globale Non-Profit-Organisation Efma wurde 1971 von Banken und Versicherungsunternehmen mit dem Zweck der Vernetzung von Entscheidungsträgern der Branche gegründet. Die Gesellschaft stellt Studien zur Verfügung, die Banken und Versicherungen in der Entscheidungsfindung bei Innovationen und der Transformation unterstützen. Die Efma hat mehr als 3.300 Mitglieder aus 130 Ländern. Das Zentralbüro ist in Paris, weitere Niederlassungen existieren in London, Brüssel, Barcelona, Stockholm, Bratislava, Dubai, Mumbai und Singapur.

Mehr Informationen unter www.efma.com

[1: BigTechs sind grosse, multinationale Technologie-Firmen à la Google, Amazon, Facebook, Alibaba, Apple und co.]

Kontakt:

Achim Schreiber

Tel.: +41 44 560-2604

E-Mail: achim.schreiber@capgemini.com

Katharina Jarrah

Tel.: +49 89 38338-2738

E-Mail: katharina.jarrah@capgemini.com

www.twitter.com/CapgeminiDE

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100005449/100815901> abgerufen werden.