

Branchenkompass Insurance 2015: Versicherungswirtschaft am Scheideweg

Viele klassische Geschäftsmodelle haben ausgedient - neue Ansätze zur Kundenbindung müssen her. Auf diese knappe Formel bringt der „Branchenkompass Insurance 2015“ von Sopra Steria Consulting die aktuelle Stimmungslage der deutschen Assekuranz-Wirtschaft. Als Antwort auf wachsende Compliance-Anforderungen, das anhaltende Zins-Tief und den verschärften Wettbewerb wollen die meisten Versicherer ihre Digitalisierungsbemühungen in den nächsten zwei Jahren verstärken.

Trotz der positiven gesamtwirtschaftlichen Wachstumserwartung blickt die deutsche Versicherungsbranche derzeit nicht besonders optimistisch in die Zukunft. Wie der aktuelle Branchenkompass „Insurance“ von Sopra Steria Consulting zeigt, beurteilen viele Führungskräfte die aktuelle Lage heute noch kritischer als im Krisenjahr 2008: 29 Prozent der befragten Versicherungsentscheider erwarten bis 2018 eine insgesamt schlechtere Entwicklung als in der übrigen Volkswirtschaft; im Maklersegment sind es sogar 31 Prozent. Als Belastungen für neues Wachstum gelten laut Umfrage vor allem die neuen Regulierungsvorschriften, insbesondere die Umsetzung der EU-Vermittlerrichtlinie sowie verschärzte Eigenkapitalvorschriften gemäß Solvency II. Das anhaltende Niedrigzinsniveau spielt in diesem Punkt eine geringere Rolle als noch 2013. Drei von vier Entscheidern empfinden es derzeit als besondere Herausforderung für das eigene Unternehmen. Vor zwei Jahren lag dieser Wert noch bei 82 Prozent. Kaum noch Wachstumsperspektiven sieht die Branche für die klassische Lebensversicherung. Hoffnungsträger sind dagegen sowohl die betriebliche Altersvorsorge als auch Komposit-Versicherungen.

Als größte Herausforderung für ihr Unternehmen nannten 86 Prozent der Entscheider das Thema Compliance und 83 Prozent die Optimierung ihrer IT-Landschaft. Bei vier von fünf Befragten gewinnt die Digitalisierung von Geschäftsprozessen weiter an Bedeutung - wobei die Digitalisierungswelle auch vor Vertriebsabteilungen nicht hält. Im Gegenteil: Vor dem Hintergrund massiver Marktveränderungen stufen Dreiviertel der Studienteilnehmer aus der Versicherungswirtschaft und 83 Prozent aus der Maklerbranche das Thema Kundenbindung beziehungsweise Kundenwertentwicklung als „sehr bedeutend“ ein. Fast alle der Befragten (97 Prozent) investieren derzeit in den Ausbau ihrer Kundenberatung. Außerdem wollen 89 Prozent ihre Kundenkommunikation über sämtliche Zugangskanäle hinweg besser mit den Erwartungen der Kunden synchronisieren. Folgerichtig rangieren Ausgaben für mobile Anwendungen mit 77 Prozent weit oben in der Investitionsplanung der befragten Unternehmen. Bereits 2015 war der Anteil des IT-Etats am Gesamtbudget deutlich höher als zwei Jahre zuvor - ein Trend, der sich auch in Zukunft fortsetzen wird: Bei Versicherern fließen bis 2018 rund ein Viertel aller Investitionen in die IT. Bei den Großen der Versicherungsbranche werden es sogar 29 Prozent und bei Maklern 18 Prozent sein. Offenbar hat sich in der Versicherungswirtschaft die Erkenntnis durchgesetzt, dass die Optimierung der IT-Landschaft die notwendigen Voraussetzungen schafft für die erfolgreiche Digitalisierung - und damit auch für den langfristigen Erhalt der Wettbewerbsfähigkeit.

„Die Automatisierung, Virtualisierung und Digitalisierung von Prozessen hat in der Versicherungsbranche seit Jahren eine hohe Relevanz, denn die Assekuranz haben gemerkt, dass sich durch Digitalisierung enorme Summen und Zeit einsparen lassen“, bewertet Petra Weber, Manager Insurance Business Consulting bei Sopra Steria Consulting die Ergebnisse der Untersuchung. „Der Branchenkompass bestätigt dies nachhaltig. Die Versicherungswirtschaft investiert in die Themen Prozessautomation, Portale und Kundenbindung - Faktoren, die die Branche einen Schritt weiter in Richtung digitaler Exzellenz bringen.“

Über die Studie:

Von August bis September 2015 befragte das Marktforschungsunternehmen *forsa* im Auftrag von *Sopra Steria Consulting* Führungskräfte aus 70 der größten Versicherungs- und Maklergesellschaften Deutschlands zu ihrer gegenwärtigen Geschäftspolitik. Durch den Vergleich mit Ergebnissen früherer Branchenkompass-Studien seit 2002 zeichnet die aktuelle Untersuchung überdies zeitliche Veränderungen der Stimmungslage in der deutschen Versicherungswirtschaft nach.

INFOGRAFIK

Pressekontakt:

Birgit Eckmüller
Telefon: +49 (0) 40 22703-5219
E-Mail: birgit.eckmueller@sopraSteria.com

Unternehmen

Sopra Steria Consulting
Hans-Henny-Jahnn-Weg 29
22085 Hamburg

Internet: www.sopraSteria.de

Über Sopra Steria Consulting

Sopra Steria Consulting zählt zu den Top Business Transformation Partnern in Deutschland. Als ein führender europäischer Anbieter für digitale Transformation bietet Sopra Steria eines der umfassendsten Angebotsportfolios für End-to-End-Services am Markt: Beratung, Systemintegration, Softwareentwicklung, Infrastrukturmanagement und Business Process Services. Unternehmen und Behörden vertrauen auf die Expertise von Sopra Steria, komplexe Transformationsvorhaben, die geschäftskritische Herausforderungen adressieren, erfolgreich umzusetzen. Im Zusammenspiel von Qualität, Leistung, Mehrwert und Innovation befähigt Sopra Steria seine Kunden, Informationstechnologien optimal zu nutzen. Mit mehr als 37.000 Mitarbeitern in über 20 Ländern erzielte Sopra Steria 2014 einen Pro-forma-Umsatz in Höhe von 3,4 Mrd. Euro.

Die Sopra Steria Group (SOP) ist notiert an der NYSE Euronext Paris (Compartment A) - ISIN: FR0000050809.

Pressekontakt:

Matthias Thews
Telefon: +49 (0) 611 7413-918
E-Mail: soprasteria@ffpr.de

Unternehmen

Fink & Fuchs Public Relations
Berliner Straße 164
65205 Wiesbaden

Internet: www.ffpr.de