

Technologie als Wettbewerbsvorteil

Wie Versicherer ihre digitale Stärke gezielt entfalten
Eine Perspektive von Tomas Möller Consulting

Executive Insight

Technologie ist heute nicht mehr nur ein unterstützendes Instrument – sie ist das Fundament für Wettbewerbsfähigkeit.

Versicherer, die ihre Daten- und Technologi Landschaft gezielt modernisieren, wachsen schneller, arbeiten effizienter und schaffen es, das Vertrauen ihrer Kunden in einer zunehmend digitalen Welt zu stärken.

Und dennoch bleibt ein Großteil dieses Potenzials ungenutzt.

Zwischen Investition und Wirkung

Viele Versicherer investieren bereits erhebliche Mittel in Digitalisierung und IT. Der Unterschied zwischen erfolgreichen und weniger erfolgreichen Unternehmen liegt jedoch selten in der Höhe der Investitionen – sondern in ihrer strategischen Ausrichtung.

Zu häufig werden Technologien eingeführt, ohne klar zu definieren, welchen konkreten Beitrag sie zur Wertschöpfung leisten sollen. Das Ergebnis sind fragmentierte Systeme, isolierte Initiativen und begrenzte Wirkung.

Aus unserer Sicht liegt die zentrale Herausforderung darin, Technologie konsequent an der Geschäftsstrategie auszurichten.

Technologie muss der Geschäftslogik folgen

Erfolgreiche Versicherer beginnen nicht mit Tools, sondern mit klaren Prioritäten.

Sie definieren, ob Technologie primär dazu dienen soll, das Kundenerlebnis zu verbessern, die Effizienz zu steigern, neue Produkte zu ermöglichen oder den Vertrieb zu stärken. Erst daraus leiten sie ab, welche Daten, Systeme und Fähigkeiten benötigt werden.

Gerade im deutschsprachigen Raum kommt eine zusätzliche Dimension hinzu: regulatorische Anforderungen. Zwischen Aufsicht, Datenschutz und Sicherheitsanforderungen müssen Versicherer Innovation ermöglichen und gleichzeitig Stabilität gewährleisten.

Die erfolgreichsten Organisationen integrieren regulatorische Aspekte daher von Anfang an in ihre Technologiearchitektur.

Daten als Ausgangspunkt

Ein häufiger Fehler liegt in der isolierten Entwicklung einzelner Anwendungen. Ohne eine konsistente Datenbasis bleibt das Potenzial moderner Technologien jedoch begrenzt.

Führende Versicherer setzen deshalb auf eine zentrale, verlässliche Datengrundlage. Auf dieser Basis entstehen modulare, flexible Systeme, die eine schnelle Weiterentwicklung ermöglichen.

Gerade in Deutschland, wo viele Versicherer mit historisch gewachsenen IT-Landschaften arbeiten, führt der Weg zur Modernisierung meist über schrittweise Transformation. APIs, Cloud-Technologien und hybride Architekturen ermöglichen es, bestehende Systeme weiterzuentwickeln, ohne sie vollständig zu ersetzen.

Künstliche Intelligenz als Gamechanger

Künstliche Intelligenz – insbesondere agentenbasierte Systeme – verändert die Funktionsweise von Versicherungen grundlegend.

Während klassische Kernsysteme weiterhin als stabile Datenbasis dienen, verlagern sich Entscheidungslogiken zunehmend in intelligente, flexible Systeme außerhalb des Kerns.

Das ermöglicht es, Prozesse schneller anzupassen, Entscheidungen dynamischer zu treffen und Innovationen effizient umzusetzen – etwa in der Schadenbearbeitung, im Underwriting oder im Kundenservice.

Für Versicherer bedeutet das einen Paradigmenwechsel: Nicht der vollständige Austausch bestehender Systeme steht im Vordergrund, sondern deren intelligente Erweiterung.

Vier Wege zur Technologieführerschaft

Aus unserer Erfahrung lassen sich vier strategische Stoßrichtungen identifizieren, mit denen Versicherer Technologie gezielt als Wettbewerbsvorteil nutzen können:

Ein Fokus auf das Kundenerlebnis ermöglicht es, Prozesse entlang der gesamten Customer Journey zu vereinfachen und nahtlose Interaktionen über alle Kanäle hinweg zu schaffen.

Eine stärkere Ausrichtung auf Produkt- und Preisinnovation erlaubt eine präzisere Risikobewertung und eine dynamische, datenbasierte Preisgestaltung.

Die konsequente Automatisierung interner Abläufe führt zu deutlichen Effizienzgewinnen und entlastet gleichzeitig Mitarbeitende.

Und eine datengetriebene Vertriebssteuerung erhöht die Abschlusswahrscheinlichkeit und verbessert die Produktivität bestehender Vertriebsstrukturen.

Entscheidend ist, sich klar für eine strategische Stoßrichtung zu entscheiden – und diese konsequent umzusetzen.

Technologie im Kontext von Vertrauen und Regulierung

Die Versicherungsbranche bewegt sich in einem stark regulierten Umfeld.

Themen wie IT-Sicherheit, Datenschutz und regulatorische Anforderungen sind keine Nebenbedingungen, sondern zentrale Bestandteile jeder Technologieentscheidung. Gleichzeitig entstehen neue Chancen durch regulatorische Entwicklungen, die digitale Resilienz und Datenzugang fördern.

Parallel dazu verändert sich das Wettbewerbsumfeld. Insurtechs und neue Geschäftsmodelle erhöhen den Innovationsdruck. Erfolgreiche Versicherer sehen diese Entwicklung nicht als Bedrohung, sondern als Chance zur Zusammenarbeit.

Transformation ist auch Kulturwandel

Technologische Transformation ist keine rein technische Aufgabe.

Sie erfordert neue Arbeitsweisen, cross-funktionale Zusammenarbeit und eine Kultur, die Veränderung aktiv unterstützt. In einer traditionell stabilitätsorientierten Branche stellt genau das oft die größte Herausforderung dar.

Führungskräfte müssen daher nicht nur Technologieprogramme steuern, sondern auch Organisationen weiterentwickeln.

Handlungsempfehlungen für Entscheider

Aus unserer Sicht sind fünf Faktoren entscheidend für eine erfolgreiche Transformation:

Technologieinvestitionen müssen konsequent an strategische Ziele gekoppelt werden.

Eine konsistente Datenbasis ist die Grundlage für alle weiteren Entwicklungen.

Partnerschaften mit Technologieanbietern und innovativen Akteuren beschleunigen den Fortschritt.

Mitarbeitende müssen befähigt und in den Wandel eingebunden werden.

Und regulatorische Anforderungen sollten aktiv genutzt werden, um Vertrauen und Qualität zu stärken.

Fazit

Die Versicherungsbranche steht an einem Wendepunkt.

Technologie bietet enormes Potenzial – doch nur, wenn sie strategisch eingesetzt, kulturell verankert und regulatorisch sauber umgesetzt wird.

Versicherer, die diesen Dreiklang beherrschen, werden nicht nur effizienter, sondern auch relevanter für ihre Kunden – und langfristig erfolgreicher.

Schlussgedanke

Technologie ist kein Selbstzweck.

Sie ist der Hebel, der aus guten Versicherern führende macht.