

Aktuelle Trends bei Lebens- und Renten- versicherungen



2022 CGI VOICE
OF OUR CLIENTS

CGI

Kundenerwartungen setzen vollständige Digitalisierung voraus

Welche Makro-Trends sind für die Branche entscheidend?

Führungskräfte in den Lebens- und Rentenversicherungen sehen 2022 vor allem den technologischen Wandel, die beschleunigte Digitalisierung und den Klimawandel als bedeutende Trends für die Branche an. Die zunehmenden Erwartungen der Kundinnen und Kunden an die Digitalisierung treiben die Entwicklung und den Bedarf an neuen Technologien massiv voran.

Ein weiterer Faktor ist der demografische Wandel, als dessen massivste Auswirkung der daraus resultierende Fachkräftemangel wahrgenommen wird: 81 % der Befragten berichten davon, wie schwierig es ist, die passenden Mitarbeitenden zu finden.

Initiativen zum Klimawandel konzentrieren sich in erster Linie auf interne

Abläufe, z. B. die umweltfreundlichere Gestaltung von Gebäuden und Betriebsabläufen. Mehr und mehr Führungskräfte beginnen das Thema Nachhaltigkeit aber auch in ihre Anlagestrategien zu integrieren und streben umweltfreundlichere Investitionen an.

Welche Prioritäten setzen unsere Kunden?

Die Digitalisierung hat sich bei den Lebens- und Rentenversicherungen während der Pandemie erheblich beschleunigt. Auch traditionell ausgegerichtete Unternehmen haben erkannt, dass sie auf Remote-Kundenkontakt, digitalen Dokumentenaustausch und andere digitale Arbeitsweisen umstellen müssen. Die Digitalisierung wird zum wichtigsten Instrument für alle Dienstleistungskanäle und dient als Unterscheidungsmerkmal auf dem Markt.

Um mit Insurtechs konkurrieren zu können und das Geschäft zukunftssicher zu gestalten, müssen Führungskräfte einen grundlegenden Wandel vollziehen. Dazu investieren sie in die Customer Experience, die Modernisierung und die Umgestaltung der Lieferketten.

Die steigende Zahl von Ransomware-Angriffen im Jahr 2021 führte auch 2022 zu einem verstärkten Fokus auf Cybersicherheit. Das reine Einhalten von Vorschriften hat dabei an Bedeutung verloren. Dies deutet darauf hin, dass sich die Unternehmen bereits an die gesetzlichen Vorschriften halten und sich nun auf andere Prioritäten konzentrieren.

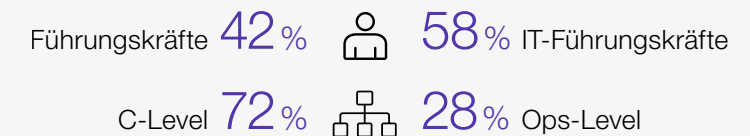
Zu unserer globalen Befragung CGI Voice of Our Clients



Jedes Jahr treffen wir uns weltweit mit den Führungskräften unserer Kunden, um ihre Meinung zu den unternehmens- und branchenrelevanten aktuellen Trends zu erfahren. Aus den Ergebnissen unserer Befragung gewinnen wir Best Practices, in die auch die besonderen Herangehensweisen der digitalen Marktführer einfließen.

Im Jahr 2022 haben wir mit 1.675 Führungskräften aus Business und IT gesprochen. **Der hier vorliegende zusammenfassende Bericht enthält die Erkenntnisse von 53 Führungskräften aus verschiedenen Lebens- und Rentenversicherungsunternehmen.**

Demografische Daten der Interviews



Wichtigste Trends und Prioritäten

Für die Führungskräfte wird ein Aspekt der digitalen Transformation immer wichtiger: Sie möchten in ihren Unternehmen eine durchgängige digitale Customer Experience realisieren. Um dies zu erreichen, investieren sie verstärkt in Daten, Prozessautomatisierung und die Cloud.

Wichtigste Erkenntnis

Im Hinblick auf die Modernisierung geben 55 % der Führungskräfte an, dass sie ihre Kernplattformen in den nächsten zwei Jahren zu Platform-as-a-Service- und Infrastructure-as-a-Service-Anbietern verlagern werden; 54 % planen, zu Software-as-a-Service-Anbietern zu migrieren.

Top-Trends

Top-Business-Prioritäten

Top-IT-Prioritäten

1

Digitalisierung vorantreiben, um Kundenerwartungen zu erfüllen

Förderung eines differenzierten und nahtlosen digitalen Kundenerlebnisses

Rationalisierung, Vereinfachung und Modernisierung von Anwendungen und Infrastruktur

2

Sich schnell verändernde Erwartungen der Verbraucherinnen und Verbraucher an Produkte und digitale Dienstleistungen

Weiteres Vorantreiben der End-to-End-Prozessautomatisierung

Schutz durch Cybersicherheit

3

Sorge vor Cyberangriffen

Nutzen von Daten zur Verbesserung von Kundenbewertungen

Aufstellen eines Plans für die digitale Transformation

Die Branchentrends erfassen die Faktoren, die die größten Auswirkungen auf die Branche unserer Kunden haben. Die Top-Business-Prioritäten zeigen, wie die Kunden darauf reagieren, und die IT-Prioritäten spiegeln die entsprechenden technologischen Lösungsansätze wider.

2

3

4

5

6

7

8

9

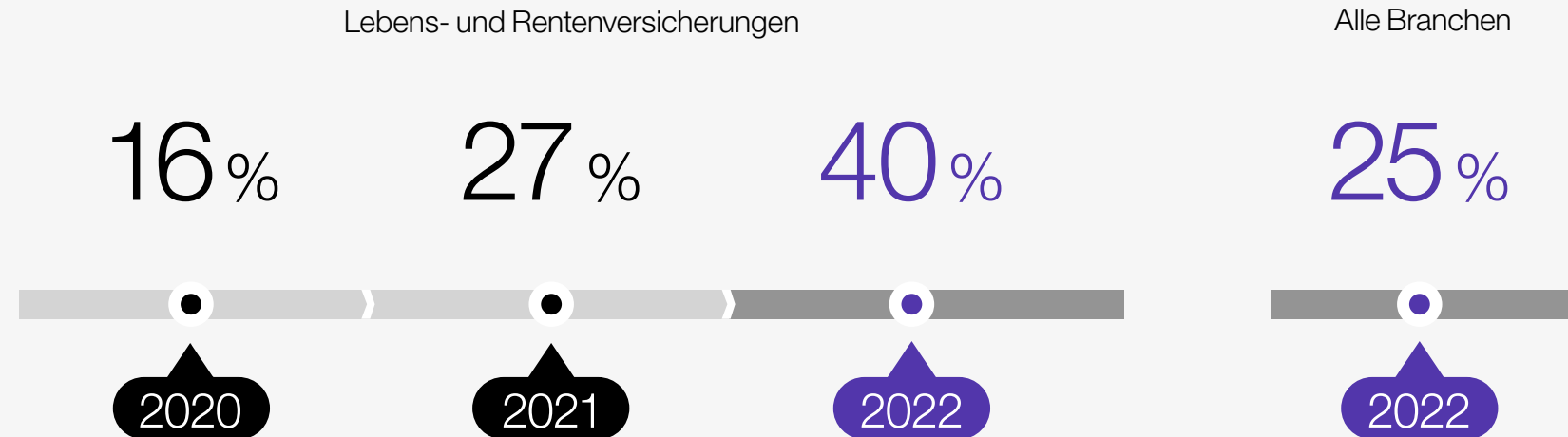
10

Der digitale Wandel bei Lebens- und Rentenversicherungen

Die Führungskräfte der Lebens- und Rentenversicherungen sehen große Fortschritte in Bezug auf die digitale Transformation in ihren Unternehmen.

Im Jahr 2022 gaben 40 % an, dass sie mit ihren digitalen Strategien die erwarteten Ergebnisse erzielen; im Jahr 2021 waren dies noch lediglich 27 %. Die Steigerung liegt weit über dem Durchschnitt unserer Kunden aus anderen Branchen (25 %) und auch deutlich über dem Durchschnitt der Schaden- und Unfallversicherungen (28 %).

Führungskräfte, die angeben, dass ihre Unternehmen die erwarteten Ergebnisse aus digitalen Strategien erzielen



Digitale Marktführer bei Lebens- und Rentenversicherungen

40 % der Lebens- und Rentenversicherungen zählen zu den digitalen Marktführern. Bei der Analyse der Gespräche mit den Führungskräften aus diesen Unternehmen erkannten wir einige gemeinsame Merkmale.

Die Tabelle vergleicht die Antworten der digitalen Marktführer mit denen der digitalen Neueinsteiger.

Eigenschaften von digitalen Marktführern im Vergleich zu Unternehmen, die erst digitale Strategien entwickeln oder gerade einführen



Verfügen über hochgradig agile Geschäftsmodelle

47 %

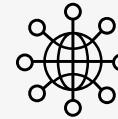
10 %



IT und Business sind gut aufeinander abgestimmt

79 %

50 %



IT- und Businessabläufe sind bis in die Tiefe integriert

63 %

40 %



Stehen vor erheblichen Herausforderungen durch Altsysteme

37 %

53 %



Modernisieren mehr Applikationen

60 %

43 %

Die wichtigsten Erkenntnisse aus unseren Interviews

1.

Die eigene Digitalisierung für die Kunden voranzutreiben, ist weiterhin der Top-Trend

Bereits seit drei Jahren sehen es die Führungskräfte der Lebens- und Rentenversicherungen als wichtigstes Ziel, durch eine fortschreitende Digitalisierung die Erwartungen ihrer Kunden zu erfüllen.

Als zweitwichtigster Trend lässt sich erkennen, dass die Führungskräfte ihre Digitalisierung beschleunigen, um so auf die sich schnell verändernden Konsumentenerwartungen an Produkte und digitale Services reagieren zu können.

2.

Durch Automatisierung und die Weiterentwicklung von Data Insights lässt sich die Customer Journey optimieren.

Die Führungskräfte konzentrieren sich weiterhin darauf, eine gute digitale Customer Experience zu ermöglichen. 2022 war dies sogar die am häufigsten genannte Priorität des Business. Dies hat zur Folge, dass zunehmend End-to-End-Prozessautomatisierung und Datenanalysen eingesetzt werden, um die Customer Journey optimal zu gestalten.

Die Automatisierung ist die zweithöchste Business-Priorität, gefolgt von der Wertschöpfung aus Daten.

3.

Modernisierung ist die wichtigste Priorität für IT-Führungskräfte; digitale Planung wird wichtiger.

Um sich optimal auf die digitale Zukunft vorzubereiten, müssen die Applikationen und die Infrastruktur modernisiert werden. Für die IT steht dies an oberster Stelle ihrer Bestrebungen.

Auch die Planung der digitalen Transformation gewinnt zunehmend an Bedeutung. Im Prioritäten-Ranking steht dieser Faktor nun nicht mehr nur auf Platz fünf wie im Jahr 2021, sondern auf Platz drei.

4.

Mehr Führungskräfte betrachten Nachhaltigkeit als zentral für die zukünftige Wertschöpfung.

Der Prozentsatz der Führungskräfte, die Nachhaltigkeit als äußerst wichtig für die künftige Wertschöpfung für ihre Stakeholder einstufen, ist von 52 % im Jahr 2021 auf 58 % im Jahr 2022 gestiegen.

Im Vergleich dazu schätzen die Führungskräfte in den Schaden- und Unfallversicherungen die Auswirkungen der Nachhaltigkeit geringer ein (40 % im Jahr 2022, 42 % im Jahr 2021).

5.

Lebens- und Rentenversicherungen nutzen die meisten Cloud-Anbieter.

Von allen Kunden, die wir bei der CGI Voice of our Clients befragt haben, gaben die Führungskräfte der Lebens- und Rentenversicherungen mit durchschnittlich 5,1 Anbietern die meisten Cloud-Dienstleister als Kooperationspartner an.

Bei den Führungskräften in den Schaden- und Unfallversicherungen liegt diese Zahl nur bei 2,0.

2

3

4

5

6

7

8

9

10

Die wichtigsten Erkenntnisse aus unseren Interviews

6.

Ein wichtiger Schwerpunkt ist es, Strategien für die Cybersicherheit umzusetzen.

Da die meisten Unternehmen mittlerweile über eine Cybersicherheitsstrategie verfügen, liegt der Schwerpunkt nun auf deren Operationalisierung.

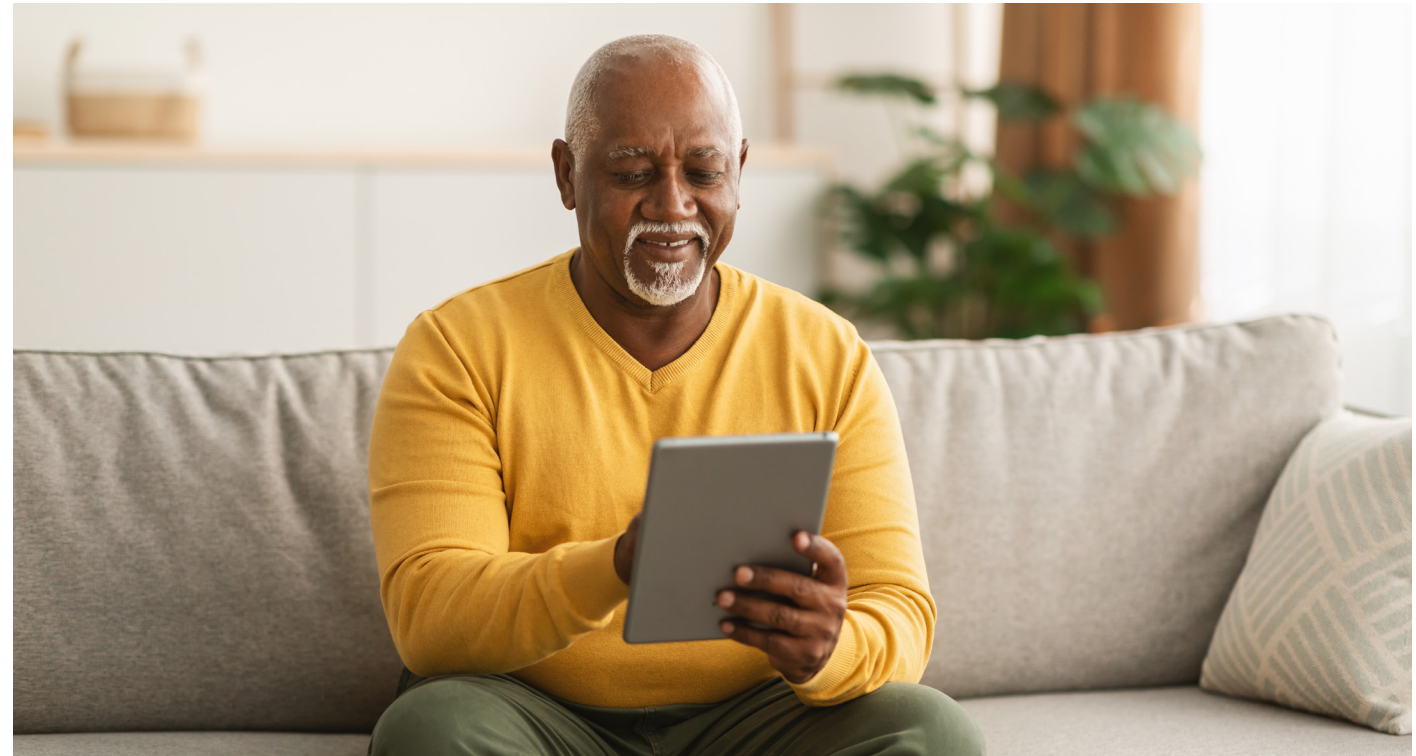
Im Jahr 2022 waren 61 % der Führungskräfte dabei, ihre Strategien umzusetzen; viele beginnen bereits, Ergebnisse damit zu erzielen (33 %).

7.

Die IT-Budgets für die Modernisierung und den Betrieb steigen.

Die Führungskräfte haben in diesem Jahr mehr IT-Mittel zur Verfügung. Bei 89 % steigen entweder die CapEx- oder die OpEx-Budgets. Nur 44 % berichten von sinkenden CapEx- oder OpEx-Budgets.

Bei 56 % blieben die verfügbaren Mittel dagegen gleich. Die geschätzten Gesamtausgaben der meisten Führungskräfte betragen 100 Millionen Dollar bis 499 Millionen Dollar.



2

3

4

5

6

7

8

9

10

Fünf Empfehlungen zu Ihren wichtigsten Prioritäten

1. Erstellen oder aktualisieren Sie Ihren Plan für die digitale Transformation.

In den letzten zwei Jahren haben die Pandemie und andere globale Ereignisse dazu geführt, dass die Führungskräfte der Lebens- und Rentenversicherungen die digitale Transformation in ihren Unternehmen beschleunigt haben. Dabei erzielen sie erhebliche Fortschritte: 2022 konnten 40 % mit ihren digitalen Strategien die erwarteten Ergebnisse erreichen.

Um neuen Herausforderungen zu begegnen, ist es allerdings notwendig, in die Planung der Transformation weiter zu investieren. So können sich die Unternehmen ein Bild vom aktuellen und gewünschten zukünftigen Zustand machen und die richtigen digitalen Initiativen priorisieren. Beides sind wichtige Voraussetzungen, um die Erwartungen der Kundinnen und Kunden auch in Zukunft erfüllen und mit neuen Akteuren wie Insurtechs konkurrieren zu können.

2. Entwickeln Sie durchgängige Customer und Partner Journeys aus einer digitalen Perspektive.

Um Kunden zu gewinnen und zu binden, ist es wichtig, die Kunden- und Partnerbeziehung in ihrer Gesamtheit zu verstehen. Wie treten Kundinnen und Kunden während ihrer Customer Journey mit dem Unternehmen in Kontakt? Wie funktionieren die Schnittstellen zwischen Vertriebspartnern und Maklern? Hierzu gehört auch, die „Moments of Truth“ in der Customer Journey zu erkennen. Wann sind die Kundinnen und Kunden bereit, eine Kaufentscheidung zu treffen?

Darüber hinaus sollten die Unternehmen wissen, welche Daten Vertriebspartner und Makler brauchen, um ihre Arbeit schneller und effizienter erledigen und so den Umsatz steigern zu können.



Ein Beispiel: das neue niederländische Rentenrecht



Im Rahmen eines 20-jährigen Managed-Services-Auftrags arbeitet CGI mit Achmea Pension Services, PGB und InAdmin Riskco in den Niederlanden zusammen: Wir beteiligen uns am Aufbau einer SaaS-basierten Plattform für die Rentenverwaltung. Diese unterstützt Rentenanbieter im ganzen Land bei der Umstellung auf das neue nationale Rentengesetz. Die Plattform ermöglicht es, das neue Gesetz zuverlässig einzuhalten, das am 1. Januar 2023 in Kraft getreten ist und bis 2027 vollständig umgesetzt sein soll.

Fünf Empfehlungen zu Ihren wichtigsten Prioritäten

3. Gewinnen Sie eine einheitliche Kundensicht zur Optimierung Ihres Cross-Sellings.

Kundenbewertungen mit Hilfe von Daten zu verbessern, war im letzten Jahr eine der drei dringlichsten IT-Prioritäten. Ein Kernelement davon ist die einheitliche datenbasierte Sicht auf Kundinnen und Kunden.

So können Führungskräfte in Lebens- und Rentenversicherungen ihre Zielgruppen besser verstehen und die Customer Experience verbessern, darüber hinaus aber auch das Cross-Selling optimieren. Einige Lebensversicherungen versuchen zum Beispiel, Vermögensverwaltungsdienste anzubieten. Eine auf Datenanalyse basierende einheitliche Kundensicht kann dazu beitragen, solche neuen Angebote im Markt erfolgreich zu platzieren.

4. Beurteilen Sie den Arbeits- und Fachkräftebedarf in Ihrer Organisation.

Um dem IT-Fachkräftemangel in der Lebens- und Rentenversicherungsbranche begegnen zu können, ist zunächst einmal eine fundierte Bewertung des eigenen IT-Personals notwendig. Welche Arbeiten müssen wo erledigt werden? Wer soll sie übernehmen?

Dies sind wichtige Fragen, die es schon vor der Entwicklung von Initiativen zur Rekrutierung und Bindung von IT-Mitarbeitenden zu beantworten gilt. Wo kann zum Beispiel die Wartung Ihrer IT-Systeme durchgeführt werden? Gibt es einen kostengünstigeren Standort? Welche Arbeiten können effizienter von einem Dritten erledigt werden? Eine stimmige Beurteilung des IT-Personals führt definitiv zu besseren Entscheidungen beim Personalmanagement.



Ein Beispiel: Betriebsoptimierung bei einem globalen Anbieter



Seit 2017 arbeitet CGI mit einer führenden internationalen Lebensversicherung an einer unternehmensweiten Initiative zur Betriebsoptimierung. Ziel ist es, die betriebliche Effizienz zu steigern und Kosteneinsparungen im gesamten Unternehmen zu erzielen. Wir unterstützen unseren Kunden bei der Modernisierung der IT-Landschaft und helfen ihm, DevOps zu implementieren. Der Erfolg des Projekts führte zu einer Erneuerung der Partnerschaft im Jahr 2021.

Fünf Empfehlungen zu Ihren wichtigsten Prioritäten

5. Beschleunigen Sie die Migration Ihrer Infrastruktur und Ihrer Anwendungen in die Cloud.

Lebens- und Rentenversicherungen arbeiten mit mehr Cloud-Anbietern zusammen als jede andere Branche, die von der CGI Voice of Our Clients erfasst wird. Dies zeigt, dass sich die Führungskräfte stark für die Cloud-Migration einsetzen und Fortschritte dabei erzielen.

Um mehrere Cloud-Anbieter zu managen, mit den neuesten Cloud-Technologien Schritt zu halten, eine starke Governance und Sicherheit zu gewährleisten und die Effizienz zu steigern, ist eine kontinuierliche Cloud-Planung unerlässlich. Die Konsolidierung von Anbietern kann dabei hilfreich sein, die strategischen Cloud-Ziele schneller und einfacher zu erreichen.

Erfahren Sie mehr über die Ergebnisse der CGI Voice of Our Clients 2022:

- > [Was digitale Führungskräfte tun, um die Ergebnisse zu beschleunigen](#)*
- > [Auswirkungen der makroökonomischen Trends](#)*

* Artikel in englischer Sprache



Insights you can act on

CGI wurde 1976 gegründet und ist eines der größten Dienstleistungsunternehmen für IT- und Geschäftsprozesse weltweit. Wir arbeiten erkenntnisbasiert und ergebnisorientiert, um die Rentabilität Ihrer IT- und Geschäftsinvestitionen zu steigern. Unsere Resultate beruhen auf unserem fundierten Wissen über die Trends sowie Business- und IT-Prioritäten in der Branche.

Wenn Sie die neuesten branchenrelevanten Informationen von CGI Voice of Our Clients erhalten und sich von unseren Fachleuten beraten lassen möchten, [kontaktieren Sie uns bitte](#).



2

3

4

5

6

7

8

9

10

CGI