

## **Digital oder anthropozentrisch? Warum „oder“? Über die Zukunftschancen der Versicherung.**

Die „neue Normalität“ des Lebens während einer Pandemie hat uns viele Dinge gelehrt. Eines davon ist, dass Remote-Arbeit und digitale Vertriebskanäle besser funktionieren, als die meisten zu hoffen wagten – auch wenn es bis zum perfekten Ergebnis noch ein weiter Weg ist.

Dies war denn auch einer der Punkte, in denen sich Versicherungsfachleute bei einer kürzlich durchgeführten Podiumsdiskussion einig waren. Mitarbeiter und Arbeitgeber in der Versicherungsbranche sind – größtenteils – angenehm überrascht von der Produktivität digitaler Arbeitsformen und der Akzeptanz, die Online-Verkaufsberatungen schon jetzt erfahren.

Auch das große Potenzial von künstlicher Intelligenz (KI) und Analysetools bei der Optimierung von Vertriebs- und Underwriting-Prozessen zeichnet sich immer deutlicher ab. Dabei hat insbesondere das digitale Underwriting seinen Wert durch verbesserte Genauigkeit und Effizienz bei relativ einfachen Produkten unter Beweis gestellt. Mit der weiteren Verbesserung von KI ist zu erwarten, dass digitales Underwriting in praktisch allen Sparten künftig eine größere Rolle spielen wird. Darüber hinaus bieten Entwicklungen wie IoT, Wearables, Telematik, Smart Home und Industrie 4.0 den Versicherern enorme Möglichkeiten zur Risikominderung, zur effizienten Schadenbearbeitung und sonstigen Interaktion mit den Versicherten.

### **Recruiting 4.0**

Dieser Trend zur Digitalisierung ist auch eine gute Nachricht für jene, die sich um die Rekrutierung junger Berufstätiger in der Branche zu kümmern haben, die mit ihren frischen Ideen der Branche insgesamt eine Verjüngungskur bescheren könnten. Schließlich erwarten junge Menschen von ihren Arbeitgebern heute ein digitales Umfeld. Nach einer [Studie des Springer-Verlags](#) von 2019 aber sieht nur eine winzige Minderheit Versicherungsunternehmen als attraktive Arbeitgeber an. Selbst der deutsche Branchenprimus Allianz wurde von gerade einmal 6 % der Befragten als bevorzugter Arbeitgeber genannt. Der Trend zur Digitalisierung tut also dringend Not – und zwar insbesondere eine deutliche Steigerung der Aktivitäten in den Social-Media-Kanälen. Denn hier bescheinigt die Generation Y der Branche ganz klar eine weitgehende Abwesenheit.

Aber ist die Digitalisierung tatsächlich das Allheilmittel der geschilderten Probleme? Kann es Versicherern mit einer starken digitalen Strategie gelingen, zugleich mehr Kunden und neue Talente zu gewinnen? Die Antwort ist dann doch nicht ganz so einfach. Denn die Springer-Studie sagt auch: „Die Versicherungsbranche braucht als Arbeitgeber ein klareres Gesicht, das Talente von Stärken überzeugt und emotional besser anspricht.“ Und das ist „nur“ über Digitalisierung nicht zu leisten.

**LHD GBR**  
**BÜRO DÜSSELDORF**  
Stresemannstraße 28  
40210 Düsseldorf  
Tel: +49 211 46994-11  
E-Mail: [info@lhd-associates.de](mailto:info@lhd-associates.de)  
[www.lhd-associates.de](http://www.lhd-associates.de)

**LHD GBR**  
**BÜRO MÜNCHEN**  
Plinganserstraße 57  
81369 München  
Tel: +49 159 02026265  
E-Mail: [le@lhd-associates.de](mailto:le@lhd-associates.de)  
[www.lhd-associates.de](http://www.lhd-associates.de)

## Digital oder anthropozentrisch? Warum „oder“? Über die Zukunftschancen der Versicherung.

### Digitale und menschliche Prozesse unter einen Hut bringen

In der oben erwähnten Podiumsdiskussion war man sich auch in dieser Sache einig. Mit unpersönlichen und anonymen digitalen Prozessen kommt man nur bedingt weiter. Es kommt ein Punkt, an dem die „Magie“ der menschlichen Interaktion unverzichtbar ist. Und das gilt sowohl im Kontakt mit den Kunden wie mit potenziellen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern.

Das FinTech Transferwise ist ein hervorragendes Beispiel dafür, dass diese Kombination Wunder wirkt. Der Online-Überweisungsservice ist einfach, effizient, kostengünstig, sehr schnell und – basierend auf der Effizienz seiner digitalen Prozesse – sehr günstig. Der überwiegende Teil der Transaktionen wird vollautomatisch abgewickelt. Sollten dann aber doch einmal Fragen auftauchen, muss sich der Kunde nicht durch ein Meer von FAQs wühlen, sondern erhält eine persönliche Antwort per E-Mail. Und wenn das nicht ausreicht, steht der sehr zuvorkommende und kompetente Kundensupport auch telefonisch zur Verfügung – ohne langes Warten mit nervtötender Warteschleifenmusik.

Das 2010 von zwei Esten gegründete Unternehmen mit Sitz in London wird mittlerweile mit 5 Milliarden US-Dollar bewertet. Mitbegründer Taavet Hindrikus erhielt den Preis [„Pathfinder of the Year 2020“](#).

### Was Versicherungen von der Gastronomie lernen können

Doch um tiefere Einblicke in die perfekte Balance zwischen Digitalisierung, individuellem Service und menschlicher Interaktion zu gewinnen, lohnt sich ein Blick über die Finanzdienstleistungen hinaus. Der Bestsellerautor und Chirurg Atul Gawande hat sich mit der Optimierung von Prozessen und Lieferketten in Restaurantketten beschäftigt und untersucht, wie sie im Gesundheitswesen angewendet werden könnten.

Gawande, der in den COVID-19-Beirat der Biden-Administration berufen wurde, schrieb 2012 in einem [Artikel](#) für „The New Yorker“ über die Restaurantkette Cheesecake Factory (Der Name [„Cheesecake Factory“](#) mag auf den ersten Blick irreführend sein. Es handelt sich um ein börsennotiertes Unternehmen, das sich einen Namen gemacht hat, indem es an Dutzenden von Standorten in den USA und in weiteren Ländern eine breite Palette an erschwinglichen herzhaften Gerichten und Desserts anbietet, die an die Qualitäten heranreichen, die üblicherweise mit Michelin-Sternen ausgezeichnet werden.): „Ziel des Unternehmens im letzten Jahr war es, eine Effizienz von mindestens 97,5 Prozent der eingesetzten Lebensmittel zu erreichen. Die Manager wollten nicht mehr als 2,5 Prozent wegwerfen – und das, ohne in Engpässe zu geraten. Das schien mir ein absurdes Ziel zu sein.“

**LHD GBR**  
**BÜRO DÜSSELDORF**  
Stresemannstraße 28  
40210 Düsseldorf  
Tel: +49 211 46994-11  
E-Mail: [info@lhd-associates.de](mailto:info@lhd-associates.de)  
[www.lhd-associates.de](http://www.lhd-associates.de)

**LHD GBR**  
**BÜRO MÜNCHEN**  
Plinganserstraße 57  
81369 München  
Tel: +49 159 02026265  
E-Mail: [le@lhd-associates.de](mailto:le@lhd-associates.de)  
[www.lhd-associates.de](http://www.lhd-associates.de)

## Digital oder anthropozentrisch? Warum „oder“? Über die Zukunftschancen der Versicherung.

Gawandes Skepsis war berechtigt: Laut [Foodprint](#), einer gemeinnützigen Organisation, die sich für nachhaltige Lebensmittel einsetzt, verschwendet das US-amerikanische Gastgewerbe immerhin bis zu 10 Prozent seiner Lebensmittelvorräte.

Doch die Cheesecake Factory ist in der Lage, ihr ehrgeiziges Ziel zu erreichen. Und zwar dank eines Bereichs der Computerdatenanalyse, der als „Gastprognose“ bekannt ist. Mit seiner Hilfe hat das Unternehmen gelernt, sich auf Schwankungen der Besucherzahlen einzustellen. Es kann bestimmte Ereignisse in seine Planungen einfließen lassen, die zu geringeren Besucherzahlen führen werden – etwa ein bedeutendes Sportereignis oder eine ungünstige Wetterlage.

Auch die Arbeitsorganisation in der Küche der Cheesecake Factory ist Hightech-gesteuert. Gawande beschreibt, wie jedes Gericht auf einem Touchscreen-Monitor präsentiert wird. „Das Rezept hat die Zutaten auf der linken Seite des Bildschirms und die Schritte auf der rechten Seite“, schreibt er. „Ein Timer zählt bis zu einer Zielzeit für die Zubereitung herunter. Der Hintergrund färbt sich von grün auf gelb, wenn sich der Auftrag der Zielzeit nähert, und auf rot, wenn er sie überschritten hat.“

Das Faszinierendste an dieser Nutzung von Big Data und digitalisierten Prozessen ist vielleicht, dass der Kunde absolut nichts davon sieht. Die Technologie ermöglicht es der Restaurantkette, eine außergewöhnlich hochwertige, kreative und zeitgemäße Küche sowie einen exzellenten Service zu mittleren Preisen anzubieten. Mit anderen Worten: Das Kundenerlebnis ist perfekt praktizierte Gastfreundschaft, während die Prozesse hinter den Kulissen auf dem neuesten Stand der Technik sind.

In der gesamten Versicherungsbranche ist die Digitalisierung in vollem Gange – und das ist auch gut so. Aber bei unseren Planungen müssen wir uns immer in die Lage der Kunden versetzen, die die Frage nach der umfassenden Qualität einer Leistung stellen und die sich in einer einfachen Frage zusammenfassen lässt: „Was habe ich davon?“ Die Zukunft gehört den Versicherern, die diese Frage so leicht und überzeugend beantworten können wie Transferwise und Cheesecake Factory.

**LHD GBR**  
**BÜRO DÜSSELDORF**  
Stresemannstraße 28  
40210 Düsseldorf  
Tel: +49 211 46994-11  
E-Mail: [info@lhd-associates.de](mailto:info@lhd-associates.de)  
[www.lhd-associates.de](http://www.lhd-associates.de)

**LHD GBR**  
**BÜRO MÜNCHEN**  
Plinganserstraße 57  
81369 München  
Tel: +49 159 02026265  
E-Mail: [le@lhd-associates.de](mailto:le@lhd-associates.de)  
[www.lhd-associates.de](http://www.lhd-associates.de)

# LHD:

## FUTURIZING INSURANCE

LHD-Associates bietet differenzierte Perspektiven auf die Versicherungsbranche und außergewöhnlichen Lösungsansätzen speziell für mittelständische Erstversicherer. Kern des Unternehmens ist eine Gruppe von Beratern mit langjährigen Beziehungen zu Erst- und Rückversicherern sowie Unternehmen aus dem Umfeld der Erstversicherer. Ihre Kompetenzen ermöglichen auch in schwierigem Umfeld eine erfolgreiche Platzierung neuer Produkte oder ganze Repositionierungen von Unternehmen und Marken. Und: da wir auch interdisziplinäre Erfahrung mitbringen, profitieren unsere Kunden von unserem Blick über den Tellerrand.

**Mehr erfahren Sie hier: [www.lhd-associates.de](http://www.lhd-associates.de)**

**LHD GBR**  
**BÜRO DÜSSELDORF**  
Stresemannstraße 28  
40210 Düsseldorf  
Tel: +49 211 46994-11  
E-Mail: [info@lhd-associates.de](mailto:info@lhd-associates.de)  
[www.lhd-associates.de](http://www.lhd-associates.de)

**LHD GBR**  
**BÜRO MÜNCHEN**  
Plinganserstraße 57  
81369 München  
Tel: +49 159 02026265  
E-Mail: [le@lhd-associates.de](mailto:le@lhd-associates.de)  
[www.lhd-associates.de](http://www.lhd-associates.de)