



# Schnellere Erfolge in der Versicherungs- branche

**Eine zielgerichtete Transformation**





# Änderungswelle in der Versicherungs- branche

In den letzten zehn Jahren hat sich die Versicherungsbranche in einem unvorstellbaren Ausmaß und mit einer unglaublichen Geschwindigkeit verändert. Die Transformation vieler digitaler Technologien und Kanäle für die Interaktion mit Kunden – Cloud, Mobilgeräte, Big Data, Social Media – hat zu einer rasanten Zunahme der „neuen Verbraucher“ geführt, deren ständig steigende Erwartungen ihrerseits die Transformation weiter antreiben. FinTech hat den Weg vorgegeben, InsurTech ist gefolgt – wenn auch vielen nicht schnell genug.



Die Versicherungsbranche ist für ihre ablehnende Haltung gegenüber Veränderungen bekannt; man könnte sie als geradezu risikoscheu bezeichnen. Allerdings hat sich der Druck zur Veränderung angesichts der Alternative, nämlich den Anschluss an die Konkurrenz zu verlieren, für die Branche, die sich inzwischen der digitalen Transformation geöffnet hat, als Segen erwiesen.

Für eine Branche, die gerade einen derartigen tiefgreifenden Wandel durchläuft, hätte die Pandemie im Jahr 2020 zu keinem schlechteren Zeitpunkt kommen können. Gelinde gesagt wurde der Versicherungssektor bis an seine Grenzen belastet, während er im Fokus des öffentlichen Interesses stand.

Eine Rückkehr zur Normalität der prä-pandemischen Zeit ist unmöglich. Der einzige Weg nach vorne ist die Bewältigung der aktuellen vielfältigen Herausforderungen. Allerdings ist es schwierig zu erkennen, wie neue Modernisierungsziele erreicht werden können, denn es sind zwei komplexe Aspekte zu berücksichtigen: der technische und der kulturelle Aspekt. In der Vergangenheit hat sich die Branche immer wieder als Verfechter von Policen hervorgetan. Darüber ist sich die Branche bereits bewusst und hat versucht, von ihrem Fokus auf Policen abzulenken. Aber jetzt ist es an der Zeit, den Kunden in den Mittelpunkt zu stellen und Policen auf ihren Platz unter den Vertrags- und Finanzunterlagen im Backoffice zu verweisen.

Es ist an der Zeit, sich offensiv diesen Herausforderungen zu stellen und eine überzeugende Grundlage für zukunftssicheres Wachstum zu schaffen.



# Vielfältige Herausforderungen

Die Versicherungstechnologie erweist sich nicht nur als Innovationstreiber, sondern auch als ein stark umkämpftes Gebiet, auf dem sich die Versicherer behaupten müssen. Die Versicherungsbranche ist bekanntlich ein komplexer Wirtschaftszweig, in dem in der Regel mehrere Akteure an jeder einzelnen Transaktion beteiligt sind: Versicherer, MGAs (Managing General Agents), Makler, Aggregatoren und so weiter.

Die digitalen Anforderungen der heutigen Verbraucher in einer vernetzten Online-Welt erhöhen diese Komplexität noch um einiges. Anstatt sich von dieser Komplexität ausbremsen zu lassen, müssen sich Versicherer die digitale Transformation zu eigen machen, um die Anforderungen von heute zu erfüllen und auf die Anforderungen von morgen vorbereitet zu sein.

Für Versicherer ist es an der Zeit, **Komplexität zu reduzieren**.

In diesem E-Book befassen wir uns mit vier der größten Herausforderungen, mit denen der Versicherungssektor derzeit konfrontiert ist, und mit der Frage, wie man sie bewältigen kann:

- 1. Steigende Kundenerwartungen**
- 2. Operative Stabilität**
- 3 Technologische Innovationen im Versicherungswesen**
- 4. Zentrale Komplexität**



## SÄULE 1 ÜBERSICHT

# Verbessertes Kundenerlebnis

Die Kundenerwartungen steigen angesichts der rasant wachsenden Beliebtheit von On-Demand- und Self-Service-Produkten mehr und mehr. Dies hat zu einer Umstellung bei den großen Versicherern geführt, die sich nun stark darauf konzentrieren, den Kunden mehr Kontrolle über ihre Produkte, Dienstleistungen und Daten zu geben. Ein hervorragendes Kundenerlebnis ist heute eine absolute Notwendigkeit. **Forbes** prognostiziert, dass servicebasierte Strategien zur Verbesserung des Kundenerlebnisses sowohl das Wachstum als auch die Kundenbindung stark beeinflussen werden.

### **Pega macht den Unterschied**

Der moderne Versicherungsnehmer verlangt nach personalisierten, optimierten Self-Service- und Omnichannel-Umgebungen, auf die er jederzeit und von überall aus zugreifen kann. Diese Aufgabe ist sehr komplex, insbesondere wenn sie in eine ohnehin komplexe IT-Architektur integriert werden muss. Pega hilft Versicherern mit dem Pega Customer Decision Hub™ bei der Entwicklung von kundenspezifischen Interaktionen. Dieser Hub ermöglicht es ihnen, bei jeder Interaktion den richtigen nächsten Schritt zu wählen – in Echtzeit und in jedem Kanal. Dies führt zu höherer Kundenzufriedenheit, größerem Wachstum und besseren Geschäftsergebnissen – selbst bei älteren IT-Systemen.





## SÄULE 1 FALLSTUDIE: GREAT AMERICAN INSURANCE

# Verbessertes Kundenerlebnis

### Das Problem

Die Great American Annuity Group wollte die Rentenversicherungen für über 500.000 Versicherungsnehmer vereinfachen. Ihre Kundenservicemitarbeiter sollten von einer einfacheren Nutzung von Schulungen und Anwendungen ebenfalls profitieren. Die Kundenservicemitarbeiter waren es gewohnt, zwischen 15 Systemen hin und her zu wechseln, was sich negativ auf die Lösung beim Erstkontakt und die Kundenzufriedenheit auswirkte. Ein einheitlicher Kundenservice-Desktop war die wichtigste Voraussetzung für die Erfüllung ihres Versprechens, für Vereinfachung zu sorgen.

### Die Lösung

Zur Optimierung des gesamten Rentenversicherungsprozesses implementierte Great American die Lösung Pega Customer Service™. Die 14-wöchige Implementierung ermöglichte es dem Unternehmen, die Kundenservice-Umgebung zu vereinheitlichen und die Zahl der Nachfragen und Statusanrufe zu reduzieren. Kundenservicemitarbeiter verschwenden keine wertvolle Zeit mehr mit Routineaufgaben, denn das Straight-Through-Processing (STP) von Pega liefert intuitive und automatisierte Serviceumgebungen für Mitarbeiter und Versicherungsnehmer.

### Die Ergebnisse

In nur 14 Wochen hat Great American die Pega Customer Service-Plattform in Betrieb genommen und es seinen Mitarbeitern damit noch einfacher gemacht, ihren Rentenversicherungsnehmern einen unübertroffenen, schnellen und optimierten Service zu bieten.

- Implementierung in 14 Wochen
- Konsolidierung von 15 Systemen in einem System
- Verkürzung der Auszahlungsbearbeitungszeit von mehreren Tagen auf sieben Minuten
- 50 Prozent Zeitersparnis bei Adressänderungen

„Das System ermöglicht uns nicht nur ein besseres, sondern auch ein schnelleres Kundenerlebnis – fehlerfrei und in Echtzeit.“

– **Chad Stewart, CIO Annuity Group,  
Great American Insurance Group**

## SÄULE 2 ÜBERSICHT

# Bereitstellen operativer Stabilität

2020 war ein Jahr wie kein anderes. Doch während dieses Jahr zu weit verbreiteten Störungen geführt hat, konnte auch eine deutliche Beschleunigung verzeichnet werden. Die Pandemie hat den Versicherungssektor wachgerüttelt, die Zeitpläne beschleunigt und die Versicherer gezwungen, ihre Ziele neu zu priorisieren, um auf künftige Veränderungen besser vorbereitet zu sein.

Viele Versicherer betrachten die digitale Transformation daher nicht mehr als langsamen, schrittweisen Prozess, sondern als eine der wichtigsten Aufgaben der Gegenwart. Dabei wird nicht nur in Technologien, sondern auch in engagiertes Personal investiert – und zwar keine Sekunde zu früh.

### **Pega macht den Unterschied**

Transformationen sind komplex, insbesondere wenn es um Altsysteme geht. Pega leitet Versicherer durch Modernisierungsprojekte und die Optimierung von bestehenden Umgebungen. Gleichzeitig werden die operativen IT-Systeme vereinfacht. Durch den Einsatz der intelligenten Automatisierung von Pega vereinfachen Versicherer ihre Abläufe. Zeitraubende Aufgaben gehören der Vergangenheit an. Das Ergebnis sind schnellere Projekterfolge und ein schnellerer ROI.





## SÄULE 2 FALLSTUDIE: AFLAC

# Bereitstellen operativer Stabilität

### Das Problem

Als führender Anbieter von Zusatzversicherungen in den Vereinigten Staaten und Japan bietet Aflac über 50 Millionen Kunden finanziellen Schutz. Angesichts Tausender von Anfragen, die wöchentlich allein per E-Mail eingehen, wollte Aflac die manuelle Klassifizierung und Zuweisung von Aufgaben im gesamten Kontaktcenter vereinheitlichen.

### Die Lösung

Im Rahmen der Vision „One Digital Aflac“ begann Aflac damit, die Art und Weise, wie Kunden, Mitarbeiter und Versicherungsnehmer miteinander verbunden werden, neu zu gestalten. Die KI-gestützte E-Mail-Bot-Technologie in Pega Customer Service™ setzt bei der Analyse des Kundenkontexts auf die maschinelle Verarbeitung natürlicher Sprache (Natural Language Processing, NLP). Der Versicherer ist jetzt in der Lage, E-Mails automatisch zu klassifizieren und geeigneten Vorgängen zuzuweisen, und kann mithilfe von E-Mail-Bots Anfragen effizient beantworten.

### Die Ergebnisse

- Erfolgreiche Verarbeitung von mehr als 3.000 E-Mails pro Woche
- Automatische Bearbeitung und Beantwortung von 30 % der eingehenden E-Mails durch Straight-Through Processing – ohne Mitarbeitereingriff
- Schnellere Beantwortung der verbleibenden 70 % der E-Mails durch KI-generierte Vorschläge für Mitarbeiter

„Es dreht sich nicht mehr um technologieorientierte Neuerungen, sondern um einen kundenorientierten Schwerpunkt.“

– Rich Gilbert, Chief Digital and Information Officer, Aflac

## SÄULE 3 ÜBERSICHT

# Innovationsförderung

Mit Investitionen in Technologien können die Versicherer nicht nur ihr Wachstum ankurbeln, sondern auch einige der Auswirkungen der Pandemie auf den Versicherungssektor überwinden. Obwohl Versicherer bereits während der letzten drei Jahre das meiste Geld in Technologien investiert haben, hat die Pandemie nach Angaben von **Deloitte** viele Versicherer dazu veranlasst, ihre Bemühungen bezüglich der digitalen Transformation zu beschleunigen. Sie haben sich nach InsurTech-Unternehmen umgesehen, die dabei helfen können, virtuelle Interaktionen im Vertrieb und in der Schadenregulierung zu verbessern und die Kosten zu senken. Technische Innovationen helfen Versicherern, durch Angebot integrierter, personalisierter und datenintensiver Dienstleistungen in allen Bereichen den wachsenden Erwartungen in puncto personalisierter Versicherungsprodukte gerecht zu werden.

### **Pega macht den Unterschied**

Pega bietet innovative Lösungen an – von der intelligenten Automatisierung, dem Vertriebsmanagement und dem Internet der Dinge (IoT) bis hin zur vorausschauenden Analyse, Roboterautomatisierung und -intelligenz, Underwriting-Automatisierung und kontinuierlichen Produktentwicklung. All das hilft Versicherern, den Innovationswettbewerb zu gewinnen. Innovation ist zu einer Selbstverständlichkeit mit dem geringstmöglichen Risiko geworden.





## SÄULE 3 FALLSTUDIE: ACHMEA

# Innovationsförderung

### Das Problem

Das 1811 gegründete Unternehmen Achmea ist mit 10 Millionen Kunden der größte Kranken- und Sachversicherer in den Niederlanden. Achmea hatte das Ziel, mit jedem Kunden eine dauerhafte, hochwertige Beziehung aufzubauen. Isolierte Kanäle und Entscheidungsprozesse machten es jedoch schwierig, das Versprechen eines kanalübergreifend einheitlichen Kundenerlebnisses zu erfüllen.

### Die Lösung

Mithilfe von Pega Customer Decision Hub™ verknüpfte Achmea seine eingehenden, ausgehenden, eigenen und bezahlten Kanäle mit einem zentralen „Gehirn“. Das Unternehmen hat seinen zuvor produktorientierten Ansatz in einen dynamischen Dialog mit allen Kunden umgewandelt.

Während jedes Gesprächs liefert Customer Decision Hub personalisierte Empfehlungen für die Next-Best-Action, die den Wert sowohl für den jeweiligen Kunden als auch für das Unternehmen maximieren. Da die Entscheidungsfindung zentral gesteuert wird, lernen nun alle Kanäle von den anderen. Sobald sich der Kontext eines Kunden ändert, erkennt Achmea dies und passt die Umgebung entsprechend an.

### Die Ergebnisse

Mit einem am individuellen Kundenerlebnis orientierten Ansatz für das Customer Engagement konnte Achmea folgende Ergebnisse erzielen:

- 85 % Einsparungsrate bei Verwendung von Empfehlungen für die Next Best Action
- 27 % mehr Online-Upselling und -Cross-Selling
- 41 % Konversionsrate vom Internet zum Callcenter

„Mit Pega können wir unseren Next-Best-Action-Ansatz kanalübergreifend einsetzen. Wir wollen für den Kunden *eine* Stimme und *eine* Marke sein – unabhängig vom Kanal.“

**– Jeroen Dijkstra, Product Manager,  
Omni-Channel Personalization, Achmea**

## SÄULE 4 ÜBERSICHT

# Optimierung der zentralen Komplexität

Für viele Versicherer besteht die Herausforderung darin, in einer komplexen, auf isolierten Kernsystemen basierten Infrastruktur einen hervorragenden Service zu bieten. In einem solchen Umfeld sind Versicherer oft auf die Heldentaten ihrer Servicemitarbeiter angewiesen, die sich durch isolierte Prozesse kämpfen müssen, um ihren Kunden das richtige Ergebnis zu liefern. Außerdem müssen Versicherer dem wachsenden Wunsch nach digitalen Angeboten nachkommen, mit denen Versicherungsnehmer von jedem Kanal aus nahtlos auf das richtige Datensystem zugreifen können.

Der neue Ansatz soll Versicherer bei ihrer Arbeit unterstützen, indem er technische Silos beseitigt und die Versicherungsnehmer auf eine Weise einbezieht, die ihren Bedürfnissen am besten entspricht. Dafür sind Customer-Engagement-Funktionen erforderlich, die den Versicherungsnehmern auf allen Kanälen in einer einheitlichen Umgebung Zugriff auf alle Daten und Funktionen erlauben und die mit den Anforderungen eines sich schnell entwickelnden Versicherungsökosystems Schritt halten können.

### **Pega macht den Unterschied**

Versicherer können die Komplexität ihrer Abläufe beseitigen und Kundenergebnisse liefern, ohne ihre bestehenden Systeme ersetzen zu müssen. Der vorgangsbasierte Ansatz von Pega hilft bei der kernsystemübergreifenden Verwaltung komplexer Prozesse. Darüber hinaus vereinheitlicht er die Umgebung und das Erlebnis der Mitarbeiter und Versicherungsnehmer gleichermaßen. Dieser Ansatz verlangt nur, dass jeweils ein Kundenergebnis bearbeitet wird und als Ausgangspunkt für die nächsten besten Schritte dient. Versicherer definieren die in der unteren Ebene ihrer Unternehmensarchitektur benötigten Daten und legen die Regeln für die Kanäle fest, über die sie mit ihren Kunden in der obersten Ebene ihrer Architektur in Kontakt treten. Dieser Center-out™-Ansatz hilft Versicherern dabei, die Transformation kanalübergreifend und für alle bestehenden Kernsysteme durchzuführen. Dies gibt nicht nur den Mitarbeitern mehr Zeit, Kunden bei komplexen Anfragen zu helfen, sondern prägt die Kundenerlebnisse der Zukunft.





## SÄULE 4 FALLSTUDIE: NEW YORK LIFE

# Optimierung der zentralen Komplexität

### Das Problem

New York Life wollte eine Möglichkeit finden, das Kundenerlebnis mithilfe von absichtsbasierten Daten zu verbessern. Kundenservicemitarbeiter verschwendeten bei der Bearbeitung routinemäßiger Kundenanfragen viel Zeit damit, sich bei Anwendungen anzumelden und zwischen diesen hin und her zu wechseln. Letztlich ging es New York Life darum, den Kundenservice zu vereinfachen.

### Die Lösung

Mithilfe von Pega Customer Service konnte New York Life mehrere Desktop-Bildschirme in einer einzigen Ansicht konsolidieren. Dank der Automatisierung manueller Prozesse durch eine Reihe von Regeln innerhalb des Pega-Desktops können die Mitarbeiter alle für ihren Prozess verfügbaren Aktionen in einer einzigen Ansicht sehen. Dadurch sind sie in der Lage, Kundenanfragen nahtlos zu bearbeiten, ohne dass es durch wiederholtes Wechseln zu anderen Bildschirmen oder manuellen Prozessen zu Verzögerungen kommt.

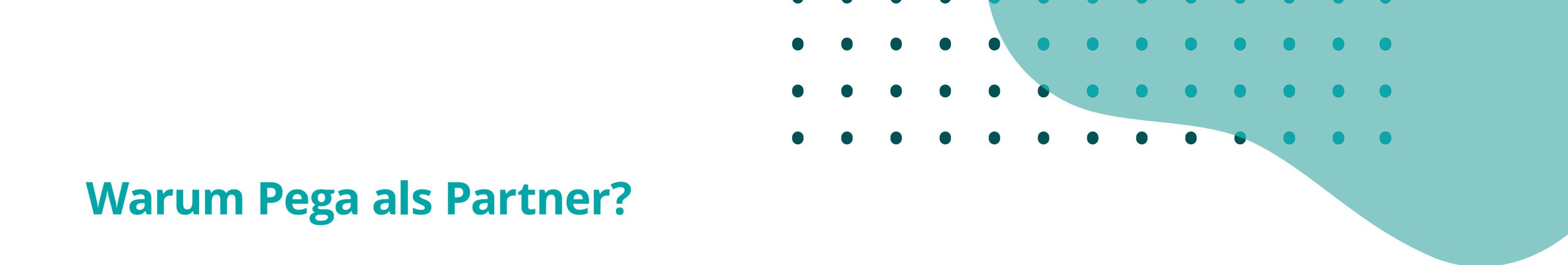
Heutzutage müssen Versicherer ihren Kunden einen effizienten, personalisierten Service bieten. In Zusammenarbeit mit Pega konnte New York Life mehrere Bildschirme auf eine gemeinsame Ansicht reduzieren und so den Kundenservice-Desktop vereinfachen. Das Ergebnis ist eine optimierte, intuitive Desktop-Benutzeroberfläche für den Kundenservicemitarbeiter.

### Die Ergebnisse

- Konsolidierung mehrerer Desktop-Bildschirme in einer einzigen Ansicht
- Erhebliche Reduzierung der Bearbeitungszeit von Anrufen
- Verkürzung der Schulungsdauer um zwei Wochen
- Wesentlich stärkere Konzentration der Mitarbeiter auf den Kunden

„Wir haben mehrere Bildschirme in eine einzige Ansicht zusammengefasst. Der Kundenservicemitarbeiter kann jetzt alle verfügbaren Aktionen auf einem einzigen Bildschirm sehen. Unsere durchschnittliche Bearbeitungszeit ist wesentlich geringer. Nur ein Klick und Eingabe der neuen Adressdaten – fertig!“

– **Lakshmi Weiss, Senior Developer, New York Life**



# Warum Pega als Partner?

Pega hilft als vertrauenswürdiger strategischer Partner Versicherungsunternehmen dabei, Komplexität zu verringern und erfolgsfördernde Umgebungen zu entwickeln. Durch eine Partnerschaft mit Pega können sich Versicherer schnell einen Wettbewerbsvorteil verschaffen, der Konkurrenz stets einen Schritt voraus sein und für Investoren und Aktionäre einen kontinuierlichen Mehrwert schaffen.

Mit Pega können Versicherer in Zeiten beispielloser Veränderungen und Ungewissheit neue Werte für ihre Kunden erschließen, das Engagement verbessern und ihren Mitarbeitern ermöglichen, Kunden noch besser zu helfen. Wir ermöglichen unseren Kunden die Vereinfachung ihres vorhandenen Technologie-Stacks und die nahtlose Implementierung neuer marktführender Lösungen, die das profitable Wachstum verbessern, Versicherungsabschlüsse beschleunigen und die Kostenquoten senken.

In erster Linie geht es uns um die Verbesserung der Kundenzufriedenheit. Unsere Strategie stellt den Kunden in den Mittelpunkt unseres Handelns und hilft Versicherern, den proaktiven, kundenorientierten Schutz zu bieten, den ihre Kunden verlangen – schneller, einfacher und über alle Kanäle hinweg.

Mit unserer Hilfe erreichen Versicherer in den Bereichen Versicherungsabschlüsse, Schadenbearbeitung und Backoffice die KPIs, die das Wachstum beschleunigen – von verbesserter Rentabilität und reduzierten Betriebskosten bis hin zu schnelleren Bearbeitungszeiten und der Einhaltung gesetzlicher Vorschriften.

Mit Pega sind Versicherer in der Lage, die richtigen Entscheidungen für die richtigen Ergebnisse zu treffen, die Komplexität zu reduzieren und die Umsetzung zu beschleunigen. Mit uns können Sie bestehende Systeme vereinfachen, neue Technologien problemlos implementieren und Kunden unkompliziert helfen.

# Schluss mit Komplexität: Machen Sie heute den ersten Schritt

Das unvergleichliche Fachwissen und die nachweisliche Erfolgsbilanz von Pega im Versicherungssektor bedeuten, dass wir Sie bei *Ihrer* Transformation bestens unterstützen können. Aber nehmen Sie uns nicht einfach beim Wort – wir geben Ihnen gerne weitere Beispiele für die jüngsten Erfolge, die wir für unsere Kunden erzielt haben.

Nehmen Sie noch heute Kontakt mit uns auf, um den ersten Schritt zu tun.

Weitere Informationen finden Sie unter [pega.com/de](https://pega.com/de).

---

## Über Pegasystems

Pega bietet innovative Software, die Schluss mit geschäftlicher Komplexität macht. Von der Maximierung des Customer Lifetime Value bis hin zur Service-Optimierung und Effizienzsteigerung helfen wir weltweit führenden Marken dabei, Probleme schnell zu lösen und sich durch die digitale Transformation für die Zukunft zu rüsten. Pega-Kunden treffen bessere Entscheidungen und sind produktiver dank Echtzeit-KI und intelligenter Automatisierung. Unsere skalierbare Architektur und Low-Code-Plattform verbessern wir seit 1983 kontinuierlich, um schnellen Veränderungen stets einen Schritt voraus zu sein. Unsere Lösungen sparen Menschen Zeit, damit sich Mitarbeiter und Kunden auf das Wesentliche konzentrieren können.

Weitere Informationen finden Sie auf unserer Website unter [pega.com/de](https://pega.com/de)

© 2021 Pegasystems, Inc. Alle Rechte vorbehalten. Alle Marken sind Eigentum ihrer jeweiligen Besitzer.

