

# Die Zukunft der Privaten Krankenversicherung

Status quo und Handlungsfelder der Krankensicherer in der DACH-Region

## Top 5 Trends\* mit Auswirkungen auf die Krankenversicherung

\* Bewertet wurde die Relevanz auf einer Skala von „nicht relevant“ bis „sehr relevant“.  
Dargestellt sind die Top-Box-Werte, in denen die Antwortoptionen „eher relevant“ und „sehr relevant“ zusammengefasst sind.



Digitalisierung



Medizinischer Fortschritt



Demografischer Wandel



Industrialisierung



E-Health



Umfrage unter  
Krankensicherern  
und weiteren Akteuren  
des Gesundheitsmarktes  
in der DACH-Region

Weitere Lifestyle „Health“ Big Data Individualisierung Mobilität Convenience Urbanisierung Internetmedizin

## Der Krankensicherer der Zukunft – Treiber für Veränderungen



### Der Kunde im Mittelpunkt

Kundenverhalten und -bedürfnisse haben sich verändert: Kunden wünschen sich individuelle und flexible Produkte. Zusätzliche Leistungen, die über den reinen Versicherungsschutz hinausgehen, gewinnen an Bedeutung. Auch die Anforderungen an den Service sind gestiegen: Erwartet wird eine hohe Erreichbarkeit über sämtliche Kommunikationskanäle hinweg.



### Digitale Transformation

Die Entwicklung smarter Produkte und Prozesse, Omnikanalfähigkeit, 360-Grad-Sicht auf den Kunden etc. setzen die digitale Transformation der Krankensicherer voraus. Die strategische Ausgestaltung der IT-Landschaft, um künftige Schlüsselkomponenten zu integrieren sowie zu koordinieren, wird zu einem wesentlichen Erfolgsfaktor der einzelnen Häuser.



### Konversion der Märkte

Branchengrenzen verschwimmen und neue Märkte sowie Geschäftsmodelle entstehen. Dies fördert und ermöglicht neue Kooperationen (branchenintern und -extern). Immer mehr Start-ups tummeln sich in der Versicherungswirtschaft und besetzen mit innovativen Leistungen die Schnittstelle zum hybriden bzw. digital agierenden Kunden.

## Zukunftsbild – Entwicklungen in den einzelnen Wertschöpfungsbereichen



## Vertrieb und Service

„Die Kunden nutzen immer alle Kanäle, die da sind. Omnikanal heute heißt: Mobile, PC, persönlicher Kontakt, Telefon, kein Fax. Die heute vorhandenen Kontaktkanäle beherrschen die Versicherer noch nicht gut.“  
(Dr. Holger Rommel, Adcubum AG)

## Daten und IT

„Der Versicherer hat die Daten, beherrscht aber in dem Sinne noch nicht den Umgang mit ihnen. Wir ‚üben‘ es gerade, können aber einfach den monetären oder qualitativen Nutzen noch nicht immer beweisen.“  
(Martin Wettstein, SWICA)

## Produkte

„Dass wir neue Mehrleistungskomponenten installieren werden, das ist so sicher wie das Amen in der Kirche.“  
(Uwe Laue, Debeka-Gruppe)

Stimmen aus dem Markt  
(Auszug aus den Experteninterviews)



● ja ● in Planung

## Umsetzungsstand – Befinden Sie sich bereits in der Umsetzung folgender Handlungsfelder?



vollständige  
Automatisierung  
einzelner Prozesse



moderne  
Kommunikations-  
kanäle



elektronische Anbindung  
von Kooperationspartnern



Modernisierung der  
Leistungssysteme



Modernisierung der  
Bestandssysteme



Predictive Analytics /  
Big Data



Einsatz künstlicher  
Intelligenz

## Krankenversicherer müssen sich neu positionieren – Zentrale Handlungsfelder für die Zukunft



### 1. Einheitliche Datenbasis für den Omnikanal-Vertrieb

Der Omnikanal-Vertrieb wird unumgänglich sein. Im Kern ist ein gleicher Wissensstand über den Kunden auf allen Kommunikations- und Vertriebskanälen durch eine entsprechende Datenbasis und Aktualisierungsmechanismen zu erreichen.

### 4. Modernisierung der Infrastruktur

Krankenversicherer müssen ihre Infrastruktur (IT-Systeme und Telematik-Instrumente) modernisieren, um eine weitgehende Automatisierung erreichen zu können. Nach Leistung und Antrag/Vertrag stehen nun auch weitere Bereiche wie der Vertrieb im Fokus.

### 2. Self Service in verschiedenen Unternehmensbereichen

Digitale Anwendungen ermöglichen eine Auslagerung von einfachen Prozessschritten an den Kunden in unterschiedlichen Unternehmensbereichen: im Vertrieb, im Bereich Antrag / Vertrag sowie im Leistungsmanagement.

### 5. Professionalisierung des Kooperationsmanagements

Das Kooperations- und Schnittstellenmanagement nimmt eine bedeutende Rolle ein, da Versicherer künftig in einem großen Netzwerk agieren. Neben technischen Voraussetzungen sind auch Know-how, organisatorische Flexibilität und Interoperabilität gefragt.

### 3. Veränderung der Produktlandschaft

Produkte werden individualisierbar und es werden künftig Mehrleistungen aus dem Assistance-Bereich angeboten. Damit werden Leistungs- und Produktmanagement künftig verstärkt zusammenarbeiten.

### 6. Datenspeicherung und -nutzung

Die datenschutzkonforme Datenspeicherung wird immer komplexer und führt bei Versicherern verstärkt zu Veränderungen im Datenmanagement. Predictive Analytics finden zunehmend Einsatz, um einen Nutzen daraus zu ziehen.

► Krankenversicherer werden sich künftig stärker als „Gesundheitspartner“ positionieren. Sie werden nicht mehr als „Insel“ am Markt agieren, sondern sich zunehmend in ein Netzwerk einfügen, in dem andere Player einzelne Prozesse und Leistungen für sie übernehmen (Industrialisierung).