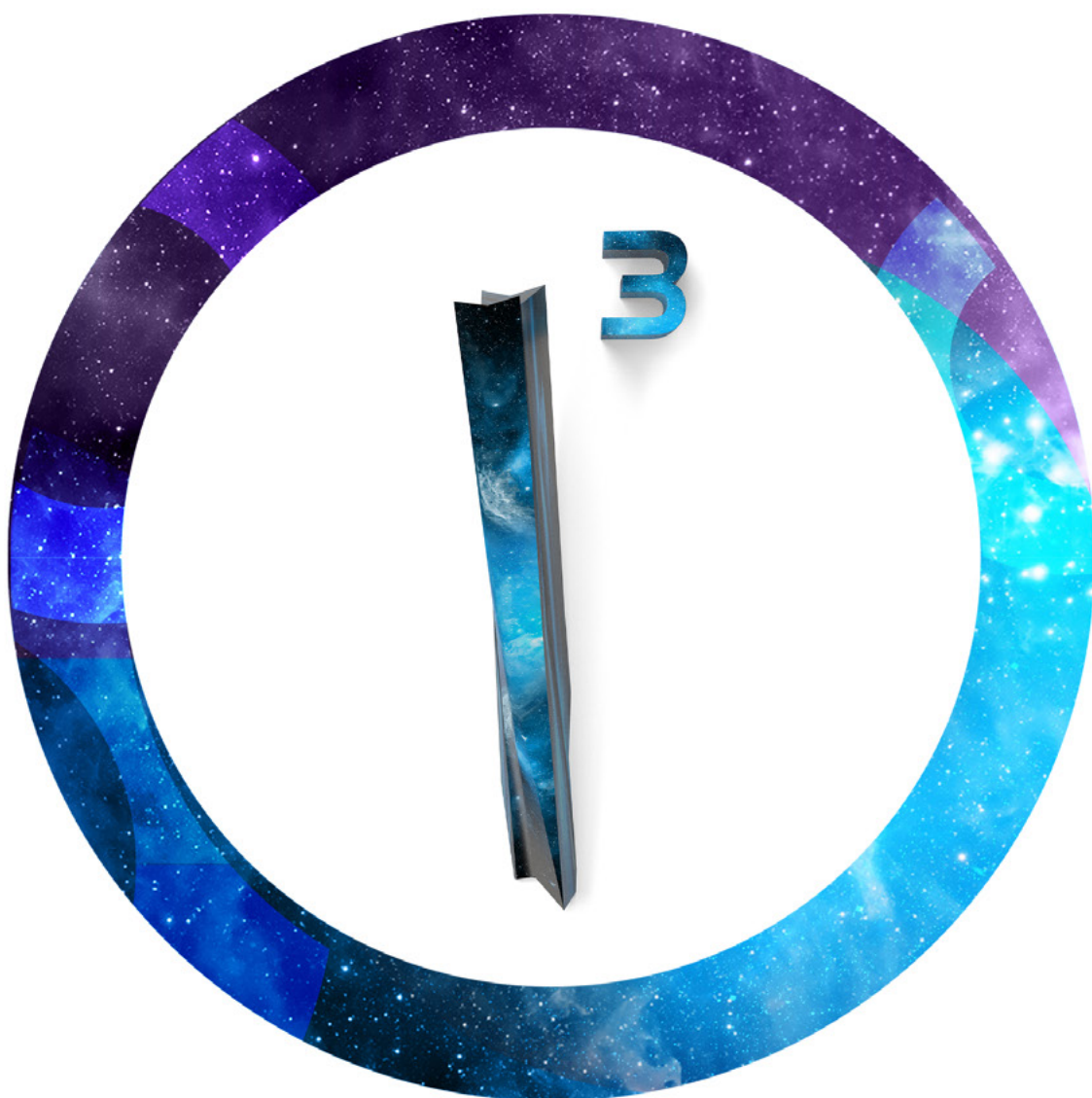




IT INSURANCE INSIGHTS

Das Magazin zum
Messekongress IT 2023





Vorwort

Vor 15 Jahren fand der erste Messekongress IT für Versicherungen in Leipzig statt. Hier im Messemagazin I³ – IT, Insurance, Insights haben wir für Sie einen kleinen Rückblick vorbereitet und haben mit den organisatorischen Leiterinnen Nicole Engel und Nadine Nowak ein Interview ohne Worte geführt.

Interessant wird es, wenn wir uns die Themen des ersten Messekongresses 2009 anschauen. Auf der Agenda standen unter anderem: IT-Trends und Innovationen in Versicherungsunternehmen, Veränderungen von Anwendungslandschaften und IT-Prozessen, Vertriebssysteme, Migrationsmanagement, Bestandsführungssysteme, moderne Softwareentwicklung, agiles Software Engineering und Architekturmanagement. Auch wenn neue Themen wie Cybersecurity und Datenschutz seitdem hinzugekommen sind, sehen wir doch eine große Kontinuität sowie Weiterentwicklung der Themen.

Wir schauen aber nicht nur zurück, sondern vor allem voraus auf zwei Tage Messekongress IT für Versicherungen. Ab Seite 4 können Sie ein Interview mit Horst Nussbaumer, COO der Zurich Gruppe Deutschland lesen. Er spricht unter anderem über die Nutzung von ChatGPT, die Herausforderungen der digitalen Transformation und die Rolle der IT. Robert Schnoeckel von den Versicherungsforen Leipzig beschreibt ab Seite 30, welche Rolle autonome Agenten in Zukunft für die Versicherungsbranche spielen könnten.

Darüber hinaus finden Sie organisatorische Informationen sowie einen Überblick der Start-ups, die sich in diesem Jahr vorstellen.

Wir wünschen Ihnen viel Spaß beim Lesen und eine erfolgreiche Veranstaltung!

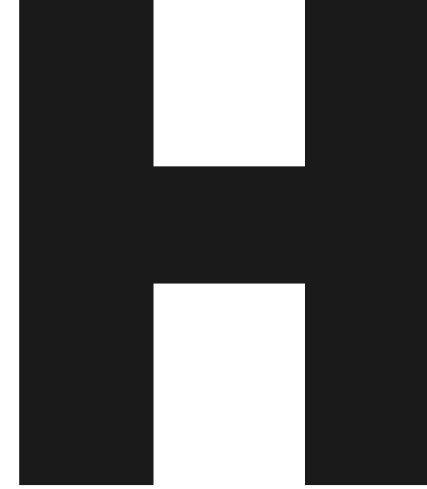
Keine News zu Fachforen und weiterem Messegeschehen verpassen? Auf unserem LinkedIn-Kanal „Analytik und IT in Versicherungen“ berichten wir **live** vom Messekongress IT für Versicherungen.



„Unsere Prozesse
werden sich verändern, aber
unser Geschäftsmodell nicht“



Interview mit Horst Nussbaumer
Chief Operating Officer,
Zurich Gruppe Deutschland



Herr Nussbaumer, Versicherer gelten eher als träge und ganz ihrem Geschäftsmodell entsprechend als risikoavers. Wie passt das mit einer Welt zusammen, in der technologische Entwicklungen immer schneller passieren?

Horst Nussbaumer: Das Geschäftsmodell von Versicherungen beruht sehr stark auf dem Vertrauen unserer Kundinnen und Kunden, und somit zählen Verlässlichkeit und Kontinuität zu wichtigen Eckpfeilern unseres Geschäftsmodells. Aber die Tatsache, dass sich unser Leistungsversprechen über die Jahre nicht fundamental verändert hat, darf uns nicht darüber hinwegtäuschen, dass sich unsere Services und Prozesse in den nächsten Jahren dramatisch verändern werden. Insofern ist es meines Erachtens für Versicherer sehr wichtig, diese Unterscheidung immer vor Augen zu haben, um die richtigen Weichen für die Zukunft zu stellen: Einerseits schafft Kontinuität Vertrauen, andererseits erwarten Kunden Services, die einfach, schnell und vor allem digital abgewickelt werden können.

Wie reagiert ein großer Versicherer wie Zurich auf aktuelle Entwicklungen wie generative KI? Nutzen Sie ChatGPT bereits in der Fläche?

Wir nutzen aktuell ChatGPT bewusst nicht in der Fläche, da wir noch nicht sicherstellen können, dass die Datensicherheit zu jeder Zeit gewährleistet ist. Allerdings sehen wir natürlich das enorme Potenzial, dass viele unserer Prozesse in vielerlei Hinsicht dramatisch beschleunigt werden können – z.B. in der Schadenbearbeitung. Wir bereiten uns deshalb darauf vor, ChatGPT in jene Prozesse einzubetten, wo wir uns den größtmöglichen Effekt erwarten. Sobald wir die Datenhoheit über unsere Kundendaten gewährleisten können, sehen wir eine rasche, breite Nutzung vor.

Bei aller „Euphorie“ sehe ich aber manchmal die Tendenz, schnelle Lösungen zu bauen, die aber sehr oft am Bedarf der Kunden vorbeigehen. Man muss dahingehend vorsichtig sein, sonst könnten wir quasi jeden Tag eine neue Idee umsetzen. Am Ende hat man viele Leuchttürme, aber die Kunden warten vielleicht gar nicht darauf.

Sie sagen also: Erstmal schauen, was die Kundinnen und Kunden überhaupt wollen, statt jedem Trend sofort hinterherzulaufen. Und natürlich das wichtige Thema Datensicherheit und Datenschutz in den Mittelpunkt stellen. Aber wie wichtig werden aktuelle Entwicklungen wie generative KI?

Ich bin sicher, dass das extrem wichtig sein wird und dass das auch unsere Prozesse, insbesondere die Abläufe innerhalb, und die Kommunikation mit unseren Kunden dramatisch verändern wird. Unser Geschäftsmodell jedoch, dass auf Leistungsversprechen in der Zukunft beruht, wird sich – wie eingangs ausgeführt – nicht ändern.

In Ihrer Keynote beim Messekongress IT für Versicherungen fragen Sie, ob die digitale Transformation in der Versicherung eine ausgebliebene Disruption ist. Wie würden Sie die Frage für Zurich beantworten, fand eine Disruption statt?

Ich komme auf mein Eingangsstatement zurück: Zu Anfangszeiten der digitalen Transformation wurden ja einige disruptive Veränderungen vorhergesehen, die in dieser Form nicht eingetroffen sind – denken wir nur z. B. an die persönliche Beratung, die viele Kunden nach wie vor als sehr wichtig erachten. Insofern sehe ich für Versicherer einen hohen Anpassungsdruck auf Services und Produkte, um das Vertrauen und die Zufriedenheit unserer Kunden in einem sich dramatisch verändernden Umfeld zu gewinnen. Deshalb ist es unsere These, dass wir Kontinuität und Innovation klug verbinden müssen – statt in eine Entweder-Oder-Haltung zu geraten.

Aber trotzdem ist es so, dass Versicherer vor der Herausforderung stehen, ihre alten Systeme auf den neuesten Stand zu bringen. Daher ist die digitale Transformation enorm wichtig, auch wenn die Kundinnen und Kunden im Alltag davon nichts mitbekommen. An welcher Stelle der Transformation steht Zurich da: Würden Sie sagen, Sie sind bereits perfekt aufgestellt? Ich sehe, da müssen Sie schon schmunzeln.

In der Tat sehe ich uns auf einem sehr guten Weg – z. B. mit der DA als digitalen Direktversicherer oder unserer digitalen Schadenreise. Sowohl unsere Vertriebs-, als auch „Core-Systeme“ für Vertrags- und Schadensysteme wurden in den letzten fünf Jahren neu entwickelt.

Dennoch sehe ich die Digitalisierung als einen kontinuierlichen Prozess und nicht als ein Projekt mit einem Anfangs- und Zieldatum. Was heute „State-of-the-Art“ ist, ist morgen schon überholt. Insofern sind die schnelle Anpassungsfähigkeit und das rechtzeitige Erkennen von „Fehlern“ das Gebot der Stunde – auch wir haben hier eine Lernkurve hinter uns.

Zurich ist ein großer Versicherer. Welche Rolle spielen Dienstleister für Sie?

Dienstleister spielen eine große und wichtige Rolle, gerade in der Digitalisierung von Serviceprozessen. Andererseits sehe ich aber auch, dass wir in der Vergangenheit oftmals zu sehr auf Dienstleister gesetzt haben, gerade in der IT. Besonders für die IT setzen wir sehr erfolgreich auf eine Internalisierung von strategischen Funktionen und Fähigkeiten z. B. in der Softwareentwicklung oder für die Entwicklung von AI-gestützten Tools.

Natürlich sehen wir immer noch einige Bereiche, wo wir noch am Anfang stehen, gerade im sich rasant entwickelnden Bereich der generativen AI. Hier dürfen wir als Versicherer nicht den Fehler machen, uns alleine auf Dienstleister zu verlassen.

In welcher Rolle sehen Sie die IT generell im Unternehmen: Ist sie Innovator oder Ermöglicher von Veränderungen?

Beides, sie muss beides sein. Im Grunde genommen muss man die Fachbereiche dorthin führen, wo die Innovation ist. Aber man darf sie nicht überholen, nicht irgendeine Lösung präsentieren und dann das Problem beim Kunden suchen. Das ist ein schwieriger Prozess, dass Fachbereiche und IT wirklich Ende-zu-Ende in einem agilen Set-up arbeiten und das tun, wo beim Kunden oder Vertrieb letzten Endes Mehrwert erzielt wird. Das ist ein Prozess, der Monate oder Jahre dauern kann und bei uns auch noch nicht abgeschlossen ist.

Versicherungsfunk

Der Podcast von **Versicherungsbote**

Wie sieht die
Zukunft der
Versicherungsbranche
im Jahr 2030 aus?

der tägliche
#VersicherungsfunkUpdate

KEYNOTE Horst Nussbaumer zum Thema

Die digitale Transformation in der Versicherung – eine ausgebliebene Disruption? Eine Standortbestimmung am Beispiel der Zurich Gruppe Deutschland
am zweiten Messetag um 13:00 Uhr in Saal 1.



Muss es immer gleich KI sein?

Plädoyer für Methodenvielfalt
aus Sicht eines KI-Experten

convista:

KI

KI ist branchenübergreifend in Sachen Prozessautomatisierung und -verbesserung in aller Munde. Man gewinnt fast den Eindruck, dass ein Unternehmen nur noch wettbewerbsfähig und innovativ sein kann, wenn es künstliche Intelligenz einsetzt. Aber: Ist KI immer die richtige Lösung und muss es immer gleich KI sein?

Wir beschäftigen uns bei Convista sehr intensiv mit dem Einsatz künstlicher Intelligenz in der Versicherungswirtschaft. Mit unserem Fokus auf Natural Language Processing, der Verarbeitung natürlicher Sprache, identifizieren wir mit Versicherern KI-Anwendungsfälle und entwickeln dafür KI-Lösungen. Viele Kunden setzen diese bereits erfolgreich operativ ein, beispielsweise im Output-Management, in der Migration und auch in der Bestandsübertragung. Aus unserer Sicht ist jedoch entscheidend, dass KI nicht um ihrer selbst willen eingesetzt wird. Ihr Einsatz sollte vielmehr eine bewusste Entscheidung als Lösung für konkrete Anwendungsfälle sein.

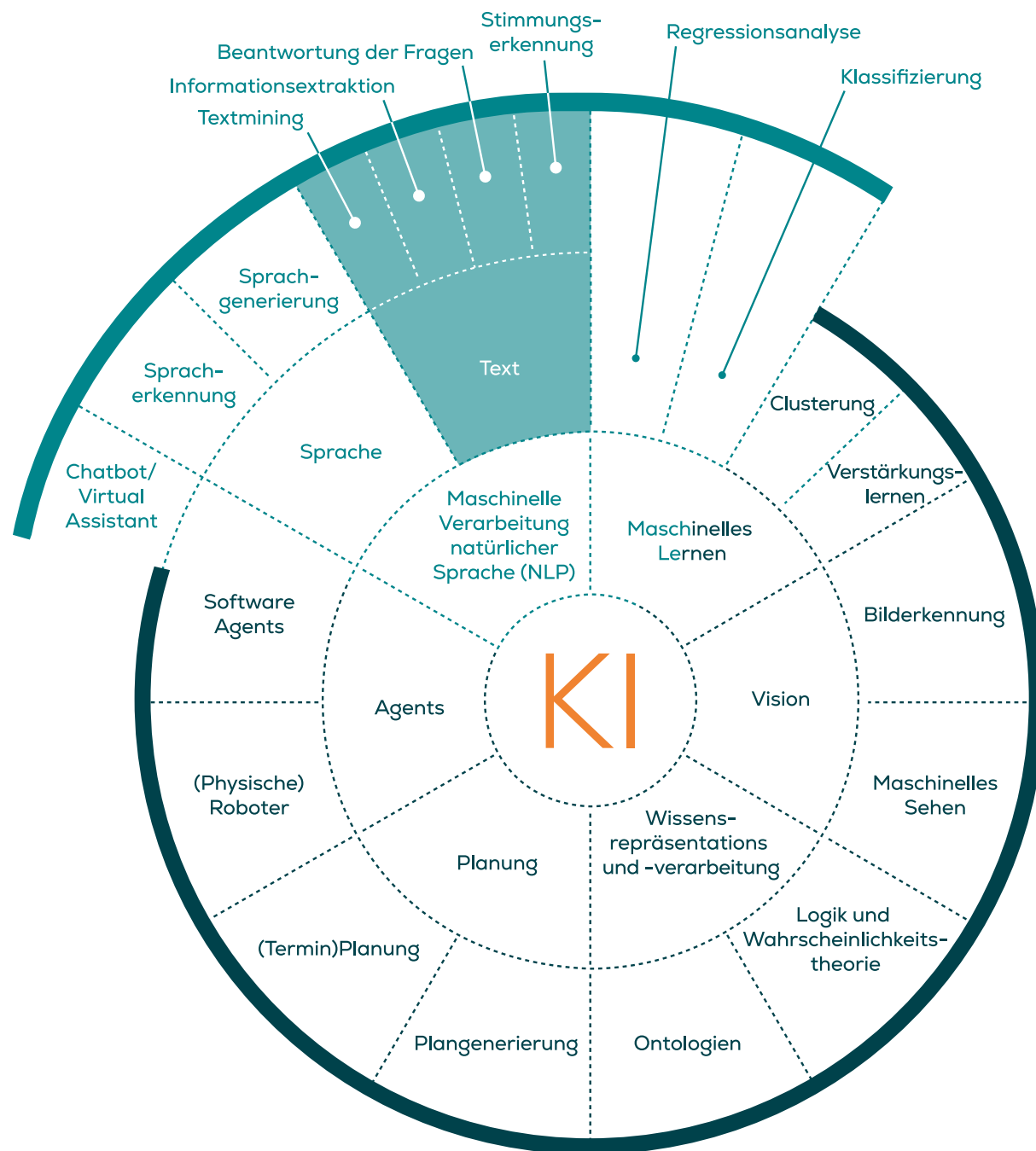
Oftmals wird bei Hype-Themen wie jetzt auch bei künstlicher Intelligenz das „Wie“ – also die technologische Betrachtung – vor dem „Wofür“ beantwortet. Dafür möchten wir sensibilisieren.

Bestehende gewachsene Prozesse in Versicherungsunternehmen enthalten sehr viel Optimierungspotenzial und die Möglichkeit, manuellen Aufwand zu reduzieren.

Typische Einstiege in Optimierungsprojekte:

- Fachkräftemangel in den Fachabteilungen
- Migration durch IT-Systemumstellung
- Intransparente Prozesse und zu viele Personen involviert
- Zielvorgaben: Antwortzeiten oder Dunkelverarbeitung erhöhen

Genau bei diesen Situationen lohnt es sich, genauer hinzuschauen.



Die Möglichkeiten von KI sind sehr vielseitig, sollten jedoch immer zum konkreten Anwendungsfall passen. Die Convista fokussiert sich beispielsweise auf die maschinelle Verarbeitung von Text.

1. Fachkräftemangel in den Fachabteilungen

Der demografische Wandel ist, auch oder insbesondere in der Versicherungswirtschaft, einer der Haupttreiber für Digitalisierung. Erfahrene Mitarbeitende scheiden altersbedingt aus und es kommen weniger junge Mitarbeitende nach. Mit Blick auf Geschäftsprozessoptimierungen bedeutet dieser Zustand in

der Regel: Um Umsatzzahlen zukünftig halten oder ausbauen zu können, müssen manuelle Prozesse automatisiert werden. Hierbei ist die Analyse der Prozesse im Input-Management und nachgelagerter Prozesse der Schaden-/Leistungsbearbeitung ein erster Schritt.

2. Migration durch IT-Systemumstellung

Ein großes Migrationsvorhaben kann ein guter Zeitpunkt sein, um die eigenen Abläufe zu beleuchten. Selten werden bestehende Datenströme, Schnittstellen und Prozesse so detailliert unter die Lupe genommen. Entscheidend ist an dieser Stelle, dass alle Beteiligten bereit sind, Themen und Abläufe neu zu denken. Sollte, wie es häufig der Fall ist, während einer Migration keine Zeit für eine Neugestaltung von Prozessen zur Verfügung stehen, ist es dennoch ratsam, identifizierte Prozesse im Nachgang zu betrachten.

3. Intransparente Prozesse und zu viele Personen involviert

Oftmals haben die eigenen Mitarbeitenden aufgrund vieler Faktoren keinen Blick dafür, ob es sich bei einem einzelnen Prozess(schritt) um einen Stolperstein im Gesamtprozess handelt. Sei es, weil die Menge der täglichen Arbeit diesen verwehrt oder weil der Blick auf das große Ganze aufgrund der Komplexität oder der organisatorischen Strukturen – z. B. kleine abgekapselte themenspezifische Teams – nicht möglich ist. In komplexen Organisationen wie Versicherungsunternehmen führen zahlreiche Personen Aufgaben aus, die übergreifend nicht transparent sind. Zunächst sollte ein prozessübergreifender Überblick hergestellt und gleichzeitig auch Akzeptanz für Optimierungen geschaffen werden. Wichtig ist, dass Mitarbeitende in diesem Prozess den Blick bzw. das Gespür für Effizienzverbesserungen entwickeln.

4. Zielvorgaben: Antwortzeiten oder Dunkelverarbeitung erhöhen

Nicht selten sind verbesserte Antwortzeiten und eine höhere Dunkelverarbeitungsquote ein Auslöser für Prozessoptimierungen. Auch hierbei sollten die betroffenen Prozesse einzeln, aber auch im Gesamtkontext beleuchtet werden. Wird bei den genannten Zielen der Lösungsweg (aktuell oft KI) vorgegeben, gerät die Betrachtung des zu verbessernden Prozesses in den Hintergrund und versperrt den Blick auf andere Lösungsmöglichkeiten. Beim Einsatz von KI ist auch der Weg das Ziel. Die Herangehensweise für den Einsatz ist wichtig, wenn nicht sogar entscheidend.

Wie gehe ich identifizierte Prozesse effizient an?

Ist ein zu verbessernder Prozess identifiziert, muss dieser zunächst im Gesamtkontext beschrieben und eine Lösung erarbeitet werden. Hierbei sind der Zeitpunkt, der Aufwand, das richtige Personal und die Priorisierung neben der eigentlichen Lösung wichtige Punkte, die es zu beachten gilt. Unsere Erfahrung zeigt, dass der Einsatz von künstlicher Intelligenz

nicht zwingend die effizienteste Lösung ist. Es muss auch nicht immer alles neu gedacht werden, da je nach Größe des Unternehmens bereits viel Expertise und ggf. Software aufgrund anderer Vorhaben vorhanden sind. Selbstverständlich muss die eingesetzte Lösung auch zur strategischen Ausrichtung des Unternehmens passen.

Tipps zur effizienten Optimierung und Automatisierung:

- Niemals stehen bleiben, technische Entwicklungen im Blick behalten und für eigene Prozesse bewerten.
- Prozesse nicht isoliert, sondern im Gesamtkontext betrachten.
- Aufbau von technischem und fachlichem Know-how intern oder extern.
- Eigenen Mitarbeitenden den Blick für Gesamtprozesse ermöglichen.
- Den Blick von Mitarbeitenden für Verbesserungen entwickeln und fördern.

Abschließend

Für die einen ist künstliche Intelligenz die Lösung aller Probleme und für die anderen wirkt die Thematik viel zu kompliziert und intransparent. Für wieder andere trifft beides zu. Schmerzpunkte in Prozessabläufen gibt es insbesondere in der Versicherungsbranche viele. Der Anteil der manuellen Prozesse ist noch viel zu hoch. Selbstverständlich kann künstliche Intelligenz hierbei eine Lösung sein – aber nur eine unter vielen. Die berühmte Gießkanne ist keineswegs sinnvoll und zielführend. Bei der Unterstützung von außen sollte darauf geachtet werden, dass entsprechende Beratungshäuser über dezidierte Erfahrung in der Branche verfügen. Reine Technologieanbieter schränken die Auswahl an Umsetzungsmöglichkeiten unnötig ein.



Lukas Pulß
Management Consultant
Convista

Kundenfreundliche Sicherheit: Identitätsmanagement für Versicherer



Die Digitalisierung bietet der Versicherungsbranche neue Chancen, aber auch mehr Wettbewerb. Da die Kunden leichter ihren Anbieter wechseln können, kommt es auf exzellenten Service und eine herausragende digitale Customer Experience an. IAM-Lösungen bieten Sicherheit, Interoperabilität sowie Compliance. Damit helfen sie Versicherern, Kundendaten sicher und ohne Einbußen bei der Customer Experience zu verwalten.

Immer mehr Verbraucher schließen Versicherungsverträge online ab, speziell bei weniger beratungsintensiven Produkten. Laut einer Bitkom-Umfrage haben bereits 57 Prozent der 18- bis 64-Jährigen eine Versicherung digital abgeschlossen. Dadurch fallen bei den Versicherungsunternehmen immer mehr Daten an, die angemessen geschützt werden müssen. Maßnahmen zur Abwehr von Cyberkriminalität sind daher dringend notwendig.

Herausforderung Datenschutz

Sehr wichtig ist auch der Schutz sensibler Informationen. Wenn Kundendaten nicht sicher sind, steht die Reputation des Versicherers ebenfalls auf dem Spiel. Es braucht daher spezifische Sicherheitsmaßnahmen, um den Zugriff von verschiedenen Interessengruppen – Privat- und Geschäftskunden, Brokern, Versicherungsberatern und Mitarbeitern – zu regeln sowie den Diebstahl persönlicher Daten und Wirtschaftsspionage über Online-Rechner zu verhindern. Dabei sind länderübergreifende Datenschutz- und Sicherheitsvorschriften zu berücksichtigen.

Customer Experience als zentraler Faktor

Wichtig ist zudem ein herausragendes Kundenerlebnis über die gesamte Customer Journey und ihre Touchpoints hinweg – vom Vertragsabschluss über Änderungen bis hin zur Schadenmeldung. Die Kunden sollten an allen Kontaktpunkten leicht zugängliche Informationen erhalten und sich einfach registrieren oder anmelden können.

Die Lösung: Identity and Access Management

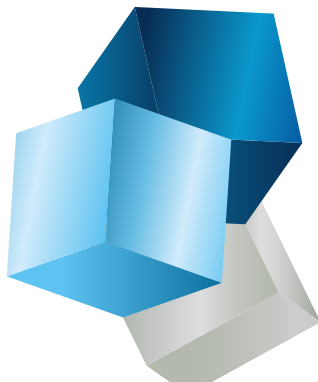
Mit einem Identity and Access Management (IAM) können Versicherer die Verwaltung sensibler Daten deutlich vereinfachen. Speziell CIAM-Lösungen (Customer Identity and Access Management) bieten zu diesem Zweck zertifizierte und kundenorientierte Tools. CIAM dient als Schnittstelle zwischen den Backend-Anwendungen eines Versicherers und den Nutzern, die sich über Computer und Mobilgeräte anmelden. Dabei ist die sichere Trennung von Privat- und Geschäftskunden, Brokern und Mitarbeitern möglich. Zudem lassen sich CIAM-Kundeninformationen auch in Drittsystemen wie CRM-Lösungen bereitstellen.

Komfortable, sichere Logins

CIAM-Lösungen bieten nutzerfreundliche Logins mit mobilen Access-Apps und biometrischer Authentifizierung. Das sorgt für Sicherheit – ohne Einbußen bei der Customer Experience. Zudem lassen sich damit die Kosten senken und Transaktionen wie Vertragsabschlüsse oder Schadenmeldungen automatisieren. Das kommt den Kunden entgegen und verbessert das Kundenerlebnis. CIAM ist kosteneffizient, schützt vor Cyberangriffen und ermöglicht die Integration von Drittsystemen. Damit hilft es Versicherern, die Anforderungen ihrer Zielgruppen in der digitalen Welt zu erfüllen und wettbewerbsfähig zu bleiben.

Die Experten der Nevis Security AG beraten Sie gerne – kontaktieren Sie uns jederzeit über germany@nevis.net oder auf www.nevis.net.

15 JAHRE



Messekongress IT für Versicherungen

INN

In diesem Jahr findet der Messekongress IT für Versicherungen zum 15. Mal statt. Zeit für einen Rückblick mit den fachlichen Verantwortlichen, Wegbegleitern – und einem besonderen Interview mit den beiden organisatorischen Leiterinnen Nicole Engel und Nadine Nowak.



Was ist das wichtigste Thema beim Messekongress IT?

Prof. Dr. Volker Gruhn, Universität Duisburg-Essen, Gründer und Aufsichtsratsvorsitzender von adesso sowie früherer fachlicher Leiter des Messekongresses IT:

Die Rolle der IT in der Versicherung ist Thema des Messekongresses – und damit seit Anfang an DAS Thema. Mir gefällt besonders der Mix aus High-End-Keynotes, interessanten Sessions zu spannenden Spezialthemen und ausreichend Zeit fürs freie Netzwerken.

Die **Top-3-Herausforderungen** für die IT von Versicherungsunternehmen in der Zukunft sind meiner Meinung nach:

1. post-agiles Arbeiten in Post-Corona-Zeiten
2. cloud-native Anwendungslandschaften
3. Data Mindedness allenthalben etablieren



Was macht den Messekongress IT besonders?

Prof. Dr. André Köhler, fachlicher Leiter des Messekongresses IT für Versicherungen und Geschäftsführer von summit:

Was den Messekongress IT für mich besonders macht, ist die einzigartige Kombination aus zahlreichen Branchenvorträgen und dem Messebereich, in dem innovative Dienstleistungen und Produkte präsentiert werden. Der Kongress bietet eine Plattform, auf der IT-Experten und Versicherungsfachleute sich austauschen und die neuesten Trends und Lösungen diskutieren können. Dieser interdisziplinäre Ansatz ist äußerst wertvoll.

Ein besonders beeindruckender Vortrag und Speaker, an den ich mich erinnere, war der Keynote-Vortrag von Burkhard Oppenberg, CIO der Gothaer. Sein Vortrag über die agile Transformation der IT der Gothaer Versicherung war äußerst informativ und inspirierend. Er schaffte es, komplexe Konzepte verständlich zu erklären und einen klaren Weg für die Umsetzung in der Branche aufzuzeigen.

Es gibt definitiv Themen, die seit Anfang an auf der Agenda stehen, und das ist ein Zeichen für die Kontinuität und Relevanz des Kongresses. Die Themen Erneuerung von Kernsystemen, Cybersicherheit und digitale Transformation sind seit der ersten Ausgabe des Kongresses fester Bestandteil des Programms. Es ist beeindruckend zu sehen, wie sich diese Themen im Laufe der Jahre entwickelt haben.

Die **Top-3-Herausforderungen** für die IT von Versicherungsunternehmen in der Zukunft sind meiner Meinung nach:

1. Cybersecurity, Datensicherheit und Datenschutz: Mit der Zunahme digitaler Prozesse und der Menge an sensiblen Kundendaten wird die Sicherheit und der Schutz dieser Informationen immer wichtiger.
2. Digitale Transformation und Kundenbindung: Versicherungsunternehmen müssen ihre Prozesse und Angebote stärker digitalisieren, um wettbewerbsfähig zu bleiben. Gleichzeitig müssen sie Wege finden, Kunden in der digitalen Welt stärker zu binden und maßgeschneiderte Lösungen anzubieten.
3. Fachkräftemangel und Kompetenzaufbau: Die IT-Abteilungen von Versicherungsunternehmen stehen vor der Herausforderung, hochqualifiziertes Personal zu gewinnen und zu halten. Der Aufbau von IT-Kompetenzen und die Anpassung an neue Technologien sind entscheidend, um den Wandel erfolgreich zu gestalten.



Welcher Vortrag ist besonders in Erinnerung geblieben?

Jens Ringel, Geschäftsführer der Versicherungsforen Leipzig:

Das ist schon eine Weile her, aber der Vortrag von Prof. Dr. Eckard Minx zu Zukunft managen und den Strategien für resiliente Organisationen im Jahr 2014 ist mir besonders in Erinnerung geblieben.

Die Spezialisierung auf Versicherungen, die vielfältigen Aussteller und das breite Themenangebot machen den Messekongress IT für mich besonders. Bei Fachkonferenzen kann man immer nur Einzelthemen beleuchten; hier haben wir einen Marktplatz der Themen und bekommen einen Eindruck, was die Versicherungs-IT in der Breite treibt. Von Beginn an standen Prozessmanagement und Bestandsführungssysteme auf der Agenda.

Wenn ich in die Zukunft schaue, sind für mich die **Top-3-Herausforderungen** für die Branche:

1. Management der IT-Komplexität (KI, Cloud, Mobile etc.) und der Daten (datengetriebene Wertschöpfung)
2. Fachkräfte mit den relevanten Skills (ständig verändernd)
3. IT-Security/Cyber

Ohne Worte

Die organisatorischen Leiterinnen Nicole Engel und Nadine Nowak im Foto-Interview:

Wo findet man euch bei der Abendveranstaltung?



Wer ist besser organisiert?



Was ist das wichtigste Utensil für euch während des Messekongresses?



Wer von euch beiden ist länger dabei?



Wie fühlt ihr euch, wenn der Messekongress vorbei ist?



Wie würdet ihr eure Zusammenarbeit beschreiben?



Eure wichtigste Eigenschaft/Fähigkeit für die Orga?



Wie schaut ihr, wenn ein Referent zu spät kommt?



Wie fit seid ihr selbst im Umgang mit Technik und IT?



MKIT

Ausstellermesse und Vorträge – von Beginn an im Congress Center Leipzig (CCL) auf der Leipziger Messe, 2020 und 2021 gab es eine virtuelle Veranstaltung.



**12 Abendveranstaltung in
5 Locations**

Salles de Pologne



Moritzbastei



Panorama Tower



Da Capo



Felix



Die treuesten Aussteller



Wer die drei treuesten Aussteller sind, verraten wir am **29. November um 13:45 Uhr** in **Saal 1**.

Zu einem Messekongress IT gehören natürlich auch die neuesten Technik-Gadgets



Das Team hinter dem Messekongress



15 Jahre Messekongress IT – Wie digital sind Versicherungen heute?

Trend-Report von Liferay und
Versicherungsforen Leipzig gibt Antworten.



Die Versicherungsforen Leipzig feiern in diesem Jahr ihr 15-jähriges Jubiläum für den Messekongress IT. Dieser Anlass verdient herzliche Glückwünsche, da die Veranstaltung über die Jahre hinweg zu einer wichtigen Plattform für den Austausch von Ideen, Innovationen und bewährten Praktiken in der Branche geworden ist. Wir nutzen die Gelegenheit und werfen einen Blick in die Vergangenheit der Branche: Was hat sich vor dem Hintergrund der Digitalisierung in den letzten drei Jahrzehnten verändert und wo stehen Versicherer heute?

Die Digitale Transformation der Versicherungsbranche

Von Lochkarten, über Großrechner, Personal Computer und das World Wide Web – die Versicherungsbranche unterlag in der Vergangenheit einer ständigen technologischen und digitalen Transformation. Von 1997 bis 2019 stieg die Zahl der Internetnutzer in Deutschland von 6,5 Prozent auf über 86 Prozent. Weltweit nutzen heutzutage etwa vier Milliarden Menschen das Internet. Selbstverständlich wirkten diese Veränderungen sich maßgeblich auf die Arbeitspraxis von Versicherern, ihren Mitarbeitern, Vertretern, Maklern und Kunden aus. Heutzutage ist jede Form von Kunden- oder Nutzerinteraktion untrennbar mit IT verwoben, was der Begriff „User Experience“ deutlich widerspiegelt. Und auch wenn wir den Blick in diesem Beitrag zunächst in die Vergangenheit richten, so bestimmt am Ende die Zukunft der IT die Zukunft des Geschäfts und der gesamten Branche.

Aus Kundensicht lässt sich diese Entwicklung grob anhand folgender Entwicklungsstufen verfolgen: Angefangen mit der Einführung von Online-Präsenzen und Websites ab Mitte der 90er-Jahre, über die Kunden grundlegende Informationen zu Produkten und Dienstleistungen finden konnten. Darauf folgte die Einführung von Online-Vertriebskanälen, die es ermöglichten, interaktiver mit Kunden über digitale Plattformen zu interagieren und Produkte direkt online abzuschließen. Gleichzeitig entfiel – und entfällt – ein Gros der Neuabschlüsse nach wie vor auf den Di-



rektvertrieb, was den Begriff „phygital“ (zusammengesetzt aus den Begriffen „physisch“ und „digital“) als hybride Vertriebsmethode der Zukunft hervorgebracht hat.

Ein weiterer wichtiger Schritt im Rahmen der digitalen Transformation war und ist die Automatisierung verschiedener Geschäftsprozesse – angefangen von der Policenerstellung, über die Schadenmeldung und -abwicklung bis hin zu digitalem Cross-Selling sowie der Bereitstellung von Self-Services mittels digitaler Kundenportale und mobiler Apps. Durch den Einsatz von Datenanalysen und KI-Technologien gelingt es Versicherungsunternehmen zudem, Risiken noch genauer zu bewerten und Kunden-Insights zu erhalten, um so personalisierte Tarife anzubieten.

Wir bei Liferay verfolgen die Entwicklungen der Branche seit nun etwa 20 Jahren und durften während dieser Zeit bereits diverse Versicherer weltweit auf ihrer Digitalisierungsreise begleiten. Unsere Plattform hat sich während der Jahre an die wachsenden Anforderungen unserer Kunden angepasst. Um mit dem rasanten Tempo der Digitalisierung Schritt zu halten und gleichzeitig innovationsoffen, flexibel und sicher aufgestellt zu sein, entscheiden sich viele Versicherer daher bei der Digitalisierung ihrer Customer Journeys für unsere Digital Experience Platform als Basis.

Wie digital sind Versicherungen heute?

Auf den Blick in die Vergangenheit folgt nun ein Überblick über den aktuellen Stand der Versicherungsbranche in puncto Digitalisierung. Hierzu haben wir gemeinsam mit den Versicherungsforen Leipzig im Rahmen eines Trend-Reports zwei Dutzend Branchenstudien ausgewertet. Diese verdeutlichen: Der Digitalisierungsdruck für Versicherer ist enorm. Und: Sowohl für Kunden als auch für Versicherer sind in den kommenden Jahren zahlreiche Veränderungen zu erwarten.

Einige der Schlüsselergebnisse aus dem Trend-Report haben wir im Folgenden für Sie zusammengefasst:

1. Online-Kanäle gewinnen weiterhin an Bedeutung

Das Interesse der Kunden an Online-Kanälen steigt – und zwar über die gesamte Customer Journey hinweg. Der durchschnittliche Versicherungskunde ist nur in der ersten Phase der Customer Journey vermehrt offline unterwegs. In anschließenden Informations-, Entscheidungs-, Abschluss- und Nachkaufphasen nutzen Endkunden vermehrt digitale Kanäle.

2. Kunden würden mehr Versicherungen online abschließen, tun es aber noch nicht

Versicherungen werden nach wie vor überwiegend über Vermittler abgeschlossen. Eine steigende Anzahl von Kunden ist jedoch bereit, eine Versicherung auch komplett selbstständig online abzuschließen. Dass sie es nicht tun, liegt zum einen daran, dass die Möglichkeit vielfach nicht besteht. Andererseits sind häufig die Produkte zu komplex und die Bedingungen zu schwer verständlich, weshalb ein persönlicher Ansprechpartner präferiert wird.

3. Im Schaden- und Leistungsfall ist Kunden eine schnelle Reaktion auf ihre Meldung wichtiger als Kulanz

Die durchschnittliche Reaktionszeit auf eine Support-Anfrage beträgt 2,46 Tage. Das ist den meisten Kunden viel zu lang! Sie wünschen sich außerdem mehr Transparenz im Hinblick auf den Fortschritt der Bearbeitungen sowie Informationen, wann mit einer Entscheidung gerechnet werden kann. Dabei möchten sie am liebsten über das Service-Center kontaktiert werden.

4. Die Mehrheit der Versicherer betrachtet ihre bisherigen Modernisierungsmaßnahmen nur als teilweise erfolgreich

Erfolgsfaktoren sind ein agiles Mindset, crossfunktionale Teams (z. B. aus Fachbereich und IT), gute Planung, effiziente Projektsteuerung und konsequente Priorisierung der wichtigsten Projekte sowie ein geordnetes Vorgehen.

5. Prozessautomatisierung gilt als wichtigstes Ziel der Digitalisierungsprojekte

Entsprechende Maßnahmen werden von den Versicherungsunternehmen bereits seit mehreren Jahren vorangetrieben und umgesetzt. Weitere Ziele sind die Verkürzung der Time-to-Market, die Entwicklung neuer Geschäftsmodelle und Services sowie die Optimierung der Customer Journey.

6. Data Analytics ist die zentrale Herausforderung für Versicherer

Der Nutzen von Data Analytics für die Branche insgesamt wird als hoch eingeschätzt. Die konkreten Mehrwerte werden vor allem im Treffen von Vorhersagen, der Verbesserung strategischer Entscheidungen und in der Automatisierung von Geschäftsprozessen gesehen. Aufgrund des Potenzials im Hinblick auf die Beantwortung strategischer Fragen avancieren Data Analytics mehr und mehr zum unternehmerischen Erfolgsfaktor.

Digital Experience Platforms als Treiber der Digitalisierung

Die hier vorgestellten Ergebnisse zeigen: Neben dem Versprechen, im Schadenfall eine finanzielle Absicherung zu erhalten, legen die Kunden Wert auf intuitive, schlanke und personalisierte Prozesse entlang der Customer Journey. Um diese Ziele zu erreichen, ist die Digitalisierung der dazugehörigen Prozesse von entscheidender Bedeutung.

Ein Schlüssel hierzu ist der Einsatz von Digital Experience Platforms, oder kurz DXPs. Die Open-Source-basierte Digital Experience Platform von Liferay kommt schon bei zahlreichen führenden Versicherungen weltweit zum Einsatz, um dort u. a. Kundenportale, Maklerportale, Intranets, Webseiten oder größere übergreifende Weblösungen zu realisieren. Mit dem Trend-Report zur Digitalisierung in der deutschen Versicherungsbranche möchte Liferay seiner Rolle als Vorreiter in Sachen Customer Experience gerecht werden und die Branche in ihrer Transformation aktiv unterstützen.

Der Trend-Report steht unter www.liferay.com/trend-report zur Verfügung. Bei Fragen stehen wir Ihnen gerne ebenfalls auf dem Messekongress IT für Versicherungen am **Stand A5 zur Verfügung. Gerne zeigen wir Ihnen dort eine Demo mit spannenden Features unserer DXP.**

DIGITAL ODER PRINT –

MEIN KOMPLETTES OUTPUTMANAGEMENT

UNABHÄNGIG VON ORT UND ZEIT.

Wir sind Experten in der Digitalisierung und Optimierung Ihrer Kunden- und Mitarbeiterkommunikation. Wir bieten zukunftsfähige und nachhaltige Lösungen im Printbereich, im digitalen Service und bei Portalen. Ganz nach dem Motto „Zukunft gestalten. Gemeinsam.“ unterstützen wir Sie in allen relevanten Bereichen der Kommunikation. Neben erstklassiger Qualität und den höchsten Standards beim Thema Datenschutz und IT-Sicherheit unterstützen wir Sie außerdem bei der Umsetzung von neuen Anforderungen beim Thema „New Work“.

Zertifiziertes
Datenschutz- &
Umweltmanagement-
system nach
**ISO 27701 &
ISO 14001**

DATEV –
Ihr zuverlässiger
Partner rund um das
Thema verpflichtende
E-Rechnung



WWW.DATEV.DE/DIGITAL-PRINTSOLUTIONS



Zukunft gestalten.
Gemeinsam.

IT-WOCHE

22. – 26. April 2024
in Leipzig

YOU DO IT!



Was erwartet Sie?

5 Tage, 4 Konferenzen

Sie gestalten Ihre IT-Woche

Event connections

Wir verbinden zwei Konferenzen in einem Slot

Flexible Buchungsoptionen

Sie können wählen – Buchen Sie von zwei bis zu fünf Tagen

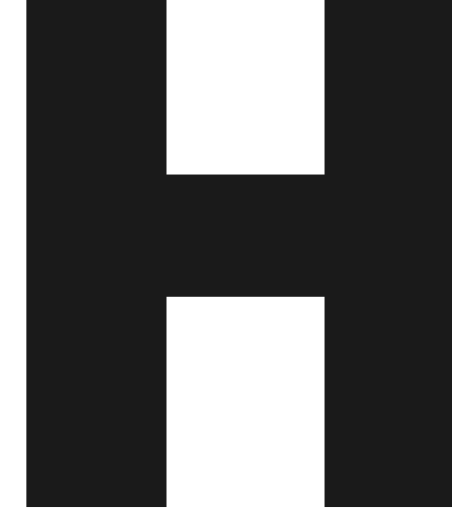
Working-Spaces

Wir schaffen Platz für Ihren Arbeitsalltag zwischen den Konferenzen

www.versicherungsforen.net/it-woche

Effiziente und
zukunftsichere
Arbeitsabläufe
gestalten

IPDYNAMICS



Heterogene Systemlandschaften, die sich über verschiedene Unternehmensabteilungen erstrecken, sorgen in der Versicherungsbranche oft für eine komplexe und ineffiziente Abarbeitung der Anliegen und Aufgaben. Mit Hilfe von Software-Lösungen wird der gesamte Arbeitsvorrat im Unternehmen in einem System zentralisiert. Durch standardisierte und hochgradig automatisierte Prozesse kann so Komplexität abgebaut werden. Gleichzeitig werden Möglichkeiten für zukünftige Technologien, wie künstliche Intelligenz, geschaffen.

In der Versicherungsbranche werden verschiedene Systeme genutzt, um den unterschiedlichen Anforderungen an Aufgaben und Anliegen gerecht zu werden und strategische Unternehmensziele zu erreichen. Neben Contact Centern, die einen schnellen und fachkundigen Kundenservice gewährleisten sollen, kommen auch Business-Process-Management- (BPM) und CRM-/Ticket-Systeme wie Salesforce, SAP und Zendesk zum Einsatz. All diese Lösungen laufen in der Regel autark und interagieren nicht oder nur wenig miteinander.

Um für die Kunden jederzeit erreichbar zu sein und Kundenanliegen zügig bearbeiten zu können, werden Contact Center eingesetzt. Hier werden die unterschiedlichsten Kommunikationskanäle, wie Telefon, E-Mail, Chat, WhatsApp und Fax, gebündelt. Allerdings erfasst die Contact-Center-Lösung häufig nicht alle Kommunikationskanäle. So gibt es oft noch analoge Postkörbe oder individuelle Outlook-Postfächer, in denen Anfragen eingehen und die nicht vom System erfasst werden.

Zusätzlich werden diese Kanäle oft einzeln betrachtet und von getrennten Teams bearbeitet. Dies hat eine sogenannte Silo-Bildung zur Folge, die mit diversen Nachteilen für die Mitarbeiter und das Unternehmen verbunden sind.

So kommt es unter anderem zu einer ungleichen Auslastung der Mitarbeiter, da die verschiedenen Eingangskanäle unterschiedliche Volumina aufweisen. Während zum Beispiel zu den Stoßzeiten die Telefone glühen und die Mitarbeiter kaum mit der Abarbeitung der Anliegen hinterherkommen, haben sie zu anderen Zeiten Kapazitäten, die anderweitig genutzt werden könnten.

Hinzu kommt, dass die Verteilung der Aufgaben im Unternehmen je nach Kanal per „Push“- oder „Pull“-Prinzip erfolgt. Dadurch kann es passieren, dass Mitarbeiter, die sich ihre Aufgaben selbst aussuchen (Pull-Prinzip), nicht zwingend die am höchsten priorisierten Aufgaben als erstes bearbeiten. Im schlimmsten Fall werden hierbei sogar etwaige Service Level Agreements nicht eingehalten. Auf der anderen Seite ist es



für das „Push“-Prinzip notwendig, dass Koordinatoren oder Führungskräfte Aufgaben bündeln und Mitarbeitern manuell zuweisen. Diese wiederkehrenden Arbeitsschritte sind mit einem großen Aufwand verbunden und bedeuten eine erhebliche Bindung von Kapazitäten.

Auch melden sich Kunden häufig über verschiedene Kommunikationswege zu ein und demselben Anliegen. So schreiben manche Kunden eine E-Mail, später noch eine Chat-Nachricht und rufen anschließend an, um sich noch einmal persönlich nach ihrem Anliegen zu erkundigen. Das Problem dabei: Durch die Silo-Bildung ist eine kanalübergreifende Bündelung des Kundenanliegens nur schwer möglich. Zum einen führt dies zu einer Mehrfachbearbeitung eines Anliegens durch verschiedene Mitarbeiter, zum anderen sinkt die Zufriedenheit der Kunden, die ihr Anliegen immer neu erklären müssen.

Häufig kommen auch Business-Process-Management-Systeme (BPM) zum Einsatz. Während diese Systeme hervorragend dazu geeignet sind, Arbeitsabläufe zu automatisieren, vernachlässigen sie in der Regel die Einbeziehung des „Faktors Mensch“. Für teilautomatisierte Prozesse werden bei der Übergabe einer Aufgabe an den Mitarbeiter dessen Verfügbarkeit und Skills nur unzureichend berücksichtigt. Dies führt zu einer ineffizienten Abarbeitung.

CRM- und Ticketsysteme wiederum verfügen zwar über einen sogenannten Arbeitsvorrat, der an die Mitarbeiter verteilt werden kann. Jedoch können diese Systeme keine Echtzeit-Medien verarbeiten und unterstützen keine Verteilung per „Push“-Prinzip.

Ein einheitliches Monitoring und Reporting ist über die Bereiche hinweg so nicht möglich. Zwar können einzelne Bereiche überwacht und per Reporting ausgewertet werden, allerdings benötigt eine ganzheitliche Übersicht Aufwand, um die Daten so aufzubereiten, dass eine Vergleichbarkeit gegeben ist. Zudem können die Systeme meist nur eine begrenzte Anzahl an Aufgaben gleichzeitig darstellen.

All diese Systeme bedienen unterschiedliche Unternehmensaspekte und sind unabdingbar, jedoch üben sie durch ihr weitgehend autarkes Verhalten an Effizienz ein.

Produktivitätssteigerung durch Optimierung und Automatisierung der Unternehmensprozesse

Um die Vorteile der einzelnen Systeme voll auszuschöpfen und nachteilige Effekte auszuschließen, gibt es mittlerweile den Ansatz, alle Bereiche miteinander zu verbinden. Mithilfe von Software-Lösungen lassen sich die Bereiche „Contact Center“, „CRM/Ticket“ sowie „Business Process Management“ verbinden. Auf diese Weise wird ein einziger unternehmensweiter

Arbeitsvorrat etabliert, in dem alle Aufgaben zentral abliegen, in Echtzeit qualifiziert und anschließend vollautomatisch für die Bearbeitung geroutet werden. Die Lösungen verfolgen dabei den „Clean Desk“-Ansatz. Für Unternehmen und Mitarbeiter ergeben sich dadurch allerhand Vorteile.

Alle Aufgaben im gesamten Unternehmen werden in Echtzeit erfasst, verarbeitet und anhand eines skillbasierten Routings automatisch verteilt. Hinzu kommt eine dynamische Repriorisierung, die dafür sorgt, dass alle Aufgaben immer zur richtigen Zeit bearbeitet werden. Über das Routing bekommen die Mitarbeiter per „Single Push“-Verfahren immer die ihren Fähigkeiten entsprechende Aufgabe zugewiesen. Dabei werden verschiedene, konfigurierbare Kriterien des Mitarbeiters, wie Sprachkenntnisse, Fachwissen oder Verfügbarkeit, sowie eventuelle Service Level Agreements berücksichtigt. Diese Optimierung sorgt für eine weitaus schnellere und effizientere Erledigung der Aufgaben und Anliegen und gewährleistet gleichzeitig eine gleichmäßige Auslastung aller Mitarbeiter.

Für sämtliche in der Verteilung befindlichen Aufgaben wird die Silo-Bildung aufgebrochen. Egal, über welchen Kanal die Aufgaben eingehen – Mitarbeiter können Kundenanliegen gebündelt bearbeiten und dabei jegliche vorher erfolgte Kommunikation nachverfolgen. Eine doppelte Bearbeitung ist somit ausgeschlossen.

Zusätzlich ermöglichen die Lösungen den Einsatz von künstlicher Intelligenz für die automatisierte Bearbeitung synchroner und asynchroner Kommunikationskanäle. Für die synchronen Kanäle kann unter anderem ein Sprachdialogsystem zum Einsatz kommen. Bei Kundenanrufen, die zum Beispiel eine Schadenmeldung betreffen, erkennt das System automatisch die relevanten Informationen, verarbeitet diese und fragt gegebenenfalls nach noch fehlenden Informationen, die für die Meldung relevant sind. Auch die Kundennummer, der Geburtstag etc. werden für die Identifizierung und Authentifizierung abgefragt. An-

schließend wird die Schadenmeldung angelegt. Bei den asynchronen Kanälen besteht die Möglichkeit, eine KI die erhaltenen Informationen strukturieren und eine Schadenmeldung anlegen zu lassen. Das entlastet die Mitarbeiter und führt zu einer gesteigerten Kundenzufriedenheit, da bestimmte Anliegen ohne Wartezeit direkt bearbeitet werden.

Durch die Zusammenführung aller Kanäle ist nun auch ein einheitliches Echtzeit-Monitoring und Reporting möglich. Anhand einer transparenten Übersicht ist für Führungskräfte, Supervisoren und Mitarbeiter jederzeit zu erkennen, welche Aufgaben zur Verteilung stehen und in Bearbeitung sind. Diese neu gewonnenen Daten erlauben die transparente Übersicht über alle Geschäftsprozesse und geben Einblick, welcher Mitarbeiter welche Aufgabe zu welchem Zeitpunkt bearbeitet.

Die Zentralisierung der Bereiche „Contact Center“, „BPM“ und „Ticket/CRM“ sowie die Optimierung und Teilautomatisierung der Arbeitsabläufe sorgen für eine Bearbeitung aller Aufgaben „just in time“. Neben einer effektiven Abarbeitung sowie erhöhter Kundenzufriedenheit, können auf diese Weise erhebliche Produktivitätssteigerungen erreicht werden.

Automatisieren Sie jetzt Ihre Unternehmensprozesse!

Besuchen Sie uns auf dem Messekongress IT für Versicherungen am **Stand C5 oder schreiben Sie uns eine E-Mail an: marketing@ipdynamics.de**

Wir freuen uns auf Sie!

Autonome Agenten: die Zukunft von Generative AI?



Robert Schnoeckel
Zukunftsforscher neue Technologien,
Versicherungsforen Leipzig

B

„Bots sind die neuen Apps“, proklamierte Satya Nadella, der CEO von Microsoft, bereits im Jahr 2016 während der Microsoft Build Developers Conference. Während er diese Aussage traf, bezog er sich damals auf Assistenzsysteme wie Cortana. Aber die Vision, die er skizzierte, war weitsichtiger: „Mensch-zu-Mensch-Gespräche, Mensch-zu-digitalen Assistenten, Mensch-zu-Bots und sogar digitale Assistenten-zu-Bots. Das ist die Welt, die Sie in den kommenden Jahren erleben werden.“

Während Cortana, Siri und andere Assistenzsysteme nie den Mehrwert und die Qualität geboten haben, um sich durchzusetzen, erleben wir gerade einen Moment des Umbruchs, dessen Tragweite bisher nicht vollständig zu erfassen ist. Die Entwicklung von Generative AI und Large Language Models hat vorherige Assistenzsysteme bereits weit hinter sich gelassen. Mithilfe von Generative AI können hochwertige Texte verfasst, beeindruckende Bilder und Videos generiert und sogar menschenähnliche Sprache produziert werden. An vielen Stellen sind die von ihr generierten Erzeugnisse kaum von denen eines Menschen zu unterscheiden. Die Qualität und Vielseitigkeit dieser Systeme hat dazu geführt, dass das Thema Generative AI in vielen Branchen, einschließlich der Versicherungswirtschaft, einen prominenten Platz auf der Agenda für die nächsten Monate einnimmt.

Die Geschwindigkeit der Entwicklungen stellt Versicherungsunternehmen in Deutschland vor eine enorme Herausforderung. Und gleichzeitig ist das Ende dieser Entwicklungen längst nicht absehbar. Neben den ohnehin schon vielfältigen Möglichkeiten und Herausforderungen, die durch Generative AI in den letzten Monaten entstanden sind, gesellen sich in hohem Tempo neue Entwicklungen hinzu. Eines dieser Entwicklungsthemen sind autonome Agenten. Sie könnten der nächste große Sprung in dieser Technologie sein. Obwohl sie in der aktuellen Diskussion kaum eine Rolle spielen, besitzen sie das Potenzial, die Versicherungswirtschaft tiefgreifend zu verändern.

Was, wenn diese autonomen Agenten in der Lage wären, Risikobewertungen in Echtzeit durchzuführen? Oder komplexe Versicherungsfälle in Sekundenbruchteilen zu bearbeiten? Die Grenzen dessen, was möglich ist, werden ständig verschoben.

Autonome Agenten: eine tiefere Betrachtung

In der sich ständig weiterentwickelnden Welt der künstlichen Intelligenz stellen autonome Agenten das nächste Kapitel dar. Doch was genau sind sie? Ein autonomer Agent kann als ein KI-System definiert werden, das in der Lage ist, selbstständig ein Ziel zu verfolgen. Dies beinhaltet das Zerlegen einer komplexen Zielstellung in einzelne Aufgaben, das Priorisieren dieser Aufgaben und das Erfüllen einzelner Aufgabenteile. Sobald ein Ergebnis erzielt wurde, kann der Agent neue Aufgaben hinzufügen, bestehende Aufgaben repriorisieren und den Prozess iterativ durchlaufen, bis die endgültige Zielstellung erreicht ist. Sie haben den Vorteil, dass sie auf eine Vielzahl von Ressourcen zugreifen können, sei es das Webbrowser, der Zugriff auf den eigenen Computer oder die Nutzung von Large Language Models wie GPT-4 für Analysen und Antworten.

Beispielsweise könnte ein autonomer Agent, der für die Risikobewertung zuständig ist, ständig Daten aus verschiedenen Quellen sammeln. Bei der Bewertung eines Kunden könnte dieser Agent mit anderen Agenten kommunizieren, die spezielle Datenbanken oder Analysemodelle betreuen. Gemeinsam könnten sie in Echtzeit eine umfassende Risikoprofilierung erstellen, die auf aktuellen Marktdaten, Verhaltensanalysen und anderen relevanten Faktoren basiert.

Ebenfalls vorstellbar wäre ein autonomer Agent eines Kunden, der mit dem Agenten einer Versicherungsgesellschaft kommuniziert, um einen bestehenden Vertrag zu überprüfen. Sie könnten gemeinsam feststellen, ob es sinnvoll ist, den Vertrag zu verlängern, Anpassungen vorzunehmen oder sogar zusätzliche Versicherungsoptionen hinzuzufügen. Die Kommunikation zwischen den Agenten ermöglicht eine effiziente und maßgeschneiderte Vertragsgestaltung. Der Kunde entscheidet am Ende nur über die Vorschläge, ohne sich um den Prozess kümmern zu müssen.

Doch wie unterscheiden sie sich von anderen Technologien, die wir bereits kennen? Zunächst einmal zur Automatisierung: Während Automatisierung oft das Ergebnis festgelegter Regeln und Algorithmen ist, die wiederkehrende Aufgaben ohne menschliches Eingreifen ausführen, sind autonome Agenten in der

Lage, ohne vordefinierte Regeln zu arbeiten und ihre Ziele proaktiv zu verfolgen.

Die Unterscheidung zu den aktuellen Anwendungen von Generative AI ist ebenfalls wichtig. Generative KI hat beeindruckende Fähigkeiten gezeigt, Inhalte von beeindruckender Qualität zu erstellen, sei es Text, Bild oder Video. Für den Einsatz benötigt es allerdings den Menschen, der die Anwendungen mit konkreten Anweisungen, den Prompts, füttert. Autonome Agenten hingegen sind darauf ausgerichtet, anhand einer vorgegebenen Zielstellung interaktive und zielgerichtete Aufgaben durchzuführen, wobei sie Entscheidungen basierend auf den ihnen verfügbaren Informationen treffen.

Zurzeit stecken autonome Agenten noch in den Kinderschuhen. Die meisten Initiativen dazu sind Open Source-Projekte oder Forschungsinitiativen. Beispielsweise haben Forscher der Stanford University eine interaktive Sandbox-Umgebung entwickelt, die von dem Computerspiel „The Sims“ inspiriert ist, um das Potenzial von generativen Agenten zu demonstrieren. Diese Umgebung beinhaltet 25 Agenten mit unterschiedlichen Persönlichkeiten, Vorlieben, Fähigkeiten und Zielen. Benutzer können beobachten und eingreifen, während die Agenten selbstständig ihren Tag planen, Nachrichten teilen, Beziehungen aufbauen und Gruppenaktivitäten koordinieren. Ein Beispiel für einen solchen Agenten in der Simulation ist Isabella Rodriguez, die Besitzerin des örtlichen Cafés. Ihr Ziel in der Simulation ist es, eine Party am Valentinstag in ihrem Café zu veranstalten. Am Ende der Simulation wussten zwölf der 25 Agenten von der Party. Von diesen zwölf Agenten kamen fünf zur Party, während die anderen sieben aus verschiedenen Gründen nicht teilnahmen.

Während autonome Agenten in der akademischen Welt stark diskutiert werden, beginnen wir in der Wirtschaft die ersten konkreten Implementierungen zu beobachten. Ein markantes Beispiel ist die Veröffentlichung von „Agents for Bedrock“ durch Amazon auf dem AWS Summit in New York im Juli 2023. Dieses Produkt verspricht, die Integration von autonomen Agenten in Geschäftsprozesse zu erleichtern und eröffnet eine neue Ära der Automatisierung, die weit über traditionelle Modelle hinausgeht.

Aktuelle Herausforderungen

Die Vision von autonomen Agenten, die in einer Vielzahl von Bereichen fungieren, von einfachen Assistenten bis hin zu komplexen Entscheidungsträgern,



ist faszinierend. Doch bevor diese technologische Entwicklungsstufe massentauglich werden kann, bestehen eine Reihe von Herausforderungen, die es zu bewältigen gilt.

Eine der Herausforderungen ist die Zuverlässigkeit von Generative AI. Es treten immer wieder Fälle auf, in denen KI-Systeme falsche Informationen mit hoher Überzeugungskraft liefern. Dieses Phänomen wird als Halluzinieren bezeichnet. Ein Beispiel, welches vielfach in den Medien aufgegriffen wurde, ist der Fall von Steven Schwartz, einem New Yorker Anwalt, der mithilfe von ChatGPT nach Präzedenzfällen suchte und die generierten Fälle ungeprüft vor einem US-Bundesgericht einreichte. Dabei stellte sich heraus, dass keiner der Fälle wirklich existierte. Solche Vorfälle zeigen, dass die Zuverlässigkeit der KI-Anwendungen aktuell noch nicht ausreicht, um Aufgaben ohne den Menschen als Kontrollinstanz an autonome Agenten zu übergeben. Bis die Systeme im Bereich der Zuverlässigkeit menschliches Niveau erreichen oder dieses übertreffen, bleibt der Mensch als Kontrollinstanz (Human-in-the-loop) unerlässlich.

Auch die Sicherheit ist aktuell ein kritisches Thema, insbesondere wenn autonome Agenten Zugriff auf sensible Daten bekommen. Es ist unerlässlich, dass bei der Entwicklung robuste Sicherheitsmechanismen implementiert werden, um Datenmissbrauch zu verhindern und das Vertrauen der Nutzenden zu wahren.

Schließlich ist die Fähigkeit von autonomen Agenten, miteinander zu kommunizieren, sowohl innerhalb einer Organisation als auch zwischen verschiedenen Organisationen, von entscheidender Bedeutung. Dies gewährleistet einen reibungslosen und effizienten Betrieb und ermöglicht es den Agenten, voneinander zu lernen und sich anzupassen.

Während die Entwicklung von autonomen Agenten weiter voranschreitet, müssen diese Herausforderungen angegangen werden, um das volle Potenzial dieser Technologie zu nutzen und gleichzeitig Risiken zu minimieren.

Für die Versicherungsbranche in Deutschland eröffnen sich durch autonome Agenten sowohl immense Möglichkeiten als auch neue Herausforderungen. In einem Sektor, der ständig nach Effizienz und Innovation strebt, könnten autonome Agenten ein Element sein, das den Unterschied ausmacht. Es bleibt abzuwarten, wie diese Technologie die Branche prägen wird. Aber es ist klar, dass die Branche sich auf das Kommen dieser neuen Technologie vorbereiten sollte.

Warum Legacy-
Modernisierung kein
IT-Projekt ist und
warum Nachhaltigkeit
der richtige Ansatz ist



J A

Ja, ja, die Bestandsanwendungen der Versicherer – oft 40 Jahre stabil im Einsatz und doch meist das „ungeliebte Kind“ der Versicherungs-CIOs. Ablösen oder modernisieren? Auf jeden Fall das lästige Thema loswerden – oder? Die IT soll sich mal etwas einfalten lassen und es darf nicht allzu viel kosten...

Dabei wird häufig übersehen, dass Legacy-Systeme einen großen Wert für die Versicherer darstellen, denn schließlich ist in sie jahrzehntelang Fachlichkeit eingeflossen – auch wenn das Wissen hierüber entweder als „Kopfmonopol“ existiert oder bereits mit seinem menschlichen Träger in den wohlverdienten Ruhestand gegangen ist...

Daraus ergibt sich der Fakt, dass eine Legacy-Transformation nicht einfach ein IT-Projekt ist. Sie betrifft neben der Fachlichkeit auch die Unternehmensprozesse, Rollen und Verantwortlichkeiten, das Zusammenspiel von Fachabteilungen (z. B. Tarifierung, Policierung, Kundenservice, Schaden- und Leistungsmanagement) und die Arbeitsteiligkeit und -organisation zwischen Fachseite und IT. Sie bedeutet unter Umständen unbequeme Veränderung oder Unsicherheit im Selbstverständnis für die Mitarbeitenden. Wenn die Befindlichkeiten der Menschen und die Unternehmenskultur nicht beachtet und explizit einbezogen werden, scheitern mehrjährige, kostspielige Projekte am unausgesprochenen Widerstand der Betroffenen.

Für die Entscheider ergeben sich einige grundsätzliche Fragen:

Wie kann die Entscheidung für eine Ablösung oder eine andere Variante der Modernisierung sowie für ein Transformationsszenario auf Basis transparenter, messbarer und bewertbarer Kriterien geschehen:

Qualität, Kosten, Effizienz, Funktionalität... – und nicht zuletzt der Faktor Mensch?

Wie bleibt man unter Berücksichtigung aller bekannten Chancen und Risiken zukunftssicher? Und das, angesichts des nötigen Umfangs der Transformation, zumindest über einen Horizont von zehn Jahren, trotz aller Unwägbarkeiten und sich ändernder äußerer Einflussfaktoren?

Welche Leitlinien gibt es überhaupt, die für die Legacy-Transformation Orientierung und Verlässlichkeit bieten und einen Transformationsweg aufzeigen?

Die Antwort ist: Nachhaltigkeit auch für die Legacy-Transformation als Schlüssel zum Erfolg erkennen und nutzen.

Dabei ist es wichtig, Nachhaltigkeit nicht als bloßes Marketinginstrument zu entwerfen oder als ein lästiges Berichtserfordernis aufzufassen, um compliant zu sein. Nachhaltigkeit muss vielmehr als Leitmotiv durchgängig in eine erfolgreiche Unternehmensstrategie eingebettet sein – und hieraus leiten sich die Gestaltungsaspekte und die Wertschätzung für die Legacy-Modernisierung ab.

Warum?

Nachhaltigkeit und daran ausgerichtetes Handeln hat sich vom Öko-Spleen zum Megatrend für Unternehmen und Organisationen entwickelt. Denn Res-

sourcen stehen uns in vielen Bereichen heute und in Zukunft nicht in unbegrenzter und/oder kostenloser Menge zur Verfügung.

Im ersten Moment denken IT-Verantwortliche dabei an energieeffiziente Rechnerarchitekturen, platzoptimierte Data Center oder die Wiederverwendung wertvoller Rohstoffe aus ausgemusterten Servern und Laptops. Diese Diskussion ist zu eindimensional und stellt oft nur Hardware-relevante Aspekte in den Vordergrund.

Wir empfehlen, Nachhaltigkeit als strategischen Ansatz für die Transformation der in die Jahre gekommenen Kernanwendungen für Ihr Unternehmen gestalterisch zu nutzen.

Wer sich langfristig als Unternehmen trotz Fachkräftemangel mit neuen Geschäftsmodellen in volatilen Märkten behaupten will, kommt um sinnvolle Wiederverwendung implementierter Fachlichkeit ebenso wenig herum wie um kontinuierliches Wissensmanagement und konsequentes Housekeeping für seine Kernanwendungen. Dabei wird der technologische Fortschritt in der Software-Entwicklung einbezogen. Wir kennen die Herausforderungen gewachsener Software-Landschaften, haben einen Blick auf die zahlreichen Transformationslösungen und wissen, mit welchen Maßnahmen der größte Nutzen bewirkt werden kann.

Nachhaltigkeit als Leitmotiv der Legacy-Modernisierung erfüllt sowohl kaufmännische und technologische als auch strategische Ziele.

Die kaufmännische Sicht:

Es ist ein Grundgesetz der Wirtschaft, dass bei eingeschränkt verfügbaren Ressourcen die Preise steigen. Somit ist klar, dass durch den schonenden Einsatz limitierter Ressourcen aus kaufmännischem Blick enorme Kostenvorteile zu realisieren sind.

Bezogen auf die Legacy-Systeme bedeutet das: Die nachhaltige Wiederverwendung von bereits vorhandenen, über Jahre entwickelten, getesteten und optimierten Software-Komponenten hilft dabei, mit weniger Ressourceneinsatz mehr zu erreichen. Und: Je mehr ich das vorhandene System entschlacke und bereinige, desto schlanker und damit kostengünstiger wird der weitere Betrieb. Auch die Reduktion des Ausfallrisikos hat einen ökonomischen Wert.

Für die kaufmännische Validierung ist es wichtig zu wissen, wie sich der Monolith entkoppeln und in Komponenten wiederverwenden lässt. Hierbei helfen leistungsfähige Code-Analyse-Tools sowie etablierte ROI-Berechnungsmethoden.

Die technologische Sicht:

Heute stehen bereits zahlreiche technische Lösungen für die Legacy-Modernisierung zur Verfügung.

Herausfordernd ist aber genau diese Vielfalt, denn es mangelt im eigenen Unternehmen oft an Erfahrungswerten über Nutzwert und Grenzen einzelner Angebote.

Für die Strukturierung der Handlungsoptionen bietet sich eine Aufteilung und Abgrenzung in die verschiedenen Möglichkeiten an. Die Optionen von Replatforming über Reengineering bis hin zu Replacement machen deutlich: Es gibt aus technischer Sicht keinen Grund, nichts zu tun, denn es ist vieles möglich und zu jeder Option finden sich mindestens zwei Anbieter im Markt. Von der kompletten Ablösung durch zugekaufte Standard- oder Branchenlösungen bis hin zur Neuentwicklung unter Nutzung modernster Technikrends wie z. B. KI oder Low Code haben Sie als Kunde die Qual der Wahl. Hier ist es hilfreich, aus der Praxiserfahrung anderer zu lernen und verschiedene technische Varianten hinsichtlich der Gestaltung der Zielarchitektur und des Migrationsszenarios auf die Relevanz für das eigene Unternehmen zu beleuchten. So lassen sich nach unserer Erfahrung Technologieentscheidungen verlässlich absichern.

Die strategische Sicht:

Die global etablierte Definition von Nachhaltigkeit betrachtet die drei Säulen ESG (Environment, Social, Governance). Die europäische Regulierung, insbesondere in Form der CSRD (Corporate Sustainability Reporting Directive) in der EU, verlangt von den meisten Versicherern ab dem Geschäftsjahr 2024 eine konforme Nachhaltigkeitsberichtserstattung. Hierfür müssen Versicherer eine Nachhaltigkeitsstrategie definieren, die mit der Unternehmensstrategie verzahnt ist.

Die gute Nachricht ist: Nachhaltige Legacy-Modernisierung zählt auf alle drei ESG-Säulen ein: Mit Ressourcenschonung und -wiederverwendung in der Säule „E“, mit Fairness, Beteiligung und Motivation der Mitarbeitenden in Säule „S“ und durch transparente und verantwortliche Steuerung und Führung in Säule „G“.



Die neue Vielfalt zählt. Wir brauchen nicht nur junge Technik-Gurus, sondern auch erfahrene Prozesskennner – beide gilt es, auf Augenhöhe und wertschätzend zusammenarbeiten zu lassen. Ebenso sind diverse Teams im Zeitalter agiler Projekte heute bestückt mit IT-Experten und Fachbereichskennern. Dabei verliert die Einteilung in „alte“ und „neue“ IT ihre scharfe Grenzziehung – innovativ ist die hybride Gesamtlösung. Die Mitarbeiter werden als gleichwertig respektiert – egal, ob sie primär für das Smartphone-Frontend oder das buchende Backend auf dem Großrechner entwickeln.

Um all diese Erfolgskriterien spezifisch für Ihr Unternehmen richtig zu gewichten, stehen Ihnen unsere PKS-Experten sowie unser umfangreiches Netzwerk aus Vordenkern und Entscheidern anderer Unternehmen zur Verfügung. Nutzen Sie die Möglichkeit, mit Sparringspartnern unterschiedlichster Richtungen in die Diskussion zu gehen. Je nachdem, ob Sie IBM i oder IBM z nutzen – stehen Ihnen spezialisierte Check-ups zur Verfügung. Wichtig ist, dem Faktor Mensch zentrale Beachtung zu schenken: im Sinne von Motivationsfaktoren, Zielbild für Rollen und Verantwortlichkeiten, Zielkultur und Change Management. Legacy-Transformation ist eben nicht bloß ein IT-Projekt, sondern trägt zu Nachhaltigkeit und Unternehmenserfolg bei.

Über uns:

PKS ist seit 1991 im Markt aktiv und fokussiert sich auf unternehmenskritische Individualsoftware, besonders auf IBM Z (Mainframe). Diese trug bisher maßgeblich zum Erfolg vieler Unternehmen bei. Nun stehen aber bedingt durch Generationswechsel, die Cloud-Transformation und weitere Business-Needs wichtige Entscheidungen an. Genau hier kommt PKS ins Spiel: Egal, ob Sie modernisieren oder ablösen wollen – oder genau das noch herausfinden müssen. Mit uns finden und realisieren Sie den optimalen Weg, denn wir sprechen Klartext und setzen um.

Kontakt:

PKS Software GmbH
Georgstraße 15, 88214 Ravensburg
info@pks.de, www.pks.de



Heidi Schmidt
Geschäftsführerin
PKS Software GmbH



Dr. Matthias Quaiser
Business Development
Lead – Insurance
PKS Software GmbH

Megatrend Big Data

B

Big Data ist ein riesiger Datenberg. Und zwar aus den Daten, die sich im Internet und den internen Netzwerken von Unternehmen finden. Der Begriff Big Data beschreibt aber nicht nur diesen Datenberg, sondern auch die IT-Lösungen und Systeme, die ihn verarbeiten sollen. Somit umfasst Big Data Konzepte, Methoden, Technologien, IT-Architekturen sowie Tools, mit denen sich die Informationsflut in Bahnen lenken lässt.

Aktueller Stand der Entwicklung

Bereits heute nutzen viele Unternehmen Big Data und die Zahl der Nutzenden wird in Zukunft noch weiter steigen. Erkennbar ist diese Entwicklung auch an den Zahlen aus der Wirtschaft. Schätzungen zufolge soll der Big-Data-Analytics-Markt bis 2025 auf über 68 Milliarden US-Dollar anwachsen. Die Anwendungsbeispiele sind dabei so groß wie die Masse an Daten selbst. Das liegt daran, dass Big Data quasi überall in der digitalen Welt Anwendung findet.

Ein Beispiel aus der Versicherungsbranche: Die Hausüberwachung in Kombination mit der Wohngebäudeversicherung. Intelligente Algorithmen erkennen ungewöhnliche Ereignisse, indem sie in Smart-Home Sensordaten Auffälligkeiten identifizieren, die von regelmäßigen Mustern abweichen. Am Ende wird ein Alarm ausgelöst und die Versicherungsnehmer werden informiert. Der Aufschwung im Bereich Big Data ist inzwischen deutlicher denn je. So ist Big Data laut den Erhebungen des Branchenverbandes der deutschen Informations- und Telekommunikationsbranche (Bitkom e. V.) bei fast 60 Prozent der Unternehmen die Technologie mit der meisten Nutzung oder geplanten Nutzung.

Seit wann gibt es Big Data?

Das Datensammeln ist nichts Neues. Bereits im alten Rom wurden Geschichten, Lieferdaten und sogar Geburtsurkunden auf Papyrus verschriftlicht und gesammelt. Unsere heutige Datensammlung unterscheidet sich vor allem durch die digitalen Anwendungen, welche es viel einfacher machen, eine große Menge an Daten zu sammeln und zu verwalten. Die digitale Transformation ist es auch, die dafür gesorgt hat,

dass die Menschheit so viele Daten produziert wie noch nie. Weltweit werden täglich inzwischen über 2,5 Trillionen Bytes an Daten produziert. Tendenz stark steigend. Experten gehen inzwischen davon aus, dass sich die Menge der weltweit produzierten Daten alle zwei Jahre verdoppeln wird. Der Begriff „Big Data“ selbst geht wohl auf den Programmierer John Mashey zurück. Er prägte ihn angeblich Mitte der 1990er-Jahre beim Mittagessen in der Kantine eines großen Computerherstellers.

Aktuelle Entwicklungen

Die Entwicklungen im Tech-Sektor könnten schneller nicht sein. Dennoch gibt es zum jetzigen Zeitpunkt einige interessante Entwicklungen mit Bezug zu Big Data, die auch für die Assekuranz von Bedeutung sind.

1. Beschleunigte Einführung von Data Fabric und Data Mesh

In Zukunft werden zwei Modelle für dezentrale Datenarchitekturen – Data Fabric und Data Mesh – verstärkt umgesetzt werden. Data Fabric bezeichnet einen zusammensetzbaren Stapel von Technologien für die Datenverwaltung. Data Mesh hingegen bezeichnet eine Prozessausrichtung für verschiedene Teams, die Unternehmensdaten nach eigenem Ermessen verwalten wollen. Beide Ansätze vereinfachen auf ihre Weise den Zugriff, die Verwaltung und die Bereitstellung von Daten, was für die gesamte Belegschaft von enormer Bedeutung ist.

2. Verbesserungen bei Datenmanagement und Analytics

Aufgrund des hohen Volumens, der Vielfalt und der Geschwindigkeit mit der Daten generiert und verarbeitet werden, gewinnt das Datenmanagement zunehmend an Bedeutung. In Zukunft wird daher jede Schicht der Data Fabric – wie Dateneingabe, Datenverarbeitung, Orchestrierung und

Data Governance – mit KI/ML (Künstliche Intelligenz/Machine Learning)-Funktionen ausgestattet sein. Auf diese Weise kann jede Prozessphase automatisiert werden.

3. Ethische KI

Mit dem Anstieg der Nutzung von künstlicher Intelligenz steigen auch die Anwendungsgebiete. So könnten in Zukunft im Sektor Medizin oder Versicherung Erkrankte bzw. Kundinnen und Kunden automatisch an das entsprechende Fachpersonal weitergeleitet werden. Da die Use Cases die eben beschriebenen, sehr simplen Beispiele bei weitem übersteigen können, stehen nun auch ethische Fragen zur Debatte. Deshalb beginnt der Gesetzgeber schon jetzt, den passenden rechtlichen Rahmen zu erarbeiten. In der EU wird beispielsweise der „Artificial Intelligence Act“ diskutiert und auch der Deutsche Ethikrat setzt sich bereits mit den Themen Big Data und künstliche Intelligenz auseinander. Es gilt abzuwarten, welche Entwicklungen die Welt der großen Datenmengen noch zu bieten hat.

► Wir teilen Wissen
und fördern Bildung.
Beginne deine Learning
Journey mit uns. ➕

summit-community.de

Sie wollen mehr über Veränderungspotenzial und Konsequenzen für die Versicherungsbranche erfahren? Oder Sie interessieren sich für andere Mega- und Subtrends? Dann schauen Sie doch mal in unser Trendradar: www.versicherungsforen.net/trendradar

summit

community
learning
experiences





Start-ups stellen sich vor

NEBEN DEN HIER
VORGESTELLTEN
INSURTECHS
FREUEN WIR UNS
AUF WEITERE IN-
NOVATIVE START-
UPS, DIE SIE BEI
DEN PITCHES
KENNENLERNEN
DÜRFEN!

AM 1. MESSETAG
STELLEN SICH
DIE START-UPS
VON 14:45 UHR
BIS 15:30 UHR MIT
IHREN IDEEN UND
GESCHÄFTSMO-
DELLEN IM SAAL
1 VOR.



Wir sind ein inhabergeführtes Technologieunternehmen und helfen den Akteuren der Versicherungswirtschaft, ihre Schadenprozesse erfolgreich zu digitalisieren. Zu unseren Kunden zählen Versicherungsmakler, Assekuradeure, Schaden dienstleister und Versicherer.

ClaimFlow Technology GmbH

Gründung: 2018 / Sitz: Essen / Mitarbeitende: 11-50
<https://www.claimflow.de>



Our AI powered SaaS solutions provide cognitive & contextual Artificial Intelligence (AI) capabilities to understand and efficiently process unstructured information in business processes, by unlocking the hidden power of unstructured data, insurers' most unexploited asset.

DGTAL GmbH

Gründung: 2021 / Sitz: Hamburg / Mitarbeitende: 11-50
<https://dgtal.io/>



Im Jahr 2019 wurde Fusionbase gegründet, um jedem den Zugang zu externen Daten zu ermöglichen. Heute stellt Fusionbase mehr als 100.000 Datensätze zur Verfügung und wird von großen Unternehmen wie BMW oder schnell wachsenden Technologie-Start-ups wie Holidu genutzt.

Fusionbase GmbH

Gründung: 2019 / Sitz: München / Mitarbeitende: 1-10
<https://de.fusionbase.com/>



Wir bei Preventio haben es zu unserem Ziel gemacht, die Industrie zu befähigen, Predictive Maintenance neu zu definieren, indem wir intelligente Systeme schaffen, die auf dem Verstehen, Analysieren und Darstellen von Daten basieren.

Preventio GmbH

Gründung: 2021 / Sitz: Frankfurt a.M. / Mitarbeitende: 1-10
<https://preventio.de/>



Ein InsurTech mit der Ambition, Europas führender Insurance-as-a-Service-Anbieter zu werden. Wir sind davon überzeugt, dass es Zeit wird, eine neue Ära für den Versicherungsvertrieb zu beginnen: Von Embedded zu Symbiotic Insurance.

Zero Insurance Solutions

Gründung: 2022 / Sitz: Leipzig / Mitarbeitende: 1-10
<https://www.zero-insurance.com/>

W-LAN

Netzwerk: Leipziger Messe

Passwort: mkit23

Benutzername: mkit23

Ihr Feedback

Geben Sie uns Ihr Feedback
unter Menti.com (Code: 6673 3918)



Vorträge

Die freigegebenen Vortragsdokumente finden Sie in dem Reiter „Bibliothek“ in Ihrem Kundenportal unter www.versicherungsforen.net/dashboard. Insofern Sie noch nicht registriert sind, können Sie dies unter diesem Link www.versicherungsforen.net/register nachholen.

Impressum

Herausgeber: Justus Lücke, Jens Ringel, Versicherungsforen Leipzig GmbH, Hainstraße 16, 04109 Leipzig

Redaktion: Nadine Marquardt

Artredaktion: Monique Beauvais, Andreas Fischer, LF Services

Kontakt: Versicherungsforen Leipzig GmbH, Hainstraße 16, 04109 Leipzig, kontakt@versicherungsforen.net, 0341-98988-0

Copyright: Die im Magazin enthaltenen Beiträge sind urheberrechtlich geschützt. Alle Rechte werden vorbehalten.

Hinweis: Redaktionelle Beiträge geben nicht unbedingt die Meinung des Herausgebers wieder.

Druck: IT- und Drucklösungen von:



Folgen Sie unserem
Messekongress IT
auf **LinkedIn**



Die App zum
Messekongress

(Suchwort: Messekongress App)

APP ERHÄLTlich BEI
 **Google Play**

 **Laden im
App Store**

Aussteller

Alle Informationen zu unseren Ausstellern finden Sie hier:
www.versicherungsforen.net/mk-it



Mit freundlicher Unterstützung unseres Hauptsponsors

•msg

SAVE THE DATE



Messekongress
IT für Versicherungen

26./27. November 2024

