

Ingolf Putzbach

Was ist dran an der „Guidewire-Mania“?

Sehr spät ist die Versicherungswirtschaft auf den Digitalisierungszug aufgesprungen, der sich mittlerweile in voller Fahrt befindet. Seit einigen Jahren steigen die IT-Ausgaben der deutschen Versicherer überproportional und dürften in diesem Jahr mehr als fünf Milliarden Euro betragen. Zudem ist absehbar, dass es in 2018 einen Rekord bei den Investitionen in InsurTechs geben wird. Wenn man Digitalisierung mit Automatisierung und mehr Effizienz gleichsetzen würde, wäre in der Branche eigentlich ein Produktivitätssprung zu erwarten. Doch dieser ist bisher ausgeblieben.

Eine Bestandsaufnahme

Um den Gründen dafür auf die Spur zu kommen, hilft eine Bestandsaufnahme der IT-Landschaft bei den etablierten Versicherern. Es zeigt sich, dass zahlreiche Anwendungen und Datenbanken aus verschiedenen Generationen und mit unterschiedlichen technologischen Ansätzen im Einsatz sind. Diese ergeben in Summe eine kaum zu beherrschende Komplexität. Neuentwicklungen ersetzen meist nur einen oder wenige Bausteine der aufwendigen Gesamt-

„Die Kunden erwarten heute von Versicherungen einen ebenso barrierefreien Zugang wie zu allen anderen Produkten und Dienstleistungen. Dies gilt beim Kauf ebenso wie im Service- oder Schadenfall“

architektur und müssen daher mit hohen Kosten in die bestehende Infrastruktur eingebettet werden.

Das Ergebnis dieses Vorgehens ist, dass sich die grundlegenden Prozesse nicht verändern. Und genau hier liegt häufig ein Problem beim Verständnis von Digitalisierung vor, denn es geht nicht nur um die bloße Modernisierung bestehender Technologie. Die Erwartungshaltung der Kunden hat sich durch die rasante Entwicklung in versicherungsfremden Branchen grundlegend verändert. Neue Geschäftsmodelle der Versicherer müssen sich deshalb nicht mehr nur um Produkte und Verträge drehen, sondern sich am Kunden und seinen Bedürfnissen orientieren.

Für diese bedingungslose Nutzerzentrierung gibt es überzeugende Gründe. Zunächst einmal erwarten die Kunden heutzutage von Versicherungen einen ebenso barrierefreien Zugang wie zu allen anderen Produkten und Dienstleistungen. Dies gilt beim Kauf ebenso wie im Service- oder Schadenfall. Idealerweise kann der Kunde die komplette Versicherungsfabrik von Antrag bis Schaden über ein mobiles Interface bedienen. Wer diese Kundenerwartung als Versicherer umsetzt, ist im Wettbewerb zunächst einmal richtig aufgestellt. Um sich am Markt zu differenzieren und spezielle Angebote unterbreiten zu können, kann ein derart digitaler Versicherer auch weiterhin zulassen, dass bestimmte Informationen und Prozesse nur Sachbearbeitern oder Vermittlern zur Verfügung stehen.

Für den Versicherer ergibt sich aus der Nutzerzentrierung aber noch ein weiterer Vorteil. Für das virtuelle Produkt „Versicherung“ wird eine komplett automatisierte Abwicklung möglich. Dadurch erst entstehen ein sprunghaftes Produktivitätswachstum und Spielraum im Wettbewerb. Natürlich ist Automatisierung z.B. in der privaten Hausratversicherung leichter umzusetzen als in anderen Sparten. Doch bereits heute bieten Data Analytics, Machine Learning und künstliche Intelligenz sowohl im Underwriting als auch in der Schadenregulierung auch für komplexe Sparten große Potenziale.

Die Herausforderung

Die meisten Versicherer stehen also vor der Herausforderung, einen Radikalumbau durchzuführen. Und eigentlich stellt sich nicht nur die Frage nach der richtigen technologischen Ausrichtung. Es ist ein Kulturwandel erforderlich, der aus einem „Versicherer mit EDV“ ein ernstzunehmendes Technologieunternehmen macht.

Unbestritten ist dies ein steiniger Weg: Moderne Technologien entwickeln sich rasend schnell weiter. Gute Software-Entwickler und erfahrene Digital-Experten sind nur schwer zu bekommen. Die Versicherungsbranche gilt nicht als innovativ, versprüht wenig Glanz und „sicher“ sind die Jobs inzwischen auch nicht mehr. Auch aus diesen Gründen schließen die Entscheider vieler Versicherer die Eigenentwicklung einer neuen IT-Plattform von vornherein aus.

Die Alternative ist Standardsoftware, wobei wir bei dem aktuell viel gehypten Thema „Guidewire“ wären. Das Unternehmen aus Foster City, Kalifornien, hat etwas geschafft, das viele alte Branchen-Kenner immer für unmöglich gehalten haben: Gebetsmühlenartig wurde über Jahrzehnte behauptet, dass der deutsche Markt so komplex sei, dass ausländische Anbieter chancenlos wären.

Doch mit der Digitalisierung haben sich auch die Auswahlkriterien verändert. Und plötzlich ist Guidewire bei einigen Versicherern erste Wahl, denn die Software verspricht genau die Nutzerzentrierung, um die sich heute alles dreht. Darüber hinaus ist sie weitestgehend konfigurierbar und weist in der Sachversicherung einen Funktionsumfang auf, der Automatisierung auch für komplexe Sparten ermöglichen kann. Guidewire hat verstanden, dass eine Software laufend und in kurzen Intervallen weiterentwickelt werden muss, um Kunden ständig neue Features zur Verfügung stellen zu können. Außerdem verfolgt Guidewire ein Partnermodell, das Kunden in die Lage ver-

Ingolf Putzbach
Geschäftsführer sum.cumo GmbH, Hamburg

setzt, spezielle Softwarelösungen von Drittanbietern zu nutzen, für die Guidewire bereits Schnittstellen bereithält.

Diese Vorteile wiegen schwerer als die Tatsache, dass deutsche Spezifika wie beispielweise die Vermittlerkommunikation über BiPRO erst mühsam entwickelt werden müssen. Mit steigender Anzahl von Kunden in Deutschland wird auch der Funktionsumfang für rein deutsche Versicherungsanforderungen immer umfangreicher werden.

Ein moderner „Flugzeugträger“ wie Guidewire hat natürlich auch Nachteile, ein entscheidender sind die Kosten. Nur die größten Versicherer werden ernsthaft erwägen, sich für Guidewire zu entscheiden. Denn neben dauerhaft hohen Lizenzkosten gibt es noch relativ wenig deutschsprachige Experten, die die Implementierung und anschließende Bestandsmigration betreuen können. Ob die wenigen, bereits auf Guidewire basierenden Projekte im deutschen Markt erfolgreich sein werden, muss sich erst noch zeigen. Und dann schlägt die echte Stunde der Wahrheit – sind die Systeme danach wieder von schwer zu beherrschender Komplexität durchzogen oder können Individualisierungen und neue Prozesse weiterhin flexibel eingeführt werden?

Ein Dilemma

Trotz der grundsätzlichen Nutzerzentrierung und der Vorteile der Automatisierung ist auch ein weiterer erfolgskritischer Punkt bisher ungelöst. Kunden und Vertriebspartner setzen voraus, dass die „Versicherungsfabrik“ funktioniert. Sie ersparen sich den Blick unter die sprichwörtliche Motorhaube. Sie wollen über moderne Benutzeroberflächen und Schnittstellen in kurzer Zeit z. B. einen Abschluss, eine Adressänderung oder auch einen Schaden abwickeln. An den Schnittstellen zu Kunden und Partnern findet die Differenzierung der Geschäftsmodelle statt. Mit einem einfachen Online-Antragsformular kann ein Versicherer im digitalen Wettbewerb nicht nachhaltig bestehen.

Und wieder stellt sich die Frage nach „Make-Or-Buy“. Gibt es eine „Digitalagentur“ mit der nötigen Erfahrung, um auf den von Guidewire oder einem anderen Verwaltungssystem gelieferten Standard-Webservices aufzusetzen? Und sind diese Webservices eigentlich flexibel und ausgereift genug, um mit der Zeit angepasst zu

werden? Die Erfahrung der letzten Jahre spricht eine andere Sprache. Schon in der Grundausbildung lernt der IT-Kaufmann, dass Schnittstellen dauerhaft Aufmerksamkeit, Zeit und Geld kosten.

An diesem Beispiel zeigt sich das Dilemma, in dem sich die meisten Marktteilnehmer befinden. Eigene Kompetenz ist (noch) nicht in ausreichendem Maße vorhanden und nur schwer zu rekrutieren. Hier schlägt die Stunde der Berater, die sich allesamt als „Digitalisierungsexperten“ verkaufen und dies zumindest in der Theorie auch sind. Nur praktische Erfolgsbeispiele gibt es (bisher) wenige.

Die Alternative: Ein dritter Weg zwischen „Make-Or-Buy“

In diesem Spannungsfeld hat sum.cumo eine Alternative für kleinere und mittlere Versicherer entwickelt, welche die „Make-Or-Buy“-Entscheidungen nicht treffen wollen oder können. Mit einer integrierten und hochskalierbaren Versicherungsplattform, der „sum.cumo Insurance Platform“ (SCIP), bietet das Unternehmen seinen Kunden ein Versicherungs-Backend mit umfangreichen Kernfunktionen von Antrag bis Schadenmanagement. Die prozessorientierte Basis dieser Plattform wird Versicherern kostenlos zur Verfügung gestellt und im „Open-Innovation-Ansatz“ stetig weiterentwickelt.

Auf der umfangreichen Basis von SCIP können Kunden individuelle Funktionen und Nutzer-Interfaces entwickeln, die in Kombination jeweils zu unverwechselbaren Geschäftsmodellen führen können. Die Entwicklung der Geschäftsprozesse erfolgt grundsätzlich endkundenfokussiert. Moderne, komponentenbasierte Design-Systeme für die Nutzer-Interfaces und agile Arbeitsmethoden unterstützen den kundenindividuellen Entwicklungsprozess nachhaltig.

Zu den ersten Anwendern dieser auf Internet-Technologien basierenden Lösung und dieses Entwicklungsansatzes zählen Versicherer wie nexible (Ergo) und die Dextra Versicherungen in der Schweiz, die als Neugründungen einen konsequenten Digitalisierungsansatz verfolgen. Die Entscheidung für SCIP und die Entwicklungspartnerschaft mit sum.cumo ermöglicht es diesen Versicherern, langjährige Erfahrung aus verschiedenen Branchen zu nutzen und internes Know-how aufzubauen. sum.cumo

„Nur die größten Versicherer werden ernsthaft erwägen, sich für Guidewire zu entscheiden. Denn neben dauerhaft hohen Lizenzkosten gibt es noch relativ wenig deutschsprachige Experten, die die Implementierung und anschließende Bestandsmigration betreuen können“

wird als Technologie- und Business-Coach zum Partner für Engpässe, besondere Herausforderungen und die kontinuierliche Weiterentwicklung.

Inzwischen setzen auch etablierte Versicherer auf diesen dritten Weg zwischen „Make-Or-Buy“, für den auch handfeste ökonomische Gründe sprechen. Neue Geschäftsmodelle sind nicht auf Antrieb erfolgreich, sondern erfordern ein exploratives Vorgehen. Nicht alle Funktionen einer umfangreichen Standard-Software werden bereits in der Launchphase eines neuen Produkt- oder Geschäftsmodells benötigt. Die Versicherungsplattform SCIP als kostenlose Basislösung unterstützt den Ansatz, im Rahmen der agilen Entwicklung genau die Features zu entwickeln, die in der jeweiligen Phase gerade benötigt werden.

Für die Entscheider der immer noch mehr als 400 deutschen Versicherer gibt es dank ausländischer Anbieter wie Guidewire und b2b InsurTechs wie sum.cumo neue IT-Optionen. Diese bieten für die heutigen Herausforderungen des Versicherungsgegeschäfts zeitgemäße Lösungen an.