

Abstract

Titel: **Anwendbarkeit digitaler Beratung bei Unternehmenskunden in der Schweizer Versicherungsindustrie**

Kurzzusammenfassung:

Die Digitalisierung hat einen einschneidenden Wandel in der Weltwirtschaft hervorgerufen. In der Schweizer Versicherungsindustrie wurden bislang aber vor allem interne Prozesse digitalisiert. Das Ziel dieser Master-Thesis liegt in der Evaluation, ob und inwiefern digitale Beratung für Unternehmensversicherungen in der Schweiz anwendbar ist und welche Erfolgsfaktoren abgeleitet werden können. Ergänzend wird untersucht, welche Prozessschritte, welche Produkt- und welche Kundengruppen für die digitale Beratung geeignet und welche Hindernisse aus Expertensicht zu beachten sind. Abschliessend werden ebenfalls mögliche Handlungsempfehlungen für die Praxis hergeleitet.

Verfasser/in: Simon Manuel Steiger
Herausgeber/in: Benjamin von Walter, Prof. Dr. oec. HSG
Veröffentlichung (Jahr): 2019
Zitation: Simon Steiger, 2019, Anwendbarkeit digitaler Beratung bei Unternehmenskunden in der Schweizer Versicherungsindustrie.
FHS St.Gallen – Hochschule für Angewandte Wissenschaften:
Masterarbeit MSc in Business Administration
Schlagworte: Digitalisierung, Robo-Advice, digitale Beratung, Digitale Transformation, Professional Service Firms, Versicherung

Ausgangslage

Die Weltwirtschaft hat in den letzten Jahren einen einschneidenden Wandel durch die Digitalisierung erfahren. Die Schweizer Versicherungsindustrie konzentrierte sich diesbezüglich bislang auf Digitalisierungsinitiativen von internen Prozessen, im Bereich der Kundenbetreuung ist aber nach wie vor der persönliche Kontakt vorherrschend. Aufgrund der steigenden Komplexität der Versicherungsprodukte sowie den immer unabhängigeren und preissensitiveren Kunden besteht gemäss Studien ein grosses Potenzial in der Digitalisierung. Bis anhin hat sich aber noch kein Anbieter professioneller digitaler Beratung für Unternehmenskunden durchgesetzt.

Ziel

Das Ziel der Master-Thesis liegt in der Evaluation, ob und inwiefern digitale Beratung für Unternehmensversicherungen in der Schweiz anwendbar ist und welche Erfolgsfaktoren daraus abgeleitet werden können. Ergänzend wird in dieser Arbeit untersucht, welche Prozessschritte der Beratung, welche Produktgruppen und welche Kundengruppen für die digitale Beratung geeignet und welche Hindernisse aus Expertensicht zu beachten sind.

Vorgehen

Die Untersuchung wurde anhand einer zweistufigen Delphi-Studie zur Ermittlung von Expertenmeinungen über zukünftige Entwicklungen durchgeführt. In der ersten Runde wurde anhand einer qualitativen Befragung ausgewiesener Expertinnen und Experten aus verschiedenen Fachrichtungen themenrelevante Inputs und Thesen gesammelt. Die daraus gewonnenen Erkenntnisse wurden in einer zweiten Runde mittels einem quantitativen Fragebogen einem breiteren Expertenpool zur Bewertung und Validierung vorgelegt.

Erkenntnisse

Die Untersuchung zeigt auf, dass ein Digitalisierungspotenzial mit steigender Relevanz in der Beratung von Unternehmensversicherungen in der Schweiz besteht. Mit Ausnahme des Beratungsbeginns ist der gesamte Beratungsprozess und mit Ausnahme der Beruflichen Vorsorge (BVG) alle Produktgruppen digitalisierbar. Die digitale Beratung ist aber nicht für alle Kunden anwendbar, zudem ist aktuell noch eine hybride Form der Befragung anzuwenden. Zusätzlich konnten Wechselwirkungen zwischen den Erfolgsfaktoren und Hindernissen erkannt werden.

Fakten und insbesondere Schlussfolgerungen für die Praxis.

Es lässt sich festhalten, dass die Thematik eine hohe strategische Wichtigkeit besitzt und die Beratungsunternehmen zukünftig Wissen, Erfahrung und Kompetenzen in Bezug auf die Digitalisierung aufbauen sollten. Es ist zudem zu empfehlen, dass vorerst eine hybride Form der Beratung geschaffen werden soll, welche sich zu einem späteren Zeitpunkt vollständig digitalisieren lässt.