25 YEARS | sollers CEO Voices

Künstliche Intelligenz und der menschliche Faktor

Inhaltsverzeichnis

3 **Michał Trochimczuk und Marcin Pluta**
Vorwort

4 **Einleitung**
Künstliche Intelligenz und der menschliche Faktor

6 **Professor Dr. Frank Walthes I VKB**
Wir sehen deutlich die Notwendigkeit, in digitale Innovationen zu investieren

8 **Andrew Horton I QBE**
KI-gestützte Tools steigern bereits heute die Geschwindigkeit und Genauigkeit von Underwriting-Entscheidungen

10 **Simon Wilson I Markel Insurance**
Ein tiefes Verständnis für die Potenziale von KI entwickeln und lernen, wie diese unsere Arbeitsweise transformieren kann

12 **Jean-Daniel Laffely I Vaudoise**
Das IoT ermöglicht die Erfassung von Daten in Echtzeit für ein proaktives Risikomanagement

14 **Ken Norgrove I Intact UK&I**
Die transformative Kraft von Data und KI ist unübersehbar

16 **Marcus Ryu I Battery Venures**
KI überbrückt Unterschiede in Sprache, Datenformaten und Systemen

18 **Isabelle Le Bot I La France Mutualiste**
Online-Plattformen und elektronische Signaturen haben Investitionen leichter zugänglich gemacht

20 **Agnès Paquin I CNP Assurances**
KI wird zu mehr Automatisierung und Standardisierung führen und die Art der Tätigkeiten verändern

22 **Andrej Slapar I Triglav**
Quantencomputing hat das Potenzial, Risikomodellierung grundlegend zu verändern

24 **Dr. Jürg Schiltknecht I Helvetia Deutschland**
Das World Wide Web hat die Informations-Asymmetrie zwischen Versicherer und Endkunden deutlich reduziert

26 **Brenda Gibson I Red River Mutual**
KI soll menschliches Fachwissen ergänzen, statt es zu ersetzen

28 **Impressum**

Vorwort

Im Jahr 2000 haben wir unser Unternehmen auf der Grundlage einer einfachen, aber ehrgeizigen Idee gegründet: die fortlaufende Transformation der Versicherungsbranche zu unterstützen.

Wir konnten miterleben, wie sich die Versicherungsbranche in einem Tempo entwickelte, das alle Prognosen übertraf – von den Anfängen der Digitalisierung und der Globalisierung von Dienstleistungen bis hin zur heutigen Ära von Cloud, Daten, Automatisierung und künstlicher Intelligenz.

Unser 25-jähriges Jubiläum war nicht nur ein Anlass zum Feiern, sondern auch eine Gelegenheit, innezuhalten und die Branche aus einer übergeordneten Perspektive zu betrachten. Anstatt ausschließlich mit unserer eigenen Stimme zu sprechen, entschieden wir uns, jenen Menschen eine Plattform zu bieten, die die Richtung der Branche tagtäglich mitgestalten: Führungskräften von Versicherungsunternehmen aus aller Welt. Wir baten sie, ihre Einschätzungen zur Vergangenheit, Gegenwart und Zukunft der Branche mit uns zu teilen.

Die in diesem Bericht vorgestellten Interviews sind eine Aufzeichnung dieser inspirierenden Gespräche. Es handelt sich dabei um mehr als eine Sammlung von Meinungen. Der Bericht ist auch ein Zeugnis unserer gemeinsamen Verantwortung für die Zukunft einer Branche, die eine Schlüsselrolle bei der Gewährleistung wirtschaftlicher Stabilität und sozialer Sicherheit sowie beim Aufbau von Vertrauen in einer unsicheren Welt spielt.

Jedes Gespräch – hier in gekürzter Form präsentiert – offenbart ein anderes Puzzleteil.

Als Unternehmen, das Versicherer seit über 25 Jahren bei ihren täglichen Entscheidungen ebenso wie bei ihren langfristigen Strategien begleitet, sind wir sehr dankbar für das Vertrauen, das unsere Partner uns entgegenbringen. Dieser Bericht ist unser Ausdruck dieser Dankbarkeit – eine Würdigung der Menschen, die die Zukunft der Versicherungswirtschaft gestalten, und eine Einladung, unsere gemeinsame Reise fortzusetzen.

Wir hoffen, dass die Lektüre dieser Interviews Sie ebenso inspiriert, wie uns die Gespräche selbst inspiriert haben.

Vielen Dank, dass Sie Teil dieser Geschichte sind!

Michał Trochimczuk und Marcin Pluta

Gründer von Sollers Consulting

Künstliche Intelligenz und der menschliche Faktor

11 Versicherungs-CEOs über Menschen und Technologie

Versicherungsvorstände nennen KI als die einflussreichste Technologie, und viele sind von ihrer disruptiven Kraft überzeugt. KI wird alle Bereiche der Wertschöpfungskette der Versicherungswirtschaft betreffen. Richtig integriert, kann sie Versicherern ermöglichen, die persönliche Kommunikation zu stärken. Diejenigen Unternehmen werden erfolgreich sein, welche Technologie und Menschen wirkungsvoll miteinander verbinden.

Anlässlich seines 25-jährigen Bestehens hat Sollers Consulting eine Interviewreihe mit CEOs führender Versicherungsunternehmen weltweit gestartet. Zu den Gesprächspartnern von Sollers CEO Voices gehört auch Markus Ryu, Serienunternehmer sowie Gründer und ehemaliger CEO von Guidewire. Michał Trochimczuk, Marcin Pluta und Martin Seibold sprachen mit ihnen über die technologischen Entwicklungen in der Versicherungsbranche der vergangenen 25 Jahren und über die Entwicklungen der nächsten 25 Jahre. Welche Veränderungen werden den größten Einfluss auf die Versicherung haben? Elf aktuelle und frühere CEOs teilen ihre Einschätzungen zu Themen wie Künstliche Intelligenz (KI), Internet of Things (IoT), Cloud und Versicherungskernsysteme. Sie beschreiben, wie diese Technologien Versicherungsprozesse und Kundenbeziehungen beeinflussen.

In den vergangenen 25 Jahren hat Technologie die Versicherungsbranche weltweit grundlegend verändert. Von den Anfängen der Digitalisierung bis zu den heutigen Durchbrüchen in der Künstlichen Intelligenz sind sich die Führungskräfte einig: Technologie hat sich von einem Effizienztreiber im Backoffice zum zentralen Motor der Transformation entwickelt. Rückblickend beschreiben CEOs eine Entwicklung, die von Digitalisierung, Modernisierung und der wachsenden Bedeutung von Daten geprägt ist. Professor Frank Walthes von dem deutschen Versicherer Versicherungskammer erinnert sich an die frühen 2000er-Jahre als einen Wendepunkt: *Seit der Zeit der Internet-Blase…arbeiten wir crossfunktional, interdisziplinär und hierarchieübergreifend auf allen Ebenen im Unternehmen betreffend Anwendung, Prozesse und Strukturen.* In der Folge haben Versicherer massiv in Automatisierung, neue Kernsysteme und kulturellen Wandel investiert.

Disruptive Kraft der KI

Auch die Verfügbarkeit von Daten und Analytik hat das Underwriting grundlegend verändert. Simon Wilson vom US-Versicherer Markel erklärt: *Underwriter verfügen heute über deutlich leistungsfähigere Werkzeuge, die fundierte und schnellere Entscheidungen ermöglichen.* Die Transportversicherung, einst stark traditionell geprägt, nutzt heute Echtzeit-Schiffsdaten und Advanced Analytics. Für den Schweizer Versicherer Vaudoise, so CEO Jean-Daniel Laffely, hat die Digitalisierung Kosten gesenkt und den kontinuierlichen Zugang zu Services ermöglicht, auch wenn Schweizer Kunden weiterhin hybride Abschlusswege bevorzugen. KI wird von Versicherungslenkern heute als die einflussreichste Technologie gesehen, gefolgt von IoT, Kernsystemen und Cloud. Mehrere CEOs betonen das potenziell disruptive Potenzial von KI für die Versicherungswirtschaft.

Daten und KI – die eng miteinander verknüpft sind – verändern uns derzeit erheblich und werden unsere etablierten Modelle weiter disruptiv beeinflussen, betont Agnès Paquin, CEO des französischen Versicherers CNP Assurances IARD. KI wird zu tiefgreifenden Umbrüchen in der Branche führen. *Noch scheinen die meisten auf der Suche nach den für alle Beteiligten nutzenstiftenden Anwendungsfällen zu sein. Ich bin jedoch überzeugt, dass sie zeitnah kommen*, unterstreicht Dr. Jürg Schiltknecht, CEO von Helvetia Deutschland. Einer der entscheidenden Faktoren bei der Einführung von KI sei die steigende Innovationsgeschwindigkeit, sagt Isabelle Le Bot, CEO von La France Mutualiste. *Es wird erwartet, dass die technologische Beschleunigung durch künstliche Intelligenz traditionelle Modelle revolutionieren wird.*

Alle Bereiche der Versicherung betroffen

Über alle Interviews hinweg sticht eine zentrale Botschaft hervor: KI wird alle Bereiche der Versicherung betreffen. *Künstliche Intelligenz – insbesondere generative KI – wird tief in alle Bereiche*

der Versicherung integriert werden. Besonders stark betroffen werden Underwriting, Pricing, Schadenbearbeitung und Kundenservice sein, sagt Andrej Slapar, Vorstandsvorsitzender der Triglav Group (Slowenien). *Das Aufkommen der künstlichen Intelligenz (KI), insbesondere der generativen KI, ist ein wichtiger Fortschritt mit konkreten Anwendungen in der Schadenbearbeitung und Tarifgestaltung*, unterstreicht Laffely. KI werde ihr volles Potenzial in zahlreichen Bereichen entfalten können – neben den Tarifierungssystemen auch in den Produktangeboten, der Vereinfachung von Kundenbeziehungen und im Schadenmanagement. Die CEOs unterscheiden sich darin, wie weit diese Transformation bereits vorangeschritten ist. Simon Wilson von Markel beschreibt sein Unternehmen als Vorreiter: *Wir waren weltweit das erste Versicherungsunternehmen, das Microsoft 365 Co-Pilot unternehmensweit eingeführt hat. Der eigentliche Mehrwert liegt jedoch darin, dass unsere Mitarbeitenden ein tiefes Verständnis für die Potenziale von KI entwickeln.* Ken Norgrove von Intact UK und Irland hebt den nachgewiesenen Nutzen hervor: *Seit über einem Jahrzehnt nutzen unsere kanadischen Kollegen Daten und prädiktive KI, um unseren Wettbewerbsvorteil bei der Preisgestaltung und Segmentierung auszubauen. Dies ist ein wesentlicher Treiber unserer überdurchschnittlichen Eigenkapitalrendite (ROE).* Auch Andrej Slapar von Triglav betont die wachsende Rolle generativer KI in Automatisierung, Echtzeit-Pricing und Kundenservice.

Menschlicher Faktor und Technologie

Andere sehen die größten Potenziale noch vor sich. Grundsätzlich stehen wir der KI sehr positiv gegenüber und sehen es als Technologie, mit der wir unsere Prozesse effizienter machen können, erklärt Schiltknecht. Paquin sagt: *KI wird eine schnellere Bearbeitung von Kundenanfragen, qualitativ hochwertigere Antworten und eine stärkere Individualisierung ermöglichen.* Die CEOs betrachten KI als Instrument zur Stärkung von Empathie und Personalisierung. Marcus Ryu, Mitgründer von Guidewire, sieht KI als Mittel zur Reduzierung von Reibungsverlusten bei Daten und Kommunikation: *KI überbrückt Unterschiede in Sprache, Datenformaten und Systemen, sodass Systeme dank KI-gestützter semantischer Vermittlung miteinander kommunizieren können.* Dies ermöglicht ein deutlich besseres Kundenerlebnis. Neben Kernfunktionen wie Schadenmanagement sowie Pricing und Underwriting heben CEOs auch die Auswirkungen der Technologie auf das Risikomanagement hervor. *Eine der wesentlichsten Entwicklungen betrifft die Art und Weise, wie Risiken heute quantifiziert und bewertet werden*, betont Markel-CEO Wilson. In den vergangenen 25 Jahren… *hat die Versicherungsbranche einen tiefgreifenden Wandel erlebt*, sagt Norgrove. *Diese Entwicklungen haben die Art und Weise, wie Versicherer arbeiten, mit Kunden interagieren, Risiken bewerten und Dienstleistungen erbringen, grundlegend verändert.* Brenda Gibson, CEO von Red River Mutual (Kanada), hebt die menschliche Dimension hervor: *Der Erfolg wird sich aus der Integration von Technologie, menschlicher Einsicht und Zusammenarbeit ergeben, um Kundenbedürfnisse zu erfüllen, Risiken zu managen und die dauerhaften Werte des Gegenseitigkeitsmodells – Gemeinschaft und langfristige Beziehungen – aufrechtzuerhalten.*

Lösungen für eine schrumpfende Belegschaft

Versicherungsvorstände erklären auch das Zusammenspiel zwischen technologischer Innovation und Mitarbeitenden. Für deutsche Versicherer ist es entscheidend, sich frühzeitig auf eine künftig schrumpfende Belegschaft vorzubereiten. *Der spürbare demographische Wandel macht es dringend erforderlich, den arbeitsplatztechnischen Fortschritt durch Digitalisierung zu nutzen, weil wir die ausscheidenden Babyboomer nicht mehr 1:1 ersetzen können*, sagt Prof. Dr. Frank Walthes. Agnès Paquin von CNP Assurances betont, dass Technologie nicht zwangsläufig zu einem Personalabbau führt: Die Beschäftigung im Versicherungssektor ist nicht zurückgegangen – im Gegenteil: *Sie hat sich von operativen Tätigkeiten hin zu stärker technologischen und strategischen Rollen verlagert.* Laut Ken Norgrove trägt Technologie dazu bei, persönliche Kontakte zu intensivieren. *Die Versicherer, die künftig erfolgreich sein werden, sind diejenigen, die Technologie und Menschen effektiv miteinander verbinden*, sagt er. Red-River-CEO Gibson stimmt zu: *Die Herausforderung besteht darin, diese Technologien so zu integrieren, dass sie menschliches Fachwissen ergänzen, statt es zu ersetzen.*

Professor Dr. Frank Walthes

Vorsitzender des Vorstands des Konzerns Versicherungskammer (Deutschland)

Prof. Dr. Frank Walthes ist seit 2012 Vorsitzender des Vorstands des Konzerns Versicherungskammer und Honorarprofessor für strategische Transformation in der Finanzdienstleistung an der Universität der Bundeswehr München. Darüber hinaus engagiert er sich seit 2016 als Vorstandsvorsitzender des deutschen Berufsbildungswerks der Versicherungswirtschaft in München e.V.

Fragen von Dr. Martin Seibold, Partner bei Sollers Consulting, an Prof. Dr. Frank Walthes, Vorstandsvorsitzender des Konzerns Versicherungskammer.

Wir sehen deutlich die Notwendigkeit, in digitale Innovationen zu investieren

Dr. Martin Seibold: Herr Professor Walthes, was waren die wichtigsten technologischen Entwicklungen für die Versicherungsbranche in den letzten 25 Jahren und welche Bedeutung hatten sie für das Geschäft der Versicherungskammer?

Prof. Dr. Frank Walthes: In den vergangenen 25 Jahren hat die digitale Transformation unsere Branche grundlegend verändert und dabei auch die Versicherungskammer maßgeblich geprägt. Ich erinnere mich an die Internet-Bubble in den 2000er Jahren [1] und die damit verbundene Digitalisierung der Prozesse in der Versicherungswirtschaft. Seitdem arbeiten wir crossfunktional, interdisziplinär und hierarchieübergreifend auf allen Ebenen im Unternehmen betreffend Anwendung, Prozesse und Strukturen.

2014 haben wir ein umfassendes Programm zur Digitalisierung gestartet – mit dem Ziel, unsere internen Prozesse zu optimieren und somit die Effizienz in allen Arbeitsbereichen zu steigern. Ein Fokus lag von Beginn an auf der Weiterentwicklung unseres Kundenmanagements: So haben wir beispielsweise bereits vor zehn Jahren IBM Watson zur Emotionserkennung in der Kundenkorrespondenz eingesetzt.

Ein weiterer wichtiger Schritt war die Gründung des "Innovation Campus" im Jahr 2018: Ein internes Pitchverfahren ermöglicht es, innovative Ideen aus den Fachbereichen und dem Kreis unserer Mitarbeitenden schnell zu evaluieren und umzusetzen. Parallel dazu generiert auch ein konzerneigenes Forschungslabor Ideen und treibt die Umsetzung der Use Cases bis hin zu einem fertigen Prototyp bzw. Minimum Viable Product (MVP) voran. So haben wir heute unter der Marke „go. Innovation für alle" eine konzernweite Innovationskultur als Grundlage für Veränderungen etabliert.

Ein konkretes Beispiel für eine richtungsweisende technische Entwicklung ist u.a. unsere Tarifierungsmaschine in der Cloud, die die Tarifentwicklung insbesondere in der KfzSparte erheblich optimiert hat und uns erlaubt, viel schneller auf Marktanforderungen zu reagieren. Auch in der Schadenregulierung haben wir durch technische Innovationen bedeutende Fortschritte gemacht, etwa durch den Einsatz von Drohnen in der Gebäudeversicherung oder digitale Lösungen im Agrarbereich.

MS: Warum ist es heutzutage wichtiger denn je, in Digitalisierung zu investieren?

FW: Bereits Ludwig Erhard [2] sah den technischen Fortschritt - durch die Kreativität und Ideenvielfalt des menschlichen Geistes vorangetrieben - als einen entscheidenden Faktor für wirtschaftlichen Erfolg an. Übertragen wir diese Sichtweise auf heute, dann sehen wir deutlich die Notwendigkeit, in digitale Innovationen zu investieren: um wettbewerbsfähig zu bleiben und zukunftsfähige Lösungen zu entwickeln, sowohl im Hinblick auf die Kundenbedürfnisse als auch aus ökonomischen Gesichtspunkten. Der spürbare demographische Wandel macht es dringend erforderlich, den arbeitsplatztechnischen Fortschritt durch Digitalisierung zu nutzen, weil wir die ausscheidenden Babyboomer nicht mehr 1:1 ersetzen können.

Auch deshalb benötigen wir das implizite und explizite Wissen, das in neuen kollaborativen Arbeitsweisen des Smart Working genutzt und geteilt wird. Für uns steht gleichwohl nicht nur der Innovationsgeist innerhalb der Versicherungskammer im Fokus: Seit der Mitgründung des InsurTech Hub Munich im Jahr 2017 engagieren wir uns intensiv für die gemeinsame Gestaltung der digitalen Transformation in der Versicherungsbranche am Standort München, indem wir die Zusammenarbeit mit Technologieunternehmen, Start-ups, Universitäten und Investoren fördern, um unsere Branche durch wirkungsvolle Innovationen zukunftssicher zu machen.

[1] Zu Beginn der 2000er Jahre kam es nach einem Internetboom mit hohen Investitionen in sogenannte Dotcom-Unternehmen zu einem massiven Einbruch der Kapitalmärkte.

[2] Ludwig Erhard war ein westdeutscher Wirtschaftspolitiker in den 1950er und 1960er Jahren.

Die Digitalisierung hat die Versicherungskammer durch Fortschritte im CRM-Bereich, Cloud-unterstützte Tarifierung, Drohnen und einen Innovationscampus grundlegend verändert. Prof. Dr. Walthes betont, dass kontinuierliche Investitionen in digitale Technologien notwendig sind, um wettbewerbsfähig zu bleiben, Kundenbedürfnissen gerecht zu werden, dem Personalmangel entgegenzuwirken und branchenweite Innovationen voranzutreiben.

Andrew Horton

Group CEO von QBE (Australien)

Seit Andrew Hortons Amtsantritt bei QBE im September 2021 hat das Versicherungsunternehmen einen Weg der organisatorischen und infrastrukturellen Modernisierung eingeschlagen. Vor seinem Wechsel zu QBE war Horton 18 Jahre lang für Beazley tätig gewesen, 12 Jahre davon als CEO. Davor hatte er bei der Lloyds Bank, ING und NatWest gearbeitet. Er verfügt über mehr als 30 Jahre Erfahrung in der Versicherungs- und Bankenbranche und gilt als integrativer und kooperativer Manager, der einen starken Fokus auf Risiken, Kultur und Beziehungen legt.

Interview von Michał Trochimczuk, President und Mitbegründer von Sollers Consulting, mit Andrew Horton, Group CEO von QBE.

KI-gestützte Tools steigern bereits heute die Geschwindigkeit und Genauigkeit von Underwriting--Entscheidungen

Michał Trochimczuk: Rückblick auf die letzten 25 Jahre – Welche technologischen Entwicklungen waren für die Versicherungsbranche in diesem Zeitraum besonders prägend, und welche Auswirkungen hatten sie auf das Geschäft von QBE?

Andrew Horton: Die Versicherungsbranche basiert auf fundierten Erkenntnissen – auf dem tiefgehenden Verständnis der Welt sowie der Herausforderungen, denen unsere Kundinnen und Kunden gegenüber. Traditionell fungiert die Versicherung als letzte Absicherung gegen unvorhersehbare Ereignisse. Die rapide Zunahme verfügbarer Daten, Fortschritte im Bereich der Künstlichen Intelligenz – insbesondere der generativen KI – sowie die stetig wachsende Leistungsfähigkeit des Cloud Computings haben jedoch sowohl unsere Branche als auch QBE grundlegend verändert. Bei sachgemäßer Implementierung ermöglichen diese Technologien eine schnellere und präzisere Reaktion auf die Bedürfnisse von Kundinnen, Kunden und Maklern. Sie stärken unsere Underwriting-Kompetenzen, verbessern das Risikomanagement und steigern die Gesamtperformance.

ANDREW HORTON

Cloud-basierte Plattformen, die den gesamten Versicherungslebenszyklus – von der Policierung bis zur Schadenbearbeitung – abdecken, haben die Betriebskosten gesenkt, die Abhängigkeit von veralteter Technologie reduziert und es Unternehmen wie QBE ermöglicht, neue Funktionalitäten ohne infrastrukturellen Mehraufwand zu integrieren. Für QBE bedeuten diese Entwicklungen unter anderem eine gesteigerte Flexibilität, verkürzte Innovationszyklen und eine nachhaltige Effizienzsteigerung.

MT: Welche Innovationsfelder – technologisch und darüber hinaus – stehen derzeit im Fokus von QBE? Welche Rolle spielen dabei Entwicklungen wie KI, IoT oder Quantencomputing?

AH: QBE investiert kontinuierlich in digitale, cloudbasierte und KI-gestützte Fähigkeiten, um das Kerngeschäft zu modernisieren und gleichzeitig gezielt neue Wachstumsfelder zu erschließen. Unser Schwerpunkt liegt auf dem Einsatz von KI und fortschrittlicher Analytik zur Verbesserung der Risikobewertung, des Underwritings, der Portfolio-Performance sowie der Schadenbearbeitung und Kundenservices. Ziel ist es, unsere Risikomodelle zu optimieren und marktführende Produkte anzubieten. KI-gestützte Tools steigern bereits heute die Geschwindigkeit und Genauigkeit von Underwriting--Entscheidungen. Unser erster großflächiger Einsatz im Bereich Cyber-Underwriting wurde branchenweit anerkannt.

Wir sehen großes Potenzial in IoT- und sensorbasierten Lösungen, insbesondere zur aktiven Schadenprävention im Bereich der Personenversicherungen. Quantencomputing befindet sich zwar noch in der Entwicklungsphase, birgt jedoch das Potenzial für revolutionäre Risikoanalysen und eine verbesserte Unterstützung unserer Kundschaft in kritischen Momenten – etwa beim Schutz sensibler Daten.

Künstliche Intelligenz, Cloud Computing und neue Data-Fähigkeiten verändern QBE grundlegend, indem sie die Ge-na-uigkeit und Geschwindigkeit der Risikoprüfung sowie die betriebliche Effizienz verbessern. QBE investiert in digitale, Cloud- und KI-Tools, um die Risikobewertung und die Kundenergebnisse zu optimieren. Das Unternehmen sieht zudem Zukunftspotenzial im Internet der Dinge (IoT) für die Schadenverhütung und im Quantencomputing für erweiterte Risikoanalysen.

Simon Wilson

CEO von Markel Insurance (USA)

Simon Wilson wurde im März 2025 zum Chief Executive Officer (CEO) von Markel Insurance ernannt. Seinen Einstieg bei Markel hatte er im Jahr 2010 mit dem Auftrag, die internationale Geschäftsentwicklung der Versicherungsgruppe voranzutreiben. Zuvor war er sieben Jahre bei Lloyd's tätig. Aufgrund seiner internationalen Expertise spielte er eine zentrale Rolle bei der Expansion von Markel International und verantwortete den erfolgreichen Ausbau der Geschäftsaktivitäten in Europa, Kanada und Asien. Wilson verfügt über ein ausgeprägtes Verständnis für die kulturellen Unterschiede und Risikoprofile der jeweiligen Märkte. Dennoch verfolgt er einen klaren und konsistenten Erfolgsansatz in der Versicherungsbranche: „Verstehen Sie die Bedürfnisse Ihrer Kunden und übertreffen Sie ihre Erwartungen." Als CEO von Markel Insurance hat er sich zum Ziel gesetzt, die Geschäftsprozesse des Unternehmens zu vereinfachen und effizienter zu gestalten. Im Januar 2020 wurde Wilson zum Managing Executive of Global Strategy bei Markel berufen. Im darauffolgenden Jahr übernahm er die Position des Präsidenten von Markel International. Vor seinem Wechsel zu Markel leitete er die Asienplattform von Lloyd's in Singapur.

Fragen von Michał Trochimczuk, President und Mitbegründer von Sollers Consulting, an Simon Wilson, CEO von Markel Insurance.

Ein tiefes Verständnis für die Potenziale von KI entwickeln und lernen, wie diese unsere Arbeitsweise transformieren kann

Michał Trochimczuk: Die vergangenen 25 Jahre – welche technologischen Entwicklungen waren aus Ihrer Sicht für die Versicherungsbranche am bedeutendsten, und welche Auswirkungen hatten sie auf das Geschäft von Markel?

Simon Wilson: Eine der wesentlichsten Entwicklungen betrifft die Art und Weise, wie Risiken heute quantifiziert und bewertet werden. Moderne versicherungsmathematische Methoden zur Preisgestaltung und zum Portfoliomanagement, der Einsatz von Katastrophenmodellen sowie neue Datenquellen – etwa durch das Internet der Dinge (IoT) – haben die Arbeitsweise von Underwritern grundlegend verändert. Diese verfügen heute über deutlich leistungsfähigere Werkzeuge, die fundierte und schnellere Entscheidungen ermöglichen. Ein anschauliches Beispiel ist die Transportversicherung, die traditionell eher konservativ geprägt war. Heute können wir die Routen sämtlicher versicherter Schiffe in Echtzeit verfolgen und nutzen fortschrittliche Analysen, um datenbasierte Entscheidungen zu treffen.

MT: Ein Blick in die Zukunft – welche Entwicklungen werden die Versicherungsbranche in den kommenden 25 Jahren maßgeblich prägen? Welche Erwartungen haben Sie für Markel, insbesondere im Hinblick auf technologische Innovationen wie KI, IoT oder Quantencomputing?

SW: Es ist derzeit noch zu früh, um die langfristigen Auswirkungen von Künstlicher Intelligenz auf unsere Branche abschließend zu bewerten. Dennoch haben wir bei Markel frühzeitig auf diese Technologie gesetzt. So waren wir weltweit das erste Versicherungsunternehmen, das Microsoft 365 Co-Pilot unternehmensweit eingeführt hat – mit einer beeindruckenden Akzeptanzrate von über 60%. Erste Produktivitätsgewinne sind bereits erkennbar. Der eigentliche Mehrwert liegt jedoch darin, dass unsere Mitarbeitenden ein tiefes Verständnis für die Potenziale von KI entwickeln und lernen, wie diese unsere Arbeitsweise transformieren kann. Unsere Strategie basiert darauf, technologische Innovationen dezentral zu fördern. Lösungen entstehen nicht aus zentral gesteuerten IT-Projekten, sondern aus der Initiative einzelner Teams. So entwickelt beispielsweise ein Teilnehmer unseres Graduiertenprogramms in Leeds einen Chatbot für Underwriting-Richtlinien, während ein Praktikant in Toronto Modelle zur Antragsbearbeitung erstellt. Ich erwarte keine abrupte Revolution, sondern einen kontinuierlichen Wandel, der durch die gezielte Anwendung von Technologie auf konkrete Herausforderungen vorangetrieben wird.

Die Risikobewertung hat durch Data, IoT und Analytik Fortschritte gemacht und damit das Underwriting bei Markel verbessert. Simon Wilson sieht KI in Verbindung mit fundiertem Produktwissen als transformativ an. Die frühzeitige Einführung ermöglicht es den Mitarbeitern, praktische Lösungen zu entwickeln, was in den nächsten 25 Jahren zu einem schrittweisen, aber weitreichenden Wandel in der Branche führen wird.

Jean-Daniel Laffely

CEO der Vaudoise Versicherungsgruppe (Schweiz)

Jean-Daniel Laffely wurde im Mai 2020 zum CEO der Vaudoise Versicherungsgruppe ernannt, nachdem er mehr als zehn Jahre lang Führungspositionen innerhalb des Unternehmens tätig war. Er kam 2006 als Chief Risk Officer zur Vaudoise, bevor er von 2009 bis 2020 die Position des Chief Financial Officer innehatte und dann die Geschäftsleitung übernahm. Unter seiner Führung hat die Vaudoise eine umfassende digitale Transformation eingeleitet, die sich auf Automatisierung, personalisierten Kundenservice und künstliche Intelligenz konzentriert. Gleichzeitig haben sein Vorgänger und er selbst das genossenschaftliche Modell der Solidarität und Kundennähe des Unternehmens gestärkt und seit 2012 mehr als 400 Millionen Schweizer Franken an die Versicherten ausgeschüttet. Sein Ziel ist klar: *Der beliebteste Versicherer der Schweiz werden.*

Fragen von Michał Trochimczuk, President und Mitbegründer von Sollers Consulting, an Jean-Daniel Laffely, CEO der Vaudoise Versicherungsgruppe.

Das IoT ermöglicht die Erfassung von Daten in Echtzeit für ein proaktives Risikomanagement

Michał Trochimczuk: Die letzten 25 Jahre: Was waren die wichtigsten technologischen Entwicklungen für die Versicherungsbranche in den letzten 25 Jahren und welche Bedeutung hatten sie für die Aktivitäten der Vaudoise?

Jean-Daniel Laffely: In den letzten 25 Jahren hat die Vaudoise schrittweise technologische Fortschritte integriert, um ihre Aktivitäten auszubauen und das Kundenerlebnis zu verbessern. Durch Digitalisierung und Automatisierung konnten wir Kosten senken und die Effizienz unserer Prozesse optimieren. Ein Beispiel dafür ist die bereits seit über zehn Jahren umgesetzte Digitalisierung von Dokumenten. Darüber hinaus ermöglichen uns Online-Dienste und digitale Angebote, jederzeit erreichbar zu sein und Lösungen anzubieten. Allerdings ist die direkte Durchdringung dieses Marktes in der Schweiz bis heute marginal, da die Kunden das ROPO-Modell (Research Online, Purchase Offline) bevorzugen. Als Versicherer müssen wir auch die technologischen Fortschritte bei Fahrzeugen und deren Elektrifizierung berücksichtigen, die das Haftpflichtrisiko tendenziell senken, gleichzeitig aber aufgrund der eingebauten Technologien die Kosten für Kaskoversicherungen erhöhen.

JEAN-DANIEL LAFFELY

Die Zukunft verspricht spannend und anspruchsvoll zu werden. Das Aufkommen der künstlichen Intelligenz (KI), insbesondere der generativen KI, ist ein wichtiger Fortschritt mit konkreten Anwendungen in der Schadenbearbeitung und Tarifgestaltung. Es besteht kein Zweifel, dass dies in Zukunft noch an Bedeutung gewinnen wird. All diese Innovationen ermöglichen es uns, wettbewerbsfähig zu bleiben und die steigenden Erwartungen unserer Kunden in Bezug auf Schnelligkeit, Personalisierung und Sicherheit zu erfüllen.

MT: Die nächsten 25 Jahre: Welche Veränderungen werden in Zukunft den größten Einfluss auf die Versicherungsbranche haben? Was erwarten Sie für die Aktivitäten der Vaudoise? Welche Rolle werden technologische Fortschritte wie KI, IoT und Quanteninformatik spielen?

JDL: Die Versicherungsbranche wird durch diese bedeutenden technologischen Fortschritte zweifellos verändert werden. Zunächst müssen diese Veränderungen auf einer soliden technologischen Grundlage und gut strukturierten Daten/Metadaten basieren. Sind diese Voraussetzungen erfüllt, kann KI ihr volles Potenzial in vielen Bereichen der Versicherungsbranche ausschöpfen – bei Tarifberechnungsmodellen, Produktangeboten, der Vereinfachung der Kundenbeziehung und der Schadenbearbeitung. Sie wird sich auch auf das Internet der Dinge (IoT) stützen, das die Erfassung von Daten in Echtzeit für ein proaktives Risikomanagement ermöglicht.

Die Quanteninformatik befindet sich zwar noch in der Entwicklung, verspricht jedoch eine beispiellose Rechenleistung und ebnet den Weg für genauere Vorhersage- und Tarifmodelle – auch wenn dies derzeit noch sehr abstrakt ist. Darüber hinaus könnten autonome Fahrzeuge der Stufe 4 die Rolle der Versicherer grundlegend verändern. Wir diskutieren darüber seit mehr als einem Jahrzehnt. Wie das Amara-Gesetz [1] zeigt, wurden die Auswirkungen kurzfristig überschätzt, werden aber langfristig wahrscheinlich unterschätzt werden. Wir glauben, dass diese Technologien einzigartige Möglichkeiten bieten, die betriebliche Effizienz zu verbessern, die Kundenzufriedenheit zu steigern und innovative Versicherungslösungen zu entwickeln. Wir müssen bei diesen Fortschritten an der Spitze bleiben, um den sich wandelnden Bedürfnissen unserer Kunden gerecht zu werden und unsere Führungsposition im Markt zu behaupten. Gleichzeitig müssen wir unsere Einnahmequellen erweitern und diversifizieren, um eine übermäßige Abhängigkeit gegenüber potenziellen Marktverwerfungen in Schlüsselsegmenten wie der Kfz-Versicherung zu vermeiden.

[1] Das Amara-Gesetz besagt, dass „wir dazu neigen, die Auswirkungen einer Technologie kurzfristig zu überschätzen und langfristig zu unterschätzen", und verdeutlicht damit den häufigen Fehler bei der Vorhersage technologischer Auswirkungen. Das Amara-Gesetz wurde von Roy Amara, einem amerikanischen Wissenschaftler und Zukunftsforscher, formuliert, der ein wiederkehrendes Muster in der Art und Weise identifiziert hat, wie Menschen neue Technologien wahrnehmen.
(Quelle: https://thevirtulab.com/what-is-amaras-law)

Die Vaudoise hat Digitalisierung, Automatisierung und KI genutzt, um Prozesse zu optimieren und das Kundenerlebnis zu verbessern. Jean-Daniel Laffely sieh in KI, dem Internet der Dinge und später auch im Quantencomputing die treibenden Kräfte für ein proaktives Risikomanagement und mehr Effizienz. Autonome Fahrzeuge könnten die Versicherungsbranche grundlegend verändern und erfordern daher Innovationen.

Ken Norgrove

CEO von Intact Insurance UK&I

Ken Norgrove ist seit 2022 CEO von Intact Insurance (ehemals RSA). Zuvor leitete er die Geschäfte von RSA in Irland (2014-2019) und Skandinavien (2019-2021). Als erfahrener Versicherungsmanager legt er einen starken Fokus auf die Transformation des Unternehmens und den kulturellen Wandel. Dabei gestaltet er die Betriebsmodelle konsequent neu. Für Norgrove sind Investitionen in Menschen und Technologie eine strategische Notwendigkeit, um profitables Wachstum zu sichern und die langfristige finanzielle Performance zu stärken.

Fragen von Michał Trochimczuk, President und Mitbegründer von Sollers Consulting, an Ken Norgrove, CEO von Intact Insurance UK&I.

Die transformative Kraft von Data und KI ist unübersehbar

Michał Trochimczuk: Die letzten 25 Jahre: Was waren die wichtigsten technologischen Entwicklungen für die Versicherungsbranche in den letzten 25 Jahren und welche Bedeutung hatten sie für das Geschäft von Intact?

Ken Norgrove: Da Verbraucher und Unternehmen zunehmend Technologie nutzen, ist die Menge an Daten, die generiert, gespeichert und verarbeitet werden, in den letzten 15 Jahren explosionsartig gestiegen. In dieser Zeit hat die Versicherungsbranche einen tiefgreifenden Wandel erlebt, der durch technologische Innovationen in Bereichen wie KI und maschinelles Lernen, Cloud Computing, Cybersicherheit und digitale Führungskompetenz vorangetrieben wurde. Diese Entwicklungen haben die Art und Weise, wie Versicherer arbeiten, mit Kunden interagieren, Risiken bewerten und Dienstleistungen erbringen, grundlegend verändert. Wir investieren umfangreich in Technologie – seit der Übernahme von RSA durch Intact rund 600 Millionen Pfund –, um sicherzustellen, dass unsere Mitarbeiter in der Lage sind, Makler schnell und persönlich unterstützen zu können. Denn ohne schnelle und reibungslose Services können wir kaum behaupten, der beste Versicherer für gewerbliche Kunden zu sein.

Und wenn die Zusammenarbeit mit uns nicht mühelosfunktioniert, können wir nicht wachsen. Wir haben große Fortschritte bei der Modernisierung unserer IT-Infrastruktur erzielt, indem wir veraltete Systeme außer Betrieb genommen und neue implementiert haben – entscheidende Schritte, um uns klar von unseren Mitbewerbern abzuheben. Die bisher umgesetzten Veränderungen bilden die Grundlage für weitere Verbesserungen in den kommenden Jahren. Auch künftig werden wir jährlich mehr als 150 Millionen Pfund in neue Technologie investieren.

MT: Die nächsten 25 Jahre: Welche Veränderungen werden künftig den größten Einfluss auf die Versicherungsbranche haben? Was erwarten Sie für das Geschäft von Intact in Großbritannien und Irland? Welche Rolle werden technologische Entwicklungen wie KI, IoT, Quantencomputer spielen?

KN: Wir sind ein spezialisierter Versicherer für Gewerbe- und Spezialversicherungen und schützen Unternehmen von KMUs bis hin zu den größten multinationalen Konzernen. Wachstum ist ohne das Eingehen von Risiken nicht möglich, und daher benötigen Unternehmen stets einen Mechanismus zu Risikotransferierung. Die Versicherer, die künftig erfolgreich sein werden, sind diejenigen, die Technologie und Menschen effektiv miteinander verbinden.

Intact hat frühzeitig auf Daten und KI gesetzt - und die transformative Kraft dieser Technologien ist unübersehbar. Seit über einem Jahrzehnt nutzen unsere kanadischen Kollegen Daten und prädiktive KI, um unseren Wettbewerbsvorteil bei der Preisgestaltung und Segmentierung auszubauen. Dies ist ein wesentlicher Treiber unserer überdurchschnittlichen Eigenkapitalrendite (ROE). Seit der Übernahme haben wir die besten Preis- und Zeichnungspraktiken aus Kanada übernommen. Da wir die Nutzung proprietärer Datensätze ausweiten und die Stärken der prädiktiven und generativen KI nutzen, sind wir gut aufgestellt, um unseren Wettbewerbsvorteil weiter auszubauen. Wir haben eine beträchtliche Anzahl von Anwendungsfällen, die sich mit den Möglichkeiten der generativen KI befassen - viele davon konzentrieren sich auf Maklerdienstleistungen, Interessenvertretung und Effizienzsteigerung. Unser Ziel ist es, unseren Mitarbeitern mehr Freiraum zu schaffen, damit sie mehr Zeit für persönliche Gespräche mit Maklern haben und weniger mit administrativen Aufgaben belastet sind.

Intact UK betrachtet Daten, KI, Cloud--Technologie und Cybersicherheit als zentrale Triebkräfte des Wandels in der Branche. Ken Norgrove verweist auf umfangreiche Investitionen in Technologie, um die Systeme zu modernisieren und den Makler-Service zu verbessern. Er geht davon aus, dass die erfolgreichen Unternehmen Technologie mit menschlichem Fachwissen verbinden und prädiktive sowie generative KI nutzen werden, um Preisgestaltung, Risikoprüfung und Effizienz zu optimieren.

Marcus Ryu

Mitbegründer und ehemaliger CEO von Guidewire Software (USA)

Marcus Ryu ist ein erfahrener Technologieunternehmer, Risikokapitalgeber und Vorstandsmitglied mit über zwei Jahrzehnten Erfahrung im Aufbau und der Beratung von wachstumsstarken Softwareunternehmen. Er ist vor allem als Mitbegründer und ehemaliger CEO von Guidewire Software bekannt, dass er 2001 mitbegründete und 2012 an die Börse brachte, bis es zu einem weltweit führenden Unternehmen mit einem Umsatz von über 1 Milliarde US-Dollar und einem Spitzenmarktwert von 20 Milliarden US-Dollar wurde. Derzeit ist Marcus Ryu General Partner bei Battery Ventures und verantwortet Investitionen in den Bereichen Unternehmenssoftware, vertikale SaaS/KI und Fintech/Insurtech. Er ist außerdem Mitglied des Vorstands von Unternehmen wie Checkr, Bloomreach, Bestow, hyperexponential, Coram AI, Liberate und Guidewire und berät innovative Start-ups wie Vesta Technologies und KAV.

Fragen von Michał Trochimczuk, President und Mitbegründer von Sollers Consulting, an Marcus Ryu, Mitbegründer und ehemaliger CEO von Guidewire Software.

KI überbrückt Unterschiede in Sprache, Datenformaten und Systemen

Michał Trochimczuk: Die letzten 25 Jahre: Was waren die wichtigsten technologischen Entwicklungen für die Versicherungsbranche in den letzten 25 Jahren und welche Bedeutung hatten sie für Ihre Projekte?

Marcus Ryu: Eine wichtige Entwicklung war die Weiterentwicklung der Programmiersprachen, insbesondere hinsichtlich der Abbildung der Geschäftslogik. Selbst ohne KI-Codierungsagenten ist das Programmieren heute viel einfacher als vor Jahren mit Assemblersprache. Anwendungen sind wesentlich verständlicher und wartungsfreundlicher geworden. Maschinelles Lernen ist dank immenser Rechenkapazitäten ebenfalls unglaublich leistungsfähig geworden – weit über das hinaus, was man sich vor 25 Jahren hätte vorstellen können. Dies ist besonders relevant für die Versicherungsbranche, in der es im Kern um die Vorhersage von Verlusten geht. Künstliche Intelligenz ist nur ein Aspekt dieser umfassenden Transformation. Eine weitere wichtige Entwicklung ist die Machine-to-Machine-Konnektivität, die den kostengünstigen Datenaustausch zwischen Systemen ermöglicht.

Heute ist dies selbstverständlich, vor 25 Jahren war es jedoch eher eine Vision als Wirklichkeit. Auch mobile Geräte sind mittlerweile weit verbreitet.Ihr Einfluss auf die Versicherungsbranche bleibt jedoch im Vergleich zu anderen Sektoren relativ begrenzt.

MT: Auswirkungen generativer KI: KI und generative Technologien entwickeln sich rasant weiter. Wie wirken sich diese Ihrer Meinung nach auf das Underwriting, die Schadenbearbeitung und den Kundenservice aus – und wie sollten Versicherer ihre Einführung priorisieren?

MR: KI reduziert bereits heute Reibungsverluste in Bereichen, die traditionell stark auf Menschen und manuelle Prozesse angewiesen waren. Ihre größte Stärke liegt in der Übersetzung. Meine Mutter war Koreanisch-Englisch-Übersetzerin, und heute sind solche Dienstleistungen kostenlos verfügbar. KI überbrückt Unterschiede in Sprache, Datenformaten und Systemen und reduziert so semantische Hindernisse vieler verschiedener Art. Während Versicherer früher mit unstrukturierten Daten zu kämpfen hatten, kann KI diese nun strukturieren, sodass Systeme dank KI-gestützter semantischer Vermittlung miteinanderkommunizieren können.

Ich glaube nicht, dass KI direkt zur Heilung von Krankheiten wie Krebs beitragen wird – zumindest nicht in absehbarer Zeit. Im Versicherungsbereich hingegen ist ihr Nutzen bereits heute deutlich spürbar. Die Hälfte des Aufwands für die Implementierung von Guidewire entfällt beispielsweise auf Systemintegrationen. KI hat das Potenzial, dies erheblich zu vereinfachen. Sie ermöglicht es Versicherern, die Bedürfnisse ihrer Kunden in Echtzeit zu verstehen und diese Bedürfnisse direkt mit Backend-Systemen zu verknüpfen. Dies verbessert nicht nur die Effizienz, sondern schafft auch ein weitaus besseres Kundenerlebnis – eines, das mit der Zeit sogar empathische Züge annehmen könnte.

Letztendlich eröffnet KI die Möglichkeit einer nahtlosen Omni-Channel-Interaktion. Ein Ziel, das Versicherer seit Langem anstreben, aber nur schwer erreichen können. Darin sehe ich den unmittelbarsten und tiefgreifendsten Wandel.

Marcus Ryu hebt Fortschritte in den Bereichen Programmierung, maschinelles Lernen und Systemkonnektivität als entscheidende Faktoren für Versicherer hervor. Seiner Ansicht nach liegt der größte Einfluss der KI darin, Brücken zwischen Sprachen, Datenformaten und Systemen zu schlagen, Reibungsverluste zu verringern, Integrationen zu vereinfachen und ein empathisches Omnichannel-Kundenerlebnis in Echtzeit zu ermöglichen. Er sieht den größten Einfluss von KI in der Übersetzung zwischen Sprachen, Datenformaten und Systemen. Dies reduziert Reibungsverluste, vereinfacht Integrationen und ermöglicht empathische Omnichannel-Kundenerlebnisse in Echtzeit.

Isabelle Le Bot

CEO von La France Mutualiste (Frankreich)

Isabelle Le Bot ist eine erfahrene Führungskraft im Versicherungssektor. Derzeit ist sie Geschäftsführerin von La France Mutualiste, Direktorin für Sparprodukte bei der Malakoff-Humanis-Gruppe sowie Vorsitzende des Aufsichtsrats von Unofi. Sie ist bekannt für ihre Fähigkeit, Veränderungen umzusetzen und eine Kultur der Verantwortung in Teams zu fördern. Dabei verbindet sie strategisches Denken mit einem tiefen Verständnis für das sich wandelnde Kundenverhalten - insbesondere im Hinblick auf die Benutzererfahrung (UX). Als Expertin für die operativen Aspekte von Versicherungen, Digitalisierung und Marketing spielt sie eine Schlüsselrolle bei der Gestaltung moderner Geschäftsmodelle, die auf soziale und ökologische Herausforderungen reagieren.

Fragen von Marcin Pluta, President und Mitbegründer von Sollers Consulting, an Isabelle Le Bot – CEO von La France Mutualiste.

Online-Plattformen und elektronische Signaturen haben Investitionen leichter zugänglich gemacht

Marcin Pluta: Die letzten 25 Jahre: Was waren die wichtigsten technologischen Entwicklungen im Versicherungssektor in den letzten 25 Jahren und wie haben sie sich auf die Aktivitäten von La France Mutualiste ausgewirkt?

Isabelle Le Bot: Seit Anfang der 2000er Jahre hat die Digitalisierung den Versicherungssektor grundlegend verändert - insbesondere im Bereich der Finanz - und Vorsorgeprodukte. Online-Plattformen und elektronische Signaturen haben den Abschluss und die Verwaltung von Verträgen deutlich vereinfacht und Investitionen für viele zugänglicher gemacht. Das sind hervorragende Nachrichten für Anleger, die dadurch autonomer agieren und vor allem besser über Anlagestrategien informiert sind. Sie können nun die Wertentwicklung ihrer Verträge verfolgen und ihre Anlagen in Echtzeit anpassen. Diese digitale Revolution hat auch neue, vollständig digitale Marktteilnehmer hervorgebracht und traditionelle Versicherer dazu veranlasst, ihre Kundenbeziehungen im Sinne von mehr Transparenz und Flexibilität neu zu denken. Digitale Tools in Kombination mit Datenanalysen ermöglichen eine personalisierte Beratung und ein tieferes Verständnis der Anlegerprofile. [1]

Vor diesem Hintergrund haben wir bei La France Mutualiste einen Omnichannel-Ansatz entwickelt, der allen potenziellen Kunden - unabhängig vom gewählten Kommunikationskanal - ein personalisiertes und nahtloses Erlebnis bietet. Interessenten können reibungslos und ohne Informationsverlust von einem Kanal zum anderen wechseln: vollständig digital, persönlich oder per Telefon. Unser Ziel ist es, unseren kommerziellen Ansatz zu modernisieren und zu stärken. Zusätzlich zum vollständig digitalen Angebot stehen Berater weiterhin zur Verfügung, insbesondere um Mitglieder und Interessenten telefonisch bei Schwierigkeiten mit digitalen Tools zu unterstützen. Und das ganz ohne vorherige Investition. Das Modell ist rein egalitär und in seiner Form einzigartig am Markt.

MP: Die nächsten 25 Jahre: Welche Veränderungen werden in Zukunft den größten Einfluss auf den Versicherungssektor haben? Was erwarten Sie für die Aktivitäten von La France Mutualiste? Welche Rolle werden technologische Fortschritte wie KI, IoT und Quantencomputing spielen?

ILB: Ich sehe zwei zentrale Entwicklungen, die den Versicherungssektor - insbesondere die Vorsorgeprodukte - in den nächsten 25 Jahren neu definieren werden. Es wird erwartet, dass die technologische Beschleunigung durch künstliche Intelligenz traditionelle Modelle revolutionieren wird.

Diese Fortschritte bringen jedoch auch ethische Risiken mit sich, insbesondere im Zusammenhang mit algorithmischen Verzerrungen, die zu Diskriminierung bei Auswahlprozessen oder Preisgestaltung führen könnten. Die Herausforderung besteht darin, eine verantwortungsvolle und transparente KI zu gewährleisten. Richtig eingesetzt kann künstliche Intelligenz unseren Mitgliedern einen echten Mehrwert bieten, indem sie durch eine erweiterte Beratung die Kundenbeziehung gezielt verbessert. Ein Wort auch zu dem bevorstehenden massiven Vermögenstransfer. Bis 2040 werden in Frankreich aufgrund der Alterung und des Ablebens der Babyboomer-Generation 9 Billionen Euro an Vermögen übertragen werden. Finanzielle Bildung wird dann zu einem entscheidenden Thema für diejenigen, die von diesem Geldsegen profitieren, um fundierte finanzielle Entscheidungen treffen zu können. In der französischen Bevölkerung bestehen in diesem Bereich noch erhebliche Wissenslücken. Als genossenschaftlicher organisierter Akteur sehen wir es als unsere Aufgabe, finanzielle Bildung zu fördern und anzubieten. Das Ziel ist es, die französischen Ersparnisse zu vermehren und sie gleichzeitig in nachhaltige Investitionen zu lenken.

[1] Das Pariser Abkommen ist ein 2015 verabschiedeter globaler Vertrag, der darauf abzielt, den Klimawandel durch die Reduzierung der Treibhausgasemissionen zu begrenzen und die globale Erwärmung deutlich unter 2 °C, idealerweise unter 1,5 °C, zu halten.

Die Digitalisierung hat das Investieren durch Online-Plattformen und elektronische Signaturen vereinfacht. Isabelle Le Bot sieht, wie KI das Sparverhalten verändert, warnt jedoch vor ethischen Risiken. Sie weist auf den bevorstehenden Vermögensübergang in Frankreich hin und betont die Notwendigkeit von Finanzbildung sowie verantwortungsbewusster, transparenter Technologie, um nachhaltiges Investieren zu fördern.

Agnès Paquin

CEO von CNP Assurances IARD (Frankreich)

Agnès Paquin ist seit 2022 Chief Executive Officer von CNP Assurances IARD. Sie trat 2019 in die CNP-Assurances-Gruppe ein, wo sie als Technische Direktorin der Versicherungssparte von La Banque Postale für Tarifierung, Reservenbildung und Rückversicherung verantwortlich war. Als Absolventin der ENSAE und zertifizierte Aktuarin war sie zuvor über 20 Jahre bei Aviva (heute Abeille Assurances) tätig und bekleidete dort zahlreiche Führungspositionen in den Bereichen Lebens-, Personen- sowie Schaden- und Unfallversicherung und im Asset Management. Zu ihren Funktionen zählten unter anderem die Leitung Technik und Underwriting, die Leitung Finanzen/Aktuariat, die Leitung Kundenservice Leben und Personenversicherung sowie die Position der Chief Development Officer bei Aviva Investors. Zu Beginn ihrer Karriere arbeitete sie als Aktuarin bei GAN und betreute dort die englischsprachigen Tochtergesellschaften des Konzerns.

Fragen von Marcin Pluta, President und Mitbegründer von Sollers Consulting, an Agnès Paquin, CEO von CNP Assurances IARD.

KI wird zu mehr Automatisierung und Standardisierung führen und die Art der Tätigkeiten verändern

Marcin Pluta: Was waren die wichtigsten technologischen Entwicklungen im Versicherungssektor in den vergangenen 25 Jahren, und wie haben sie die Aktivitäten von CNP Assurances beeinflusst?

Agnès Paquin: Seit den 2000er-Jahren haben wir Revolutionen erlebt, die unsere Arbeitsweise und die Geschwindigkeit unserer Prozesse grundlegend verändert haben. Menschen können heute Verträge abschließen, unterschreiben und ihre Prämien aus der Ferne und in Echtzeit bezahlen, während Abläufe früher asynchron waren. Auch werden inzwischen enorme Datenmengen gespeichert und geteilt.

In der Praxis hat dies die administrative Verwaltung von Versicherungsverträgen erheblich beschleunigt und die Einbindung der Kundinnen und Kunden gestärkt. Diese Entwicklungen haben uns dazu veranlasst, verständliche und effiziente Customer Journeys über digitale Kanäle bereitzustellen. Versicherungen mussten einfacher und zugänglicher werden. Zudem sind neue Marktteilnehmer entstanden, die sich auf Customer Journeys spezialisieren und damit bereits heute die etablierten Vertriebsmodelle nachhaltig geprägt haben.

Die Möglichkeit, Kundeninteraktionen nachzuverfolgen und Kundinnen und Kunden eindeutig zu identifizieren, hat zudem die regulatorischen Anforderungen an Kundenkenntnis, Kundenschutz und Beratungspflichten erhöht, weil diese durch Technologie nun umsetzbar sind. Die Beschäftigung im Versicherungssektor ist nicht zurückgegangen – im Gegenteil: Sie hat sich von operativen Tätigkeiten hin zu stärker technologischen und strategischen Rollen verlagert.

Marcin Pluta: Die nächsten 25 Jahre: Welche Veränderungen werden die Versicherungsbranche künftig am stärksten beeinflussen? Was erwarten Sie für die Aktivitäten von CNP Assurances? Welche Rolle werden technologische Entwicklungen wie KI, IoT, Quantencomputing usw. spielen?

Agnès Paquin: Daten und KI – die eng miteinander verknüpft sind – verändern uns derzeit erheblich und werden unsere etablierten Modelle weiter disruptiv beeinflussen. KI verändert unsere Arbeitsweise und wird uns dazu antreiben, noch mehr zu leisten. Die Schaden- und Unfallversicherung erfordert weiterhin in vielen Bereichen menschliches Eingreifen auf unterschiedlichen Expertiseebenen.

Ich bin jedoch überzeugt, dass KI zu mehr Automatisierung und Standardisierung führen und die Art der Tätigkeiten verändern wird.

Hinsichtlich der Wertversprechen erwarte ich für Massenprodukte keine grundlegenden Veränderungen. KI wird jedoch eine schnellere Bearbeitung von Kundenanfragen, qualitativ hochwertigere Antworten und eine stärkere Individualisierung ermöglichen. Bei finanziellen Entschädigungen werden Auszahlungen schneller erfolgen; wenn Reparaturen erforderlich sind, bleiben wir weiterhin von Werkstätten und Handwerksbetrieben abhängig.

Was das IoT betrifft, ist dies vor allem für die Kfz--Versicherung relevant, da die Fahrzeugdaten bei den Automobilherstellern liegen, die langfristig selbst zu Versicherern werden könnten. Allerdings bestehen weiterhin erhebliche Herausforderungen, insbesondere beim Ausgleich zwischen Wettbewerbsfähigkeit und einem tragfähigen wirtschaftlichen Modell für die Hersteller, deren Margen im Ersatzteilgeschäft nach wie vor eine wesentliche Einnahmequelle darstellen.

Agnes Paquin betont, dass die Digitalisierung Prozesse beschleunigt, die Kundenbeteiligung gesteigert und Arbeitsplätze in Richtung Technik und Strategie verlagert hat. Sie geht davon aus, dass KI die Automatisierung weiter vorantreiben und Aufgabenbereiche neugestalten wird, was zu mehr Schnelligkeit und individuellerer Gestaltung führt. Das Internet der Dinge könnte sich auf die Kfz-Versicherung auswirken, auch wenn die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen der Autohersteller weiterhin ein Hindernis darstellen.

Andrej Slapar

Präsident des Vorstandes der Triglav Gruppe (Slowenien)

Andrej Slapar ist Präsident des Vorstandes der Zavarovalnica Triglav. Er ist verantwortlich für die Entwicklung und Umsetzung der Strategie der Triglav-Gruppe. Unter seiner Führung verfolgt die Gruppe das Ziel, eine moderne, innovative und kundenorientierte Versicherungs- und Finanzorganisation zu sein, die Vertrauen und Sicherheit für alle Anspruchsgruppen schafft. Er vertritt die Zavarovalnica Triglav im Rat des Slowenischen Versicherungsverbandes. Darüber hinaus ist Herr Slapar Vorsitzender des Aufsichtsrats von Jedrski Pool GIZ.

Fragen von Michał Trochimczuk, President und Mitbegründer von Sollers Consulting, an Andrej Slapar, Präsident des Vorstandes der Triglav Gruppe.

Quantencomputing hat das Potenzial, Risikomodellierung grundlegend zu verändern

Michał Trochimczuk: Die letzten 10 Jahre: Welche technologischen Entwicklungen waren in den vergangenen zehn Jahren für die Versicherungsbranche am wichtigsten und welche Bedeutung hatten sie für das Geschäft von Triglav?

Andrej Slapar: In den vergangenen zehn Jahren hat die Versicherungsbranche eine tiefgreifende digitale Transformation durchlaufen. Die Verbreitung von Internet-Technologien ermöglichte den Übergang von papierbasierten und persönlichen Prozessen hin zu Online-Kanälen, wodurch der Abschluss von Versicherungen und die Schadenbearbeitung transparenter und effizienter wurden. Der Aufstieg von Predictive Analytics und Data Science erlaubte es Versicherern, umfangreiche Datenquellen – von Kreditinformationen bis hin zu Satellitenbildern – in die Risikomodellierung einzubeziehen, was zu einer bislang unerreichten Granularität und Genauigkeit führte. Cloud Computing hat Kernsysteme weiter revolutioniert, indem es Skalierbarkeit und Geschwindigkeit erhöhte, während Robotic Process Automation und KI Routineaufgaben wie Vertragsverlängerungen oder die Erstbewertung von Schäden optimierten.

ANDREJ SLAPAR

Das Internet der Dinge (IoT) brachte Echtzeitdaten in die Risikomodelle ein und ermöglichte nutzungsbasierte Versicherungen sowie eine proaktive Schadenprävention durch intelligente Geräte. Für Triglav führten diese technologischen Fortschritte zu einem steigenden Bedarf an digitalen Services und zur Entwicklung innovativer Lösungen wie der i.triglav-App, mit der Kundinnen und Kunden ihre Versicherungen verwalten und Risiken durch Naturkatastrophen bewerten können. Zudem haben wir automatisierte Schadenprozesse eingeführt, die schnellere Regulierung und eine bessere Kundenerfahrung bei kleineren Schäden ermöglichen. Kontinuierliche Investitionen in die digitale Transformation sind ein zentraler Bestandteil unserer Strategie und sichern operative Effizienz sowie eine starke Omnichannel-Präsenz, die den sich wandelnden Kundenerwartungen gerecht wird.

MT: Die nächsten 10 Jahre: Welche wichtigen Trends und technologischen Entwicklungen (z. B. KI, IoT, Quantencomputing) werden Ihrer Ansicht nach den größten Einfluss auf die Versicherungsbranche haben? Wie wird sich das Geschäft von Triglav entsprechend entwickeln?

AS: Mit Blick in die Zukunft wird künstliche Intelligenz – insbesondere generative KI – tief in alle Bereiche der Versicherung integriert werden. Besonders stark betroffen sein werden Underwriting, Preisgestaltung, Schadenbearbeitung und Kundenservice. Maschinelles Lernen ermöglicht dynamische, Echtzeit-Anpassungen von Policen auf Basis von Verhaltens- und Sensordaten, während Schadenprozesse zunehmend durch KI-gestützte Bilderkennung und Chatbots automatisiert werden. IoT-Geräte könnten sich weiter verbreiten und Versicherern kontinuierliche Datenströme liefern, die ein proaktives Risikomanagement und personalisierte Deckungskonzepte unterstützen. Quantencomputing befindet sich zwar noch in einem frühen Stadium, birgt jedoch das Potenzial, Risikomodellierung und Portfoliooptimierung durch extrem komplexe Simulationen grundlegend zu verändern. Diese technologischen Entwicklungen erfordern von Versicherern, Herausforderungen in den Bereichen Datenschutz, algorithmische Transparenz und Cybersicherheit zu adressieren. Bei Triglav setzen wir bereits KI und Automatisierung in unseren operativen Abläufen und in der Kundenkommunikation ein und werden weiterhin Anwendungen prüfen, die einen echten Mehrwert schaffen – stets unter Einhaltung ethischer und rechtlicher Standards. Unsere Strategie ist es, agil und innovativ zu bleiben, neue Technologien im Einklang mit unseren strategischen Zielen zu integrieren und so Resilienz sowie Relevanz in einem sich rasch wandelnden Marktumfeld sicherzustellen.

Andrej Slapar wirft einen Blick auf ein Jahrzehnt der Digitalisierung, Datenwissenschaft, Cloud-Technologie und Automatisierung, welche die Geschäftstätigkeit und das Kundenerlebnis bei Triglav grundlegend verändert haben. Er geht davon aus, dass KI, das Internet der Dinge und später auch Quantencomputing die Bereiche Risikoprüfung, Preisgestaltung und Schadenbearbeitung neu gestalten werden, wobei sich gleichzeitig Herausforderungen in Bezug auf Datenschutz und Transparenz ergeben werden.

Dr Jürg Schiltknecht

Vorstandsvorsitzender der Helvetia Deutschland

Dr. Jürg Schiltknecht ist ein ausgewiesener Experte für Unternehmenstransformation und Restrukturierung. Seit zehn Jahren leitet er als CEO die Helvetia in Deutschland, für die er zuvor zwei Jahre als CFO tätig gewesen war. Unter seiner Ägide durchlief das Unternehmen eines der umfassendsten Erneuerungsprogramme auf dem deutschen Markt. Er ist überzeugt von der zentralen Bedeutung engagierter Mitarbeitenden und starker Vertriebspartnerschaften für den Erfolg. Schiltknecht ist Jurist und seit 1996 in der Versicherungsbranche tätig. Bevor er zur Helvetia kam, war er für die Zurich und PWC tätig gewesen.

Fragen von Michał Trochimczuk, President und Mitbegründer von Sollers Consulting, an Dr. Jürg Schiltknecht, Vorstandsvorsitzender der Helvetia in Deutschland.

Das World Wide Web hat die Informations-Asymmetrie zwischen Versicherer und Endkunden deutlich reduziert

Michał Trochimczuk: Die letzten 25 Jahre: Was waren die wichtigsten technologischen Entwicklungen in den letzten 25 Jahren und welche Bedeutung hatten sie für das Geschäft von Helvetia in Deutschland?

Dr. Jürg Schiltknecht: Das Jahr 2000 war geprägt vom Platzen der Dotcom-Blase. Gleichzeitig wurde das Internet jedoch populärer und die Digitalisierung zog ein in den Alltag der Menschen. Das World Wide Web hat in den letzten 25 Jahren auch die Finanzdienstleistungs-Branche nachhaltig verändert. Vergleichsportale werden von vielen Kunden genutzt, Informationen und Ratgeber sind im Web abrufbar. Auch Vermittler integrieren die Online-Angebote in die Beratung ihrer Kunden. Dadurch hat sich die Informations-Asymmetrie zwischen Versicherer und Endkunden deutlich reduziert.

Gleichzeitig wurde das Smartphone immer beliebter und hat das Konsumverhalten deutlich verändert. In den Jahren seit 2000 hat auch ein Umdenken bei den Versicherern in Bezug auf die Kernsysteme stattgefunden.

DR JÜRG SCHILTKNECHT

Statt Eigenentwicklungen werden heutzutage eher Branchenanbieter gewählt, die Systeme für die Branche (weiter-) entwickeln. Bei Helvetia in Deutschland haben wir uns beispielsweise für Guidewire im Bereich Nichtleben entschieden und lösen damit eine in die Jahre gekommene Eigenentwicklung ab.

In den letzten Jahren waren InsurTechs als neue Revolution im Versicherungswesen zu beobachten. Allerdings hat sich hier die anfängliche Euphorie inzwischen deutlich gelegt. Trotzdem hat das die Finanzdienstleistungsbranche positiv beeinflusst hinsichtlich Geschwindigkeit und Kundenorientierung von IT-Anwendungen. In Zukunft wird die KI zu disruptiven Veränderungen führen. Noch scheinen die meisten auf der Suche nach den für alle Beteiligten nutzenstiftenden Anwendungsfällen zu sein. Ich bin jedoch überzeugt, dass sie zeitnah kommen.

MT: Die Helvetia hat in der Schweiz früh mit KI-unterstützten Sprachassistenten im Kundenservice gearbeitet. In welchen Bereichen siehst Du weitere Einsatzmöglichkeiten von KI? Wird man mit KI den sich abzeichnenden Rückgang in der Zahl der Mitarbeiter kompensieren können?

JS: Wir sehen sehr große Chancen durch den Einsatz von KI. Der Zusammenschluss von Helvetia und Baloise ermöglicht uns, das Knowhow und die Kompetenzen der Mitarbeitenden beider Häuser noch besser zu nutzen. Wir entwickeln attraktive Use Cases mit KI in den Servicebereichen und der technischen Exzellenz. Im Bereich Betrugserkennung konnten wir mit KI bereits deutlich bessere Ergebnisse erzielen.

Auch im Lead Management konnten wir mit KI-Tools die Qualität bereits deutlich verbessern. Grundsätzlich stehen wir der KI sehr positiv gegenüber und sehen es als Technologie, mit der wir unsere Prozesse effizienter machen können. Die Mitarbeitenden können sich dann noch besser und schneller um die Vertriebspartner, Kunden und deren individuelle Bedürfnisse kümmern. Unser Ziel ist, dass alle davon profitieren.

Dr. Schiltknecht erklärt, dass das Internet und Vergleichsportale die Informationsasymmetrie verringert und das Kundenverhalten verändert haben. Die Helvetia Deutschland hat ihre Kernsysteme modernisiert und sieht großes Potenzial für KI, die bereits jetzt die Betrugsaufdeckung und das Lead-Management verbessert. KI wird die Effizienz steigern, sodass sich die Mitarbeitenden stärker auf Partner und Kunden konzentrieren können.

Brenda Gibson

CEO von Red River Mutual (Canada)

Brenda Gibson ist eine erfahrene und erfolgreiche Führungskraft im kanadischen Versicherungssektor. Sie ist Präsidentin und Chief Executive Officer von Red River Mutual und verfügt über mehr als 20 Jahre umfassende Erfahrung im Versicherungswesen - darunter in leitenden Positionen in den Bereichen Finanzen und in der Personenversicherung. Bekannt für ihre strategische Vision und ihr Engagement für das genossenschaftliche Prinzip, verbindet sie operative Expertise mit einem tiefen Verständnis für Maklerpartnerschaften, Kundenbedürfnisse und gemeinschaftsorientierte Versicherungen. Brenda spielt eine Schlüsselrolle bei der Gestaltung des Wachstums, der Diversifizierung und der Anpassung von Red River Mutual an sich verändernde Markt- und Kundenerwartungen. Sie hat einen Bachelor of Commerce (Honours) der University of Manitoba und ist Chartered Professional Accountant (CPA, CA) sowie Chartered Insurance Professional (CIP).

Fragen von Michał Trochimczuk, President und Mitbegründer Sollers Consulting, an Brenda Gibson, CEO von Red River Mutual.

KI soll menschliches Fachwissen ergänzen, statt es zu ersetzen

Michał Trochimczuk: Was sind nach 150 Jahren Geschäftstätigkeit die Grundsätze für das Wachstum eines Versicherungsunternehmens, die in diesem Zeitraum unverändert geblieben sind?

Brenda Gibson: Die Feier unseres 150-jährigen Jubiläums gab uns Gelegenheit, darüber nachzudenken, was Red River Mutual über anderthalb Jahrhunderte hinweg getragen hat. Im Kern sind die Grundsätze einer Gegenseitigkeitsgesellschaft – die Versicherungsnehmer an erste Stelle zu stellen – unverändert geblieben. Die Versicherungsnehmer sind Eigentümer der Organisation, und ihre Bedürfnisse leiten jede Entscheidung, die wir treffen. Dieser Fokus auf Vertrauen und Gemeinschaft war unser Kompass und hat eine Loyalität geschaffen, die es Gegenseitigkeitsgesellschaften ermöglicht, über Generationen hinweg zu florieren.

Die Versicherten an erste Stelle zu setzen, bedeutet nicht, die Rentabilität zu vernachlässigen. Finanzielle Nachhaltigkeit ist unerlässlich, aber in einer Versicherungsgesellschaft auf Gegenseitigkeit wird der Gewinn mit dem Zweck in Einklang gebracht.

Entscheidungen werden von einer langfristigen Perspektive geleitet, um sicherzustellen, dass wir bereit sind, den Versicherungsnehmern zu helfen, wann immer sie uns brauchen. Selbst in Situationen, in denen Ansprüche abgelehnt werden, messen wir den Erfolg daran, wie gut wir die Versicherungsnehmer unterstützen und mit ihnen kommunizieren.

Es ist diese Kombination aus Gemeinschaftsorientierung, langfristigem Denken und finanzieller Disziplin, die es Red River Mutual ermöglicht hat, seit 150 Jahren nachhaltig zu wachsen – und die uns auch in Zukunft leiten wird.

MT: Die nächsten 25 Jahre: Welche Veränderungen werden in Zukunft den größten Einfluss auf die Versicherungsbranche haben? Was erwarten Sie für das Geschäft von Red River Mutual? Welche Rolle werden technologische Entwicklungen wie KI, IoT, Quantencomputer usw. spielen?

BG: KI wird wahrscheinlich die transformativste Technologie der kommenden Jahrzehnte sein. Während wir in den letzten 25 Jahren unsere Systeme modernisiert und die Beziehungen zu Maklern gestärkt haben, wird sich die nächste Phase darauf konzentrieren die Verbindungen zwischen Maklern und Kunden weiter zu festigen und über traditionelle Grenzen hinaus nahtlose End-to-End-Erlebnisse zu bieten.

KI kann interne Prozesse verbessern und unseren Mitarbeitern mehr Zeit für Interaktionen geben, bei denen menschliche Empathie und Urteilsvermögen unerlässlich sind – insbesondere bei Schadensfällen oder komplexen Versicherungsentscheidungen. Die Herausforderung besteht darin, diese Technologien so zu integrieren, dass sie menschliches Fachwissen ergänzen, statt es zu ersetzen. Der Erfolg wird sich aus der Integration von Technologie, menschlicher Einsicht und Zusammenarbeit ergeben, um Kundenbedürfnisse zu erfüllen, Risiken zu managen und die dauerhaften Werte des Gegenseitigkeitsmodells – Gemeinschaft und langfristige Beziehungen – aufrechtzuerhalten.

Brenda Gibson erklärt, dass sich durch die Modernisierung der Kernsysteme die Betriebsabläufe und die Vernetzung bei Red River Mutual grundlegend verändert haben. Mit Blick auf die Zukunft wird künstliche Intelligenz (KI) die entscheidende treibende Kraft sein, die Prozesse optimiert und gleichzeitig den Mitarbeitern Zeit für einfühlsame, wertschöpfende Interaktionen verschafft. Sie betont, dass KI menschliches Fachwissen unterstützen – und nicht ersetzen – sollte, um die Beziehungen zu Maklern und Kunden zu stärken.

Über Sollers

Imprint

Sollers Consulting unterstützt Versicherer bei der Entwicklung marktführender Geschäftsprozesse. Ein internationales Team von Business- und IT-Experten aus 42 Nationen ist an 16 Standorten in Europa, Nordamerika und Asien für Sie da. Seit der Gründung im Jahr 2000 hat Sollers weltweit über 150 Unternehmen bei Ihrer digitalen Transformation unterstützt und für Versicherer an ihre spezifischen Bedürfnisse angepasste Technologielösungen entwickelt.

Basierend auf lokaler Versicherungsexpertise hat Sollers sowohl Kern- als auch Front-End-Systeme für namhafte Unternehmen implementiert und dabei mit Admiral, Amica, Aviva, AXA, Helvetia, Beazley, FMNE, Insurance Australia Group (IAG), Liberty, MS&AD, QBE, Red River Mutual, Sompo, Texas Mutual, Tokio Marine, VHV und Zurich zusammengearbeitet.

Zu den Partnerschaften von Sollers gehören große Anbieter von Kernsystemen wie Guidewire und Salesforce, Anbieter moderner Datenlösungen wie Snowflake und Databricks, alle großen Cloud-Anbieter (AWS, GCP und Azure), Prozessautomatisierungsplattformen wie Appian und Camunda sowie versicherungsspezifische Lösungen in Bereichen wie Pricing und Underwriting von SEND und Hyperexponential.

Sollers Consulting wurde von Great Place To Work® als einer der angesehensten Arbeitgeber in Polen ausgezeichnet.

Sollers Consulting Sp. z o. o.
Koszykowa 54
00-675 Warszawa
Poland

Sollers Consulting GmbH
Cäcilienstraße 30
50667 Köln
Germany

Sollers Consulting K.K. - Tokyo
Kanda Square 13F, 2-2-1 Kanda-Nishikicho
Chiyoda-ku
Tokyo 101-0054
Japan

Sollers Consulting
Information Technology S.L
Gran Via de les Corts Catalanes 645
08010, Barcelona
Spain

Sollers Consulting
Information Technology Limited
14 Cullum Street
EC3M 7JJ London
Great Britain

Sollers Consulting LLC
220 N Green Street
Chicago, IL 60607
USA

Sollers Consulting Sdn.
Bhd. – Kuala Lumpur (Malaysia)
Unit 37-2, Level 37,
Q Sentral, No. 2A
Jalan Stesen Sentral 2
Kuala Lumpur Sentral 50470
Malaysia

Redaktion:

Konzept, Text	Christoph Baltzer
Konzept, Text	Magdalena Kirska-Okuniewska
Konzept, Text	Sean McDonnell
Konzept	Małgorzata Mioduszewska

Layout: Adam Wojtas

contact@sollers.com

Mehr Informationen unter:

sollers.com

25
YEARS
sollers