KPMG

Future Readiness Monitor

Branchenreport Versicherung

© 2025 KPMG AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, eine Aktiengesellschaft nach deutschem Recht und ein Mitglied der globalen KPMG-Organisation unabhängiger Mitgliedsfirmen, die KPMG International Limited, einer Private English Company Limited by Guarantee, angeschlossen sind. Alle Rechte vorbehalten.

Inhalt

Vorwort zur Studie 4

Executive Summary 6

Cyber- und Wirtschaftskriminalität 10

Fachkräftemangel und zunehmender Stellenwert des Talentmanagements 14

Ganzheitliche Prozessoptimierung zur Verbesserung der Customer Experience 18

Methodik 23

Kontakt 24

© 2025 KPMG AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, eine Aktiengesellschaft nach deutschem Recht und ein Mitglied der globalen KPMG-Organisation unabhängiger Mitgliedsfirmen, die KPMG International Limited, einer Private English Company Limited by Guarantee, angeschlossen sind. Alle Rechte vorbehalten.

Vorwort zur Studie

Liebe Leser:innen,

der deutsche Versicherungsmarkt befindet sich in hochkomplexen Zeiten. Die regulatorischen Anforderungen nehmen stetig zu und die Kundenbedürfnisse verändern sich rasch. Um zukunftssicher aufgestellt zu sein, müssen Versicherungsunternehmen möglichst präzise einschätzen können, welche Trends für sie relevant sind – beziehungsweise werden – und wie es hinsichtlich dieser Trends um ihren Reifegrad bestellt ist, um bei Investitionen entsprechend Prioritäten zu setzen. Der Future Readiness Monitor (FRM) bietet einen Einblick in die interne Beurteilung der Herausforderungen und der Zukunftsfähigkeit deutscher Versicherer. Dabei standen vier Aspekte im Fokus: (1) die Zukunftsaussichten des eigenen Unternehmens mit Blick auf die nächsten drei Jahre (Optimismus), (2) die aktuelle Aufstellung des eigenen Unternehmens bei geschäftsentscheidenden Faktoren (Reifegrad), (3) die für die nächsten drei Jahre geplanten Investitionsschwerpunkte (Investitionspriorität) und (4) die Wahrnehmung der Bedeutung der abgefragten Trends für das eigene Unternehmen (Relevanz).

Die folgenden zehn Trends unseres Future Readiness Monitors werden die deutsche Wirtschaft künftig prägen. Sie haben maßgeblichen Einfluss auf strategische Planungen und Investitionsentscheidungen. Daher sind frühzeitiges Monitoring und proaktives Management der neuen Entwicklungen entscheidende Erfolgsfaktoren für langfristige Wettbewerbsfähigkeit:

1. Strukturierte Integration von Klimarisiken und Folgeschäden des Klimawandels in die strategische, operative und Risikoplanung

2. Umfassendere Berücksichtigung von ESG-Themenstellungen bei CapEx-Entscheidungen

3. Überführung regulatorischer Anforderungen in unternehmerischen Mehrwert mithilfe flexibler und integrierter Governance-Modelle

© 2025 KPMG AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, eine Aktiengesellschaft nach deutschem Recht und ein Mitglied der globalen KPMG-Organisation unabhängiger Mitgliedsfirmen, die KPMG International Limited, einer Private English Company Limited by Guarantee, angeschlossen sind. Alle Rechte vorbehalten.

4. Automatisierung von Geschäftsprozessen durch künstliche Intelligenz und andere Technologien

5. Geopolitische Spannungen und Handelskonflikte erhöhen den Druck, die Risiken im Geschäftsmodell, den globalen Footprint und das Wertschöpfungsnetzwerk zu minimieren

6. Konfrontation mit Cyberkriminalität, Betrug und anderen Formen der Wirtschaftskriminalität

7. Veränderung der Arbeitswelt durch Digitalisierung

8. Bewältigung des Fachkräftemangels und zunehmender Stellenwert des Talentmanagements

9. Anpassung an sich rasch wandelnde Rahmenbedingungen (Agilität)

10. Schaffung durchgängiger Prozesse zur Verbesserung der Customer Experience und Erfüllung individueller Kundenwünsche entlang der gesamten Wertschöpfungskette

Optimismus:
Die Ergebnisse des FRM zeigen, dass die Unternehmen der deutschen Versicherungsbranche insgesamt optimistisch in die Zukunft blicken. Von den Befragten äußern sich 86 Prozent optimistisch, darunter 48 Prozent sogar sehr optimistisch (Skalenwerte 8-10[(a)]), was einen Spitzenwert im Vergleich innerhalb der befragten Branchen darstellt. Lediglich 2 Prozent der Teilnehmer:innen sind sehr pessimistisch (Skalenwerte 0-2).

Relevanz:
Auch in Bezug auf die Relevanz der Trends zeigt sich eine deutliche Überlegenheit der Versicherungsbranche im Vergleich zu anderen Branchen. Besondere Abweichungen lassen sich bei den Themen Klimarisiken und Klimawandel (7,4 vs. 6,4), Governance für Regulatorikthemen (7,0 vs. 6,2) sowie Customer Experience (8,4 vs. 7,6) beobachten, in denen die Versicherer jeweils höhere Durchschnittswerte erzielen.

Reifegrad:
Bei Klimarisiken liegt der Wert bei 6,5 und damit 0,9 Punkte über dem Gesamtdurchschnitt (5,6). Ähnlich verhält es sich mit dem Thema ESG bei Investitionen (6,5 vs. 5,5) und Governance für Regulatorikthemen (6,0 vs. 5,2), bei denen die Werte jeweils über den allgemeinen Durchschnittswerten liegen.

Investitionspriorität:
Die Investitionsschwerpunkte der Versicherer spiegeln die hohen Erwartungen wider. Besonders stark stechen Versicherer im Vergleich zu anderen Branchen bei Klimarisiken (6,8 vs. 5,9), Governance (6,5 vs. 5,2) und dem Fachkräftemangel (7,2 vs. 6,4) hervor. Diese Themen stehen somit im Fokus der zukünftigen Investitionen.

Insgesamt identifizieren die Befragten drei zentrale Trends in den Bereichen Relevanz, Reifegrad und Investitionspriorität: die Konfrontation mit Cyberkriminalität, den Fachkräftemangel und die Veränderung der Arbeitswelt durch Digitalisierung. Diese Trends sind entscheidend für die zukünftige Ausrichtung und Wettbewerbsfähigkeit von Versicherern.

Ich wünsche Ihnen eine informative Lektüre und erkenntnisreiche Einblicke.

Stefan Heyers
Partner, Financial Services,
Head of Insurance
KPMG AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft

(a) Skala von 0 bis 10 (0-2 sehr pessimistisch; 8-10 sehr optimistisch)

© 2025 KPMG AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, eine Aktiengesellschaft nach deutschem Recht und ein Mitglied der globalen KPMG-Organisation unabhängiger Mitgliedsfirmen, die KPMG International Limited, einer Private English Company Limited by Guarantee, angeschlossen sind. Alle Rechte vorbehalten.

Executive Summary

10 Trends, die deutsche Versicherungsunternehmen prägen, im Überblick

Um zukunftssicher aufgestellt zu sein, müssen Versicherungsunternehmen möglichst präzise einschätzen können, welche Trends für sie relevant sind – beziehungsweise werden – und wie es hinsichtlich dieser Trends um ihren Reifegrad bestellt ist. Nur so können bei Investitionen entsprechend geeignete Schwerpunkte gesetzt werden. Dies zeigt unsere Übersicht zu den zehn Trends, die das Expertenpanel als maßgeblich identifiziert hat. Über die drei Kategorien Relevanz, Reifegrad und Investitionspriorität hinweg stehen für die Versicherungsbranche unter anderem die folgenden Themen an vorderster Stelle: der Fachkräftemangel, die Verbesserung der Customer Experience sowie die Konfrontation mit Cyber- und Wirtschaftskriminalität.

Optimismus

86 Prozent der befragten Versicherungsunternehmen sind optimistisch[(a)], **48 Prozent** sogar sehr optimistisch[(b)].

86 Prozent
optimistisch[(a)]

48 Prozent
sehr optimistisch[(b)]

Im Branchenvergleich belegt der Versicherungssektor damit die Spitzenposition.

Anm: (a) Skalenwerte 6-10 auf einer Skala von 0-10, (b) Skalenwerte 8-10 auf einer Skala von 0-10, (c) Skalenwerte 0-4 auf einer Skala von 0-10

© 2025 KPMG AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, eine Aktiengesellschaft nach deutschem Recht und ein Mitglied der globalen KPMG-Organisation unabhängiger Mitgliedsfirmen, die KPMG International Limited, einer Private English Company Limited by Guarantee, angeschlossen sind. Alle Rechte vorbehalten.

Die Top Trends je Dimension in der Versicherungsbranche

	Reifegrad	Relevanz	Investitions-priorität
Top 1	Konfrontation mit Cyberkriminalität, Betrug und anderen Formen der Wirtschaftskriminalität (83 Prozent[a])	Fachkräftemangel und zunehmender Stellenwert des Talentmanagements (94 Prozent[a])	Konfrontation mit Cyberkriminalität, Betrug und anderen Formen der Wirtschaftskriminalität (88 Prozent[a])
Top 2	Veränderung der Arbeitswelt durch Digitalisierung (78 Prozent[a])	Schaffung durchgängiger Prozesse zur Verbesserung der Customer Experience und Erfüllung individueller Kundenwünsche entlang der gesamten Wertschöpfungskette (94 Prozent[a])	Fachkräftemangel und zunehmender Stellenwert des Talentmanagements (86 Prozent[a]), **Spitzenwert im Branchenvergleich**
Top 3	Fachkräftemangel und zunehmender Stellenwert des Talentmanagements	Konfrontation mit Cyberkriminalität, Betrug und anderen Formen der Wirtschaftskriminalität (93 Prozent[a])	Schaffung durchgängiger Prozesse zur Verbesserung der Customer Experience und Erfüllung individueller Kundenwünsche entlang der gesamten Wertschöpfungskette (79 Prozent[a])

31 Prozent geben einen geringen bis sehr geringen[c] Reifegrad beim Thema Automatisierung an

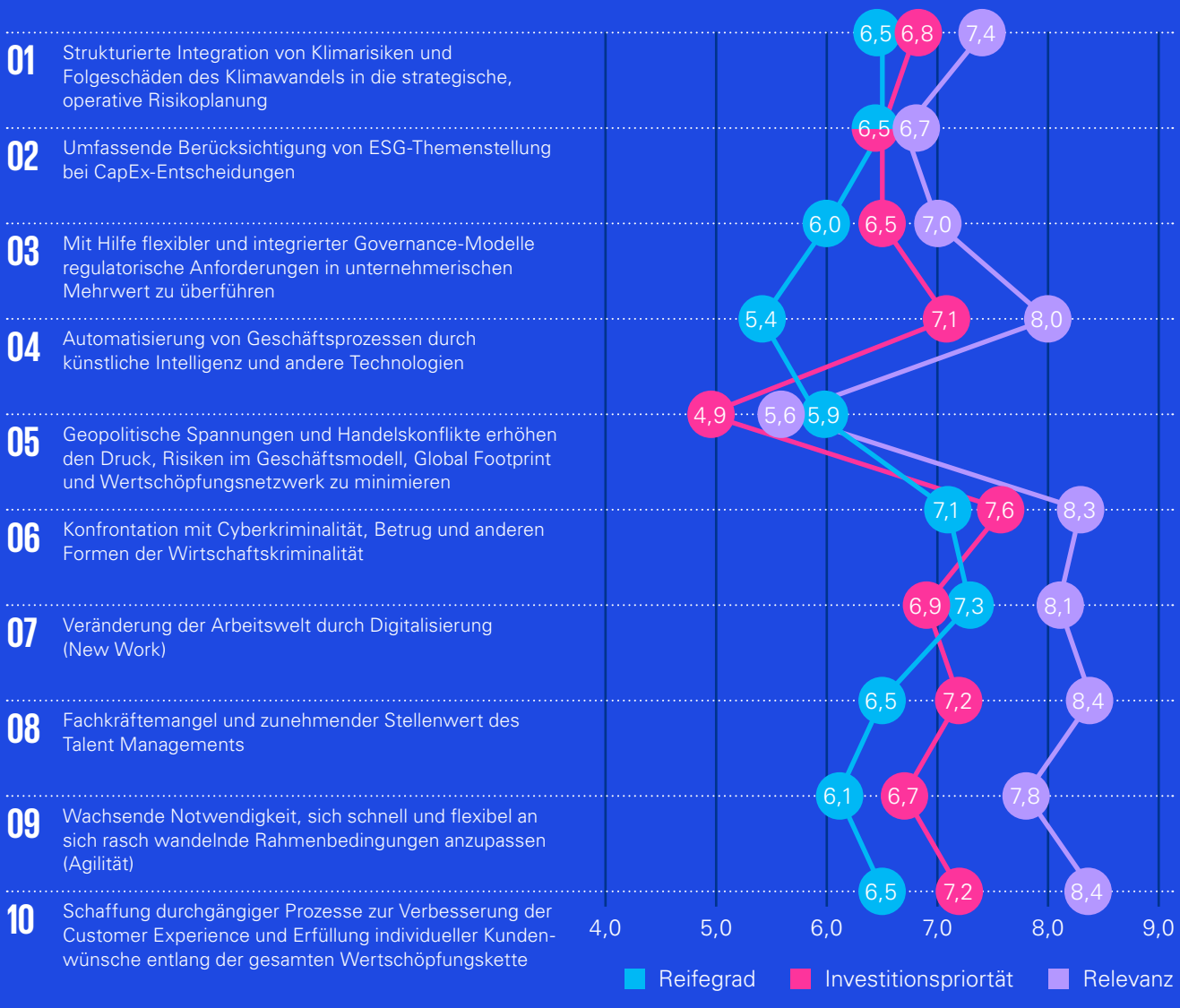
© 2025 KPMG AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, eine Aktiengesellschaft nach deutschem Recht und ein Mitglied der globalen KPMG-Organisation unabhängiger Mitgliedsfirmen, die KPMG International Limited, einer Private English Company Limited by Guarantee, angeschlossen sind. Alle Rechte vorbehalten.

Executive Summary

Gesamtvergleich der Trends

Abbildung 1 zeigt eine Übersicht der durchschnittlichen Bewertungen der drei Dimensionen Relevanz, Reifegrad und Investitionspriorität für die zehn betrachteten Trends im Vergleich. Die Relevanz der einzelnen Themen wird grundsätzlich höher als die Investitionspriorität und der Reifegrad eingeschätzt. Allgemein deuten die Mittelwerte auf eine hohe bis sehr hohe Relevanz bei allen Themen hin.

Abbildung 1: Mittelwerte für die Einschätzung von Relevanz, Reifegrad und Investitionspriorität je Trend auf einer Skala von 0 bis 10 (0 = sehr gering; 10 = sehr hoch)



Quelle: KPMG in Deutschland, 2025

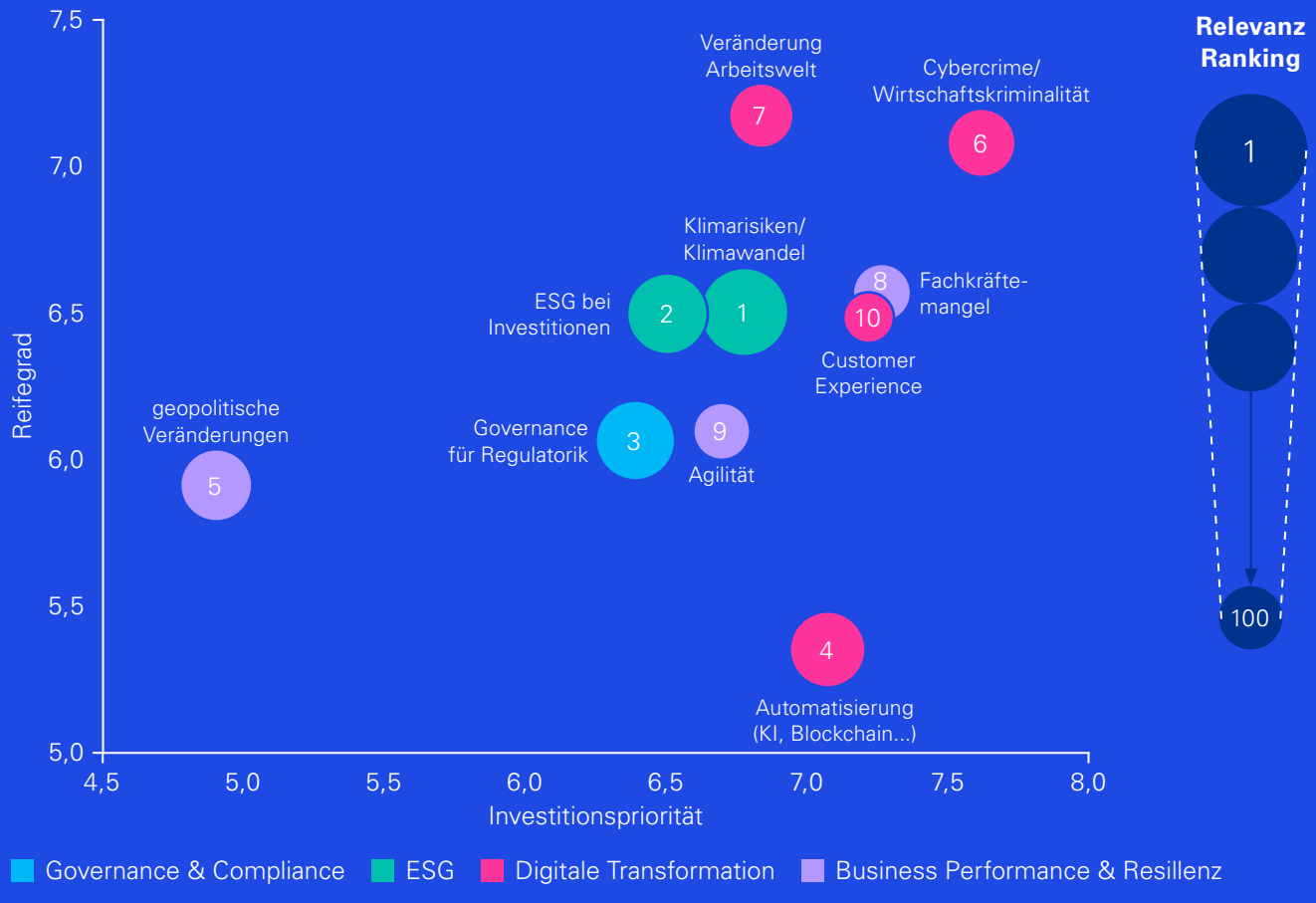
© 2025 KPMG AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, eine Aktiengesellschaft nach deutschem Recht und ein Mitglied der globalen KPMG-Organisation unabhängiger Mitgliedsfirmen, die KPMG International Limited, einer Private English Company Limited by Guarantee, angeschlossen sind. Alle Rechte vorbehalten.

Vergleich Reifegrad und Investitionen

Die meisten Trends mit niedrig eingeschätztem Reifegrad besitzen auch eine geringe Investitionspriorität, wie auf Abbildung 2 zu sehen ist. Eine Ausnahme bildet hier das Thema „Automatisierung von Geschäftsprozessen". Bei den meisten Trends gilt:

Je höher der Reifegrad, desto mehr Investitionen sollen in den nächsten Jahren getätigt werden. Was zunächst etwas kontraintuitiv zu sein scheint, könnte auf die dynamische Entwicklung der Trends und deren Auswirkungen zurückzuführen sein. Das Thema Cyberkriminalität ist hierfür ein gutes Beispiel. Die meisten Unternehmen beschäftigen sich gerade in Zusammenhang mit der digitalen Transformation der letzten Jahre intensiv mit dem Thema und haben ihre Kompetenzen und Abwehrfähigkeiten in diesem Bereich sukzessiv gesteigert. Das ist aufgrund zunehmender technologischer Expertise der Angreifer notwendig, um ausreichend auf Attacken vorbereitet zu sein. Bereits ein einzelner erfolgreicher Angriff kann verheerende Auswirkungen auf ein Unternehmen haben und unmittelbar wirken.

Abbildung 2: Reifegradeinschätzung und Investitionspriorität im Vergleich 2024, 1. Halbjahr



Quelle: KPMG in Deutschland, 2025

© 2025 KPMG AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, eine Aktiengesellschaft nach deutschem Recht und ein Mitglied der globalen KPMG-Organisation unabhängiger Mitgliedsfirmen, die KPMG International Limited, einer Private English Company Limited by Guarantee, angeschlossen sind. Alle Rechte vorbehalten.

© 2025 KPMG AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, eine Aktiengesellschaft nach deutschem Recht und ein Mitglied der global tätigen KPMG-Organisation unabhängiger Mitgliedsfirmen, die KPMG International Limited, einer Private English Company Limited by Guarantee, angeschlossen sind. Alle Rechte vorbehalten.

Cyber- und Wirtschaftskriminalität

Die zunehmende Digitalisierung und Vernetzung haben dazu geführt, dass Unternehmen einem höheren Risiko von Cyberangriffen und Betrug im Cyberraum ausgesetzt sind. Herausforderungen für die Unternehmen hierbei sind die Durchführung von Risikoanalysen, die Entwicklung und Implementierung von Sicherheitsstrategien sowie daraus abgeleitet wirksame Sicherheitsmechanismen und Abwehrmaßnahmen. Dabei geht es auch darum, die Einhaltung von rechtlichen und regulatorischen Vorgaben (z. B. NIS 2, DORA, Cyber Resilience Act, EU-DSGVO) sicherzustellen und die Mitarbeiter:innen durch Schulungen für das Thema zu sensibilisieren.

Cyberkriminalität stellt auch für den Versicherungssektor eine wachsende Bedrohung dar. Versicherungsunternehmen verwalten eine immense Menge sensibler Kundendaten, die ein attraktives Ziel für Cyberangriffe sind. Phishing-Angriffe, Ransomware und Datenlecks sind nur einige der Cyberbedrohungen, mit denen diese Unternehmen konfrontiert sind. Besonders besorgniserregend ist, dass Kriminelle zunehmend hochentwickelte Techniken wie künstliche Intelligenz einsetzen, um gezielte Angriffe durchzuführen. Die Folgen solcher Angriffe reichen von finanziellen Verlusten bis hin zu schweren Reputationsschäden. Versicherungsunternehmen reagieren daher mit erhöhten Investitionen in Cybersicherheitsmaßnahmen und der Optimierung ihrer IT-Systeme. Der Fokus liegt dabei nicht nur auf der Prävention, sondern auch auf der schnellen Erkennung und Abwehr von Angriffen, um die enormen Risiken zu minimieren.

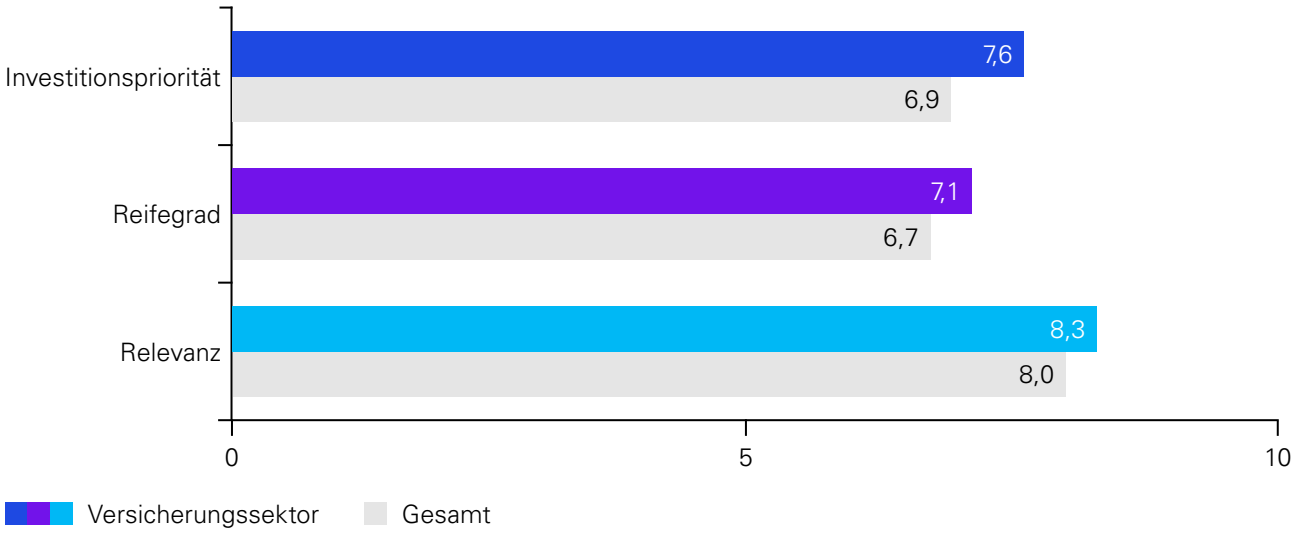
Im Versicherungssektor belegt der Trend in allen drei Dimensionen (Relevanz, Reifegrad und Investitionspriorität) hohe Werte, was auf die signifikante Bedeutung des Themas für Versicherungsunternehmen hinweist. Insbesondere im Bereich der Relevanz geben die Befragten im Versicherungssektor eine durchschnittliche Bewertung von 8,3 an, was die Wichtigkeit dieses Trends unterstreicht. Auch der Reifegrad wird mit einem Durchschnittswert von 7,1 im Versicherungsbereich hoch eingeschätzt, was zeigt, dass Versicherungsunternehmen sich gut auf diesen Trend vorbereitet fühlen und bereits Maßnahmen ergriffen haben, um damit umzugehen.

Die Investitionspriorität liegt im Versicherungssektor bei einem durchschnittlichen Wert von 7,6. Dies verdeutlicht, dass Versicherer weiterhin bereit sind, in die identifizierten Trendthemen zu investieren. Der Versicherungssektor muss kontinuierlich auf neue Gegebenheiten und Anforderungen reagieren, insbesondere im Hinblick auf die digitale Transformation und den fortschreitenden technologischen Wandel.

Die Unternehmen im Versicherungsbereich sind sich bewusst, dass eine kontinuierliche Steigerung der Reife und Investitionen notwendig sind, um den gestiegenen Anforderungen gerecht zu werden und den steigenden Risiken, wie zum Beispiel Cyberkriminalität, effektiv zu begegnen.

© 2025 KPMG AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, eine Aktiengesellschaft nach deutschem Recht und ein Mitglied der globalen KPMG-Organisation unabhängiger Mitgliedsfirmen, die KPMG International Limited, einer Private English Company Limited by Guarantee, angeschlossen sind. Alle Rechte vorbehalten.

Abbildung 3: Implikationen der Cyber- und Wirtschaftskriminalität im Versicherungssektor



Quelle: KPMG in Deutschland, 2025; Werte basierend auf einer Skala von 0–10

Implikationen für den Versicherungssektor

Einbindung der Mitarbeiter:innen:
Im Versicherungssektor ist es entscheidend, die Bedeutung von Cybersicherheit klar zu kommunizieren, da das Vertrauen der Kund:innen direkt mit dem Schutz ihrer sensiblen Daten verknüpft ist. Eine erweiterte interne Kommunikation, die den Fokus auf Cybersicherheit als zentralen Faktor für den Geschäftserfolg und die Stärkung des Kundenvertrauens legt, ist unerlässlich. Das Cybersicherheitsteam sollte als „Influencer" im Unternehmen fungieren, um die Mitarbeiter:innen zu motivieren, sich aktiv mit Sicherheitsmaßnahmen auseinander-zusetzen. Dies kann durch kontinuierliche Schulungen und Informationskampagnen erreicht werden. Zudem hilft ein Zero-Trust-Ansatz, das Sicherheitsniveau zu erhöhen. Dieses Konzept geht davon aus, dass weder Benutzer:innen noch Geräte automatisch vertrauenswürdig sind, und setzt stattdessen auf strikte Zugangskontrollen, bei denen Identity Access Management (IAM) eine Schlüsselrolle spielt, um zusätzlichen Schutz zu bieten.

Umfassende Cyberresilienz:
Versicherungsunternehmen müssen widerstandsfähig gegen Cyberangriffe sein, um die Kontinuität der Geschäftstätigkeiten sicherzustellen. Der Aufbau einer Cyberresilienz-Strategie, die den Geschäftsbetrieb auch während eines Angriffs aufrechterhält, ist entscheidend, um mögliche Schäden zu minimieren. Da Versicherungen häufig international tätig sind, ist es zudem unerlässlich, eine cybersichere Lieferkette zu gewährleisten, die über nationale Grenzen hinweg Schutz bietet.

Multidisziplinärer Ansatz:
Die Integration von Cybersicherheit und Datenschutz in einem multidisziplinären Ansatz sollte im Versicherungssektor höchste Priorität haben. Durch den Einsatz von Automatisierung und künstlicher Intelligenz können die Sicherheitsprozesse effizienter gestaltet werden. Dies ist besonders im Cloud Computing von Bedeutung, da Versicherungsunternehmen zunehmend auf digitale Plattformen setzen, um Kundendaten zu verwalten und ihre Dienstleistungen zu erweitern. Ein solcher Ansatz kann die Cybersicherheit auf ein neues Level heben und gleichzeitig die Ressourcennutzung optimieren.

© 2025 KPMG AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, eine Aktiengesellschaft nach deutschem Recht und ein Mitglied der globalen KPMG-Organisation unabhängiger Mitgliedsfirmen, die KPMG International Limited, einer Private English Company Limited by Guarantee, angeschlossen sind. Alle Rechte vorbehalten.

Die Konfrontation mit Cyberkriminalität, Betrug und anderen Formen der Wirtschaftskriminalität stellt für Versicherungsunternehmen eine doppelte Herausforderung dar: Einerseits müssen sie die eigenen sensiblen Daten und Systeme schützen, andererseits tragen sie die Verantwortung, ihre Kund:innen gegen genau diese Risiken abzusichern. Damit sind sie sowohl Ziel als auch Schutzschild im Kampf gegen moderne Cyberbedrohungen."

Christian Nern
Partner, Financial Services,
Head of Cyber Security
KPMG AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft

© 2025 KPMG AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, eine Aktiengesellschaft nach deutschem Recht und ein Mitglied der globalen KPMG-Organisation unabhängiger Mitgliedsfirmen, die KPMG International Limited, einer Private English Company Limited by Guarantee, angeschlossen sind. Alle Rechte vorbehalten.

© 2025 KPMG AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, eine Aktiengesellschaft nach deutschem Recht und ein Mitglied der globalen KPMG-Organisation unabhängiger Mitgliedsfirmen, die KPMG International Limited, einer Private English Company Limited by Guarantee, angeschlossen sind. Alle Rechte vorbehalten.

Fachkräftemangel und zunehmender Stellenwert des Talentmanagements

Der Fachkräftemangel im Versicherungssektor ist ein zunehmend drängendes Thema, das sowohl Unternehmen als auch die gesamte Branche vor erhebliche Herausforderungen stellt. Die Versicherungsbranche steht vor einem tiefgreifenden Wandel, der durch technologische Innovationen, regulatorische Änderungen und demografische Verschiebungen geprägt ist. Diese Veränderungen erfordern spezialisierte Fachkräfte, die nicht nur über fundiertes Fachwissen verfügen, sondern auch die Fähigkeit besitzen, sich schnell an neue Gegebenheiten anzupassen.

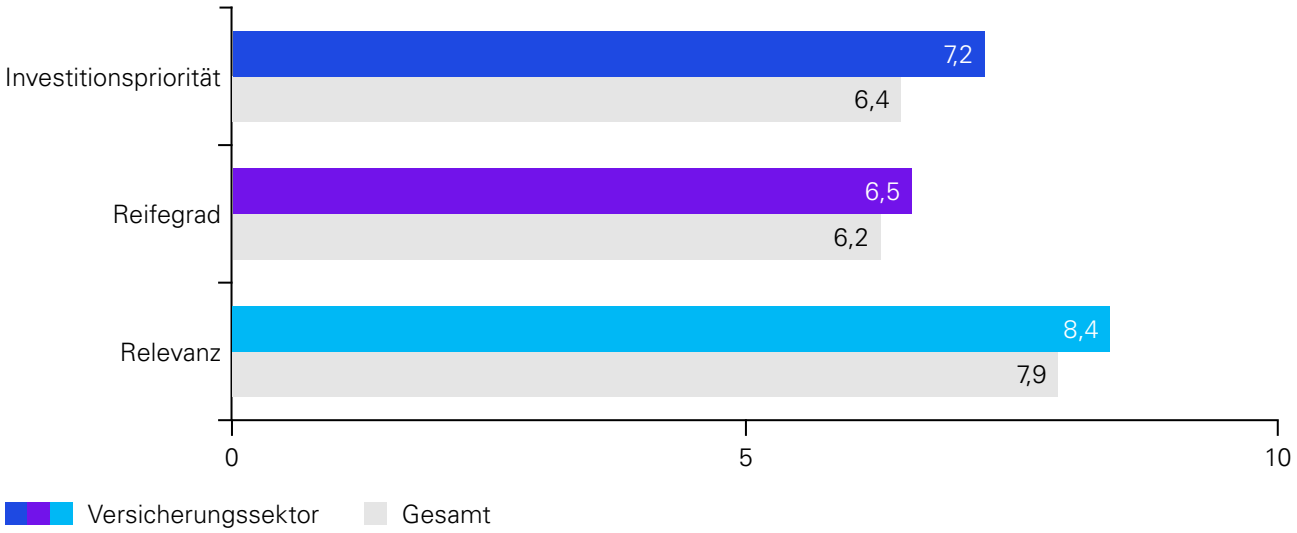
Der demografische Wandel verstärkt den Fachkräftemangel und stellt zusammen mit der Digitalisierung viele Unternehmen vor neue Herausforderungen. Besonders die Entwicklung klimafreundlicher Technologien und Produkte sowie der Einsatz von künstlicher Intelligenz erfordern zahlreiche Fachkräfte. Diese Technologien revolutionieren die Art und Weise, wie Versicherungsunternehmen arbeiten und mit ihren Kund:innen interagieren. Um diese Technologien effektiv nutzen zu können, benötigen Unternehmen Mitarbeiter:innen mit spezifischen IT- und Datenanalysefähigkeiten. Diese Fachkräfte sind jedoch auf dem Arbeitsmarkt rar und stark umworben.

Talentmanagement – also die Fähigkeit, Talente zu identifizieren, zu entwickeln und zu binden – wird dadurch immer wichtiger, um wettbewerbsfähig zu bleiben. Die Bedeutung eines effektiven Talentmanagements kann in diesem Kontext nicht hoch genug eingeschätzt werden. Unternehmen müssen proaktive Maßnahmen ergreifen, um ihre Attraktivität als Arbeitgeber zu steigern und eine Unternehmenskultur zu schaffen, die kontinuierliches Lernen und Entwicklung fördert. Nur so können sie sicherstellen, dass sie auch in Zukunft über die notwendigen Fachkräfte verfügen, um den Herausforderungen der Branche erfolgreich zu begegnen.

Laut dem aktuellen Future Readiness Monitor betrachten mehr als drei Viertel der Unternehmen den Fachkräftemangel als ein sehr relevantes Thema. Dennoch schätzt nur gut ein Viertel der Befragten die eigenen Maßnahmen und Strategien der Unternehmen zur Bewältigung dieses Mangels als vollständig ausgereift ein. Die Investitionspriorität liegt mit dem Indexwert 7,2 deutlich über dem Gesamtdurchschnitt und erreicht somit auch den Spitzenwert aller Branchen. Damit rangiert der Fachkräftemangel auf Platz 2 der Investitionsprioritäten in der Versicherungsbranche.

© 2025 KPMG AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, eine Aktiengesellschaft nach deutschem Recht und ein Mitglied der globalen KPMG-Organisation unabhängiger Mitgliedsfirmen, die KPMG International Limited, einer Private English Company Limited by Guarantee, angeschlossen sind. Alle Rechte vorbehalten.

Abbildung 4: Implikationen des Fachkräftemangels im Versicherungssektor



Quelle: KPMG in Deutschland, 2025; Werte basierend auf einer Skala von 0–10

Der Fachkräftemangel im Versicherungssektor stellt Unternehmen und die Branche vor große Herausforderungen. Technologische Innovationen, regulatorische Änderungen und demografische Verschiebungen erfordern spezialisierte Fachkräfte mit fundiertem Wissen und Anpassungsfähigkeit.

Optimierung der Rekrutierungsstrategien:
Versicherungsunternehmen sollten ihre Rekrutierung diversifizieren und globale Talentpools nutzen. Der Einsatz von datengestützten und KI-Tools hilft, Verzerrungen (Biases) zu minimieren und inklusive Arbeitsplätze im Sinne einer Diversity-Strategie zu schaffen. Workforce Planning ist essenziell, um zukünftige Qualifikationslücken zu erkennen und eine strategische Struktur der Mitarbeiter:innen aufzubauen, die individuelle Fähigkeiten in den Fokus stellt.

Stärkung der Kompetenzen der Mitarbeiter:innen:
Angesichts der Digitalisierung sind Umschulungen und Höherqualifizierungen notwendig. Investitionen in interne Schulungsprogramme, externe Workshops und Nachwuchsförderungen unterstützen Mitarbeiter:innen bei der Anpassung an neue Technologien und Rollen. Der Schwerpunkt liegt auf digitaler Kompetenz, KI und Datenanalyse, um den Anforderungen des Sektors gerecht zu werden.

Verbesserung der Bindung von Mitarbeiter:innen:
Unternehmen sollten Employee Experience und Talentmanagement verknüpfen, indem sie Arbeitsbedingungen, Kultur, Vergütung und Work-Life-Balance optimieren. Flexible Arbeitsmodelle wie Remote Working, Jobsharing und Co-Leadership erhöhen die Arbeitszufriedenheit und reduzieren die Fluktuation. Die Umsetzung solcher Konzepte sollte den Bedürfnissen der Belegschaft entsprechen, um ein attraktives Arbeitsumfeld zu schaffen.

© 2025 KPMG AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, eine Aktiengesellschaft nach deutschem Recht und ein Mitglied der globalen KPMG-Organisation unabhängiger Mitgliedsfirmen, die KPMG International Limited, einer Private English Company Limited by Guarantee, angeschlossen sind. Alle Rechte vorbehalten.

Der Fachkräftemangel im Versicherungssektor stellt eine erhebliche Herausforderung dar und erfordert eine vorausschauende, zukunftsorientierte People-Strategie. Versicherer müssen klar definieren, welche Talente mit welchen Fähigkeiten in welchem Zeitrahmen benötigt werden. Innovative Rekrutierungsstrategien, kontinuierliche Weiterbildung und eine fördernde Unternehmenskultur sind entscheidend, um Mitarbeiter:innen zu binden und bestmöglich auf die Anforderungen der Branche vorzubereiten."

Anna Richter
Partner, Performance & Strategy,
Head of People & Change
KPMG AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft

© 2025 KPMG AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, eine Aktiengesellschaft nach deutschem Recht und ein Mitglied der globalen KPMG-Organisation unabhängiger Mitgliedsfirmen, die KPMG International Limited, einer Private English Company Limited by Guarantee, angeschlossen sind. Alle Rechte vorbehalten.

© 2025 KPMG AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, eine Aktiengesellschaft nach deutschem Recht und ein Mitglied der globalen KPMG-Organisation unabhängiger Mitgliedsfirmen, die KPMG International Limited, einer Private English Company Limited by Guarantee, angeschlossen sind. Alle Rechte vorbehalten.

Ganzheitliche Prozessoptimierung zur Verbesserung der Customer Experience

Die Versicherungsbranche befindet sich inmitten eines tiefgreifenden Wandels, der durch technologische Innovationen, veränderte Kundenanforderungen und den zunehmenden Wettbewerb geprägt ist. In diesem dynamischen Umfeld wird die Schaffung durchgängiger Prozesse zur Verbesserung der Customer Experience und die Erfüllung individueller Kundenwünsche entlang der gesamten Wertschöpfungskette immer wichtiger. Die durchgängige Digitalisierung aller Interaktionen zwischen Kundschaft und Unternehmen – von der ersten Kontaktaufnahme bis zur langfristigen Kundenbeziehung – entwickelt sich stetig weiter. Mit steigender Performance der Vertriebskanäle und der Kundenkommunikation nehmen auch die Erwartungen der Kundschaft an zukünftige Erlebnisse zu. Für Versicherungsunternehmen geht es darum, diese Bedürfnisse und Erwartungen zu verstehen, zu erfüllen und frühzeitig in den Wertschöpfungsprozess des Unternehmens zu integrieren.

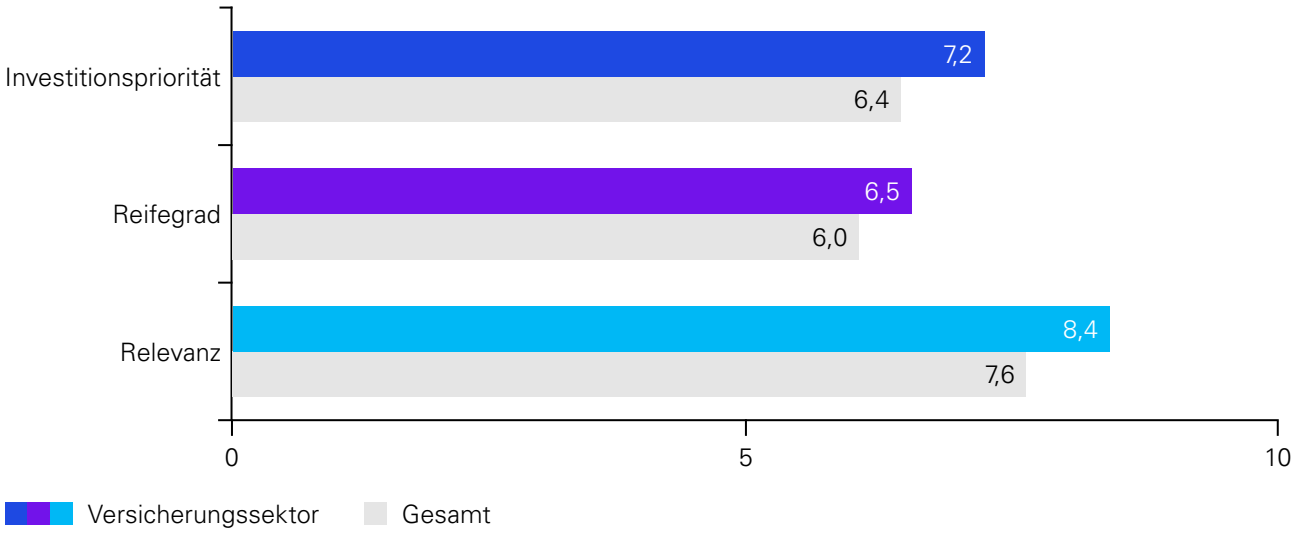
Ein herausragendes Kundenerlebnis ist heute ein entscheidender Wettbewerbsfaktor. Kund:innen erwarten nicht nur maßgeschneiderte Produkte und Dienstleistungen, sondern auch eine nahtlose und positive Interaktion mit ihrem Versicherer über alle Kontaktpunkte hinweg. Dies umfasst den gesamten Lebenszyklus der Kundenbeziehung: von der ersten Kontaktaufnahme über den Vertragsabschluss bis hin zur Schadenregulierung und darüber hinaus. Um diesen hohen Erwartungen gerecht zu werden, müssen Versicherungsunternehmen ihre internen Prozesse optimieren und stärker auf die Bedürfnisse ihrer Kund:innen ausrichten. Dies erfordert eine ganzheitliche Betrachtung der Wertschöpfungskette und die Implementierung integrierter Systeme, die eine reibungslose Kommunikation und Datenverarbeitung ermöglichen. Moderne Technologien wie KI, Big Data und Automatisierung spielen hierbei eine entscheidende Rolle, indem sie helfen, Prozesse zu beschleunigen, Fehler zu minimieren und personalisierte Kundenlösungen zu bieten.

Darüber hinaus ist es wichtig, dass Versicherungsunternehmen eine Unternehmenskultur fördern, die auf kontinuierliche Verbesserung und Innovation ausgerichtet ist. Dies beinhaltet die Schulung und Weiterbildung der Mitarbeiter:innen, um sicherzustellen, dass sie über die notwendigen Fähigkeiten und Kenntnisse verfügen, um die neuen Technologien effektiv zu nutzen und die Kundenbedürfnisse bestmöglich zu erfüllen. Insgesamt bietet die Schaffung durchgängiger Prozesse zur Verbesserung der Customer Experience und Erfüllung individueller Kundenwünsche im Versicherungssektor nicht nur die Möglichkeit, die Kundenzufriedenheit und -bindung zu erhöhen, sondern auch die betriebliche Effizienz zu steigern und sich im Wettbewerb zu differenzieren. Versicherungsunternehmen, die diesen Ansatz konsequent verfolgen, sind besser gerüstet, um den Herausforderungen der Zukunft erfolgreich zu begegnen.

Die aktuellen Ergebnisse des Future Readiness Monitors bestätigen, dass die Versicherungsbranche die Bedeutung durchgängiger Prozesse zur Optimierung der Kundenerfahrung erkannt hat. Dies spiegelt sich in einer hohen Relevanzbewertung von 8,4 wider. Der Reifegrad dieser Prozesse weist mit einer Bewertung von 6,0 auf eine noch andauernde Entwicklungsphase hin. Angesichts dessen, dass 82 Prozent der befragten Entscheidungsträger:innen aus der Versicherungsbranche der Customer Experience eine hohe Investitionspriorität beimessen, zeigt der Wert von 7,2 für die nächsten Jahre eine entschlossene Bereitschaft zu weiteren Verbesserungen. Dieser Ansatz zeigt den strategischen Fokus von Versicherungsunternehmen auf bessere Kundeninteraktionen und unterstreicht die Notwendigkeit von kontinuierlichem Wachstum und Investitionen.

© 2025 KPMG AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, eine Aktiengesellschaft nach deutschem Recht und ein Mitglied der globalen KPMG-Organisation unabhängiger Mitgliedsfirmen, die KPMG International Limited, einer Private English Company Limited by Guarantee, angeschlossen sind. Alle Rechte vorbehalten.

Abbildung 5: Implikationen der Customer Experience im Versicherungssektor

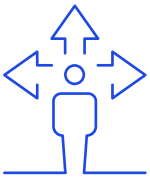


Quelle: KPMG in Deutschland, 2025; Werte basierend auf einer Skala von 0–10

Die Implikationen zur Schaffung durchgängiger Prozesse zur Verbesserung der Customer Experience und zur Erfüllung individueller Kundenwünsche entlang der Wertschöpfungskette lassen sich sinnvoll mit den Marktentwicklungen hin zu datenbasierten, personalisierten Angeboten und einem vorausschauenden Erwartungsmanagement verbinden.

Softwaregestützte Kundenanalyse und datengetriebenes Verständnis:
Die zunehmende Digitalisierung ermöglicht Versicherungen eine softwaregestützte, tiefere Kundenanalyse, um die Bedürfnisse und das Kaufverhalten ihrer Kund:innen besser zu verstehen. Durch den Einsatz von Machine-Learning-Algorithmen können Versicherer Kundendaten effizient auswerten und auf dieser Basis gezielte Cross- und Upselling-Möglichkeiten schaffen. Dies ergänzt den durchgängigen Prozessansatz, indem es hilft, personalisierte Angebote über den gesamten Kundenlebenszyklus zu gestalten und somit die Customer Experience deutlich zu verbessern.

Management und Nutzung persönlicher Daten für Personalisierung:
Kund:innen im Versicherungssektor erwarten maßgeschneiderte Produkte, deren Personalisierungsgrad eng mit der Qualität des Datenmanagements zusammenhängt. Um eine hohe Kundenzufriedenheit zu erzielen, sollten Versicherer Anreize schaffen, damit Kund:innen bereitwillig ihre Daten teilen – etwa durch exklusive Dienstleistungen oder Rabatte. Durch diese Daten kann die Versicherung transparente, wertvolle Angebote gestalten, die gezielt auf individuelle Wünsche zugeschnitten sind. Eine klare Kommunikation über den Nutzen der Datennutzung stärkt dabei das Vertrauen und die Bereitschaft der Kund:innen zur Datenweitergabe.



Erwartungsmanagement und kontinuierliche Differenzierung:
Ein durchgängiges Erwartungsmanagement ist entscheidend, um den hohen Erwartungen der Kund:innen gerecht zu werden und die Marke im Wettbewerb abzuheben. Versicherungen, die eine schnelle und intuitive Kundeninteraktion bieten und die Erwartungen an jedes Interaktionserlebnis verstehen und erfüllen, profitieren von einer höheren Kundenbindung und -zufriedenheit. Eine kundenorientierte Unternehmenskommunikation sowie fair gestaltete Preis-Leistungs-Angebote tragen dazu bei, die Loyalität langfristig zu stärken und Vertrauen zu schaffen.

© 2025 KPMG AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, eine Aktiengesellschaft nach deutschem Recht und ein Mitglied der globalen KPMG-Organisation unabhängiger Mitgliedsfirmen, die KPMG International Limited, einer Private English Company Limited by Guarantee, angeschlossen sind. Alle Rechte vorbehalten.

Die Verbesserung der Customer Experience und die Erfüllung individueller Kundenwünsche sind der Schlüssel zum Erfolg. Durch die Implementierung nahtloser Prozesse und eine konsequente Kundenorientierung können Versicherungsunternehmen nicht nur die Zufriedenheit und Loyalität ihrer Kund:innen steigern, sondern sich auch nachhaltig im Wettbewerb positionieren."

Knut Besold
Partner, Financial Services
KPMG AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft

© 2025 KPMG AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, eine Aktiengesellschaft nach deutschem Recht und ein Mitglied der globalen KPMG-Organisation unabhängiger Mitgliedsfirmen, die KPMG International Limited, einer Private English Company Limited by Guarantee, angeschlossen sind. Alle Rechte vorbehalten.

© 2025 KPMG AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, eine Aktiengesellschaft nach deutschem Recht und ein Mitglied der globalen KPMG-Organisation unabhängiger Mitgliedsfirmen, die KPMG International Limited, einer Private English Company Limited by Guarantee, angeschlossen sind. Alle Rechte vorbehalten.

Der Future Readiness Monitor

Wie gut sind deutsche Unternehmen auf sich abzeichnende Trends und die damit verbundenen Anforderungen der Zukunft vorbereitet? Diese Frage beantwortet seit 2018 der Future Readiness Monitor (FRM, zuvor „Future Readiness Index“).

Wie beurteilen deutsche Versicherungsunternehmen ihre eigene Zukunftsfähigkeit angesichts aufkommender Chancen und Herausforderungen?

Der FRM besteht aus zwei Komponenten: einer Befragung und einer Einordnung der Ergebnisse durch unsere Expert:innen.

Die Befragung
Im ersten Halbjahr 2024 haben wir 865 Top-Entscheider:innen aus 19 Branchen zu ihrer Einschätzung der Lage und Vorbereitung auf die Zukunft befragt. Darunter befanden sich 58 Entscheidungsträger:innen aus der Versicherungsbranche.

Die Themen
Die Befragten wurden um ihre Einschätzungen zur Lage ihres Unternehmens bezüglich des wirtschaftlichen Stimmungsbildes (Optimismus), der derzeitigen Aufstellung bei geschäftsentscheidenden Faktoren (Reifegrad), der aktuellen Aktivitäts- und Investitionsschwerpunkte (Investitionen) und der Bedeutung zukünftiger Herausforderungen (Relevanz) gebeten. Darüber hinaus ergab auch eine Sonderbefragung zum Thema „Künstliche Intelligenz“ interessante Einblicke, unter anderem in die Einschätzungen hinsichtlich der Automatisierung von Geschäftsprozessen.

Die Einordnung der Befragungsergebnisse
Der KPMG Future Readiness Monitor bietet Einblicke in relevante Trends und Entwicklungen über diverse Branchen hinweg, darunter auch den Versicherungssektor. Unternehmensverantwortliche erfahren, wie die eigene Organisation hinsichtlich diverser Faktoren im Branchenvergleich zu verorten ist. Mit diesem umfassenden Lage- und Vergleichsbild erhalten Sie in Zeiten des Umbruchs praxisrelevante Impulse, um die eigene Unternehmensstrategie und das operative Geschäft zu adjustieren, neue Wachstumschancen zu erkennen und die Resilienz zu stärken.

Weitere Informationen zur Methodik finden Sie im Gesamtreport Future Readiness Monitor.

© 2025 KPMG AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, eine Aktiengesellschaft nach deutschem Recht und ein Mitglied der globalen KPMG-Organisation unabhängiger Mitgliedsfirmen, die KPMG International Limited, einer Private English Company Limited by Guarantee, angeschlossen sind. Alle Rechte vorbehalten.

Kontakt

KPMG AG
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft

Stefan Heyers
Partner, Financial Services,
Head of Insurance, Germany
T +49 221 2073-5693
sheyers@kpmg.com

www.kpmg.de

www.kpmg.de/socialmedia

Die enthaltenen Informationen sind allgemeiner Natur und nicht auf die spezielle Situation einer Einzelperson oder einer juristischen Person ausgerichtet. Obwohl wir uns bemühen, zuverlässige und aktuelle Informationen zu liefern, können wir nicht garantieren, dass diese Informationen so zutreffend sind wie zum Zeitpunkt ihres Eingangs oder dass sie auch in Zukunft so zutreffend sein werden. Niemand sollte aufgrund dieser Informationen handeln ohne geeigneten fachlichen Rat und ohne gründliche Analyse der betreffenden Situation.

© 2025 KPMG AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, eine Aktiengesellschaft nach deutschem Recht und ein Mitglied der globalen KPMG-Organisation unabhängiger Mitgliedsfirmen, die KPMG International Limited, einer Private English Company Limited by Guarantee, angeschlossen sind. Alle Rechte vorbehalten. Der Name KPMG und das Logo sind Marken, die die unabhängigen Mitgliedsfirmen der globalen KPMG-Organisation unter Lizenz verwenden.