

blau direkt startet erste Web-App

(ac) Unter seiner Marke „simplr“ bringt der Lübecker Maklerpool blau direkt eine Web-App heraus. Web-Apps markieren einen neuen technologischen Trend. Sie müssen nicht erst auf dem Smartphone installiert werden. Stattdessen können sie über jeden handelsüblichen Browser aufgerufen werden. Dennoch können Web-Apps auf Funktionen des Smartphones zugreifen – etwa den Fotoapparat, Kontaktadressen oder Standortermittlung. Außer auf jedem heutigen laufen die neuen Web-Apps aber auch auf jedem künftigen Endgerät. So können Kunden die App schon jetzt sowohl auf ihrem Smartphone oder Tablet öffnen als auch auf dem größeren Desktop-Rechner, womit beispielsweise älteren Kunden die Bedienung und Übersicht leichter fällt. Zukünftig ist es denkbar, dass Kunden auch von anderen Endgeräten wie etwa einer Smartwatch, Amazons Echo oder einem Multifunktionsdisplay im Auto auf ihre persönlichen Finanzinformationen zugreifen möchten.

FondsKonzept nutzt MiFID II-Umstellung für Update

(ac) Die FondsKonzept AG hat die Umstellung ihres IT-Systems nach den Vorgaben der Finanzmarkttrichtlinie MiFID II in der ersten Januarwoche 2018 abgeschlossen. Auf der Online-Plattform Maklerservicecenter (MSC) konnten alle Funktionalitäten zur Geeignetheitsprüfung sowie zur Geeignetheitsklärung für die Makler freigeschaltet werden. Zu den neuen Funktionen gehört nun auch ein Update der Berater-App mit der Erweiterung um eine Telefonfunktion, mit der relevante Kundengespräche, die zu Anlageentscheidungen führen, gemäß der geforderten Geeignetheitsklärung nach Wertpapierhandelsgesetz (WpHG) aufgezeichnet werden.

Die digitalen Trends 2018 in der Assekuranz

(ac) Die Digitalisierung bleibt weiterhin das Fundament künftiger Entwicklungen in der Assekuranz. Davon ist das Softwareunternehmen Guidewire überzeugt. Junge Player und neue Geschäftsmodelle werden dabei eine wichtige Rolle spielen. InsurTechs werden langweiliger, aber für die Branche bedeutungsvoller – so lautet dann auch einer der Trends, den René Schoenauer, Product Marketing Manager EMEA bei Guidewire Software, 2018 für die Assekuranz erwartet.

Moderne Datenanalyse für personalisierte Angebote

Der Trend hin zu personalisierten Angeboten wird auch in der Versicherungsbranche weiter Fahrt aufnehmen. Die Nutzung moderner Datenanalyse gewinnt nach Ansicht von Schoenauer an Dynamik, um die Kundenbedürfnisse im Rahmen personalisierter Angebote zu bedienen. Die Daten werden jedoch nicht mehr wie bislang in Form von Datensilos neben Arbeitsprozesse gestellt, sondern als smarte Kernsysteme die Basis für Entscheidungsprozesse und Angebote bilden.

Zentrale Herausforderung für die Versicherer ist das Absichern von Cyberrisiken angesichts der steigenden Zahl von Cyberangriffen. Wie Schoenauer betont, brauchen Versicherer die Möglichkeit, nichttraditionelle Daten zu analysieren, um Cyberrisiken adäquat zeichnen zu können. Einen weiteren Schlüsseltrend sieht Schoenauer im verstärkten Einsatz von künstlicher Intelligenz (KI), um Arbeitsabläufe in der Versicherungsbranche zu automatisieren und zu erleichtern.

Ausbau von Omnichannel-Service und Personalisierung

Insbesondere die Bedeutung von Sprachsteuerung und auf künstlicher Intelligenz basierenden Chatbots wird zunehmen. Für Schoenauer profitieren von diesen Interaktionsmöglichkeiten Versicherte, Beschäftigte bei Versicherungen wie auch Vermittler. Digitale Fußspuren, die Nutzer online bei ihren Aktivitäten in sozialen Netzwerken hinterlassen, liefern wertvolle Daten zu Versicherungskunden.

Als aussagekräftige Parameter für die Produktentwicklung und das Underwriting werden diese Daten künftig noch stärker personalisierte Versicherungsangebote und smarte Produkte ermöglichen.



Was kommt 2018 auf die Branche zu? Das Softwareunternehmen Guidewire blickt in die digitale Zukunft.