

# Aktuelle Trends und Entwicklungen der Versicherungswirtschaft

## Versicherungsforen-**Themendossier**

Nr. 18/2025    30. September 2025

Auszug

**Wie die digitale Transformation im Pricing endlich gelingt**

# Wie die digitale Transformation im Pricing endlich gelingt

von Andreas Meyer, MavenBlue

„Digitale Transformation“ ist gefühlt seit fast 20 Jahren eines der größten, wenn nicht das wichtigste Schlagwort, wenn es um die Weiterentwicklung von Versicherungen geht.

„Wir müssen digitaler werden“, „wir müssen uns digital transformieren“, „wir müssen neue Technologien gegenüber offen sein“, „wir müssen uns den digitalen Kanälen öffnen“. So oder so ähnlich hat man in der Vergangenheit von jeder Versicherung schon etwas gelesen oder gehört.

Aber, was bedeutet es, sich „digital zu transformieren“? Ist die digitale Transformation abgeschlossen, wenn alles papierlos ist? Wenn es auf der Webseite einen Chatbot gibt? Oder wenn man künstliche Intelligenz einsetzt? Eine eindeutige Antwort gibt es nicht, weil sich auch die digitale Welt natürlich weiterentwickelt. Auch das ist weder eine neue noch eine überraschende Erkenntnis: die Welt dreht sich weiter, die Gesellschaft entwickelt sich, die Wirtschaft entwickelt sich. Teilweise schneller, als man sich auf die veränderten Herausforderungen einstellen kann.

Was sich allerdings scheinbar nicht ändert:

die IT-Architektur der Versicherungen.

Eine Studie von PwC aus dem Jahr 2024 zum Alter von Bestandssystemen in der DACH-Region kommt auf alarmierende Zahlen: so sind die ältesten Systeme rund 60 Jahre alt, das Durchschnittsalter beträgt 23 Jahre. Dass da etwas passieren muss, ist ebenfalls weder neu noch überraschend. So schieben die meisten Versicherungsunternehmen bereits Projekte zur Systemerneuerung vor sich her.

Ketzerisch könnte man behaupten, auch alte Bestandssysteme wären ja bereits digital, da muss nichts mehr transformiert werden. Wir alle wissen, dass das eher Zweckzynismus denn die Realität ist. Die alten Systeme bremsen Versicherungen aus, wirklich agil und marktorientiert zu agieren. Preisangepassungen, neue Produkte, neue Tarife können nicht in kurzer Zeit implementiert werden, dies dauert, wenn man bereits modern aufgestellt ist, Wochen, wenn nicht sogar Monate und man benötigt viele Ressourcen aus der IT, die dann wieder bei anderen Transformation-Prozessen fehlen.

Ein Teufelskreis beginnt: alte Infrastruktur, dadurch Bindung wichtiger Ressourcen im Transformationsprozess, gefolgt von langer Markteinführungszeit neuer Produkte oder

lange Implementierungszeiten von Produkt- und Preisaktualisierungen, dadurch potentiell weniger Bestand und vor allem, keine Chance, auf sich ändernde Einflüsse kurzfristig reagieren zu können.

Diesen Kreis gar nicht erst entstehen zu lassen oder zu durchbrechen, ist ein schwieriges Unterfangen – auch dies ist weder neu noch überraschend. Bislang gehörten Mut zum Risiko, eine gewisse Geduld und vor allem Geld und Ressourcen dazu. Nichts davon hat man in der Regel im Übermaße vorrätig. „Never change a running system“ ist genauso weit verbreitet wie „Läuft im Moment noch ganz gut“ oder „Anderen geht es noch schlechter“. Alles eher Ausflüchte, nicht ins Risiko gehen zu müssen.

Wie kann man nun diesem Dilemma im Pricing begegnen? Kurz und trocken: indem man den alten Systemen Agilität beibringt. Das klingt jetzt einfach und auch unterkomplex. Zumindest in vielen Projekten ist dem auch so. Um zum Beispiel eine moderne Rating Engine anzubinden, benötigt man entweder die direkte Konnektivität zwischen Rating Engine und Bestandssystem oder, falls dies nicht machbar ist, eine Middleware, die als Übersetzer tätig ist.

Beides, und das liegt auf der Hand, sind nicht die elegantesten und vor allem nicht die einfachsten, schnellsten und günstigsten Lösungen.

Aus diesem Grunde verzichten viele Versi-

cherungen zwangsläufig auf eine Agilität und reden sich zum Teil, so hart muss man es ausdrücken, ihre Situation schön. „Unser Aussendienst möchte gar nicht täglich neue Preise“ oder „der Markt fragt das ja gar nicht nach“ oder auch „so lange die anderen in der gleichen Situation sind, ist ja alles gut“.

Dass dadurch das Geschäft langfristig gefährdet ist, ist fast schon sicher, besonders für die kleineren Häuser, die nicht die Kapazitäten haben, um massiv zu investieren.

Nun kann man in Schockstarre verfallen, wie das Kaninchen (Versicherung) vor der Schlange (dynamisches Marktumfeld) erstarren oder einen neuen, effizienten Weg betrachten.

Was den neuen und effizienten Weg ausmacht ist, dass er eben kein komplexes, riskantes und ressourcenintensives IT-Projekt erfordert, sondern auf der bestehenden IT-Architektur, egal, welchen Alters, aufsetzt.

Bei MavenBlue werden aus den Tarifen und Preismodellen sogenannte Rating Artefakte generiert, ausführbarer, maschinenlesbarer Code, zum Beispiel in Java oder C++, der automatisiert über API oder andere Importschnittstellen in bestehende Systeme eingebunden werden kann. Ändert sich etwas an den Tarifen oder Modellen, so wird automatisch in der Management-Plattform ein neues Artefakt gebildet, welches das bestehende ersetzt.

Das spannende ist: die Artefakte können beliebig komplexe Modelle beinhalten, egal, welcher Art. Dadurch stehen den Aktuaren

neue Möglichkeiten offen, das Risiko ohne technologische Einschränkungen berechnen zu können.

Die Vorteile liegen auf der Hand. Da die Artefakte aus bereits kompilierten Code bestehen, ist die Umgebung mehr oder minder egal. Das heißt, dass dies sowohl mit modernen als auch mit alten Bestandssystemen funktioniert. Die Rating Engine ist in die Systeme integriert, nutzt also vorhandene Strukturen und benötigt keine zusätzliche und damit kostengenerierende Rechenkapazität, egal ob in der Cloud oder in einem Rechenzentrum. Und schlussendlich: durch den automatisierten Import der Artefakte wird die Agilität erreicht, die dringend notwendig ist.

Von der Pflicht, alte Bestandssysteme in naher Zukunft zu modernisieren, entbindet der MavenBlue-Ansatz nicht, aber er sorgt dafür, dass sich parallel die Geschäftszahlen positiv entwickeln können.

### Autor



**Andreas Meyer**

Head of Sales Dach  
MavenBlue

Weitere Informationen zu MavenBlue finden Sie unter: <https://mavenblue.com/>

## **IMPRESSUM**

### **Autoren des vorliegenden Themendossiers**

Katja Wagenknecht et al.

E [katja.wagenknecht@versicherungsforen.net](mailto:katja.wagenknecht@versicherungsforen.net)

### **Feedback zum vorliegenden Themendossier**

Wenn Sie uns Ihre Meinung mitteilen möchten, würde uns das sehr freuen. Vielleicht gibt es ja ein spezielles Thema, über das Sie im Themendossier einmal lesen möchten? Haben Sie weitere Fragen und Anregungen oder Anlass zur Kritik? In jedem Fall freuen wir uns über eine Nachricht von Ihnen.

### **Bitte senden Sie Ihre Kommentare an**

Katja Wagenknecht | T +49 341 98988-223 | E [katja.wagenknecht@versicherungsforen.net](mailto:katja.wagenknecht@versicherungsforen.net)

### **Abonnement des Versicherungsforen-Themendossiers**

Aufgrund der Partnerschaft Ihres Unternehmens mit den Versicherungsforen Leipzig steht Ihnen das Abonnement des Versicherungsforen-Themendossiers unternehmensweit zur Verfügung! Gern können Sie deshalb weitere Empfänger aus Ihrem Haus registrieren lassen. Nutzen Sie dazu einfach unser Anmeldeformular unter [www.versicherungsforen.net/themendossier](http://www.versicherungsforen.net/themendossier).

Eine Übersicht über alle Partnerunternehmen finden Sie unter [www.versicherungsforen.net/partner](http://www.versicherungsforen.net/partner).

### **Abbestellen des Versicherungsforen-Themendossiers**

Sie wollen das Themendossier in Zukunft nicht mehr empfangen? Senden Sie einfach eine E-Mail mit dem Betreff „unsubscribe Themendossier“ an [kontakt@versicherungsforen.net](mailto:kontakt@versicherungsforen.net).

### **Versicherungsforen-Newsletter**

Wenn Sie regelmäßig per E-Mail über Aktualisierungen im Bereich „Wissen“ auf [www.versicherungsforen.net](http://www.versicherungsforen.net), Veröffentlichungen, gegenwärtige Veranstaltungen sowie Nachrichten aus unserem Partnernetzwerk informiert werden möchten, können Sie sich auf [www.versicherungsforen.net/newsletter](http://www.versicherungsforen.net/newsletter) anmelden. Diesen Service bieten wir auch für Nicht-Partnerunternehmen kostenfrei an.

### **© 2025 Versicherungsforen Leipzig GmbH**

Ein Unternehmen der LF Gruppe | Hainstraße 16 | 04109 Leipzig |

T +49 341 98988-0 | F +49 341 98988-9199 | E [kontakt@versicherungsforen.net](mailto:kontakt@versicherungsforen.net) | I [www.versicherungsforen.net](http://www.versicherungsforen.net)

Geschäftsführung: Justus Lücke, Jens Ringel, Markus Rosenbaum | Amtsgericht Leipzig HRB 25803

Ust.IdNr.: DE268226821