



KI UND DATEN: LEITFADEN FÜR VERSICHERUNGEN

WIE VERSICHERER MIT VERTRAUENSWÜRDIGEN
DATEN, GOVERNANCE UND KI MESSBAREN
MEHRWERT SCHAFFEN – VON DER STRATEGIE
BIS ZUR SKALIERUNG.

BUSINESS.
DATA.
TECHNOLOGY.

cintelllic.com

VERSICHERUNGEN RINGEN MIT DATENLÜCKEN ALS GRÖSSTEM KI-HINDERNIS

Versicherungen stehen unter gleichzeitigem Druck: Kund:innen erwarten relevante, nahtlose Interaktionen, Regulatorik und Datenschutzerfordernungen steigen – und parallel soll KI Prozesse beschleunigen, Risiken besser steuern und Kosten senken. In der Praxis scheitern KI-Initiativen jedoch selten an Algorithmen, sondern an der Datengrundlage: verteilte Systeme, inkonsistente Kundendaten, manuelle Workarounds und fehlende Governance bremsen Tempo und Wirkung.

Die gute Nachricht von CINTELLIC: Datenreife ist keine „Big-Bang“-Transformation. Versicherer können schrittweise vorgehen – mit klaren Zielen, priorisierten Use Cases und einer Datenorganisation, die Vertrauen, Sicherheit und Skalierbarkeit zusammenbringt.

CINTELLIC GRUNDBEGRIFFE

DATENSTRATEGIE, DATENINTEGRATION, DATENREIFE

CINTELLIC Datenstrategie

Eine Datenstrategie beschreibt, wie Daten genutzt werden, um Unternehmensziele zu erreichen – Schadenkosten senken, Abwanderung reduzieren, Dunkelverarbeitung erhöhen oder die Beratungsqualität steigern. Entscheidend ist die Verbindung aus Business-Zielen, Datenkompetenz und klaren Verantwortlichkeiten.

CINTELLIC Datenintegration

Datenintegration umfasst versicherungstechnische und organisatorische Verfahren, um Daten aus Bestand, Schaden und Inkasso sowie aus Versicherungskern- und Umsystemen und ggf. Drittquellen zu einer konsistenten, spartenübergreifenden Informationsbasis zusammenzuführen – inklusive Harmonisierung, Datenqualitätsmanagement und Rückspielung in operative Prozesse (z. B. Dunkelverarbeitung und Schadensteuerung).

CINTELLIC Datenreife

Eine datenreife Versicherung nutzt Daten konsequent für Entscheidungen, Prozesse und Innovation – und hat die Kultur, Fähigkeiten und Governance verankert, die das möglich machen. Datenreife ist die versicherungstechnische Grundlage dafür, dass KI verlässlich, reproduzierbar und „compliant“ funktioniert.

CINTELLIC ANALYSE: TYPISCHE HÜRDEN IN VERSICHERUNGEN

CINTELLIC IDENTIFIZIERTE HÜRDE 1

DATENSILOS ENTLANG DER WERTSCHÖPFUNG

In vielen Versicherungsorganisationen sind Daten historisch entlang von Sparten, Produkten und Prozessketten gewachsen. Vertriebssysteme optimieren auf Leads, Abschlüsse und Kontaktstrecken; Bestandsführung fokussiert Vertragsdaten und Beitragslogik; im Schaden dominieren Fallakten, Dokumente und Prozessstände; im Inkasso wiederum Zahlungsstatus, Mahnstufen und Ausgleichsprozesse. Jedes dieser Teil-Systeme hat seine eigene Semantik, seine eigenen Identifikatoren und oft auch eigene Qualitätslogiken. Das führt dazu, dass „Kunde“ nicht überall dasselbe bedeutet, dass Interaktionen kanalweise gespeichert werden und dass relevante Informationen nicht dort verfügbar sind, wo Entscheidungen getroffen werden.

Die Hartnäckigkeit dieser Silos liegt weniger in fehlendem Willen, sondern in gewachsenen Strukturen: unterschiedliche Verantwortlichkeiten, Systeme mit langer Lebensdauer, externe Dienstleister und regulatorische Anforderungen, die Veränderungen erschweren. Gleichzeitig steigt die Abhängigkeit: Je mehr digitale Journeys, Partner-Ökosysteme und Echtzeit-Services entstehen, desto stärker wirken sich diese Brüche aus – als Medienbrüche, Rückfragen, doppelte Erfassung und letztlich als schlechtere Kundenerfahrung.

CINTELLIC IDENTIFIZIERTE HÜRDE 2

MANUELLE PROZESSE ALS VERSTECKTER KOSTENTREIBER

Manuelle Arbeit entsteht oft dort, wo Daten zwar vorhanden sind, aber nicht in der richtigen Form, nicht zur richtigen Zeit oder nicht am richtigen Ort. Dann werden Tabellen gepflegt und csv-Listen weitergereicht, Auswertungen per Hand erstellt und Informationen zwischen Anwendungen kopiert. Diese „Schattenprozesse“ sind gefährlich, weil sie im Reporting selten sichtbar werden: Sie sind verteilt, klein fragmentiert und werden als „nor-

mal“ akzeptiert. In Summe verursachen sie aber hohe Kosten – nicht nur durch Zeitaufwand, sondern auch durch Fehler, Verzögerungen und Nacharbeit.

Für KI sind manuelle Prozesse außerdem doppelt problematisch. Erstens verhindern sie Skalierung, weil jede Ausnahme wieder Menschen bindet. Zweitens verschlechtern sie die Datenbasis: Wenn wichtige Informationen außerhalb der Systeme entstehen wie in E-Mail-Postfächern oder lokalen Dateien, fehlen sie für Analysen, Modelle und Automatisierung. Dadurch entsteht ein Teufelskreis: Weil Daten unvollständig sind, bleibt manuell; weil man manuell bleibt, werden Daten nicht besser. Ein zentraler Hebel ist daher, die größten manuellen Schleifen nicht nur zu digitalisieren, sondern so zu gestalten, dass Daten konsequent zurück in den Prozess fließen und wiederverwendbar werden.

CINTELLIC IDENTIFIZIERTE HÜRDE 3

GOVERNANCE LÜCKEN BEI VERSICHERUNGEN

Je stärker Daten und KI in operative Entscheidungen eingreifen, desto wichtiger werden klare Regeln und Verantwortlichkeiten. In der Realität ist Governance aber häufig entweder zu schwach (jeder nutzt Daten „irgendwie“) oder zu abstrakt d.h. Regeln existieren, sind aber nicht im Alltag verankert. Beides führt zu Risiken. Ohne Governance entstehen inkonsistente Definitionen, unklare Datenherkunft und Qualitätsprobleme, die sich in Kennzahlen und Modellen fortpflanzen. Gleichzeitig steigen Security- und Compliance-Risiken, wenn Zugriffe nicht sauber gesteuert sind oder Zweckbindungen nicht nachvollziehbar eingehalten werden.

Besonders kritisch wird das bei KI-gestützten Entscheidungen: Modelle können sehr überzeugend wirken, aber sie verstärken systematisch das, was in den Daten steckt – inklusive Verzerrungen, blinder Flecken und historischer Entscheidungen. Wenn dann zusätzlich unklar ist, wer Verantwortung trägt, wie Modelle freigegeben werden, welche Qualitätsmetriken gelten und wie Erklärbarkeit sichergestellt wird, wird KI nicht zur Produktivitätsmaschine, sondern zum Risikotreiber. In Versicherungen, wo Entscheidungen oft hohe finanzielle und reputative Wirkung haben, ist Governance deshalb keine „Bremse“, sondern die Voraussetzung dafür, dass KI überhaupt großflächig eingesetzt werden kann.

CINTELLIC IDENTIFIZIERTE HÜRDE 4

PERSONALISIERUNG OHNE 360°-KUNDENBILD

Personalisierung ist in Versicherungen ein häufiges Ziel – und gleichzeitig ein Bereich, in dem viele Initiativen an der Datengrundlage scheitern. Ohne integriertes Kundenbild bleibt Personalisierung meist auf einfache Segmente oder Produktlogik reduziert: Alter, Region, Sparte, Vertragstyp. Das kann kurzfristig funktionieren, wirkt aber aus Kundensicht schnell generisch, manchmal sogar irritierend, wenn Kommunikation nicht zur Situation passt. Relevanz entsteht erst, wenn Signale über Kanäle, Produkte und Ereignisse zusammengeführt werden: Servicekontakte, Schadenereignisse, Vertragsänderungen, Angebotsinteraktionen, Dokumentenverläufe und Lebensereignis-Indikatoren.

Die Hartnäckigkeit dieser Hürde liegt darin, dass 360° nicht nur eine technische Integration bedeutet. Es ist auch eine Frage der organisatorischen Koordination: Wer „besitzt“ die Kundenbeziehung? Wie werden Kontaktregeln spartenübergreifend definiert? Welche Ereignisse sind wirklich kontaktwürdig – und welche sollten gerade nicht vermarktet werden, weil sie Vertrauen beschädigen könnten? Gute Personalisierung ist deshalb weniger „mehr Kommunikation“, sondern bessere Kommunikation: seltener, passender, konsistenter. Und sie setzt ein Datenfundament voraus, das Ereignisse erkennt, Kontext berücksichtigt und Handlungen in den richtigen Kanal übersetzt.

DIE 5 CINTELLIC SCHRITTE ZUR DATEN- UND KI-REIFE IN VERSICHERUNGEN

CINTELLIC SCHRITT 1

ZIELE FESTLEGEN UND MANUELLE DATENPROZESSE IDENTIFIZIEREN

Der Einstieg in Daten- und KI-Reife beginnt nicht mit Technologie, sondern mit einem sauberen Zielbild. Versicherungen haben häufig einen hohen Automatisierungsanspruch, gleichzeitig aber viele „unsichtbare“ manuelle Schleifen, die Entscheidungen verlangsamen: Excel-Listen zur Bestandsauswertung, händische Plausibilitätsprüfungen in der Schadenbearbeitung, manuelle Segmentierungen für Kampagnen oder wiederholte Rückfragen im Service, weil Informationen nicht konsis-

tent verfügbar sind. Genau diese Reibungsverluste sind ein guter Kompass, denn sie sind dort am größten, wo Daten fehlen, widersprüchlich sind oder nicht in den Prozess zurückfließen.

Eine wirksame Zieldefinition verbindet daher operative Effekte (Durchlaufzeit, Dunkelverarbeitung, Bearbeitungsaufwand) mit marktorientierten Effekten (Kundenzufriedenheit, Loyalität, Abschlusswahrscheinlichkeit). Erst wenn klar ist, welche Ergebnisgrößen verbessert werden sollen, lässt sich bestimmen, welche Daten wirklich relevant sind und wo die größten Lücken liegen. Dieser Schritt ist auch kulturell wichtig: Er verhindert, dass Dateninitiativen als „IT-Projekt“ wahrgenommen werden, und macht sie zum Business-Programm mit klarer Wirkungskette.

CINTELLIC SCHRITT 2

REDUNDANTE UND INKONSISTENTE INFORMATIONSQLLEN REDUZIEREN

Sobald die Ziele feststehen, zeigt sich meist schnell, dass nicht zu wenig Daten das Problem sind, sondern zu viele Versionen derselben Wahrheit. In Versicherungen ist das besonders ausgeprägt: Kund:innen existieren mehrfach, Vertragsdaten unterscheiden sich je nach System, und Interaktionshistorien sind kanalweise fragmentiert. Das führt nicht nur zu Mehrarbeit, sondern auch zu schlechteren Entscheidungen – weil Mitarbeitende und Systeme jeweils auf einer anderen Datenlage operieren.

Daten- und KI-Reife bedeutet hier vor allem: Begriffe und Entitäten stabilisieren. Was ist ein „aktiver Vertrag“? Wann gilt ein Schadenfall als „geschlossen“? Welche Adresse ist maßgeblich? Solche scheinbar banalen Definitionen sind in der Praxis die Grundlage für verlässliche Kennzahlen, nachvollziehbare Entscheidungen und konsistente Kundenkommunikation. Wer diese Hausaufgaben überspringt, wird später feststellen, dass KI zwar Modelle liefern kann, aber keine Akzeptanz: Denn wenn Empfehlungen auf Daten basieren, denen niemand traut, werden sie ignoriert – oder im schlimmsten Fall führen sie zu falschen, teuren Entscheidungen.

CINTELLIC SCHRITT 3

GOVERNANCE, SICHERHEIT UND EIN BELASTBARES DATENFUNDAMENT SCHAFFEN

Mit wachsender Datennutzung steigen Anforderungen an Kontrolle, Nachvollziehbarkeit und Sicherheit. Gerade im Versicherungsumfeld ist Daten-Governance nicht nur eine „Compliance-Übung“, sondern eine wirtschaftliche Notwendigkeit: Sie schützt vor Reputationsrisiken, reduziert Fehlerkosten und schafft Vertrauen in automatisierte Entscheidungen. Entscheidend ist dabei, Governance

nicht als Blockade zu verstehen, sondern als Enabler: Sie schafft Klarheit darüber, welche Daten wofür genutzt werden dürfen, wie Qualität gemessen wird, und wie Entscheidungen erklärbar bleiben.

Ein belastbares Datenfundament entsteht zudem erst dann, wenn Daten nicht nur technisch zusammengeführt, sondern auch im Kontext nutzbar gemacht werden. Ein isolierter Schadenwert ist nur eine Zahl; in Kombination mit Vertragsmerkmalen, bisherigen Interaktionen, Dokumenten, Kommunikationsverläufen und Prozessständen entsteht ein Bild, das Handlungen ermöglicht. Genau dieses Bild ist die Voraussetzung für zuverlässige KI: Modelle brauchen nicht nur Volumen, sondern konsistenten Kontext. Und sie brauchen „Guardrails“: Zugriffskonzepte, Zweckbindungen, Protokollierung, sowie Mechanismen, um Verzerrungen (Bias) zu erkennen und zu begrenzen – insbesondere dort, wo Entscheidungen erhebliche Kundenauswirkungen haben (z. B. Underwriting, Pricing, Betrugsverdacht, Servicepriorisierung).

CINTELLIC SCHRITT 4

INTELLIGENTE ERKENNTNISSE GEWINNEN – MIT ANALYTIK, AUTOMATISIERUNG UND KI

Wenn Daten konsistent, integriert und „governanced“ sind, beginnt der produktive Teil: die systematische Übersetzung von Daten in Entscheidungen. In Versicherungen zeigt sich der Nutzen von KI häufig zuerst dort, wo viele Fälle nach ähnlichen Mustern bearbeitet werden: in der Schaden-Triage, in der Dokumentenverarbeitung, in der Priorisierung von Serviceanliegen oder in der Identifikation auffälliger Konstellationen im Betrug. Parallel entstehen marketing- und vertriebsnahe Potenziale: bessere Segmentierung, präzisere Kontaktpunkte, relevantere Next-Best-Actions und eine Kommunikation, die sich an Lebensereignissen und tatsächlichen Bedürfnissen orientiert – nicht an Produktlogik.

Wichtig ist jedoch: Erkenntnisse allein erzeugen keinen ROI. Erst wenn sie in Prozesse eingebettet werden, entsteht messbarer Wert. Eine Prognose zur Abwanderungswahrscheinlichkeit ist nur dann relevant, wenn sie automatisch eine passende Maßnahme auslöst – etwa eine proaktive Beratung, ein verbessertes Serviceangebot oder die Priorisierung eines Kontakts im richtigen Kanal. Ebenso muss klar sein, wie Mitarbeitende mit Empfehlungen arbeiten sollen: Was bedeutet ein Score? Welche Handlung wird erwartet? Wie wird Erfolg gemessen? Gute KI-Programme investieren deshalb nicht nur in Modelle, sondern genauso in Prozessdesign, Change und Steuerung.

CINTELLIC SCHRITT 5

DAS UNTERNEHMEN TRANSFORMIEREN – SKALIERUNG, KULTUR UND BETRIEB

Daten- und KI-Reife ist erreicht, wenn KI nicht mehr als „Pilot“ existiert, sondern als verlässlicher Bestandteil des Betriebs. Das erfordert Skalierungsfähigkeit: technisch (stabile Datenpipelines, wiederverwendbare Datenprodukte, Monitoring), organisatorisch (klar definierte Verantwortlichkeiten, Data Owner, produktorientierte Teams) und kulturell (Datenkompetenz in Fachbereichen, Akzeptanz für datengestützte Entscheidungen, gelebte Qualitätsstandards).

In dieser Phase verändern sich auch die Steuerungslogiken. Versicherungen, die Datenreife konsequent entwickeln, verschieben den Schwerpunkt von reaktiven auf proaktive Mechanismen. Statt nur Anträge zu prüfen und Schäden zu regulieren, werden Risiken früher erkennbar, Kundenbedarfe besser antizipierbar und Serviceanliegen gezielter gelöst. Daten werden damit zur strategischen Fähigkeit: Sie beeinflussen Produktgestaltung, Kanalstrategie, Pricing- und Underwriting-Politiken, und nicht zuletzt die Marke – weil Konsistenz und Relevanz in der Kundeninteraktion ein zunehmend zentraler Differenzierungsfaktor sind.

PRAXISBAUSTEINE: WAS VERSICHERER MIT CINTELLIC KONKRET AUFBAUEN SOLLTEN

1) CINTELLIC 360°-KUNDENPROFIL ALS VERLÄSSLICHE BASIS

Ein integriertes Kundenprofil ist weniger ein „Dashboard“ als eine betriebliche Infrastruktur. Es beantwortet die Frage, wie das Unternehmen Kund:innen sieht – und ob diese Sicht in allen Bereichen gleich ist. Für Versicherungen ist das besonders wichtig, weil die Kundenbeziehung häufig über Jahre oder Jahrzehnte verläuft, während Interaktionen punktuell sind und Produkte sich verändern. Ein 360°-Profil verbindet daher Stammdaten, Vertrags- und Produktinformationen, Schaden- und Leistungsereignisse, Interaktionen über Kanäle, Dokumente sowie relevante Signale aus Service und Vertrieb. Der Mehrwert entsteht nicht nur in der Transparenz, son-

dern in der Fähigkeit, konsistent zu handeln: einheitliche Auskünfte, passende Angebote, weniger Rückfragen und bessere Prozessentscheidungen.

2) CINTELLIC RELATIONSHIP-BZW. CUSTOMER-HEALTH-LOGIK ZUR PRIORISIERUNG

Viele Versicherungen wissen, „wie viele“ Kund:innen sie haben, aber nicht systematisch „wie gesund“ die Beziehung ist. Ein Customer-Health- oder Relationship-Score fasst deshalb unterschiedliche Signale zusammen: Nutzungs- und Interaktionsmuster, Serviceerfahrungen, Vertragsentwicklung, Beitragstreue, Beschwerdeindikatoren oder auch Ereignisse, die auf Abwanderung oder Mehrbedarf hindeuten. Der Score ist weniger ein Selbstzweck als ein Übersetzungsmechanismus zwischen Daten und Handlungen. Er hilft Teams, Prioritäten zu setzen (wen zuerst proaktiv ansprechen?), Ressourcen effizienter einzusetzen (welche Fälle brauchen menschliche Aufmerksamkeit?), und Marketingmaßnahmen stärker an realen Bedürfnissen auszurichten.

3) CINTELLIC KI-GOVERNANCE ALS VORAUSSETZUNG FÜR SKALIERUNG

Sobald KI operative Relevanz hat, muss sie wie ein Produkt geführt werden: mit klarer Verantwortung, Transparenz und Qualitätskontrolle. KI-Governance umfasst dabei mehr als Modellmonitoring. Sie umfasst Datenherkunft und -qualität, Versionierung, Tests vor dem Rollout, laufende Performance-Überwachung, Erklärbarkeit, Freigabeprozesse und Auditfähigkeit. Für Versicherungen ist das besonders entscheidend, weil KI-Entscheidungen häufig in regulierten Kontexten stattfinden und unmittelbar Kund:innen betreffen können. Gute Governance reduziert nicht Innovation – sie verhindert nur, dass Innovation teuer wird.

CINTELLIC-FAZIT

KI IN VERSICHERUNGEN IST EIN DATENPROGRAMM – KEIN TOOL-PROJEKT

In der öffentlichen Diskussion wird KI häufig als Technologiesprung beschrieben: Man „führt KI ein“, wählt ein Modell, automatisiert einige Aufgaben – und erwartet eine neue Effizienzstufe. In Versicherungen ist diese Sichtweise verführerisch, aber riskant. Sie unterschätzt, dass KI nicht primär eine Softwarekategorie ist, sondern eine neue Logik der Wertschöpfung: Entscheidungen werden nicht mehr nur regelbasiert oder erfahrungsgesteuert getroffen, sondern probabilistisch, datenbasiert und dynamisch. Genau deshalb ist KI in Versicherungen kein Tool-Projekt, sondern ein Datenprogramm – eines, das Strategie, Organisation und Prozesse gleichermaßen betrifft.

Aus einer Marketing- und Kundenperspektive zählt am Ende nicht die Modellarchitektur, sondern erlebte Relevanz, Verlässlichkeit und Fairness. Eine KI, die schnell ist, aber auf inkonsistenten Daten beruht, erzeugt keine bessere Experience, sondern Unvorhersehbarkeit – und damit Vertrauensverlust. Deshalb ist Datenqualität nicht nur ein IT-Thema, sondern ein Marken- und Beziehungsthema: Konsistente Daten ermöglichen konsistente Versprechen über Kanäle hinweg.

Betriebswirtschaftlich entsteht Wert, wenn KI zur wiederholbaren Entscheidungsfähigkeit wird: schnelleres Underwriting, effizientere Schadensteuerung, bessere Betrugserkennung, höhere First-Contact-Resolution und proaktive Kundenentwicklung. Das erfordert integrierte Datenflüsse, klare Definitionen, Governance und die Einbettung von Erkenntnissen in Prozesse – sonst bleiben KI-Piloten punktuell und ohne Tragweite. Ein reifes Datenprogramm schafft damit nicht nur Automatisierung, sondern eine moderne, konsistente Form der Versicherung, die Effizienz und Kundenorientierung verbindet.

ZUSAMMENARBEIT MIT CINTELLIC

Wenn Sie Daten- und KI-Reife in Ihrer Versicherung strukturiert aufbauen wollen, unterstützen wir Sie end-to-end – von Strategie, Use-Case-Priorisierung und Zielbild über Datenintegration & Governance bis hin zur operativen Umsetzung in Fachprozessen. Unser Fokus: messbarer Mehrwert, regulatorisch sauber, nachhaltig betreibbar.

CINTELLIC steht bereit, um mit Ihnen diese neuen Horizonte zu erkunden. Treten Sie mit uns in Kontakt, um Ihre spezifischen Bedürfnisse und Möglichkeiten im Kundenmanagement zu besprechen. Gemeinsam können wir die richtigen Strategien entwickeln, um Ihr Unternehmen für die Zukunft des CRM zu rüsten.

**von Jörg Reinnarth und Carlo Morhard
CINTELLIC Consulting Group**

ANSPRECHPARTNER



Dr. Jörg Reinnarth
Geschäftsführer
CINTELLIC Consulting Group

LinkedIn



Carlo Morhard
Managing Consultant
CINTELLIC Consulting Group

LinkedIn

KONTAKT

Bequem per E-Mail an info@cintelllic.com

Oder besprechen Sie mit uns Ihr Anliegen persönlich via Online-Meeting / Rückruf. [Online-Terminvereinbarung](#).

CINTELLIC GmbH
Remigiusstraße 16
53111 Bonn
+49 228 92 65 18 20



ÜBER CINTELLIC

Die 2010 gegründete CINTELLIC Consulting Group ist eine auf digitales Kundenmanagement spezialisierte Unternehmensberatung, die ihre Klienten vom ersten Konzept bis zur Umsetzung in der Praxis ganzheitlich begleitet. An den Standorten in Bonn, Frankfurt am Main und München arbeiten rund 100 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.

Zu den Klienten zählen DAX-Konzerne, führende mittelständische Unternehmen und insbesondere zahlreiche sogenannte „Hidden Champions“ mit den Branchenschwerpunkten Banken und Versicherungen, Telekommunikation, IT, Medien, Unterhaltung, Handel, E-Commerce, Versorger und Logistik.

CINTELLIC zählt zu den führenden Consultants in Deutschland.



KARRIERE BEI CINTELLIC

CINTELLIC befindet sich auf Wachstumskurs. Vielleicht mit Ihnen? Jetzt Stellenanzeigen entdecken und bewerben!

cintelllic.com/stellenangebote/