Kommunikationstrends im Versicherungswesen 2026

Ergebnisse einer Branchenbefragung zu Kommunikationsherausforderungen, Zukunftsthemen und Transformationsbedarf

H/ADVISORS

WER HAT TEILGENOMMEN?

Befragung von Fach- und Führungskräften der deutschen Versicherungswirtschaft

Anzahl der Teilnehmer:innen: 27 – Befragungszeitraum: 22.09. bis 23.10.2026

Die Ergebnisse zeigen vor allem die Sicht von Fach- und Führungskräften aus Kommunikation und Marketing.

56 %

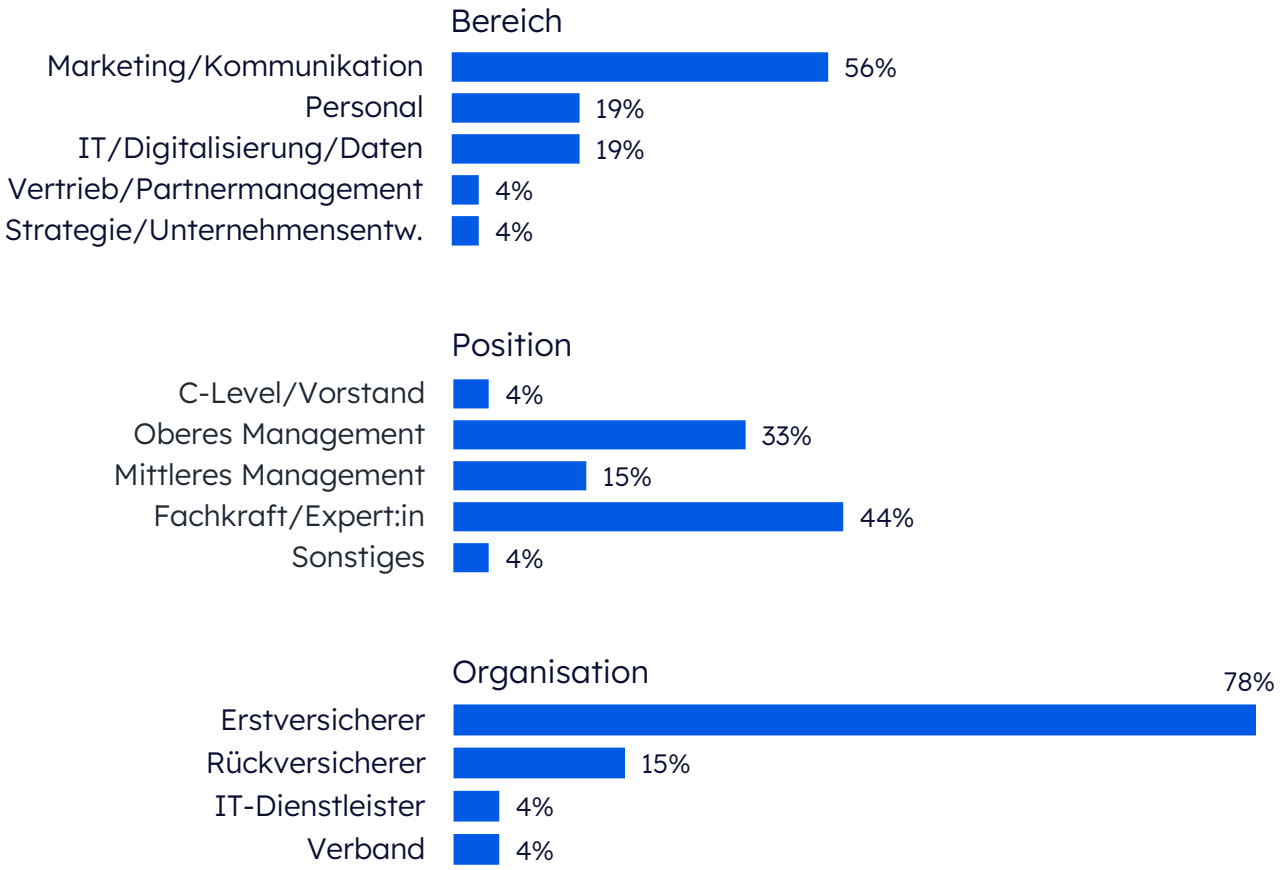
der Teilnehmer:innen sind in Marketing/Kommunikation tätig.

48 %

der Teilnehmer:innen sind Führungskräfte im oberen und mittleren Management

78 %

der Teilnehmer:innen sind bei einem Erstversicherer beschäftigt.



KI sowie Führung und Kultur bestimmen die Kommunikationsagenda

1 KI und Digitalisierung dominieren die Agenda der Versicherungswirtschaft

Für 85 % der Befragten sind KI, Digitalisierung und Innovation die größte Herausforderung ihrer Organisation. Dahinter folgen Führung & Kultur (48 %). Andere Themen wie Regulatorik, Risiken oder das Produktportfolio werden zwar genannt, spielen derzeit aber eine deutlich geringere Rolle.

2 Im persönlichen Arbeitsalltag rücken Führung, Kultur und Veränderung stärker in den Vordergrund

Auch individuell bleibt KI/Digitalisierung (78 %) das wichtigste Thema. Gleichzeitig gewinnen Führung & Kultur (63 %) deutlich an Bedeutung. Veränderungsprozesse beschäftigen die Befragten im Alltag stärker als klassische regulatorische oder fachliche Themen.

3 Die größten Kommunikationslücken liegen bei Profil, Führung und gesellschaftlicher Relevanz

Am häufigsten genannt werden Führung & Kultur (33 %) sowie Positionierung und Thought Leadership (33 %). Auch die gesellschaftliche Rolle der Versicherungswirtschaft (30 %) wird häufig als unterkommuniziert wahrgenommen. KI prägt zwar die Agenda, wird aber vergleichsweise selten als Kommunikationsdefizit betrachtet.

4 Der künftige Kommunikationsbedarf konzentriert sich klar auf KI und Führung

Mit 78 % wird KI/Digitalisierung als wichtigstes Kommunikationsthema der kommenden zwölf Monate genannt. Es folgt Führung & Kultur (48 %). Darüber hinaus gewinnen insbesondere Transformation und Positionierung an Bedeutung.

ZENTRALE ABLEITUNGEN

Wo Kommunikation jetzt ansetzen sollte

1 KI braucht weniger Erklärung, mehr Orientierung

KI ist sowohl die größte organisatorische Herausforderung als auch das mit Abstand wichtigste Kommunikationsthema der kommenden zwölf Monate. Die Aufgabe besteht künftig weniger darin, die Technologie zu erklären, sondern Orientierung zu schaffen: Was bedeutet KI konkret für Mitarbeitende, Kunden und das Geschäftsmodell?

2 Transformation steht und fällt mit Führung und Kultur

Während KI die Agenda bestimmt, beschäftigen Führung, Kultur und Wandel die Menschen besonders intensiv. Das zeigt: Der Erfolg von Transformation hängt nicht allein von Technologie oder Prozessen ab, sondern davon, ob Führungskräfte Veränderung glaubwürdig vermitteln und Mitarbeitende mitnehmen.

3 Relevanz allein reicht nicht, sie muss auch sichtbar werden

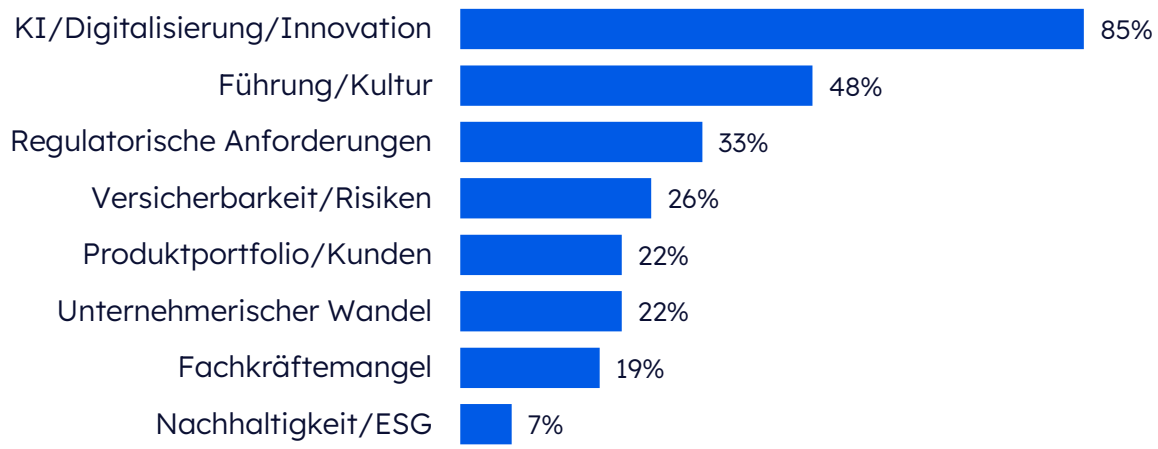
Positionierung, Thought Leadership und die gesellschaftliche Rolle der Versicherungswirtschaft zählen aus Sicht der Befragten zu den größten Kommunikationslücken. Neben der Transformation des Geschäfts rückt damit zunehmend die Frage in den Vordergrund, wie die Branche ihren Beitrag für Wirtschaft und Gesellschaft sichtbarer und stärker profiliert kommunizieren kann.

4 Kommunikationsverantwortliche werden zu Übersetzern des Wandels

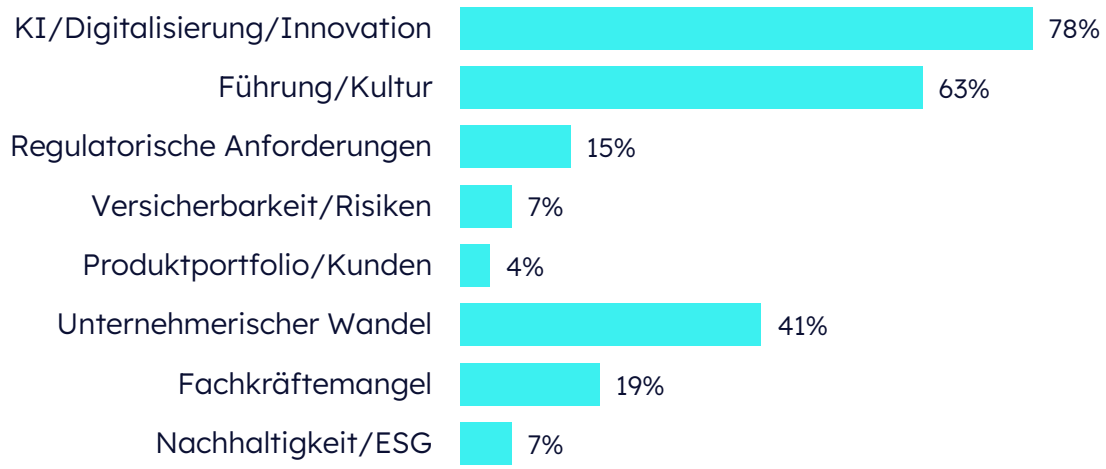
Die Ergebnisse deuten auf eine wachsende Rolle der Kommunikation hin: Sie soll nicht nur informieren, sondern Technologie, Transformation und Strategie verständlich machen. Gefragt sind Einordnung, Sinnstiftung und Vertrauen, insbesondere an der Schnittstelle zwischen KI, Unternehmenskultur und Veränderung.

Der Fragenkatalog (I)

Was sind aktuell die größten Herausforderungen für Ihre Organisation insgesamt?*



Welche Themen beschäftigen Sie in Ihrem eigenen Arbeitsbereich derzeit am meisten?*



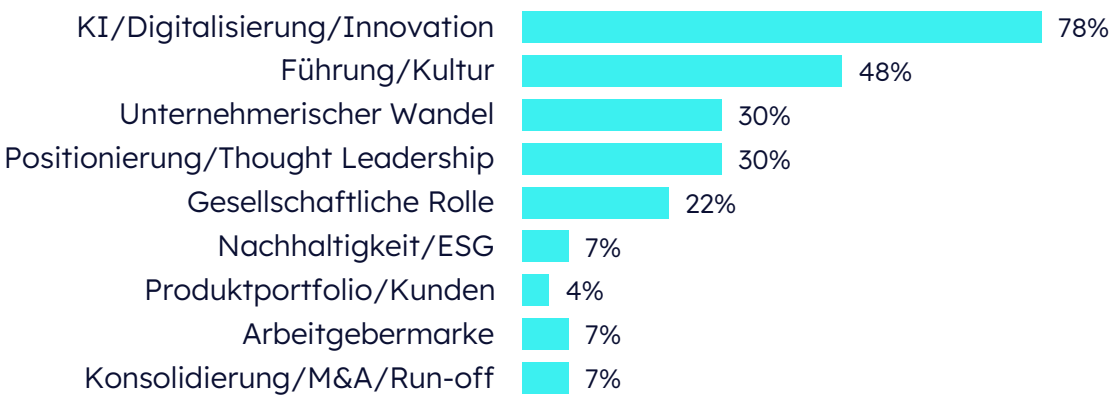
**Bis zu drei Nennungen waren möglich.*

Der Fragenkatalog (II)

Welche kommunikativen Themen kommen aus Ihrer Sicht in Ihrem Unternehmen aktuell zu kurz?*



Bei welchem dieser Themen erwarten Sie in den kommenden 12 Monaten den größten kommunikativen Handlungsbedarf?*



**Bis zu drei Nennungen waren möglich.*

Toulouser Allee 25 / 40211 Düsseldorf
T +49 211 51332-0

Friedrichstraße 230 / 10117 Berlin
T +49 30 921012-0

deekeling-arndt.com

H/ADVISORS

© Deekeling Arndt Advisors in Communications GmbH

Die in dieser Präsentation erarbeiteten Inhalte sind geistiges Eigentum von Deekeling Arndt Advisors in Communications GmbH und unterliegen den geltenden Urheberrechtsgesetzen. Die ganze oder teilweise Nutzung, Vervielfältigung und Veränderung sowie jede Weitergabe an Dritte ist ohne vorheriges Einverständnis des Urhebers nicht gestattet.

H/ADVISORS