



Continentale Versicherungsverbund setzt auf Self-Service-Analytics von SAS

Versicherer ersetzt eigene Lösung für das Aktuariat durch SAS Visual Analytics

Heidelberg, 28. März 2017 - Der Continentale Versicherungsverbund hat eine selbst erstellte Lösung für Versicherungstechniker und Aktuarien durch Self-Service Analytics auf Basis von SAS Visual Analytics abgelöst. Damit ist es dem Versicherer gelungen, die Kosten der IT für Betrieb, Wartung und Weiterentwicklung in diesem Teilbereich zu senken und trotzdem möglichst viele der sehr spezifischen Anforderungen der Fachabteilung zu erfüllen.

Die Aktuarien müssen mit analytischen Werkzeugen täglich strategische, versicherungsmathematische Fragestellungen beantworten. Wie verhalten sich Tarifgestaltung in der Kfz-Sparte und Verkaufszahlen zueinander? Ist ein neues Tarifmodell wirtschaftlich langfristig tragfähig? Lohnt sich der Einstieg in ein neues Marktsegment? "Ein kleiner, aber ein besonders wichtiger Bereich", erklärt Verena Steinmetz, Leiterin Versicherungstechnik Kraftfahrt bei der Continentale.

Mit SAS Visual Analytics kann die IT jetzt der Fachabteilung Datenanalysen im Self-Service-Verfahren anbieten und trotzdem einen großen Teil der bestehenden hoch individuellen Lösung abbilden. "Mit einer neuen Standardsoftware haben wir von der IT uns Freiheiten erkaufte und können unsere Ressourcen schonen", sagt Hans-Ulrich Jaeger, Abteilungsleiter in der IT. "Die Einführung von SAS Visual Analytics ist für uns definitiv eine Erfolgsgeschichte", so Jaeger. "Sie zeigt, dass es sich lohnt, auch für kleine, aber geschäftspolitisch wichtige Bereiche im Unternehmen auf moderne Analytics zu setzen."

"Viele Unternehmen - gerade in der Versicherungsbranche - stehen vor dem gleichen IT-Problem wie die Continentale: Sie betreiben ausgefeilte, aber im Betrieb kostspielige 'Eigengewächse' für einzelne Fachbereiche. Wir sind stolz darauf, dass wir bei der Continentale einmal mehr beweisen konnten, dass SAS diese Anforderungen mit einer Standardsoftware wie SAS Visual Analytics kostengünstig und zukunftssicher abbilden kann", kommentiert Kai Fahlenbock, Senior Sales Manager Versicherungen bei SAS.

circa 2.000 Zeichen

Pressekontakt

Dr. Haffa & Partner GmbH

Herr Ingo Weber
Karlstraße 42
80333 München

haffapartner.de
postbox@haffapartner.de

Firmenkontakt

SAS Institute GmbH

Herr Thomas Maier
In der Neckarhelle 162
69118 Heidelberg

sas.de
thomas.maier@ger.sas.com

SAS ist weltweit Marktführer im Bereich Analytics und mit 3,2 Milliarden US-Dollar Umsatz einer der größten Softwarehersteller. In Deutschland hat SAS im vergangenen Jahr 139,7 Millionen Euro Umsatz erzielt. Kunden an mehr als 83.000 Standorten setzen innovative Analytics-, Business-Intelligence- und Datenmanagement-Software und -Services von SAS ein, um schneller bessere Geschäftsentscheidungen zu treffen. Seit 1976 verschafft SAS Kunden rund um den Globus THE POWER TO KNOW.

Mit SAS entwickeln Unternehmen Strategien und setzen diese um, messen den eigenen Erfolg, gestalten ihre Kunden- und Lieferantenbeziehungen profitabel, steuern in Echtzeit die gesamte Organisation und erfüllen regulatorische Vorgaben.

Firmensitz der US-amerikanischen Muttergesellschaft ist Cary, North Carolina. SAS Deutschland hat seine Zentrale in Heidelberg und weitere Niederlassungen in Berlin, Frankfurt, Hamburg, Köln und München. Weitere Informationen unter http://www.sas.com/de_de/company-information.html.

Anlage: Bild

