

Innovationen, Ideen und Impulse in Leipzig

Am 20. und 21. April 2016 fand in Leipzig wieder der Messekongress „Schadenmanagement und Assistance“ statt – bereits zum neunten Mal. Auf der Veranstaltung der Versicherungsforen Leipzig trafen sich diesmal über 1100 Teilnehmer und diskutierten über aktuelle Entwicklungen und Trends im Schadenmanagement.

Zwei Tage lang setzten sich Versicherer, Schadenexperten, Assisteure, Reha-Dienstleister, Gutachter und Sachverständige im Congress Center Leipzig daher mit Fragenstellungen aus den Bereichen Mobilität, Schadenstrategie, Personenschadenmanagement, Digitalisierung, Betrugsmanagement sowie den Sparten Industrie und Gewerbe sowie Wohngebäude, Klima und Sachversicherung auseinander. In über 20 Fachforen präsentierten Experten ihre Lösungen zu branchenrelevanten Fragen und zeigten Trends auf, die zukünftig für die Versicherungswirtschaft von Interesse sind.

Den Rahmen und gleichzeitig auch die Highlights des diesjährigen Messekongresses bildeten neben den Fachforen die Keynotes von Dr. Christoph Wetzel (Talanx Deutschland) und Dr. Martin Weldi (HDI Kundenservice), Michael B. Hoffmann (Mercedes-Benz Versicherung) sowie Sven Gabor Janszky (2b AHEAD ThinkTank).

V.l.n.r.: Dr. Christoph Wetzel (Talanx Deutschland), Dr. Martin Weldi (HDI Kundenservice) und Markus Rosenbaum (Versicherungsforen Leipzig)

Kundenschnittstelle ist kritischer Kontaktpunkt

Dr. Wetzel und Dr. Weldi stellten zum Auftakt des Messekongresses die Frage, wie der Kunde den Versicherer wahrnimmt. In Zeiten, in denen die Assekuranz ein eher negatives Image hat, sei gutes Schadenmanagement der Schlüssel zu zufriedenen Kunden. Zudem sehen die beiden das Schadenmanagement als Differenzierungsmöglichkeit an der Kundenschnittstelle. Daher wächst die Bedeutung des Schadenmanagements auch weiterhin. Neue Geschäftsmodelle, die momentan in den Markt kommen, haben hier bereits effiziente Ansätze entwickelt. Die SituatiVe GmbH beispielsweise sieht die Kundenschnittstelle als kritischen Kontaktpunkt.

Der Kunde erwartet heute reibungslose Services, wie er sie von Amazon und Co. gewohnt ist. Die Prozesse bei Verkauf sowie Reklamation funktionieren hier problemlos. In einem Schadenfall möchte der Kunde daher ebenso schnell und ohne Komplikationen von seinem Versicherer Hilfe erhalten, wie es beim Online-Abschluss schon der Fall und er es von anderen Anbietern gewohnt ist. Schadenservice sei das neue Marketing betonte daher auch Tim Braatsch von 67rockwell. Die Erwartungshaltung der Kunden zu kennen und darauf einzugehen verbessere den Kundenkontakt entscheidend.

Strategische Vorteile durch Schadendaten-Know how

Die neugegründete Mercedes-Benz Versicherung AG hat in den vergangenen Monaten in der Branche zu einigen Diskussionen geführt. Michael B. Hofmann, Vorsitzender des Vorstands, erläuterte in seiner Keynote die Motive hinter der Gründung. Durch die immer länger werdende Haltedauer, erwirbt schon heute etwa die Hälfte der Gebrauchtwagenkäufer eine Garantievericherung. Daher birgt der Garantimarkt für Automobilhersteller großes Potenzial. Dadurch, dass die Schadendaten der normalen Herstellergarantie dem Versicherer bekannt sind, entsteht ein strategischer Vorteil. Preise können beispielsweise angepasst werden, wenn sich zeigt, dass ein neues Modell schadenarm ist. Im Gegenzug können die Schadendaten, die die Versicherung sammelt, an die Entwicklungsabteilungen zurückgespielt werden, um neue Fahrzeuge zu optimieren.

Wetterdaten in Kombination mit Schadendaten ermöglichen Schadenprognosen

Obwohl das vergangene Jahr im Bereich Elementar nicht sehr schadenreich war, zeigt sich auf dem Messekongress, dass auch bei diesem Thema die Digitalisierung eine große Rolle spielt. Mit Hilfe von umfangreichen Wetterdaten in Kombination mit Schadendaten lassen sich Schadenprognosen beispielsweise je Postleitzahlengebiet treffen. Diese helfen zum Beispiel bei der Personalplanung in Kundenservicezentren. Ein solches Projekt hat die Gothaer Schaden-Service-GmbH im vergangenen Jahr mit der MeteoGroup aufgesetzt. Auch der Deutsche Wetterdienst arbeitet gemeinsam mit dem GDV an einem ähnlichen Ansatz.

Ein Vergleich der Niederschlagsdaten aus Radarmessungen mit den Schadendaten des GDV ermöglicht die Bestimmung von Zusammenhängen bei Starkregenereignissen, einem Risiko, das im Elementarschadenbereich medial nicht so präsent ist wie zum Beispiel Hagelereignisse oder Überschwemmungen. Durch Verschneidung der Starkregenrisikokartierung mit Schadendaten können nun jedoch erstmals deutschlandweit Zusammenhänge zwischen Starkregen und versicherten (Elementar-)Schäden PLZ-genau bestimmt werden.

Sicherheit im Smart Home

Digitalisierung lässt den Kunden auch im privaten Umfeld nicht los. Dr. Norbert Verweyen (RWE Effizienz) betonte,

dass schon heute bis zu 50 Prozent der Geräte in einem normalen Haushalt vernetzungsfähig sind, auch wenn dies dem Kunden nicht bewusst sei. Der Weg zum Smart Home sei daher ein logischer Schritt. Neben den Einsparungen (z. B. durch energiesparendes Heizen) ist für viele Kunden auch das Thema Sicherheit relevant (Brandmelder, Bewegungsmelder usw.). Laut Markus Herbst (AXA Versicherung) passe dies auch zum Versprechen eines Versicherers, der den Verkauf von Sicherheit statt einer Versicherung als Metagedanken haben sollte. Die AXA und die RWE haben daher eine Kooperation geschlossen, deren Ziel eine maximale Unterstützung der Kunden sein soll.

„Lebens- und Arbeitswelten 2025“

Ein thematischer Exkurs kam auf dem diesjährigen Messekongress „Schadenmanagement & Assistance“ von Trendforscher Sven Gábor Jánoszy (2b AHEAD ThinkTank). In seiner Keynote zum Thema „Lebens- und Arbeitswelten 2025“ warf er Gedanken über die Zukunft und technologische Entwicklungen auf. Seiner Meinung nach sei eine der wichtigsten Fragen jedoch nicht, was und wie entwickelt wird, sondern wie schnell.

Die Geschwindigkeit der Veränderungen werde von den Menschen häufig unterschätzt. Unternehmen seien daher meist nicht auf die Zukunft vorbereitet. Die Assekuranz müsse sich in jedem Fall der Frage stellen, ob sie die Entwicklungen der nächsten zehn Jahre als Chance oder Gefahr betrachten will. Jánoszy zufolge werden Maschinen künftig immer intelligenter werden und Expertentum von Menschen abgewertet. In der Versicherungswirtschaft ist dies vor allem im Bereich Vertrieb von Relevanz. Wer hat zukünftig den Zugang zum Kunden, wenn Maschinen besser beraten können, als Menschen? Wie können Versicherer in diesem Umfeld bestehen? Diese und viele mehr Fragen gilt es in den kommenden Jahren zu diskutieren und zu beantworten.

Einmal mehr zeigte sich, dass der Messekongress nicht nur eine jährlich stattfindende Plattform für den Austausch unter Branchenexperten ist, sondern auch ein Stimmungsbarometer für aktuelle Trends und Entwicklungen der Assekuranz darstellt. Der Messekongress ist daher für viele Schadenexperten zu einem festen Termin im Kalender geworden. Im kommenden Jahr findet der Messekongress „Schadenmanagement & Assistance“ bereits zum zehnten Mal in Leipzig statt. Am 28. und 29. März 2017 bieten die Versicherungsforen Leipzig der Branche erneut die Gelegenheit zum Austausch.

Bild: (1) © ALDECAstudio / fotolia.com (2) © LxPRESS

Versicherungs- und Finanznachrichten

expertenReport



<https://www.experten.de/id/4942629/innovationen-ideen-und-impulse-in-leipzig/>