

SCHADENMANAGEMENT 2.0: WO IST DER DIGITAL LEADER?

Das Schadenmanagement rückt in den Fokus der Digitalisierungsbestrebungen von deutschen Versicherern. Dennoch müssen die Unternehmen bei der End-to-End-Digitalisierung des Schadenprozesses und einzelnen Prozessschritten noch deutlich nachlegen. Ansonsten bleiben Chancen auf Wettbewerbsvorteile durch Kundenzentrierung und Prozesseffizienz ungenutzt. Zu diesem Ergebnis kommt eine Studie des Digitalisierungsexperten Eucon und der Managementberatung zeb, an der knapp die Hälfte der deutschen Schadenversicherer teilnahm.

Mit digitalen Kundenerwartungen, pandemiebedingten Kontaktbeschränkungen und steigendem Kostendruck haben deutsche Versicherer reichlich Gründe, die digitale Transformation ihres Schadenmanagements voranzutreiben. Trotz einer Vielzahl von Digitalisierungsinitiativen und Pilotprojekten bleibt der Handlungsbedarf bei vielen Unternehmen groß. Einen „Digital Leader“, einen Versicherer mit einem durchgehend digitalisiertem Schadenmanagement, konnten Eucon und zeb unter den Studienteilnehmern nicht finden.

Digitalisierungsstrategien ohne tragfähige Budgets

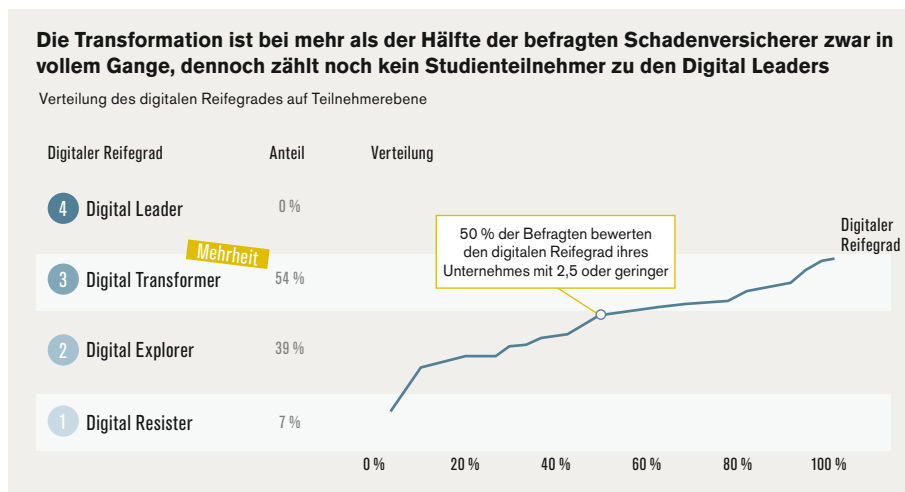
Die Befragung zeigt, dass die Mehrheit der deutschen Schadenversicherer bereits eine Digitalstrategie für das Schadenmanagement aufgestellt und mit ihrer Geschäftsstrategie abgestimmt hat. Doch für eine entschlossene digitale Transformation fehlt vielfach das notwendige finanzielle Commitment: Nur jeder zehnte Versicherer gab an, dass er für die Umsetzung der Digitalstrategie einen tragfähigen Etat hat. Das zeigt den Kostendruck, unter dem die Versicherungsbranche steht, und dass sich

die Digitalisierung des Schadenmanagements noch in einer frühen Phase befindet. Fast 60 Prozent der Versicherer geben darüber hinaus an, dass ihre eigenen IT-Ressourcen ein Flaschenhals sind – obwohl vielfach innovative Ideen für einen digitalen Schadenprozess vorliegen. In der Folge sind auch die vorhandenen Digitalisierungsvorhaben der befragten Versicherer bis dato eher operativ angelegt und in viele einzelne digitale Initiativen fragmentiert.

Erfolgsfaktor zentrales Providermanagement

Das Bild einer fragmentierten Digitalisierung des Schadenmanagements bei deutschen Versicherern setzt sich bei der Steuerung von IT-Dienstleistern fort. Durch begrenzte Budgets werden im Zuge von Make-or-Buy-Entscheidungen vielfach externe Spezialisten gewählt. Mit solchen arbeiten mehr als 90 Prozent der befragten Schadenversicherer bei der digitalen Transformation zusammen. Die effiziente Steuerung aller beteiligten Dienstleister im Schadenmanagement gewinnt dadurch eine strategische Bedeutung. In diesem Bereich offenbart die Studie noch umfassenden Handlungsbedarf: Erst 58 Prozent der befragten Versicherer gaben an, durch ein digitales Providermanagement das Zusammenspiel ihres Ökosystems zu koordinieren.

Dabei ergeben sich aus innovativen, digitalen Lösungen zur Dienstleistersteuerung nicht nur Zugewinne bei der Prozesseffizienz im Schadenmanagement, sondern auch wertvolle neue Datenquellen. Sie erleichtern die Koordination bei der Partnerbeauftragung und Terminvereinbarung, können aber auch vielfältige Analyse- und Monitoringfunktionalitäten bieten. Möglich wird zum Beispiel Service-Level-Agreement-Tracking, ein standardisiertes Dokumentenmanagement und die Echtzeitprüfung der





Michael
Rodenberg,
Eucon Digital

Verfügbarkeit von Partnern. Durch zentrale digitale Anwendungen könnten Versicherer folglich erheblichen manuellen Abstimmungsaufwand und damit Kosten sparen.

Optimierungspotenzial für Schadenmanagement

Viele Versicherer verfügen schon heute über einen umfangreichen Pool von Daten. Deren intelligente Nutzung ist bei vielen von ihnen allerdings noch ausbaufähig: Erst ca. 40 Prozent der befragten Versicherer nutzen ihre Daten systematisch für die Optimierung ihres Schadenmanagements. Das liegt vielfach an der fehlenden Datengrundlage: Bei jedem zweiten Versicherer liegen selbst aktuelle Schadendaten nur in Teilen strukturiert vor.

Das ist besonders für den Schadenfall, in dem der Versicherer auf dem Prüfstand steht, eine vergebene Chance, zumal die erforderlichen Tools und Services am Markt längst verfügbar sind. Aus strukturierten Daten können Versicherer erheblich mehr Nutzen ziehen – etwa um Prozesse im Schadenmanagement zu beschleunigen oder ihre Kunden individualisiert anzusprechen.

Digitale Tools kommen zu kurz

Digitale Technologien ermöglichen Versicherern auch den Einsatz neuer Werkzeuge, mit denen sie ihre Kunden ins Zentrum rücken können. Dadurch können sie ihren Versicherten die Bequemlichkeit und Geschwindigkeit bieten, die Verbraucher zum Beispiel vom Online-Handel kennen und seit Corona noch

Digitalisierung im Schadenmanagement

Für die Studie „Digital Claims – Die Zeit ist reif!“ haben der Digitalisierungsexperte für automatisierte Prozesse Eucon und die Strategie- und Managementberatung für die Finanz- und Versicherungsbranche zeb im Herbst 2020 knapp die Hälfte der deutschen Schadenversicherer befragt und aus den Antworten Rückschlüsse über den Reifegrad der Digitalisierung des Schadenbereichs gewonnen. Im Kern ging es darum, den aktuellen Stand der Bemühungen der Versicherer zwischen Kundenanforderungen, technischem Fortschritt und anhaltendem Kostendruck genauer zu untersuchen.

stärker schätzen. Dieser hohe Stellenwert digitaler Tools bei der Kundenzentrierung ist den Versicherern bewusst: 84 Prozent der befragten Versicherer bieten ihren Kunden deshalb die digitale Übermittlung von Schadenmeldungen mittels Apps oder Webservices an. Bei knapp einem Fünftel von ihnen ist die Schadenübermittlung sogar vollständig digital möglich.

An anderer Stelle bleiben Versicherer bei der Digitalisierung der Kundenschnittstelle aber noch weit hinter ihrem Potenzial zurück. Im Bereich der digitalen Services und Kanäle zur transparenten Kommunikation des Bearbeitungsstatus von Schadenfällen ist der digitale Reifegrad der befragten Unternehmen noch niedrig. Schadenstatus-Tracking – ähnlich der Sendungsverfolgung von Paketdienstleistern – oder Chatbots bietet hier kaum ein Versicherer an. Außerdem unterbreitet erst die Hälfte der Versicherer ihren Kunden mittels Smart Home, Telematik oder Gesundheits-Apps Präventionsangebote. An den Touchpoints mit ihren Kunden bieten digitale Tools den Versicherern folglich noch immer riesige ungenutzte Chancen für die Stärkung von Kundenbindung und Effizienz.

Pilotprojekte für KI und Data-Analytics laufen

Auch mithilfe von Künstlicher Intelligenz (KI) und Data-Analytics-Anwendungen könnten Versicherer durch die Beschleunigung ihres Schadenprozesses Kundenzufriedenheit erhöhen und Prüfkosten reduzieren. Rund 70 Prozent der befragten Anbieter haben deshalb bereits erste Pilotprojekte gestartet. Erprobt und angewandt werden die datengetriebenen Methoden insbesondere in der Betrugserkennung sowie der Datenaufbereitung und Schaden- beziehungsweise Belegprüfung. Für die Vorhersage von Prüfbedarfen auf der Grundlage historischer Daten kommt KI bis dato kaum zum Einsatz – obwohl entsprechende Anwendungen bereits von externen Datenspezialisten angeboten werden. Interne und externe Prüfaufwände könnten dadurch minimiert werden.

Auch in der Schadenaufnahme fehlt es vielen Versicherern noch an Ideen für tragfähige Use-Cases. Die Befragten schätzen den Nutzen von KI und Data-Analytics in diesem Gebiet als eher gering ein, obwohl beispielsweise der Einsatz von KI zur automatischen Bildanalyse in Zukunft großes Potenzial entfalten kann. Das größte Hemmnis für den Einsatz von Künstlicher Intelligenz und Data-Analytics-Anwendungen ist für die befragten Versicherer auch hier die Schaffung einer verwertbaren, strukturierten Datengrundlage.

Insgesamt zeigt die Studie von Eucon und zeb, dass die deutschen Versicherer ihr Schadenmanagement stärker in den Fokus ihrer Digitalisierungsbemühungen nehmen. Ihre volle Power entfaltet die Digitalisierung für Anbieter und Versicherte aber nicht durch Insellösungen, sondern mit einer ganzheitlichen End-to-End-Digitalisierungsstrategie. Sie umfasst alle Prozessschritte des Schadenmanagements – die an der Kundenschnittstelle genauso wie die im Backoffice. Im Wettbewerb haben diejenigen Anbieter die Nase vorn, die durch effektive digitale Dienstleistersteuerung und ein integriertes Datenmanagement Fragmentierung auflösen und ein reibungsloses digitales Ökosystem aufbauen. Viele der Befragten stehen auf dem Weg dorthin noch am Anfang und können davon profitieren, auf die Erfahrung externer Digitalisierungspartner zurückzugreifen.

Autor: Michael Rodenberg, Eucon Digital GmbH