

Versicherungen werden mobil

Die Herausforderung. Die europäischen Versicherer kämpfen in einem Verdrängungswettbewerb um die Gunst der Kunden. Sie haben erkannt, dass die Branche den anspruchsvollen Kunden im heutigen Multi-Channel-Geschäft technologisch auf Augenhöhe begegnen muss. Dazu gehört zweifelsohne auch das Angebot mobiler Lösungen, um einen neuen Kontaktweg zum Kunden zu eröffnen.



Autor: Ralf Denninghoff, Senior Business Developer, adesso AG.

IT-Lösungen für Vertrieb, Betrieb, Service und Schaden beweisen die Leistungsfähigkeit einer Versicherung. Dieses Bild überträgt sich auf das Image einer Marke. Deshalb finden sich im Portfolio vieler Anbieter bereits kleine Mehrwertdienste wie Notruf-, Pannenhelfer- und Ärztfinder-Apps als Werkzeug der Kundenbindung. Allerdings sind solche Lösungen bereits weit verbreitet und geben dem Versicherer somit kein eigenes markantes Profil für seinen Auftritt im mobilen Kanal. Innovative Ideen sind gefragt!

Mobiles Internet kommt

Derzeit setzen Smartphones und Tablets wie iPad oder iPhone von Apple oder android-basierte Geräte den Maßstab im Bereich der mobilen Lösungen. Dank moderner Entwicklungsplattformen und intuitiver App-Stores entstehen und verbreiten sich die darauf laufenden Anwendungen rasant. Studien zum Thema Mobility besagen, dass schon in absehbarer Zeit die Mehrheit der Webzugriffe durch Smartphones anstatt durch Desktoprechner und Notebooks erfolgen wird.

Google-CEO Eric Schmidt verkündet auf Konferenzen stets „Mobile First!“ und konstatiert, dass Google bei sämtlichen Entwicklungen zuerst darüber nachdenke, ob die geplanten Neuerungen auch im Mobilitybereich Sinn machen.

Welche Auswirkungen haben diese Entwicklungen auf die Konsumentenhaltung von Versicherungen und wie begegnen Versicherer diesem Phänomen?

Kunden und Partner von Versicherungsunter-

nehmen werden nicht nur in Bezug auf Versicherungsbeiträge und Leistungen immer anspruchsvoller, sondern fordern von ihrem Versicherer auch in den Bereichen Service, Beratung und Leistungserbringung technologischen Fortschritt. Die neue Kundengeneration – und das sind nicht nur junge Menschen – ist branchenübergreifend verwöhnt von technologischer Unternehmenskompetenz und nutzt diese täglich, von der Webtageszeitung über den Online-Check-in bis zum E-Banking.

Viele Unternehmen „spielen“ deshalb mit mobilen Technologien und bringen einfache Apps heraus – frei nach dem Motto „wir sind dabei“. Wirklich planbar sind die weiteren Entwicklungen im Bereich Mobility nicht und daher hat dieser opportunistisch getriebene Ansatz durchaus seine Berechtigung.

Die zielgenaue Lösung

Aus adesso-Sicht sollten Unternehmen im Vorfeld einige Grundlagen schaffen und Fragen beantworten, bevor sie über die Entwicklung einer mobilen Lösung entscheiden:

- Welches Ziel wird mit der mobilen Strategie verfolgt? Geht es beispielsweise um Kundenbindung und Service oder um Schadens- oder Beratungsexzellenz?
- Welche Zielgruppe soll erreicht werden?
- Was erwartet diese Zielgruppe und welche Services sollen dort angeboten werden?
- Über welche Kanäle sollen diese Services angeboten werden und wie wichtig ist die Anbindung an die Unternehmens-IT?
- Welche Gerätetechnologie muss unterstützt werden, um die gesetzten Ziele zu erreichen?
- Wie wird der Betrieb der Lösung organisiert?
- Welche Ausbaustufen sind geplant und wie können Anpassungen dynamisch vorgenommen werden?

Auf den somit geschaffenen Richtwerten lassen sich im Anschluss Entscheidungen über eine iPhone-App oder ein mobiles Portal leichter fällen. Die Gefahr, in eine technologische Sackgasse zu investieren, ist dadurch trotzdem nicht ausgeschlossen.



„Insurance App“

adesso ist überzeugt, dass die heute verfügbaren Smartphones und Tablets bereits die notwendigen technologischen Voraussetzungen erfüllen, um einfache Prozesse aus der Versicherungsbranche abzubilden. Bedarf besteht vor allem in den Bereichen Service, Schaden und Vertrieb. Eine erste Lösung wurde für das Segment Versicherungsvertrieb entwickelt. Als Technologieplattformen wurden das iPhone sowie das iPad ausgewählt, wobei weitere Prototypen auf anderen Plattformen wie Google Android bereits in Planung sind. Der Einstieg in die Entwicklung war einfach, da die adesso Group mit der adesso mobile solutions GmbH ein Tochterunternehmen hat, das seit Jahren erfolgreich mobile Lösungen für unterschiedliche Branchen entwi-

ckelt, wie zum Beispiel auch Versicherungen, und über umfangreiche Erfahrung im Bereich der Apps-Entwicklung verfügt. In Kooperation mit dem Tochterunternehmen wurde die Vertriebsanwendung konzipiert und entwickelt. Die so genannte „Insurance App“ unterstützt den Versicherungsmitarbeiter von der Leadgenerierung über die Beratung und den Angebotsprozess bis hin zur Antragsstellung inklusive digitaler Signatur. Dabei erhält er während des gesamten Prozesses Zugriff auf die vollständigen Kundendaten in einer 360-Grad-Kundensicht.

Mehrwert für Kunden und Berater

Gemeinsam mit dem Interessenten kann er direkt auf dem Bildschirm intuitiv passende Produkte auswählen, zusammenstellen und direkt vor Ort ein konkretes Angebot erstellen. Denn mobile Versicherungslösungen haben einen großen Vorteil: Sie sind ständig und überall verfügbar. Die historische Entwicklung von Computersystemen zeigt eine klare Tendenz zu immer kleineren und leistungsfähigeren Systemen. Moderne mobile Geräte bieten durch die Touchoberfläche eine intelligente und einfach zu bedienende Nutzerschnittstelle, mit der auch Laien intuitiv umgehen können. Sie haben mittlerweile hohe Speicherkapazitäten und sind für den Onlinebetrieb über UMTS sowie den Offlinebetrieb via „nativer App“ geeignet. So können Anträge medienbruchfrei direkt aus der Anwendung heraus an den Sachbearbeiter in der Unternehmenszentrale geleitet werden, was den Versicherungsabschluss deutlich beschleunigt. Gleichzeitig protokolliert die App automatisch den Beratungsprozess und kann daraus ein Protokoll generieren. Dies entlastet den Vertriebsmitarbeiter von zeitintensiven administrativen Aufgaben und gibt dem Kunden unmittelbares Feedback.

Die Ziele der „Insurance App“ sind:

- Integration des iPhones/iPads in die Wertschöpfungskette eines Versicherungsunternehmens.
- Abbau von Barrieren im Verkaufsgespräch.
- Fallabschließende, papierlose automatische Verarbeitung.
- Minimierung der erforderlichen manuellen Eingaben.
- Kapselung der Komplexität und einfacher Zugang.
- Einfachere, schnellere Handhabung der Systemausstattung.
- Entlastung des Vertriebsmitarbeiters (Beratungsprotokoll, Dokumente nach VVG, Gewicht).
- Verbesserte Reaktionsfähigkeit.

Der Prototyp der „Insurance App“ ist fertigge-

stellt und zeigt, welche technischen Möglichkeiten in mobilen Systemen stecken. Das User-Interface folgt den „iPhone App Design Principles“, die auf einfache und intuitive Bedienung ausgerichtet sind: Eingaben werden durch die intelligente Oberfläche minimiert und die Bedienung erfolgt komplett „einhändig“. Der Prototyp bietet eine medienbruchfreie Unterstützung des Anwenders von A bis Z und entlastet den Vermittler von Dokumentationsaufgaben.

Mobile Zukunft

Die „Insurance App“ wird bei adesso nicht als Ersatz, sondern eher als Ergänzung zu bestehenden Anwendungen auf Notebooks gesehen. Grundsätzlich sind Online- wie Offline-szenarien denkbar, um beispielsweise Kundendaten oder Antragsdaten mit bestandsführenden Systemen auszutauschen. Der Prototyp wurde mittlerweile sowohl auf Basis des iPhones als auch des iPads bei Versicherern vorgestellt und stößt auf reges Interesse. Sollte sich

Autor: Andreas Huttleß, Leiter Competence Center Versicherungen, adesso AG.



die Anwendung durchsetzen, kann sie über die ausgereifte Infrastruktur von Apple leicht verbreitet und vertrieben werden. Für die Auslieferung und Wartung von Apps stehen die App-Stores zur Verfügung. Über Corporate-Stores ist darüber hinaus die Verbreitung für fest definierte Nutzergruppen möglich.

Derzeit werden noch weitere Lösungen und Prototypen aus anderen Bereichen der Finanzdienstleistung entwickelt. Ob sich diese am Markt durchsetzen werden, wird sich zeigen. Eines ist jedoch sicher: Die Zukunft wird mobiler, ebenso wie die Versicherer. ■



Beispiele für ein „Insurance App“ auf iPad und iPhone.