



# Versicherungsbetriebe

IT und Kommunikation in der Assekuranz

## Trends:

MaRisk VA – was auf die Assekuranz zukommt

## Top-Thema:

Business-Intelligence:  
Wie Konzepte gelingen



Der  
Versicherungs-  
fachwirt



## Testautomatisierung für LV-Kernsysteme

Bestandsführungssysteme  
und Rechenkerne im  
**Regressionstest**



Kern-Know-How zur Verstärkung  
Ihres LV-Teams

[www.vtmw.de](http://www.vtmw.de)

## Mobile Versicherungsportale

# Strategien und Potenziale

Versicherungen sind bereits weit fortgeschritten bei der Digitalisierung ihrer Angebote und Prozesse. Umfangreiche Internetportale für Mitarbeiter, Makler und Verbraucher sind die Norm. Zunehmend bieten die Versicherer nun auch Mobilportale für diese Zielgruppen an. In der Versicherungsbranche besteht ernsthaftes Interesse an der Nutzung des mobilen Kanals, der vielfältige Möglichkeiten zur Prozessunterstützung und -optimierung bietet.

**Z**iel ist es nicht nur, einen neuen Absatzkanal zu schaffen, sondern auch, bestehende Prozesse zu optimieren. Dies ist beispielsweise der Fall, wenn Vertriebsmitarbeiter beim Kundentermin auf umfangreiche Produktinformationen zugreifen und Prämien unmittelbar berechnen können.

### Mobilportale für Mitarbeiter und Kunden

Diesen Mehrwert mobiler Dienste haben viele Versicherer bereits erkannt und deshalb früh mit der Entwicklung passender Systeme begonnen. Die Versicherer nutzen dabei konsequent die Möglichkei-

ten des interaktiven und mobilen Mediums, um auf die Bedürfnisse von Interessenten bzw. Kunden zu reagieren.

In Zielrichtung und -gruppen ihrer Angebote unterscheiden sich die Versicherer aber teils deutlich. Business-to-Business-Portale (B2B) mobilisieren vorrangig Dienstleistungen und Informationen für die angeschlossenen Berater und ermöglichen diesen so den Zugriff auf vertriebsrelevante Daten unabhängig vom Ort. Business-to-Consumer-Portale (B2C) hingegen bieten den Versicherungskunden Mehrwertdienste und flexiblen Zugriff auf Versicherungsdaten oder richten sich als Marketinginstrument an potenzielle Neukunden. Häufig werden auch Mischformen von B2B und B2C umgesetzt, die sich sowohl an Berater als auch an Kunden richten bzw. den Beratern eine Plattform für die Kundenakquise und -bindung bieten.

### Mobilportal der Hamburg-Mannheimer

Ein Beispiel dafür ist das Mobilportal der Hamburg-Mannheimer Versicherungsgruppe unter der URL [mobil.hamburg-mannheimer.de](http://mobil.hamburg-mannheimer.de). Dort können sich die Makler auf Mini-Sites mit ihren Kontaktdaten interessieren Verbrauchern präsentieren und ihr Produktangebot vorstellen. Die Vermittler können direkt aus dem Portal heraus SMS an ihre Kunden versenden, die einen Link auf die jeweilige Mini-Site enthalten. Per „click-to-call“ ist der Vermittler direkt aus der mobile Site heraus telefonisch erreichbar. Das Portal ist also insbesondere ein Service der Versicherung an die angeschlossenen Makler, um diesen einen weiteren Kanal für die Kundenansprache zur Verfügung zu

stellen. Als Mehrwert für Verbraucher bietet es zusätzliche Dienste wie Branchen- und Telefonbuch oder aktuelle Stauinfos, die über spezialisierte Content-Anbieter realisiert werden. Bei spezifischen Anfragen zu Versicherungsthemen findet eine Expertensuche automatisch den passenden Berater im PLZ-Bereich des Interessenten.

### Serviceportal der Barmenia für die Mitarbeiter

Das B2B-Mobilportal der Barmenia richtet sich hingegen ausschließlich an die angeschlossenen Makler und Berater der Versicherung. Neben den Produkt- und Presseinformationen sind unter [mobil.barmenia24.de](http://mobil.barmenia24.de) auch Beitragsrechner und eine Übersicht der



Das Mobile-Angebot der Hamburg-Mannheimer. Bild: adesso mobile solutions



Das Kundenportal der Versicherungskammer Bayern. Bild: adesso mobile solutions



So informiert die Barmenia ihre Mitarbeiter. Bild: adesso mobile solutions

internen Servicehotlines erreichbar. In der Produktübersicht können Berater Informationen über die gesamte Angebotspalette abfragen, um Kunden vor Ort kompetent zu beraten. Dies umfasst die unterschiedlichen Angebote für Voll- und Ergänzungsversicherungen sowie die Tarifoptionen im Bereich der Krankenversicherungen. Auch zu sämtlichen übrigen Produkten wie Haftpflicht-, Wohngebäude-, Hausrat-, Unfall- und Kfz-Versicherungen bis hin zum Fonds-Center und dem Bausparen sind weiterführende Hinweise verfügbar. Unter „Produkt highlights“ erhalten die Anwender Informationen zum jeweiligen Produkt des Monats und Vertriebsargumente, etwa in Form von Testergebnissen und Produktbewertungen. Ein angeschlossener Beitragsrechner ermittelt die Höhe von Prämienzahlungen in Echtzeit und beschleunigt so den Vertrieb erheblich. Nach Auswahl der betreffenden Produkte und Eingabe erforderlicher Angaben wird das Ergebnis unmittelbar angezeigt, ohne erst den zeit- und ressourcenintensiven „Umweg“ über die Sachbearbeiter in der Versicherungszentrale zu nehmen. Die Informationen lassen sich auf elektronischem Weg per E-Mail oder postalisch anfordern. Dabei werden die Antragsunterlagen auf Wunsch direkt mitgeliefert.

#### Kundenportal der Versicherungskammer Bayern

Das Portal der Versicherungskammer Bayern unter mobil.vkb.de

ist ein Beispiel für die B2C-Variante: Es verfügt neben einem frei zugänglichen Teil mit Unternehmens- und Produktinformationen für potenzielle Neukunden auch über einen geschützten Bereich für existierende Kunden. Diese können dort nach dem Login ihre Vertragsdetails einsehen oder den Bearbeitungsstatus von Schadensmeldungen nachverfolgen. Ein weiterer nützlicher Dienst ist das Verzeichnis der VKB-Serviceerufnummern, die per Direktwahl unmittelbar aus dem Portal angewählt werden können. Als besonderen Service können die Versicherungskunden außerdem im Schadensfall dem Geschädigten automatisiert eine SMS mit den notwendigen Angaben für deren Versicherung zukommen lassen. Eine weitere Serviceleistung für Versicherte ist der deutschlandweite Unwetterwarnservice. Damit können sich Versicherte per SMS live über drohende Unwettergefahren informieren lassen. Das Portal gibt es darüber hinaus in einer speziell für iPhone-Nutzer optimierten Version.

#### Portalmobilisierung mit geringem Aufwand

Der technische und finanzielle Aufwand für die Umsetzung der Mobilportale ist in der Regel gering. Die meisten Angebote basieren auf Daten und Diensten der bereits vorhandenen Webportale. In den konkreten Beispielen nutzten die Versicherer das Produkt web inMotion. Die Lösung der Spezialisten für Mobilportale von adesso mobile solutions nutzt bestehende Webanwendungen und Webinformationen und transformiert diese in Echtzeit in die unterschiedlichen Ausgabeformate mobiler Endgeräte, ohne dass dafür große Anpassungen oder Neuentwicklungen nötig wären. Als so genanntes Mobile Technology Framework liest web inMotion die Inhalte, Formulare und Anwendungen aus bestehenden Systemen aus und löst sie von ihren spezifischen Darstellungsformaten. Beim mobilen Zugriff auf diese Inhalte identifiziert das Framework das genutzte Gerät anhand einer umfangreichen Datenbank und gibt sie in einem passenden Format aus. So werden Texte, Grafiken, Bilder und auch Formulare gemäß den jeweils technischen Möglichkeiten des Endgeräts „ausgeliefert“, um sie dort optimal darzustellen.