



Sabrina Hartusch

Zülig oder zäh?

Wann wird in Zeiten des Verdrängungswettbewerbs und des Preiskampfes endlich einem vorbildlichen Schadenservice die nötige Aufmerksamkeit zur Differenzierung aus der Masse der Anbieter gewidmet und dieser dementsprechend positioniert?

Es muss wohl in der Natur der Sache/des Menschen liegen, dass man nicht gerne über Schäden spricht (im privaten wie im geschäftlichen Leben). Auch Business-Pläne sind mehrheitlich auf das Positive ausgerichtet – dem Nicht-Erreichen wird vergleichsweise selten Aufmerksamkeit gewidmet. Die Meinung «mich trifft es schon nicht» ist doch stark ausgeprägt, was ein Grund dafür sein kann, warum ein fundiertes Gespräch über das (eventuell benötigte) Schadenmanagement bei/vor Versicherungsvertragsabschluss im Vergleich zu anderen Themen stark unterlegen ist.

In den vergangenen Jahren hat sich jedoch der Servicegedanke (auch der Schadenpräventionsgedanke) stark als etwas Erstrebenswertes gefestigt. Nehmen wir als Beispiel den amerikanischen Versicherer Lemonade, der das Thema Versicherungspolice und Schaden für den Normalverbraucher um einiges einfacher und zugänglicher gemacht hat. Mit dieser Art zu operieren (Schadenmanagement innerhalb von 3 Minuten) erreicht man nunmehr eine grosse Anzahl Personen, denn was und weshalb der Versicherer etwas tut, wird hier verständlich gemacht. Auch sind die Versicherungsbedingungen extrem einfach und verständlich geschrieben. All dies erzeugt Nähe, Verlässlichkeit und Greifbarkeit beim Kunden, was sich wiederum auf dessen Zufriedenheit auswirkt. Für einen Dienstleister (was ein Versicherer und auch ein Broker ist), auf den es im «Moment of truth» ankommt, sollte dies ein Muss sein.

Nun, was bedeutet dies für Grosskunden? Müssen 3 Minuten das Mass aller Dinge sein? Absolut betrachtet sicherlich nicht, in Relation jedoch schon; für Frequenzschäden muss es allemal in diese Richtung gehen. Gewiss, An-

bieter haben in der Vergangenheit mit Innovationen in ihre Systeme und Prozesse investiert, was sich durch den digitalen Wandel in Bezug auf das Schadenmanagement künftig noch verstärken wird. Von einem Schadenmanagement, das beim Kunden positive Emotionen hinterlässt, profitieren alle Beteiligten.

Im Moment des Schadens will der Kunde nicht spüren, dass der Versicherer kostengetrieben ist und die Interessen diametral auseinandergehen, sondern dass ehrlicher, dem Kunden dienender Einsatz zum Tragen kommt. Die obersten Ziele der Versicherer, die Kundenbindung und die Reputation, dürfen in der Schadenregulierungspraxis nicht an Bedeutung verlieren. Bei einem grösseren Schadenereignis muss der Risk Manager intern extrem gut aufgestellt sein und seine Stakeholder mit Informationen und Instruktionen bedienen können. Diese Brücke darf nicht einbrechen und wird von der externen Beziehung zum Versicherer gestärkt. Somit darf der Kunde einen professionalisierten strukturierten Schadenservice erwarten, der in der Abwicklung effizient, speditiv und kommunikativ ist mit dem Ziel, dem Kunden das Leben einfacher, nicht schwieriger zu machen. Bürokratische Schwellen müssen abgebaut werden.

Vorgelagerte Gespräche über potenzielle Schadenszenarien, detaillierte Grossschadenprotokolle und Investitionen in Präventionssysteme, die auch das vorgelagerte Schadengespräch fördern, sind sicherlich ebenfalls dienend. Es sollte das Ziel eines jeden Versicherers sein, keinen Kunden aufgrund eines schwachen Schadenmanagements zu verlieren bzw. keine Kunden an sich binden zu wollen, sollte das Schadenmanagement von vornherein keine gute Reputation haben.

Die Kommentatoren

In unserer Rubrik «Standpunkt» setzen sich alternierend Persönlichkeiten mit der Assekuranz auseinander. Es sind dies:

Sabrina Hartusch
Präsidentin Vereinigung der Schweizer Insurance- und Risk-Manager SIRM (über Bedürfnisse von Geschäftskunden).

Dr. Rolf Dörig
Präsident des Schweizerischen Versicherungsverbandes SVV (zu Privatversicherungen und Politik).

Dr. Jérôme Cosandey
Forschungsleiter Sozialpolitik beim Think-Tank Avenir Suisse (zu Sozialversicherungen)

Professor Dr. Martin Eling
Institut für Versicherungswirtschaft IWV der Universität St. Gallen (zu Versicherungsmanagement).

Professor Dr. Hato Schmeiser
Institut für Versicherungswirtschaft IWV der Universität St. Gallen (zu Risikomanagement).