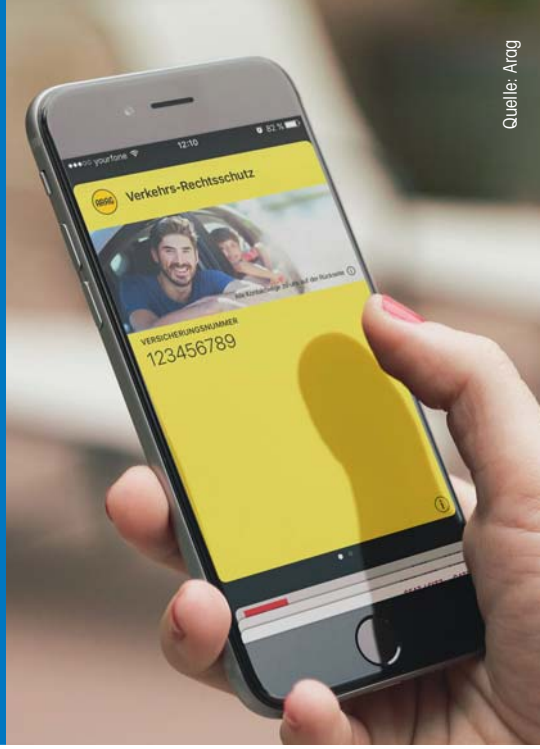
Digitalisierung in der Assekuranz – das Konzept der Arag

Von Hanno Petersen



Quelle: Arag

Die Assekuranz hat sich des Themas Digitalisierung vergleichsweise spät angenommen. Nicht so die Arag, meint Hanno Petersen. Agilität ist für den Düsseldorfer Versicherer besonders wichtig, um die Wettbewerbsnachteile eines mittelständischen Versicherers gegenüber den Konzernen auszugleichen. Dabei setzt das Unternehmen auf das Know-how im eigenen Haus. Die Bandbreite der genannten Neuerungen reicht von einer grundlegenden Erneuerung der IT über das Online-Schaden-Tracking und eine Versicherung für Internetnutzer bis zum ersten Beratungs-Chatbot für Versicherungsprodukte auf dem deutschen Markt. Red.

Liken oder Teilen, Apps oder Wallets: Die Digitalisierung ist das große Thema der Zukunft – auch in der Versicherungswirtschaft. Der Düsseldorfer Versicherungskonzern Arag sieht darin große Chancen. Für das größte Familienunternehmen in der deutschen Assekuranz gehört die Digitalisierung längst zum Alltag.

Dabei geht der Konzern den Weg in die digitale Zukunft nicht nur im Interesse der Kunden, sondern auch gemeinsam mit seinen Mitarbeitern und vor allem mit einer klaren Strategie.

Digitales gibt es bei der Arag sogar zum Lunch. Beim „Arag-Digi-Lunch" stehen einmal im Monat zur Mittagszeit im Düsseldorfer Arag Tower neben Snacks vor allem digitale Trends, Impulse, Neuerungen und Anwendungen auf dem Programm.

Erster Beratungs-Chatbot für Versicherungsprodukte

Wie kreativ und produktiv dieses beliebte Format ist, zeigt der „Arag Reiseassistent". Er wurde im Rahmen eines Digi-Lunches von Mitarbeitern angestoßen und dann innerhalb von nur 14 Tagen in Eigenregie umgesetzt.

Mit dem „Arag Reiseassistenten" hat der Konzern einen ersten Beratungs-Chatbot für Versicherungsprodukte auf den deutschen Markt gebracht. Im Facebook-Messenger können sich Nutzer mit den nötigen Informationen zur optimalen Absicherung auf Reisen informieren und – wenn gewünscht – gleich dazu den passenden Versicherungsschutz online abschließen. Dieser Pilotversuch kommt nicht nur bei den deutschen Usern bestens an, sondern auch bei der spanischen Niederlassung der Arag SE – insgesamt ist die Arag in 17 Länder erfolgreich aktiv. Die Kollegen in Barcelona haben den Chat-Roboter innerhalb einer Woche adaptiert und auf Facebook zur Verfügung gestellt.

Mit dem Beratungs-Chatbot hat der Arag-Konzern nicht nur Neuland in der deutschen Versicherungsbranche betreten. Er hat damit auch erneut seine Reaktionsschnelligkeit und Umsetzungsstärke rund um digitale Angebote für seine Kunden unter Beweis gestellt.

Agilität statt Größe

Diese Agilität ist für das Unternehmen im Rahmen seiner Digitalisierungsstrategie besonders wichtig. Als eher mittelständischer Versicherer kann es dadurch strukturelle Wettbewerbsnachteile gegenüber Großkonzernen wettmachen. Hier zählen nicht üppige Budgets, sondern vor allem Professionalität, Schnelligkeit und Innovationsfreude.

Das strategische Ziel lautet: nicht so digital wie möglich zu sein, sondern smart und agil im Interesse der Kunden zu handeln. Dazu gilt es, zusätzliche Vertriebs-, Service- und Kommunikationswege für den Verbraucher bereitzustellen – und dabei Technologien wie Data Analytics, Data Mining oder Web Tracking mit einzubeziehen.

Zum Autor

Hanno Petersen, Mitglied des Vorstands, ARAG SE, Düsseldorf

Dieser Artikel ist urheberrechtlich geschützt. Die rechtliche Freigabe ist für den Abonnenten oder Erwerber ausschließlich zur eigenen Verwendung.
Fritz Knapp Verlag GmbH

Im Vordergrund steht ein dezentrales Handeln, denn Digitalisierung betrifft jede Einheit und jeden Fachbereich. Digitale Innovationen werden zudem nicht ausgelagert, sondern aus der eigenen Organisation heraus entwickelt.

Die Strategie trägt Früchte

Dass die Digitalisierungsstrategie der Arag deutlich Früchte trägt, zeigen unter andere folgende Zahlen:

- Von Anfang 2016 bis Mitte dieses Jahres hat der Bestand jener Kunden, die online eine Versicherung abschließen, um 17 Prozent zugelegt.

- Damit machen die 217 000 Online-Kunden bereits elf Prozent des Gesamtkundenbestandes in Deutschland aus – ein Großteil davon sind Sachversicherungskunden.

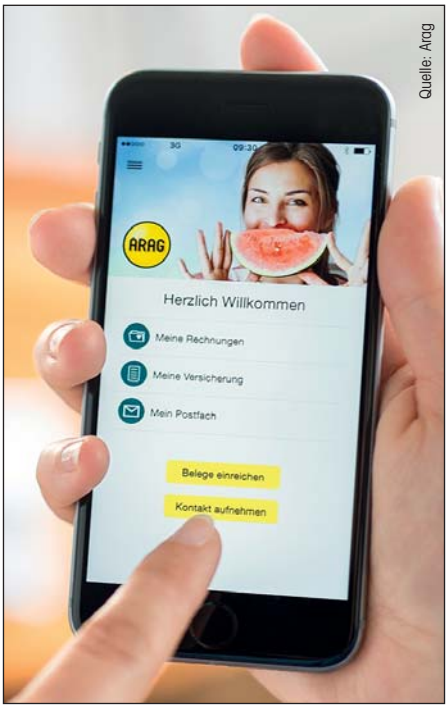
Digitaler Pulsgeber

Um in Zukunft verstärkt das große Potenzial in der erfolgreichen Krankenversicherungssparte zu aktivieren, hat der Düsseldorfer Versicherungskonzern kürzlich auch hier seine digitalen Aktivitäten verstärkt. In die Vielzahl von Digitalisierungsprojekten im Konzern reihen sich aktuell zwei innovative Serviceangebote ein, die am Markt in ihrer Form einzigartig und voll auf die Bedürfnisse der Kunden ausgerichtet sind.

So gehört seit März die Konsultation eines Arztes per Video-Chat zum festen Angebot. Durch die Kooperation mit dem Start-up Teleclinic können sich alle privat vollversicherten Kunden per Video-Chat nahezu zeit- und ortsunabhängig eine ärztliche Einordnung einholen – sogar auch aus dem Urlaub.

Das zweite Novum im Bereich Krankenversicherung: Für alle privaten Voll- und Zusatzversicherungskunden gibt es seit

Die Gesundheits-App der Arag



Quelle: Arag

Mai 2017 die neue Arag Gesundheits-App. Dank einer intelligenten Rechnungsübersicht haben Kunden ihre bislang erhaltenen Leistungen und somit ihre gesamte medizinische Historie – seien es Diagnosen, Impfungen, Tabletten oder sonstige Verordnungen – stets griffbereit. Dank der Möglichkeit, eigene Notizen zu ergänzen, lässt sich die Gesundheits-App zur persönlichen digitalen Gesundheitskarte ausweiten. Die Sicherheit der Daten genießt dabei natürlich höchste Priorität.

Zusätzlich können Belege schnell und einfach online eingereicht sowie Leistungsabrechnungen per PDF ohne langen Postversand direkt empfangen werden. Die App lässt sich einfach und bequem auf i-Phones oder andere IoS-Endgeräte herunterladen. Ab Anfang 2018 wird sie auch für Android-Endgeräte zur Verfügung stehen.

Nutzenstiftende Services

Dass der Versicherer mit seinen digitalen Lösungen und Services schon seit Langem auf einem sehr guten Weg ist, belegt das gute Abschneiden bei einem internationalen Benchmarking von Bain & Company über „Digitale Versicherer der Zukunft". Beim Vergleich von 70 Schaden- und Unfallversicherungen platzierte sich der Konzern bereits 2015 in einem internationalen Teilnehmerfeld unter den besten 30 bis 40 Prozent.

Seither hat sich im Konzern gerade mit Blick auf die Digitalisierung noch eine Menge getan. So wurden beispielsweise die Social-Media-Aktivitäten sukzessive verstärkt sowie zudem zahlreiche weitere digitale Innovationen und kundenfreundliche Services entwickelt und implementiert:

Auf der Homepage www.Arag.de, die komplett überarbeitet und für die Nutzung von Smartphones und Tablets im responsiven Design optimiert wurde, können Kunden mit einem realen Mitarbeiter über ihre Belange chatten. Die Akzeptanz ist groß: Mehr als 800 Mal im Monat wird dieser Service mittlerweile in Anspruch genommen, in 40 Prozent der Fälle außerhalb der klassischen Bürozeiten.

Online-Schaden-Tracking in den Bereichen Rechtsschutz und Komposit

Ein weiteres praktisches Tool ist das Online-Schaden-Tracking für Rechtsschutz- und Kompositkunden sowie auch speziell für Rechtsanwälte. Mit einem Klick kann online tagesaktuell und schnell der aktuelle Bearbeitungsstand des Versicherungsfalls abgerufen werden. In nur knapp drei Monaten wurde dieses kundenfreundliche Internet-Tool entwickelt und eingeführt – und damit ein erneuter Digitalisierungsimpuls im Versicherungsmarkt gesetzt.

Nach der großen Resonanz bei den Privatkunden mit mehreren Hundert Zugriffen im Monat war es nur ein konsequenter Schritt, dieses Tool auch den vielen Tausend Anwälten zur Verfügung zu stellen, die für Arag-Rechtsschutzkunden aktiv sind.

Dieser Artikel ist urheberrechtlich geschützt. Die rechtliche Freigabe ist für den Abonnenten oder Erwerber ausschließlich zur eigenen Verwendung.
Fritz Knapp Verlag GmbH

Mittlerweile wird das Online-Schaden-Tracking von Privatkunden und Anwälten mehr als 2 500 Mal im Monat in Anspruch genommen. Auch bei alternativen Zahlungsmöglichkeiten setzt die Arag Akzente. So können seit 2016 Versicherungen direkt via Kreditkarte oder Paypal bezahlt werden – inklusive wiederkehrender Beträge. Den Auftakt dazu machten die online abschließbaren Privat-Rechtsschutz-Produkte.

Mit der Arag-Wallet-Card konnte der Konzern im Oktober 2016 einen weiteren Digitalisierungs-Impuls am Markt setzen. Diese Service-Card auf dem Smartphone stellt alle wichtigen Kontaktdaten und nützliche Links bereit. Ebenso wie der Live-Chat wird auch dieses Serviceangebot von den Kunden derart gut angekommen.

Grenzüberschreitender Wissens- und Technologietransfer

Durch diesen großen Erfolg werden beide Services mittlerweile in fast allen internationalen Niederlassungen und Gesellschaften angeboten. Der grenzüberschreitende Wissens- und Technologietransfer erweist sich auch bei der Gestaltung der internationalen Webseiten als Erfolgsgarant.

▬ 2015 wurde erstmals eine zentrale Konzernlösung beim Relaunch der Webseiten der Arag Portugal angewandt. Dazu hat die Arag in Düsseldorf die Entwicklungsplattform sowie das Content Management System bereitgestellt.

▬ Mit der kompletten inhaltlichen und optischen Überarbeitung sowie dem Start des Online-Verkaufs von Versicherungen und Services folgte dann mit der Arag Spanien eine der größten Niederlassungen.

▬ Mittlerweile nutzen diese zentrale Plattformlösung die Niederlassungen und Gesellschaften in Belgien, Kanada, Slowenien, Italien und nicht zu vergessen alle deutschen Webauftritte. Damit stärkt die Arag nicht nur ihre Marke, sondern erleichtert auch den Online-Verkauf ihrer Produkte.

Neue Features im Stammvertrieb

Auch der Stammvertrieb, der Ausschließlichkeitsvertriebskanal des Konzerns am deutschen Markt, wurde in den vergangenen Jahren konsequent fit für die digitale Zukunft gemacht. Neben den bundesweiten Hauptgeschäftsstellen und Geschäftsstellen profitieren auch die einzelnen Vertriebspartner von komplett überarbeiteten Internetauftritten. Dort können sie unter anderem eigene, individuelle Inhalte platzieren. Zudem werden alle auf den Webseiten erfolgten Online-Abschlüsse direkt dem jeweiligen Bestand zugeordnet.

Zu den weiteren digitalen Vertriebsneuerungen zählen eigene Facebook-Seiten für die Geschäftsstellen wie auch die Arag-Partner. Der Verkauf über i-Pad mit einer eigenen, modernen und leistungsstarken Vertriebs-App ermöglicht es den Partnern vor Ort – etwa durch interaktive Darstellungsmöglichkeiten –, die Kunden noch transparenter zu beraten und am Ende sogar Versicherungen direkt online abzuschließen.

Modernisierung der IT

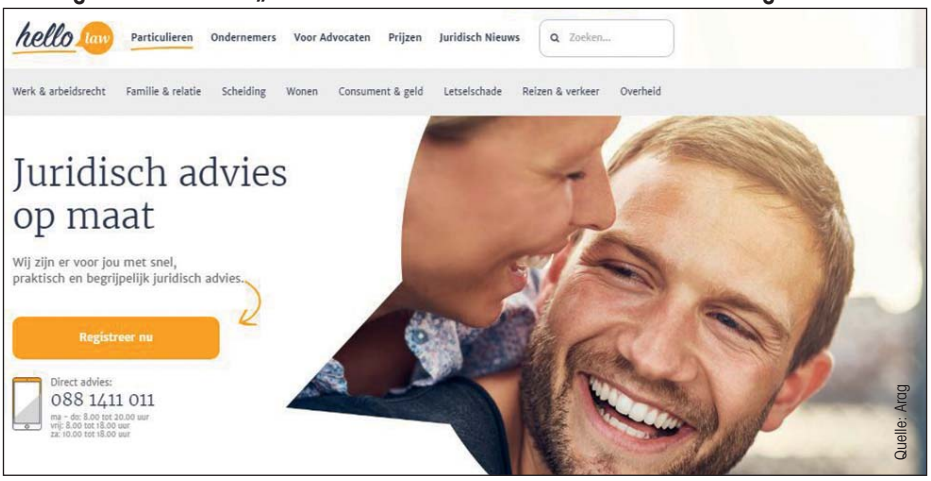
Grundvoraussetzung, um all diese Neuerungen einführen und damit die Digitalisierung überhaupt erfolgreich vorantreiben zu können, war die Modernisierung der IT. Diese wurde in den vergangenen Jahren gezielt vorangetrieben. Dazu sind beispielsweise Millionen von Verträgen und Schadendaten aus zehn Altsystemen erfolgreich auf ein einziges, hausintern umgesetztes, modernes Java-basiertes Bestand- und Schadensystem (B&S) überführt worden. Damit ist die Arag einer der wenigen Versicherer, die bereits über ein derart modernes, einheitliches B&S-System verfügen.

Mit dem Abschied aus der Großrechnerwelt wurde im Mai dieses Jahres ein weiterer Meilenstein erreicht. Seither arbeitet der Konzern ausschließlich mit leistungsstarken, Linux-basierten Servern. Auch dieses Großprojekt wurde in Eigenregie und mit bereichsübergreifenden Teams erfolgreich umgesetzt. Damit wurde längst erfolgreich abgeschlossen, was viele Wettbewerber gerade erst angehen und damit erneut einen klaren Standard im Markt gesetzt.

Neue Geschäftsmodelle

Die Arag geht die Veränderungen rund um die Digitalisierung nicht einfach nur mit, sondern nutzt diese auch aktiv strategisch. Dies unterstreicht nicht zuletzt die Gründung einer neuen, eigenen Legal-Tech-Einheit in Köln. Mit der Justix GmbH hat

Die Legal-Tech-Einheit „Hello Law" ist zunächst in den Niederlanden gestartet



Quelle: Arag

Dieser Artikel ist urheberrechtlich geschützt. Die rechtliche Freigabe ist für den Abonnenten oder Erwerber ausschließlich zur eigenen Verwendung.
Fritz Knapp Verlag GmbH

der Konzern ein Start-up etabliert, das die Digitalisierung juristischer Dienstleistungen europaweit vorantreiben soll. Diese kommen seit Juli dieses Jahres unter der Marke „HelloLaw" zum Kunden – zunächst einmal in den Niederlanden. Damit positioniert sich der Düsseldorfer Versicherer künftig auch auf dem hart umkämpften europäischen Rechtsberatungsmarkt.

In Deutschland ist ein Markteintritt aus rechtlichen Gründen vorerst nicht geplant. Dafür sollen andere europäische Länder folgen, in denen die Regelungen rund um Rechtsdienstleistungen liberaler ausgestaltet sind.

Versicherungsprodukte rund um die Digitalisierung

Neben der breiten Palette an digitalen Services bietet natürlich das umfassende Portfolio an Versicherungsprodukten den Verbrauchern einen passenden Schutz in der Onlinewelt. Dazu wurden spezielle Policen entwickelt: Arag web@ktiv schützt bei angeblichen Urheberrechtsverstößen im Internet, beinhaltet den Löschdienst für rufschädigende Inhalte bis hin zum Vertragsrechtsschutz für Online-Shopping.

Nach dem Erfolg dieser Internetpolice, die die Arag erster Anbieter auf dem deutschen Markt platziert hat, wurde dieser spezielle Versicherungsschutz für Internetnutzer gezielt ausgebaut: Arag web@ktiv Plus bietet zusätzliche Mehrleistungen, die von Schadenersatzzahlungen bei Daten- und Identitätsdiebstahl bis hin zur psychologischen Soforthilfe nach Cybermobbing reichen.

Speziell für kleine und mittelständische Unternehmen hat der Konzern in diesen Jahr sehr früh im Marktvergleich ein Produkt eingeführt, das gegen materielle Cyber-Risiken absichert: Der Cyberschutz unterstützt die Firmenkunden nach Online-Attacken, bewahrt ihre Handlungsfähigkeit, sichert finanzielle Schäden ab, die durch Cyberkriminalität entstanden sind, bietet IT-Support durch Experten und sorgt für die Bereitstellung von Ersatzsystemen.

Know-how aus dem eigenen Haus

Lösungen nicht auszulagern, sondern digitale Innovationen aus dem eigenen Unternehmen heraus flexibel und schnell zu entwickeln und umzusetzen – dies gehört ebenfalls klar zur Strategie des inhabergeführten Arag Konzerns. Den mit der Digitalisierung verbundenen stetigen Wandel gestaltet das Familienunternehmen gemeinsam mit seinen Mitarbeitern.

Hier setzt auch die neue Zukunftsinitiative #einfachmalanders an, mit der eine Reihe neuer Maßnahmen und Formate verbunden sind. Dazu zählt der eingangs beschriebene „Digi-Lunch", aber auch die Einführung von intuitiven Lern- und Trainingsmethoden sowie Workshops. Damit soll im Konzern die Digitalisierung greifbarer gemacht, Neugier geweckt und Führungskräfte als auch Mitarbeiter angeregt werden, sich einzubringen. Das Interesse der Belegschaft hieran ist groß. Warum das so ist, spiegelt sich auch im aktuellen Arag Trend 2017 wider. Im Rahmen einer allgemeinen Markt- und Gesellschaftsforschung wollte der Versicherer jüngst genauer wissen, wie die Deutschen zur Digitalisierung stehen – privat wie beruflich. Demnach nimmt die große Mehrheit die fortschreitende Digitalisierung und die damit verbundenen Neuerungen und Herausforderungen an. Besonders in der Arbeitswelt ist laut der Umfrage des Meinungsforschungsinstitutes Kantar TNS die Digitalisierung nicht mehr wegzudenken – und gehört längst zum Alltag.

Gesellschaftliches Engagement

Auf dem Weg durch die digitale Welt und in die immer digitaler werdende Zukunft übernimmt die Arag auch gesellschaftliche Verantwortung: Das Familienunternehmen engagiert sich besonders im zentralen Themenfeld des Internets, das das Leben der Menschen – besonders der Kinder und Jugendlichen – mehr und mehr beeinflusst. Um Gefahren vorzubeugen, die das Surfen mit sich bringen kann, hat der Konzern drei Studien unterstützt, die sich mit Cybermobbing und den Folgen beschäftigen.

So wurden für die Studie „Cyberlife" 10 000 Schülerinnen und Schüler, Lehrkräfte und Eltern zu Cybermobbing und Gewalt im Netz befragt. Dass Mobbing und Cybermobbing nicht ausschließlich ein Thema bei Kindern und Jugendlichen ist, zeigte die Studie „Mobbing und Cybermobbing bei Erwachsenen".

Die erste länderübergreifende Trendstudie „Arag Digital Risks Survey" machte schließlich deutlich, dass Cybermobbing „eine tickende Zeitbombe im Internet" ist, die Betroffenen immer jünger werden, die Arbeitswelt massiv betroffen ist und auch die Schulen unter wachsendem Druck stehen. Genau hier setzt das 2014 gestartete innovative Förderprojekt „Konfliktmanagement an Schulen" an, das die Arag mit der Unterstützung des Ministeriums für Schule und Weiterbildung NRW initiiert hat. Im Fokus steht die Einführung flächendeckender Qualitätsstandards von Konfliktmanagement-Strukturen, Präventions- und Interventionsmaßnahmen. Dabei stehen auch Themen aus der virtuellen Welt klar auf der Agenda – allen voran Cybermobbing oder Cyberbullying.

Auf in die Zukunft

Ob Legal Tech oder Tracking, ob Wallet Cards oder Chatbot: Die Arag hat die Herausforderungen der digitalen Transformation früh erkannt und sich entsprechend erfolgreich darauf ausgerichtet. Die Pipeline für zukünftige Digitalisierungsthemen ist ebenfalls gut gefüllt. Bei deren Umsetzung werden dabei weiterhin ein hohes Maß an Kundenorientierung, eine hochmotivierte, leistungsbereite Belegschaft sowie Agilität, Professionalität und eine stete Offenheit für Neues im Mittelpunkt stehen.

Dieser Artikel ist urheberrechtlich geschützt. Die rechtliche Freigabe ist für den Abonnenten oder Erwerber ausschließlich zur eigenen Verwendung.
Fritz Knapp Verlag GmbH