

KOMMERZIELLE NUTZUNG DES INTERNETS FÜR VERSICHERUNGEN

ATEMBERAUBENDE GESCHWINDIGKEIT

Nicht einmal auf das geflügelte Wort: „Nicht der Große frißt den Kleinen, sondern der Schnelle den Langsamen.“ ist im Internet mehr Verlaß. Nach der ersten Euphorie korrigierten einige Anbieter ihre ehrgeizigen Zeitpläne oder fuhren ihr Engagement zurück. Einige ‚reine‘ Internet-Anbieter mußten Ihren Geschäftsbetrieb vollständig einstellen.

Den Prognosen über Wachstumstempo und erzielbare Marktanteile wird nicht einmal mehr von überzeugten Marktteilnehmern geglaubt. Dennoch steht fest, daß das Internet im Laufe der nächsten Jahre unser wirtschaftliches Leben grundlegend verändern wird.

AMBITIONEN DER ANBIETER

Die Erwartungen werden stark durch das Marketing und die Marktforschung getrieben. Bei der Eroberung eines Milliardenmarktes kommt es auf eine hervorragende Ausgangsposition an. Man kann nicht jahrelang warten und sich ansehen, welche Erfahrungen andere machen. Sollte sich das Wachstum auf wenige Monate und Jahre konzentrieren, ist hohes Tempo gefragt.

Der Außendienst ist das wichtigste Vertriebsinstrument und wird meist auch als das teuerste angesehen. Versicherungsunternehmen erwarten durch den Einsatz neuer Technologien Effizienzsteigerungen nicht nur bei internen, sondern auch bei externen Prozessen.

Ergänzend kommt die Technik als zweite treibende Kraft hinzu. Begriffe wie Applets, Servlets, Cookies oder WAP sind nahezu jedem bekannt. Der Nutzen für den Geschäftsbetrieb wird nicht ganz so schnell transparent. Bereits aus der Sicht des Internetnutzers entstehen Fragen. Beispielsweise, ob sich neueste Techniken mit der Plattformunabhängigkeit des Internets vertragen. Oder wie wirken sich aufwendig präsentierte Inhalte auf durchschnittliche Ladezeiten aus?

ERWARTUNGEN DER KUNDEN

Die zentrale Frage ist: „Was erwartet der Versicherungskunde im Internet?“ Erste Erfahrungen sind schnell gesammelt. Aus Logfiles und E-Mail-Antworten lassen sich erste Eindrücke gewinnen. Das Verhältnis von Besuchern zu ernsthaften Versicherungsanfragen kann berechnet werden.

Mit zunehmender Verbreitung des Internets widersprechen sich die gängigen Studien über Internetnutzer und –nutzung. Alter, Geschlecht und Bildungsstand der Surfer nähern sich allmählich dem Bevölkerungsdurchschnitt. Wunsch und Nachfrage nach Versicherungsschutz ausschließlich über das Internet wird nicht mehr einheitlich bewertet.

Schutzbedürfnis und Schutzwürdigkeit der Nutzer standen von Beginn an im Mittelpunkt. Wurden die strengen Anforderungen des Datenschutzes zunächst belächelt, werden sie heute nicht mehr angezweifelt. Nicht nur mit der Kreditkartennummer, auch mit den Antworten auf Gesundheitsfragen vertraut der Kunde intime Geheimnisse dem anonymen Internet an. Dabei stellen sich solch abstrakte Fragen erst später. Viel unmittelbarer bewegt ihn: „Was passiert beim nächsten Mausklick?“ Durch das Internet wird das Image von Versicherungen nicht vordergründig verbessert.

Der Kunde erwartet zumindest eine Zeitersparnis bei der Informationsbeschaffung. Grundsätzliche Fragen, die wenig Beratungsaufwand erfordern, können einfach geklärt werden. Und durch die Übernahme von Tätigkeiten bei der Anbahnung eines Vertrages erwartet der Kunde auch einen Kostenvorteil.

KOMPETENZ IM INTERNET

Aus dem eigenen Betrieb von Internetanwendungen ist ein erheblicher Erfahrungsschatz entstanden. Auf der Grundlage dieser Erfahrungen wurde durch Erhebungen unterstützt die Frage nach den Präferenzen von Internetnutzern in Bezug auf Versicherungen untersucht. Die daraus entstandene Knowledge Base wird ständig aktualisiert und weiterentwickelt.

Neben Standardlösungen erproben wir virtuelle Agenten und Roboter auf deren Brauchbarkeit. Es besteht die Chance Interessenten mit Berührungsängsten entgegenzukommen und ihre Hemmschwelle abzubauen. Faszinierende Möglichkeiten ergeben sich durch die Führung des Internetnutzers bei der Behandlung des komplexen Themas Versicherung im anonymen und abstrakten Medium Internet. Die Verbindungen zum Mobil Internet sind im Entstehen.

Unser Wissen und unsere Erfahrung teilen wir mit unseren Klienten bei der Projektarbeit zur intelligenten Nutzung des Internets mit dem Ziel eines langfristig orientierten, kommerziell erfolgreichen Einsatzes dieses neuen Mediums.