



Ralf Bender,
Geschäftsführer SÜDVERS

Digitalisierung und Prozessoptimierung in Zeiten von COVID-19 aus der Maklerperspektive

Mathias Spitz im Gespräch mit Ralf Bender, Geschäftsführer SÜDVERS

Fotos SÜDVERS und Shutterstock

Seit 1.1.2019 sind Sie Geschäftsführer bei SÜDVERS. Davor waren Sie einige Jahre als CEO der APCOA Parking

Group tätig. Da kann man ja durchaus von einem Seitenwechsel sprechen. Wie kam es dazu?

Bender: In den letzten 20 Jahren habe ich Führungsaufgaben für Unternehmen im Handel, in der Immobilienwirtschaft und im Bereich professioneller Dienstleistungen wahrgenommen – sowohl als COO, CFO und zuletzt bei APCOA als CEO. Im Rahmen einer nationalen Ausschreibung wurde SÜDVERS im Jahre 2010 der Versicherungsdienstleister für APCOA. Ich kenne SÜDVERS und die Herren Karle daher seit gut zehn Jahren aus der Kundenperspektive und als langjähriges Mitglied des SÜDVERS-Beirats. Die Idee, gemeinsam mit den Herren Karle SÜDVERS weiterzuentwickeln und für weiteres Wachstum vorzubereiten, haben wir in 2018 besprochen und dann Anfang 2019 umgesetzt. Sicher hat es geholfen, dass wir uns seit Jahren kennen und ein gegenseitiges, ausgeprägtes Vertrauen besteht. Der Bereich Versicherungsmanagement war seit Anfang 2000 Teil meines Verantwortungsbereichs als CFO, vor allem für die Versicherung größerer Immobilienportfolios im In- und Ausland sowie für große Immobilienprojekte im Mittleren Osten. Bei APCOA spielte die Versicherung von Haftpflichtschäden die weitaus größere Rolle. SÜDVERS noch besser aufzustellen, wettbewerbsfähiger zu machen und dadurch zusätzliches Wachstum zu genießen – das ist die zentrale Herausforderung für die kommenden Jahre.



Die Versicherungswirtschaft befindet sich seit einigen Jahren in der Transformationsphase, die durch die Digitalisierung ausgelöst wurde. In Ihrem ehemaligen Business – Parking Management – hat sich bezüglich Digitalisierung und Automatisierung ja auch einiges getan. Gibt es Analogien, die Sie in die Versicherungswelt übertragen können?

Bender: Seit ungefähr 20 Jahren hat das Internet und die digitale Revolution eine Transformationswelle ausgelöst, welche alle Branchen und Geschäftsbereiche erfasst und zu umfassenden Veränderungen zwingt – und zwar im Vertrieb, in der Verwaltung und in der Produktion. Das bedeutet aber auch, dass die Unternehmen nach wie vor ihre Hausaufgaben mit Blick auf die Skalierbarkeit und eine effiziente Prozesssteuerung erledigen müssen. Digitalisierung gelingt dann, wenn wir die zugrunde liegenden Geschäftsprozesse im Griff haben und für unsere Kunden über digitale Angebote erkennbare Mehrwerte generieren. Das Thema Datenmanagement, d.h. die konsequente Pflege und Nutzung vorhandener Daten, wird hierbei zu einem zentralen Wettbewerbsvorteil. Die Erwartungshaltung der Kunden steigt stetig an, digitale Service-Leistungen angeboten zu bekommen: Im Parking Management die Information über freien Parkraum und Buchungsmöglichkeit über das Internet. In der Versicherungswelt die Möglichkeit, digital und jederzeit Informationen der eigenen Risikoabsicherung wie beispielsweise Vertragsübersichten oder Schadenauswertungen online zu erhalten.



Was sind aus Ihrer Perspektive die wesentlichen Punkte, die bei SÜDVERS zur Veränderung anstehen?

Bender: SÜDVERS ist bereits heute sehr erfolgreich und zählt zu den stark wachsenden Versicherungsdienstleistern. Das organische Wachstum der letzten Jahren lag bei deutlich über 10% p.a. Wir möchten die Organisation, die Kundenorientierung und die Prozesse gezielt weiterentwickeln, um dieses Wachstum nachhaltig zu sichern. Gleichzeitig halten wir Ausschau nach geeigneten Akquisitionskandidaten und möchten den laufenden Konsolidierungsprozess in unserer Branche aktiv mitgestalten. SÜDVERS ist als Gründungsmitglied des WBN-Broternetzwerks seit 1989 international ausgerichtet. Wir möchten diesen USP weiter ausbauen, da die Mehrheit unserer Kunden diese internationale Lösungskompetenz nachfragt.

Wo sehen Sie denn das höchste Einsparpotenzial?

Bender: Es geht nicht um Einsparpotenziale, sondern darum, die Performance und die Schlagkraft der Firma zu verbessern. Wir möchten schneller und effizienter werden und

unsere Fachkompetenz in allen Bereichen ausbauen. Nur so können wir für unsere Kunden tragfähige Lösungen für den gewünschten Risikotransfer zu den Versicherern entwickeln. Die zentrale Herausforderung in diesem Zusammenhang ist für SÜDVERS, die richtigen neuen Kolleginnen und Kollegen zu gewinnen.

Und nun lassen Sie uns einige Buzzwords durchgehen: Industrie 4.0/IoT: Sehen Sie hier neue Geschäftsmodelle für Versicherer und Makler?

Bender: Durch neue Technologien wird sich die Arbeitsweise massiv verändern und auch sehr viele neue Möglichkeiten in dem Angebot von innovativen Produktlösungen für die Zukunft bieten. Aufgrund der Nutzung von intelligenter Sensorik und Telematik zur präventiven Wartung von Maschinen und somit korrekten Pflege der Maschinen können neue Versicherungsprodukte mit angepassten Prämiemodellen entwickelt werden. Im Bereich der RPA (Robotic Process Automation) kann z.B. eine Prozessautomatisierung durch softwaregesteuerte Bearbeitung von teilstandardisierten Abläufen in der Schadenbearbeitung die Zukunft sein. Ein automatisiertes Vergleichen von Underwriting-Ergebnissen zwischen Versicherer und Makler stützt durch effizienteres Bearbeiten die Zusammenarbeit zwischen Versicherer und Makler.

Ihre Einschätzung zur Prozessautomatisierung/BIPRO?

Bender: Insbesondere auf das Thema Prozessautomatisierung ist in den kommenden Jahren die Aufmerksamkeit zu richten. So realisieren wir gerade die digitale Posteingangsverarbeitung von Papierpost und wollen in den kommenden Jahren die papierlose Posteingangsverarbeitung mit den Versicherern umsetzen. Auch beschäftigen wir uns mit der Teilautomatisierung von Arbeitsschritten über RPA Technologie in der Schadensbearbeitung. Für die Zukunft ist das Thema Schnittstellenmanagement und Anbindung zu den Versicherern ein prioritisiertes Thema. BIPRO als möglicher Standard wird uns dabei helfen.

Einsatz von KI-Technologien im Underwriting und Schadenbereich?

Bender: Wir beschäftigen uns mit dem Thema und verfolgen interessiert die Entwicklung. Jedoch warten wir hier die Entwicklung am Markt ab und fokussieren uns aktuell auf andere Automatisierungs- und Optimierungsmöglichkeiten.

Big Data – auch für Makler zukünftig wichtig?

Bender: Als Makler mit einer sehr tiefen und ausgeprägten Wertschöpfungskette verfügen wir über eine Vielzahl an Informationen, die wir auch in strategischen Stoßrichtungen einsetzen wie beispielsweise in der Platzierung und Ausschreibung, um für unsere Kunden den optimalen Partner für die Risikoabdeckung zu finden. Somit ist das Thema Data Mining strategisch bereits für SÜDVERS besetzt und gewinnt in der Zukunft an Bedeutung.

Lassen Sie uns noch über digitale Kommunikation sprechen. Zoom, Webex, Starleaf, Skype, MS Teams, GoTo-Meeting ... was ist denn Ihr Favorit?

Bender: Wir bieten heute unseren Kunden und Mitarbeitern verschiedene Optionen für die digitale Kommunikation an. Dazu gehören die gängigen Player im Markt: MS Teams und GoToMeeting sowie eine weitere Telefonkonferenz-Lösung. Seit COVID-19 sind die Nutzung und die Beliebtheit auch massiv gestiegen. Wir gehen davon aus, dass wir vertrieblisch in Zukunft in einer Multi-Channel-Dimension agieren werden und sowohl der virtuelle Vertrieb als auch die Kundenbetreuung zum Tagesgeschäft wird.

Werden Sie zukünftig – auch nach COVID-19 – mehr auf digitale Kommunikation setzen?

Bender: Die guten Erfahrungen in den letzten Monaten mit der Nutzung von digitalen Kommunikationsmöglichkeiten werden auch für eine Zeit nach COVID-19 das Verhältnis von Präsenzterminen zugunsten von digitalen Meetings mit Video verschieben.

Wie ist die Akzeptanz Ihrer Kunden hinsichtlich Videokonferenzen statt persönlichem Treffen?

Bender: Die digitale Präsenz ist kein 100%iger Ersatz für die Kundenbeziehung. Jedoch profitieren wir bei SÜDVERS von den über Jahre und Jahrzehnte gewachsenen und nachhaltig aufgebauten Beziehungen. Diese Vertrauensbasis ist ein notwendiges Fundament – gerade in unserer Branche, wo Vertrauen und Verständnis für das individuelle Kundenbedürfnis als absolut maßgeblich anzusehen sind. Unsere Kunden akzeptieren in der aktuellen Situation die virtuelle Präsenz/ den virtuellen Austausch und erfreuen sich der trotz Corona-Pandemie vorhandenen 24/7/365 Erreichbarkeit unserer Mitarbeiter. Jedoch freuen sich sowohl die Kunden als auch die Kollegen wieder auf eine Zeit, in der ein persönlicher Austausch gefahrlos möglich sein wird.

Wie bewerten Sie die digitalen Angebote der Versicherer? Webinare, Produkt- und Fachveranstaltungen?

Bender: Angebote müssen sich immer am Kunden, Kundenbedürfnis und dem jeweiligen Bedarf der Zielgruppe orientieren. Versicherungsgeschäft ist immer noch ein „Nasengeschäft“. Die digitale Präsenz zur Information und Präsentation von Produkten, Leistungen und Services ist wichtig, kann aber den persönlichen Austausch im hochindividualisierten B2B-Bereich nicht zu 100% ersetzen. Nicht nur in Sachen Auffindbarkeit (SEO, SEA), sondern auch was Effizienz und Geschwindigkeit (grundlegende Informationen on demand) angeht. Im B2B2C, B2C und dem standardisierten Massengeschäft gibt es bereits seit Längerem erfolgreiche Akteure auf dem Markt. Diese haben wir als SÜDVERS nicht nur im Blick, sondern sind laufend im Austausch mit Fintechs und Insurtechs – immer mit dem Fokus, welchen Mehrwert unsere Kunden dadurch erfahren würden. Dar-

über hinaus haben wir während der letzten Monate zahlreiche Webinare zum Thema COVID-19, aber auch zu diversen Versicherungsthemen für unsere Kunden angeboten – mit sehr guter Resonanz.

Wie lebt SÜDVERS das Thema Homeoffice?

Bender: Wir waren IT-seitig schon vor Corona sehr gut aufgestellt und haben die Möglichkeit des mobilen Arbeitens bereits im Unternehmen genutzt. Jedoch hat die Corona-Pandemie einen flächendeckenden Roll-Out, nicht nur bei SÜDVERS, beschleunigt und gleichzeitig ein grundsätzliches Umdenken und Hinterfragen klassischer Arbeitsmodelle eingeleitet. Auch SÜDVERS stellt sich diesem Paradigmenwechsel proaktiv – immer im offenen Austausch mit den Mitarbeitern. Wir haben frühzeitig einen 5-Stufenplan entwickelt und bereits Anfang März Kolleginnen und Kollegen in das Home Office verlagert. In der Spitze waren das rd. 90% der Belegschaft während der harten Lockdown Phase. Wir sind heute in der Lage, zu 100% aus dem Home Office zu agieren und unsere Kunden kompetent und umfassend zu betreuen. Die Mitarbeiter sind mit modernster Hard- und Software ausgestattet und für eine fortschreitende Digitalisierung der Arbeitswelt somit bestens gerüstet.

Was sind Ihre TOP 3 lessons learnt aus der Corona-Krise?

Bender: Die kontinuierliche und umfassende Kommunikation mit der Mannschaft und den Kunden steht eindeutig an erster Stelle, dann die Entwicklung und konsequente Umsetzung eines Krisenplans, um die Gesundheit aller Beteiligten zu schützen. Ich denke, die Corona-Krise fordert eine neue und stärkere Risikoorientierung ein, die über die Entwicklung alternativer Risikoszenarien darzustellen ist. Unabhängig von den laufenden Sanierungsforderungen der Versicherungswirtschaft, vor allem in der Sachversicherung, werden die Prämien für den Risikotransfer langfristig steigen.

Die herrschende Meinung ist ja, dass COVID-19 ein wahrer Digitalisierungsbeschleuniger ist. Teilen Sie diese Einschätzung?

Bender: Die Pandemie hat den Blick auf die Digitalisierung, und hier sowohl auf die Infrastruktur als auch auf Software und Devices, grundlegend verändert und geschärft. Vieles wird seit Ausbruch der Pandemie deutlich kritischer bewertet als noch vor einigen Monaten. Schwachstellen, z.B. im Bereich der Bildungseinrichtungen, können jetzt nicht mehr einfach wegdiskutiert werden. Wir müssen als Gesellschaft die Digitalisierung und die Chancen, die daraus entstehen, bewusst in den Fokus rücken – Digitalisierung ist keine Branchenaufgabe, sondern eine gesamtgesellschaftliche Aufgabe, welche auch Folgegenerationen miteinschließt.

Vielen Dank für das Interview.