

Teleinterviewing – Ein Praxisbericht

Erfolgsfaktoren für eine optimale Implementierung

Teleinterviewing oder gar Teleunderwriting befindet sich in Deutschland noch in den Kinderschuhen, ein steigendes Interesse ist jedoch von vielen Seiten spürbar. Im Irrglauben, dass Teleunderwriting schwer umsetzbar ist und umfangreiche und teure Investitionen in die Prozesse verlangt, warten einige Versicherer derzeit noch ab und versäumen damit, Trends zu setzen.

Die Deutsche Rück bietet einen praxiserprobten Prozess, der eine schnelle Pilotierung mit minimalen Prozessänderungen ermöglicht. Ressourcenschonend können so Erstversicherer eigene Erfahrungen sammeln.

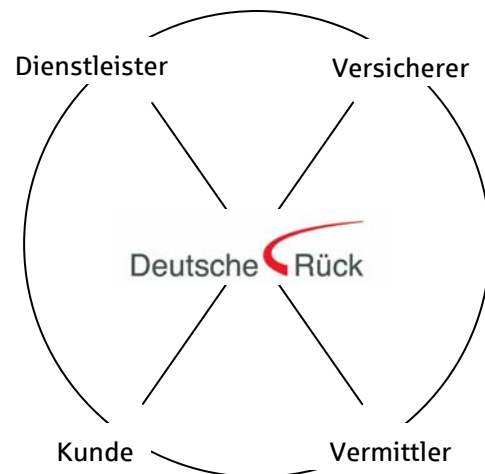
1. Praxiserfahrungen – Zahlen und Fakten

Ein erstes Pilotprojekt mit einem Lebensversicherer für die Produkte Lebens- und Berufsunfähigkeitsversicherung haben wir von Ende 2008 bis Anfang 2009 durchgeführt. Über den Bankvertrieb wurde den Kunden angeboten, am Teleinterviewing teilzunehmen. Das Teleinterview ersetzte die Erhebung der Gesundheitsangaben durch den Kundenberater. Die Implementierung des Pilotprojekts erfolgte inklusive einer intensiven Kommunikation in die Vertriebe und Schulung der beteiligten Personen **innerhalb von 2 Monaten**. Die ÖRAG Service GmbH führte als Dienstleister die Interviews für den Versicherer mit medizinisch geschulten Mitarbeitern durch. Im Ergebnis bleibt festzuhalten:

- 55% der Anträge wurden mit Teleinterviewing eingereicht
- die Datenbasis zur Einschätzung des gesundheitlichen Risikos wurde erheblich verbessert
- der Anteil der Arztanfragen ist um ca. 50% zurückgegangen
- Kundenrückfragen waren nicht mehr notwendig

- die Kunden sind auskunftsbereit gegenüber dem Dienstleister
- das Neugeschäft konnte gesteigert werden

Die Pilotstudie ist mittlerweile in eine Produktivphase übergegangen und wurde auf alle Vertriebswege ausgeweitet.



In weiteren Pilotstudien mit anderen Versicherern und der laufenden Produktivphase beobachten und bewerten wir die aktuellen Entwicklungen und passen den bestehenden Prozess fortlaufend an.

2. Auswirkungen auf den Prozess

Durch die notwendige Übermittlung des Gesprächsprotokolls an den Kunden und dessen Gegenzeichnung tritt an dieser Stelle zwar eine Prozessverzögerung auf. Durch die bessere Datenbasis infolge des Teleinterviews wurde der Policierprozess aber insgesamt deutlich beschleunigt. Wesentlich ist dabei eine schnelle und reibungslose Terminvereinbarung für das Teleinterview seitens des Vermittlers mit dem Kunden.

Die häufig geäußerte Befürchtung, der Kunde könnte das Teleinterview nutzen, um vom Antrag zurückzutreten, hat sich nicht bewahrheitet.

Für eine Pilotphase können die Prozesse in einer Form ausgestaltet werden, dass wenige Anpassungen an den bisherigen Workflow notwendig sind. Für eine Produktivphase können dann notwendige maschinelle Workflow Optimierungen vorgesehen werden.

3. Erfolgsfaktor Vertrieb

Die Suche nach einem geeigneten Pilotteilnehmer seitens Ihres Vertriebes steht vorne an. Wichtig ist, seinem Vertriebspartner durch einen transparenten und professionellen Geschäftsprozess die notwendige Sicherheit für eine ordnungsgemäße Durchführung zu geben. Intensive Schulungen, bei denen wir Sie gerne unterstützen, sollten den einzelnen Vertriebsmitarbeitern den Prozessverlauf detailliert darstellen.

Allen Vertriebswegen bietet Teleunderwriting den Vorteil eines schnelleren Antragsprozesses. Durch die Einsparmöglichkeiten bei Kundenrückfragen und Arztanfragen kann der Versicherer schneller policieren. Die Kundenzufriedenheit mit den Teleinterviews strahlt auf alle Vertriebswege. Von dem bestandssicheren Geschäft aufgrund der ehrlichen Kundenangaben profitieren ebenfalls alle Vertriebswege und natürlich auch der Versicherer.

- **Bankvertriebe** führen häufig an, wegen des Hemmnisses der Gesundheitsfragen keine Berufsunfähigkeitsversicherungen oder artverwandte Produkte zu verkaufen. Unsere Praxiserfahrungen zeigen, dass die Vermittlungsfrequenz im Bankvertrieb durch den Einsatz von Teleinterviewing deutlich zugenommen hat und dem Kundenberater die Scheu vor der Berufsunfähigkeitsversicherung genommen werden konnte. Zusätzlicher Effekt: Die Bankberater konnten durch den Zeitgewinn

mehr Beratungsgespräche als früher führen.

- Im **Direktvertrieb** liegt der Fokus auf dem direkten Kontakt mit dem Kunden. Mit einem sogenannten Co-Browsing kann der Kunde via Internet und Telefon durch die Gesundheitsfragen geführt werden. Mit dem Antrag kann der Kunde auch das Gesprächsprotokoll ausdrucken und zusammen an die Gesellschaft senden.
- **Maklern** bietet der Prozess zusätzlich den Vorteil der Haftungsminimierung. Mit einem professionellen Konzept, das dem Makler die Vorteile aufzeigt, können bestehende Vorbehalte ausgeräumt werden.
- Für **Ausschließlichkeitsvertriebe** gelten bis auf die Haftungsthematik die gleichen Vorteile.

4. Erfolgsfaktor Ausgewogenheit

Es liegt beim Versicherer, um die definierten Ziele, Einsparen von Arztberichten, Zeitgewinn in der Risikoprüfung und qualitativ gesicherte Gesundheitsangaben, zu erreichen. Dies hängt stark von der Frage ab, welche Vorgaben er dem Interviewer zur Fragestellung macht.

Die Gesundheitsfragen im Teleinterview sollten denen des Papierantrages entsprechen. Eine Detaillierung der Fragen erfolgt durch eine Spezifizierung von Krankheitsbildern. Diese Spezifizierung ist einer der entscheidenden Erfolgsfaktoren im Teleinterviewing. Die Balance zwischen einer zu detaillierten und einer zu oberflächlichen Befragung ist zu finden.

5. Erfolgsfaktor Professionalität

Basisanforderungen an die Interviewer sind Sensibilität und sprachliche Gewandtheit. Grundbegriffe der Medizin muss der Interviewer beherrschen. Eine darüber hinaus gehende Qualifikation in Richtung eines Risikoprüfers ist für ein Teleinterview allerdings nicht notwendig. Hierfür

kommt unsere Teleinterviewer-Software zum Einsatz, die den Interviewer strukturiert durch den Fragenkatalog führt.



Die Interviewer geben beim Teleinterviewing kein Votum ab, somit muss der Interviewer zwar die medizinischen Begriffe des Antrags erläutern können, braucht allerdings keine risikoprüferische Beurteilung abgeben. Damit können Teleinterviews an professionelle Dienstleister verlagert werden, die sowohl schwankende Volumina gestalten, als auch eine nahezu durchgängige Verfügbarkeit, vor allem in den Abendstunden und am Wochenende, gewährleisten können.

Der Interviewer soll nicht als weiterer Produktberater in Konkurrenz zu dem Vermittler auftreten, dies hätte dann auch Auswirkungen im Rahmen der gesetzlichen Beratungspflichten. Ein Dienstleister sorgt hier für die nötige Distanz, vor allem im Hinblick auf die sensiblen Gesundheitsangaben.

Vor dem Hintergrund zur Sicherung einer hohen Qualität und der fortlaufenden Optimierung des Prozesses Teleinterviewing ist ein permanentes Monitoring / Controlling notwendig. Alle Bereiche müssen regelmäßig hinterfragt und auf die Einhaltung der vom Versicherer vordefinierten Qualitätsstandards überprüft werden. Von der Beratung und Aufklärung des Kunden, über die Terminvereinbarung, dem Interview selbst, des Rücklaufs des Gesprächsprotokolls sowie der Risikoprüfung müssen alle Prozessschritte die sinnvolle Gewichtung erhalten. Die Messung von Zeitfaktoren zählt hierbei ebenso zu den Aufgaben eines vollständigen Monitoring, wie die Erhebung der Kostenfaktoren im Teleinterviewing.

Wir unterstützen Sie:

Teleunderwriting wird sich als Standard-Prozess auf Dauer etablieren. Mit Teleinterviewing lassen sich schnell Erfahrungen sammeln, die als Grundlage für ein langfristiges Engagement dienen können. Mit unseren positiven Erfahrungen und der bereits im Einsatz befindlichen Teleinterview-Software stehen wir Ihnen gerne beratend und unterstützend bei einer Einführung zur Seite.

Bei Fragen beraten Sie gern:

Stefan Wittmann,
Leiter Antrags- und Leistungsprüfung
Telefon 0211. 4554-449

Reinhard Stoer,
Leiter Leben Markt
Telefon 0211. 4554-299

Deutsche Rückversicherung Aktiengesellschaft

Hansaallee 177, 40549 Düsseldorf
 Telefon 0211. 4554-01
 Telefax 0211. 4554-202
 info@deutscherueck.de
 www.deutscherueck.de
 Handelsregisternummer: 88 HRB 24729
 Ust.-ID: DE 119372125