

## Innovative Portallösung für das Versicherungsunternehmen der Zukunft

IBM

Software Group



**Herzlich willkommen zum Podcast zur innovativen Portallösung für das Versicherungsunternehmen der Zukunft. Im Gespräch ist Nicolas Jene, Programmleiter Xnet bei Generali. Das Interview wird geführt von Claudio Grolimund.**

**Claudio Grolimund:** „Herr Jene, was war die Ausgangslage für den Web-Auftritt von Generali? Was wollte man verbessern und was erneuern?“

**Nicolas Jene:** „Ich muss da im Jahre 1998 anfangen. Die Generali hat seit jeher einen Internetauftritt und war auch bereits 1998 im Internet präsent. Das Direct Marketing im Versicherungsbereich wurde im Prinzip von den Fortuna-Mitarbeitern erfunden, die jetzt in die Generali integriert sind. Die Verkäufe konnten auf dieser Basis bis Ende der 90er Jahre getätigt werden. In der Zeitspanne 2000-2004 wurde eine neue Webseite lanciert. Allerdings hat sich herausgestellt, dass der gewünschte technische Fortschritt nicht erzielt worden war. Dies hat den Anstoss zur sogenannten Xnet Vision gegeben.“

**Claudio Grolimund:** „Können Sie neben der Umsatzsteigerung weitere geschäftspolitische Ziele nennen?“

**Nicolas Jene:** „Auf der einen Seite gibt es das Direct Marketing. Bereits Existierendes musste mit einer Website abgedeckt werden. Daneben gibt es den hybriden Vertrieb, also die Mehrkanalstrategie. An dieser Stelle sollte ich erläutern, wie sie bei uns definiert ist: Wir haben Agenturen, Broker, Makler, und das Ziel war, alle Komponenten in die Webseite einzubinden und für alle Kundengruppen massgeschneiderte Informationen anzubieten. Da haben wir natürlich verschiedene geschäftspolitische Ziele, auf der einen Seite das Direct Marketing, auf der anderen Seite die spezifischen Informationen,

beispielsweise für Broker oder für die anderen Zielgruppen. Das gestaltet die Aufgabe relativ schwierig, weil konvergente Ziele verfolgt werden. Aber ich denke, dass das mit dem Xnet Portal ganz gut gelungen ist.“

**Claudio Grolimund:** „Wollen Sie neben den Ertrags- und Umsatzzielen auch die Effizienz verbessern?“

**Nicolas Jene:** „Genau, dahinter steht ganz klar prozessorientiertes Denken. Das heisst, wir wollen nicht nur gut verkaufen, sondern auch unsere Prozesse, die Schadenbearbeitung und die Schadenmeldung optimieren. Wir haben Umfragen durchgeführt, in denen wir relativ schlecht abgeschnitten haben. Die Kunden wussten nicht, wie das Schadensformular ausgefüllt werden sollte, und auch der Self Service war unzureichend. Diese Ziele sollen mit dem Xnet Public Portal abgedeckt werden.“

**Claudio Grolimund:** „Wie lauteten die sonstigen speziellen Wünsche der Berater und Kunden für das Portal?“

**Nicolas Jene:** „Wir verfolgen grundsätzlich den User Centric Design-Ansatz , das ist mir sehr wichtig. Das bedeutet, wir arbeiten zielgruppenspezifisch und bieten der entsprechenden Zielgruppe immer die Information oder die Lösung, die sie benötigt. So lautet die Prämisse, die über allem steht: das gesamte Portal muss zielgruppenspezifisch ausgerichtet sein. Es soll also nicht nur einfach zu bedienen, sondern auch bedürfnisgerecht sein. Das schlägt sich beispielsweise nieder, indem ich sage: OK, wir haben Interessenten, die unsere Website besuchen und die Informationen sehr schnell finden müssen. Die Suche muss also einfach, aber auch sehr schnell sein. Wenn man sich an den Broker wendet, muss man folgende Frage stellen: Welche Informationen brauchen Sie? Das war vorher auf unserer Website nicht so. Wie wird man Broker? Dieses „Warum Generali“, das wir eingebaut haben, ist sehr wichtig. Das heisst, warum sollen die Kunden überhaupt mit uns zusammenarbeiten? Auch das kam vorher auf der Website nicht so klar zum Ausdruck, es gab lediglich Produkte. Jetzt gehen wir viel zielgerichteter vor und präsentieren auch den Nutzen, den der Kunde hat, wenn er mit uns zusammenarbeitet.“

**Claudio Grolimund:** „Sie haben die Dienstleistung gemäss dem Life Cycle-Ansatz eingeteilt. Wie kommt dies bei Ihren Kunden an?“

**Nicolas Jene:** „Es gibt keine Auswertung, aber es gibt Feedbacks, von unseren Generalagenten beispielsweise. Und die sind begeistert. Die reine Produktorientierung kann man heute so nicht mehr durchziehen, denn die Kunden begreifen dabei gar nicht, um was für ein Produkt es sich handelt. Ist es ein Sachversicherungsprodukt, und wie steht es im Verhältnis zu einem Lebensversicherungsprodukt? Zudem kommt dieser Beratungsgedanke wirklich sehr gut an. Unsere Generalagenten können ihre Kunden auf die Website verweisen und Ihnen sagen: „Schauen Sie sich das mal an, dann kommen Sie wieder zu uns, und wir können Sie detailliert beraten.“

**Claudio Grolimund:** „Sie haben die Vorzüge Ihres Webauftritts geschildert. Was macht Ihren Auftritt so einzigartig und innovativ im Vergleich mit anderen Portalen?“

**Nicolas Jene:** „Das wirklich Innovative daran ist, dass wir über ein echtes Portal verfügen, und technisch gesehen auch über ein Web Content Management-System, das in dieses Portal eingebaut ist, d.h. das Web Content Management-System ist nicht mehr das Ganze, sondern nur ein einzelner Bestandteil. Innovativ daran ist, dass wir in Zukunft relativ schnell und effizient verschiedene Applikationen in das Portal integrieren können, d.h. es können auch Planungs-, Vorsorge- sowie Pensionsplanungstools und „50+“-Themen eingebunden werden. Das sind alles Elemente, die wir schrittweise integrieren. Zudem gibt es auch Applikationen, die wir mit Drag and Drop relativ einfach einbauen können.“

**Claudio Grolimund:** „Was machen Sie im Bereich Self Services und User Generated Content, wie zum Beispiel Adressänderungen?“

**Nicolas Jene:** „Wenn wir eine Applikation entwickeln, hat sie einen Kern und ein Frontend. Das Frontend ist benutzerspezifisch. Aus diesem Grund können wir in Zukunft den Applikationsaufbau für Kunden mit solchen Self Services anbieten. Das ist natürlich

gewollt. Es macht ja keinen Sinn, wenn uns der Kunde anruft, um uns eine Adressänderung mitzuteilen, und wir wiederum unsere Mitarbeiter damit beauftragen, diese im System nachzutragen. Online-Banking beispielsweise ist in der Schweiz sehr stark verbreitet. Die Leute kennen das, sie sind mit den Self Services vertraut. Die entsprechenden Marktstudien zeigen auch deutlich, dass die Kunden den Umgang damit unproblematisch finden. Der Weg geht also ganz klar in diese Richtung.“

**Claudio Grolimund:** „Wie steht es um die Sicherheit und den Datenschutz des Portals. Wie können Sie die Sicherheit und die Privatsphäre der Nutzer garantieren?“

**Nicolas Jene:** „Wir haben einen Security-Officer, der auch ein unabhängiges externes Unternehmen beigezogen hat, um eine detaillierte Analyse zur Installationssicherheit durchzuführen. Dabei fand eine umfassende Untersuchung statt. Es wurde nicht nur geprüft, ob Angriffe von aussen über das Web stattfinden können, sondern es wurde auch analysiert, ob die Applikationen richtig entwickelt worden sind. Das ist für mich ein wichtiger Punkt, weil wir die Security nicht auf eine tolle Firewall beschränken können, sondern es geht um Folgendes: Wurde alles nach bestimmten Security-Richtlinien erstellt und gebaut, und ist das ganze Patch Management, das ganze Release Management auf die Security ausgerichtet? Das ist bei uns durch die entsprechenden internen Mitarbeiter gegeben, die sich stark dafür engagieren. In Zusammenarbeit mit IBM haben wir dann beispielsweise Patches und Fixes eingespielt, damit wir die höchstmögliche Sicherheit gewährleisten können.“

**Claudio Grolimund:** „Was war ausschlaggebend für die Wahl von IBM und WP Experts bei der Suche nach einem Partner?“

**Nicolas Jene:** „Was für uns wichtig war: Wir haben bereits SAP und IBM im Einsatz. Die Kernversicherungapplikationen laufen alle auf WebSphere, auf dem Web Application Server. Da lag der Schritt nah, auch für das Portal, wo es um Applikationsintegration geht, mit IBM zusammenzuarbeiten.“

**Claudio Grolimund:** „WP Experts hat Sie von der Evaluation über die Beratung bis hin zur Umsetzung und zur Schulung der Mitarbeiter betreut. Wie konnte Ihnen WP Experts helfen, und wie hat die Zusammenarbeit funktioniert?“

**Nicolas Jene:** „Die Portalerfahrung hat gezeigt, dass es solche spezialisierten Unternehmen wie WP Experts gibt, die auf Portalintegration fokussieren. Das ist von zentraler Bedeutung, weil eben Portale und Portalintegration einen hoch komplexen Bereich darstellen. Und da waren wir auf die Unterstützung angewiesen, die uns IBM und der eben genannte IBM Business Partner WP Experts bieten konnten.“

**Claudio Grolimund:** „Welche Lösungen benutzen Sie, und wie hat die Integration bzw. die Migration geklappt?“

**Nicolas Jene:** „Wir haben relativ viel IBM Software im Einsatz, nämlich den WebSphere Portal Server, den WebSphere Application Server, welche die Grundlage des gesamten Portals bilden und zusätzlich das IBM Content Management System. Das sind die drei zentralen Bestandteile der Lösung. Und hier ist ganz klar, die Integration hat funktioniert, das zeigt auch das Portal. Ganz offensichtlich ist alles machbar. Wie bei allen IT-Lösungen treten naturgemäss Schwierigkeiten auf, die es zu meistern gilt, aber zusammen mit IBM haben wir sie jeweils mühelos überwinden können.“

**Claudio Grolimund:** „Vielen Dank für Ihre umfangreichen Ausführungen.“



© Copyright IBM Corporation 2010 Alle Rechte vorbehalten

IBM und das IBM Logo sind eingetragene Marken der International Business Machines Corporation in den USA und/oder anderen Ländern.

Marken anderer Unternehmen/Hersteller werden anerkannt. Vertragsbedingungen und Preise erhalten Sie bei den IBM Geschäftsstellen und den IBM Business Partnern. Die Produktinformationen geben den derzeitigen Stand wieder. Gegenstand und Umfang der Leistungen bestimmen sich ausschliesslich nach den jeweiligen Verträgen. Die vorliegende Veröffentlichung dient ausschliesslich der allgemeinen Information.