

Die OEV Online Dienste GmbH (OEV) engagiert sich als Tochter der öffentlichen Erstversicherer für digitale Medienprodukte, Online-Dienste und digitalen Vertrieb. Um digitale Vertriebswege für bestehende und neugestaltete Versicherungsprodukte effizient zu konzipieren und umzusetzen, entstehen in Zusammenarbeit mit mgm technology partners innovative Online Lösungen für Versicherer.

Aktuell werden Point-of-Sale Lösungen im Bereich Kreditzusatzversicherungen für die Erschließung neuer Marktsegmente mit innovativen Vertriebsansätzen für verschiedene Versicherer entwickelt. Aus den Anforderungen zur Bedienung dieses Vertriebskanals, haben OEV und mgm ein effizientes Delivery-Modell entwickelt, das den Geschäftserfolg für Versicherer und Handelspartner im Sinne des zu erzielenden Neugeschäfts unmittelbar unterstützt.

## Integrierte Webanwendung zur Realisierung eines retail-orientierten Vertriebsansatzes für Zusatzversicherungen bei Finanzdienstleistern.

### Anforderungen an eine Point-of-Sale Lösung bei Versicherungen

Im Geschäft mit Zusatzversicherungen, wie z. B. Restschuldversicherungen oder Reiseversicherungen, lassen sich durch retail-orientierte Vertriebsansätze neue Marktsegmente erschließen. Dabei wird durch Nutzung des Filialnetzes des Vertriebspartners die eigene Vertriebsorganisation vergrößert.

Die Konzeption einer technischen Lösung für diese Vertriebsabläufe, auch am Point-of-Sale, erfordert neben einem fachlichen Verständnis für das Produkt, Kenntnisse der zur Vermarktung relevanten Prozesse sowie des erzielten Mehrwerts beim Vertriebspartner. Zudem werden von den vertriebsorientierten Anwendern hohe Maßstäbe an die Online-Service-Qualität (z. B. Bedienbarkeit, Ergonomie) gesetzt. Dies erfordert beispielsweise eine unmittelbare Anlehnung der Systembedienung an bereits im Einsatz befindliche Anwendungen.

Insgesamt werden durch die Zusammenarbeit von OEV und mgm technology partners folgende Anforderungen erfüllt:

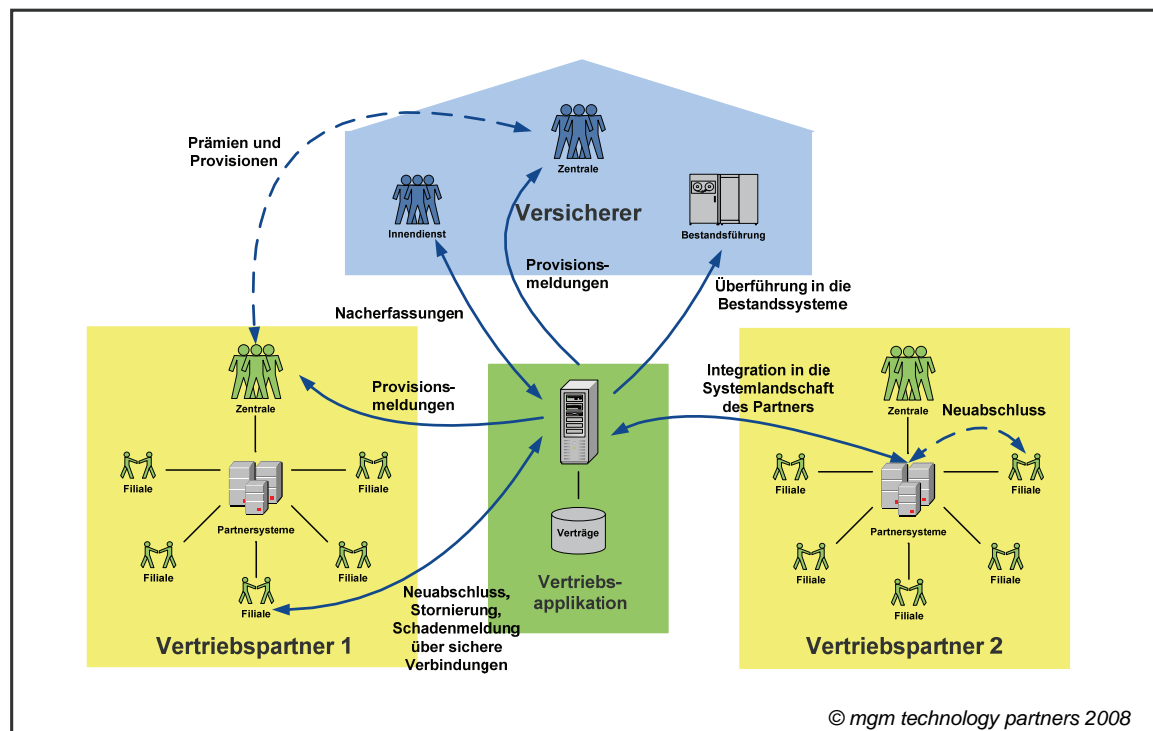
- Online-Abwicklung transaktionaler Geschäftsprozesse wie Neuabschluss (Erstellung der Versicherungspolice), Stornierung und Schadenmeldung.

- Integration in die vorhandenen Prozesse bzw. in die Systemlandschaft des Vertriebspartners.
- Überführung des neu akquirierten Bestands in die Basissysteme des Versicherers.
- Automatisierte Verteilung der Provisionen zwischen den Vertriebspartnern.
- Unterstützung von Nacherfassungen durch den Innendienst des Versicherungsunternehmens.
- Skalierbarkeit bezogen auf die hohe Anzahl von Anwendern.
- Umsetzung gesetzlicher Anforderungen wie z. B. bei der VVG-Reform und die Einhaltung von Datenschutzbestimmungen.

### Dynamische Weiterentwicklung des Vertriebskanals nach Ersteinführung

„Die Erfahrung zeigt, dass ein wesentlicher Erfolgsfaktor für die langfristig positive Entwicklung des Geschäfts in einem aktiven Online-Vertriebskanalmanagement liegt“, betont Thomas Baumbach, Geschäftsführer der OEV. Wesentliche Anforderungen sind dabei beispielsweise die Realisierung von Produktinnovationen sowie die Integration zusätzlicher Vertriebspartner.

Erweiterungen des Produktportfolios müssen meist in



kurzer Zeit umgesetzt werden. Die Einführung eines neuen Versicherungsproduktes wie z. B. Kontoschutz erfordert Erweiterungen an der gesamten Geschäftslogik: Berechnungsbasis, verwendete Algorithmen zur Prämienberechnung sowie die Vertragsdokumente müssen angepasst werden. „Damit die nachgelagerten Prozesse wie Überführung in die Bestandssysteme des Versicherers und automatisierte Aufteilung von Provisionen reibungslos funktionieren, muss die Zusammenarbeit mit den Softwareingenieuren reibungslos funktionieren. Das klappt nur, wenn alle Beteiligten inhaltlich verstehen, worum es geht.“ erläutert Christian Hoyer, fachlicher Projektleiter bei OEV.

Bei der Integration eines neuen Partners muss die Lösung auf die fachlichen und technischen Bedürfnisse des neuen Partners abgestimmt werden. Nicht zuletzt die wesentliche Erweiterung der Nutzeranzahl spielt dabei eine wichtige Rolle.

### Wirtschaftlichkeit im Betrieb und Weiterentwicklung im Gesamtsystem

Zur Erhöhung der Wirtschaftlichkeit im Betrieb setzen OEV und mgm vor allem auf Open-Source-Technologien, die sich bereits in hochskalierenden Projekten mit großer Nutzerzahl, Datenmengen sowie ihrer Integrationsfähigkeit bewährt haben.

Die Kriterien zum Einsatz einer Open-Source-Technologie orientieren sich auch an ihrer Wirtschaftlichkeit in der Betriebsphase, da gerade im Tagesgeschäft eine hohe Anzahl an Anforderungen aus dem Vertriebskanal gestellt wird.

Hinsichtlich der Entwicklungsumgebung und Projektinfrastruktur müssen daher industrielle Prinzipien für die technischen Auslieferungsprozesse ähnlich einer Produktionsstrasse bei der Automobilproduktion berücksichtigt werden (z. B. Build & Deployment, Regressions- und Performancetests, Delivery). „Die kürzlich abgeschlossene Integration eines neuen Vertriebspartners mit 500 neuen Anwendern haben wir innerhalb von 6 Wochen realisiert.“, ergänzt Christian Hoyer.

### Kontakt

**Marc Philipp Gösswein**

E-Mail: marc.goesswein @mgm-tp.com

**mgm technology partners GmbH**

Frankfurter Ring 105a

80807 München

Tel. +49 (89) 35 86 80 - 0

Fax +49 (89) 35 86 80 - 288

Geschäftsführer:

Hamarz Mehmanesh