

# Versicherer setzt bei Omnikanal-Strategie auf Snapview

---

## Herausforderung

Während des ersten Lockdowns entwickelt die Debeka ein Notfallszenario, das den Schutz der Mitarbeiter und den Erhalt der Geschäftstätigkeit sichert. Teil des Konzepts soll eine Video-Beratungslösung sein, welche Kunden und Außendienst bequem und fallabschließend bedienen können.

## Lösung

Ein Notfallteam wird installiert. Es integriert rechtliche, didaktische und rechnerbezogene Aspekte, worauf der bundesweite Rollout geplant wird. Antriebskraft ist hier u.a. die Schnelligkeit von und das Vertrauen in Snapview.

## Ergebnis

Binnen sechs Wochen sind alle 26 Landesgeschäftsstellen und alle 8500 Außendienstmitarbeiter an den Video-Kanal angeschlossen. Mit diesem erfolgreichen Schritt ist der Grundstein für eine Omnikanalstrategie für einen hybriden Vertrieb gelegt.

### Herausforderung

Die Debeka ist Deutschlands größter privater Krankenversicherer. 8500 festangestellte Außendienstmitarbeiter besuchen Kunden in der gesamten Republik. Vertragsabschlüsse werden fast ausschließlich im persönlichen Gespräch getätigt. Noch 2019 können Kunden gerade einmal eine Versicherung online abschließen. Patrick Schneider, Hauptabteilungsleiter IT-Frontend, kreierte zu diesem Zeitpunkt ein firmeninternes Innovationscenter, das sich mit Digitalisierung und agilen Arbeitsmethoden beschäftigt.

” Dann kam Corona und wir mussten handeln.

Patrick Schneider, Hauptabteilungsleiter IT-Frontend

Während des ersten Lockdowns entwickelt die Debeka ein Notfallszenario, das den Schutz der Mitarbeiter und den Erhalt der Geschäftstätigkeit sichert. Teil des Konzepts soll eine Video-Beratungslösung sein, die Kunden und Außendienst bequem bedienen können und mit der sie fallabschließend beraten können.

### Lösung

Die Debeka startet mit einem Notfallteam. Ziel ist es, binnen sechs Wochen Video-Beratung unternehmensweit auszurollen. Eine Gemeinschaftsleistung, bei der nicht nur Recht, IT, sowie die Debeka-Akademie, sondern auch andere Abteilungen stark involviert sind. „Der Plan funktioniert“, sagt Schneider, der direkt an den Vorstand berichtet und betont, dass er bei Anbieter Snapview den Eindruck gewinnt: „Die schaffen das in der kurzen Zeit“. Herausfordernd ist einerseits rechtskonforme Vertragsabschlüsse via Video-Beratung inklusive Elektronischer Signatur hinzubekommen. Andererseits gilt es, parallel adäquate Schulungskonzepte für 8500 Mitarbeiter zu entwickeln und diese Inhalte via E- Learning zu vermitteln.

Ziel des Projektes ist es zudem, mit der ausgewählten Softwarelösung „ein digitales Beratungserlebnis für den Kunden“ zu schaffen – bei Webex oder Teams wäre dies so nicht möglich, betont Patrick Schneider. Mit Volldampf wird das Projekt umgesetzt. Binnen einer Woche sind nach und nach alle 26 Landesgeschäftsstellen an den neuen Vertriebskanal angeschlossen. Die Zahlen sprechen für sich: Anfang Februar 2021 verzeichnet Schneider 4000 aktive User und 20.000 Beratungen. Tendenz (exponentiell) steigend. Rund zwölf

## Kundenfallstudie

Prozent aller Vertragsunterzeichnungen geschehen zu diesem Zeitpunkt über den Kanal Video-Beratung fallabschließend, von der Tarifänderung bis zum Vertragsabschluss.

Ein Detail der ersten sechs Monate: „Unser Außendienst nutzt Video-Beratung für den Erstkontakt“, verdeutlicht Schneider. Erklärungsbedürftige Produkte, wie eine private Altersvorsorge oder eine Krankenversicherung, würden anschließend zwar immer noch gern im persönlichen Gespräch erläutert. Denn ein Fakt zeichnet sich durch Video ab: Via virtuellem Kanal lässt sich der CO2-Fußabdruck verringern, weil Fahrten zum Kunden wegfallen. Zudem steigt die Frequenz, weil mehr Kontakte pro Berater möglich sind.

Für Schneider ist das Projekt ein Meilenstein, das auf die Weiterentwicklung hin zum hybriden Vertrieb einzahlt. Aus heutiger Sicht muss der Versicherer, je nach Kundenstruktur, teils alle denkbaren Kommunikationskanäle nach Bedarf anbieten.

Auf jeden Fall ist durch die Inbetriebnahme des Video-Kanals ein Veränderungsprozess angestoßen. Denn auch vom Kunden her gedacht ist Video vor allem bequem. Statt den Berater ins Wohnzimmer zu lassen (und dieses vorher aufräumen zu müssen), kommt das persönliche Gespräch virtuell und damit unkompliziert zustande. Ein weiterer Aspekt, den Schneider als positiv einstuft, ist die Desktopspiegelung. Kunden sehen mittels Bildschirmübertragung Formulare oder Rechenbeispiele des Beraters und können so leichter der Argumentation folgen. Bis hin zur Elektronischen Signatur.

Punkten kann Snapview zudem in Sachen Datensicherheit. Denn im Gegensatz zu US-Konzernen hostet der Münchner Video-Beratungsanbieter alle Systeme und Daten in Deutschland und verzichtet auf den Einsatz von sogenannten CPaaS-Diensten. Ein Zugriff ausländischer Behörden ist damit ausgeschlossen.

## Ergebnis

Nach schnellem und erfolgreichem Start eines Notfallszenarios rollt die Debeka Video-Beratung unternehmensweit aus. Damit ist ein weiterer Schritt Richtung Omnikanalstrategie gesetzt: Ständige Erreichbarkeit und immer den passenden Ansprechpartner gelten als wichtiges Ziel. „Der Kunde muss ohne Medienbruch den Kanal wählen können, den er für passend hält“, bilanziert Schneider.

[www.debeka.de](http://www.debeka.de), [www.snapview.de](http://www.snapview.de)

---

### Über die Debeka

Die Debeka-Gruppe gehört mit ihrem Versicherungs- und Finanzangebot zu den Top Fünf der Branche und bietet Versicherungsschutz für private Haushalte sowie kleine und mittelständische Betriebe. Die beiden größten Unternehmen der Gruppe, die Kranken- und Lebensversicherung, werden in der Rechtsform des Versicherungsvereins auf Gegenseitigkeit geführt. Die Debeka wurde 1905 gegründet und hat sich vom reinen Krankenversicherer für Beamte zu einer Versicherungsgruppe entwickelt.