„Schadenservice intensivieren“

Interview | HDI Global ist der neue Name des Industrieversicherers. Konsequenzen für den Kunden wird die Umbenennung nicht haben, so Matthias Küchemann, Leiter Kraftfahrt Geschäftsfeld Industrie.

– Seit Anfang des Jahres heißen Sie HDI Global. Welche Auswirkungen hat das für Ihre Kunden?

Matthias Küchemann: Wir machen etwa 60 Prozent unseres Umsatzes im Ausland. Und dieser Anteil wird noch weiter steigen. Daran lässt sich ablesen, dass wir mittlerweile ein international aktiver Industrieversicherer sind. Deshalb haben wir unseren Namen von HDI-Gerling Industrie Versicherung AG in HDI Global SE geändert und eine Rechtsform nach europäischem Recht gewählt. An der bewährten Unternehmensstruktur und -kultur hat das nichts geändert. Es bleibt bei denselben Standorten, bei denselben Mitarbeitern. Und auch unsere Produkte haben sich trotz neuer Firmierung und neuen Logos nicht geändert.

Foto: Christian Frederik Merten/Autoflotte

Matthias Küchemann, Leiter Kraftfahrt Geschäftsfeld Industrie bei HDI Global | „Würden gerne viel mehr als Schadenmanager wahrgenommen werden“

– Wie zufrieden sind Sie mit der Entwicklung Ihrer Schadenquote im Flottengeschäft?

M. Küchemann: Für den Flottenmarkt insgesamt erwartet der Gesamtverband der Versicherungswirtschaft eine Schadenkostenquote von 107 Prozent für 2015. Unser Ergebnis hat sich im Jahr 2015 im Vergleich zum Vorjahr verbessert. Mit dieser positiven Tendenz sind wir nicht unzufrieden. Wir sehen aber auch, dass das Verhältnis von Risiko zu Prämie noch nicht ausreichend ist. Vor diesem Hintergrund haben wir Flottenkunden identifiziert, deren Schadenhäufigkeiten wir gemeinsam mit ihnen verbessern wollen. Wir arbeiten also kontinuierlich an der Optimierung der Bestandsqualität.

– Was bedeutet das für 2016?

M. Küchemann: Wir möchten unsere Schadenkostenquote weiter optimieren. Natürlich können wir den weiteren Verlauf des Jahres nicht vorhersagen: Aber das erste Quartal stimmt uns optimistisch, dass wir hier weiter auf einem guten Weg sind.

– Gibt es bestimmte Kundengruppen, bei denen Sie mit Blick auf die Schadenquote besonderes Optimierungspotenzial für sich sehen?

M. Küchemann: Grundsätzlich betrachten wir im Großflottengeschäft jeden Kunden individuell. Dennoch gibt es natürlich bestimmte Branchen, die durch besonders hohe Schadenhäufigkeiten auffallen. Nehmen Sie nur Autovermieter oder Spediteure als Beispiel.

– Es gibt für Sie also keine Hochrisiko-Branchen, die Sie künftig möglicherweise als Kunden ausschließen?

M. Küchemann: Nein, mit Ausnahme von Taxiunternehmen kennt unser Haus keine Verbotsbranchen. Das liegt auch in unserer Historie als Industrieversicherer begründet: Wir beschäftigen uns mit Unternehmen jeder Branche und versuchen dann, ein kundenindividuelles Konzept zu erarbeiten und eine Ausgewogenheit von Eigentragung und Versicherungslösung zu erzielen.

– Das bedeutet aber auch, Sie halten nicht jeden Kunden um jeden Preis?

M. Küchemann: Richtig. Wenn uns Kunden verlassen, bekommen wir ja häufig mit, welche Konditionen diese erhalten. Das hat aus unserer Sicht aber teilweise nichts mehr mit Kalkulation zu tun. Da geht es dann eher darum, einen Kunden an Land zu ziehen. Da sagen wir dann im Zweifel eher auch mal: Das trägt sich nicht. Dann müssen wir uns wohl oder übel zunächst von dieser Kundenbeziehung verabschieden.

– Wenn Sie sich die aktuelle Produktstruktur des letzten Jahres anschauen: Was sind die gefragtesten Versicherungsleistungen im Fuhrpark?

M. Küchemann: Neben der Haftpflicht entscheiden sich Kunden mit weniger als 3.000 oder 4.000 Fahrzeugen immer gerne auch für einen Kaskoschutz. Außerdem entscheiden sich unsere Kunden häufig für zusätzliche Services: Die Abwicklung der Fahrzeugreparatur im Schadenfall oder den Pannenhilfe-Schutzbrief.

– Also das typische Schadenmanagement?

M. Küchemann: Grundsätzlich ist und bleibt die Schadenregulierung eine der Kernkompetenzen unseres Hauses. Dennoch würden wir gerne viel mehr wahrgenommen werden als Schadenmanager. Im Sinne eines ganzheitlichen Schadenmanagements. Jedoch mit dem Unterschied, dass wir damit kein Geld verdienen, sondern den Schaden nur nicht unnötig erhöhen wollen. Und wenn wir es so gemeinsam schaffen, die Schadenlast des Kunden zu senken, wird auch er mittelfristig daraus einen Vorteil ziehen. Auch auf der Beitragsseite.

– Welche Kunden können aus diesem Vorgehen den größten Vorteil ziehen?

M. Küchemann: Das wird natürlich besonders spannend für größere Fuhrparks mit mehreren hundert Fahrzeugen. Da haben Sie über kleine Stellschrauben echte Kosteneffekte. Wenn Sie bei mehreren Dutzend Schäden etliche Prozent an Einsparpotenzial haben, wird es für den Kunden interessant.

– Wer Ihr Schadenmanagement nutzt, zahlt letztlich also niedrigere Beiträge?

M. Küchemann: Nicht zwingend. Wir können ja direkt nur die Kaskokosten beeinflussen. Bei der Haftpflicht hängt es ja vom Geschädigten ab, ob er uns hier genauso vertraut wie unsere eigenen Kunden. Und außerdem ist die Entwicklung der Schadenhäufigkeit auf die nächsten zwölf Monate schwer vorherzusagen. Da setzen wir also eher auf Gewinnbeteiligungsmodelle, von denen der Kunde profitiert.

– Welche Ziele möchten Sie 2016 neben der Senkung der Schadenkostenquote erreichen?

M. Küchemann: Wir wollen unseren Flottenschadenservice weiter intensivieren, aber auch unser Risk-Management und unser Consulting. Wir beraten unsere Kunden ja auch von der Erstellung der Car Policy über den eigentlichen Kauf bis hin zu den TCO. Auch das wollen wir intensivieren. Außerdem haben wir für die Fahrer bereits im April eine App für den konkreten Schadenfall herausgebracht. Wer einen Schaden telefonisch meldet, erhält einen Link, über den er sich diese App laden kann. Über diese App kann er dann die gesamte Kommunikation für diesen Einzelschaden mit uns abwickeln – also Schadenfotos machen, Rechnungen hochladen oder die Unfallstelle fotografieren. Und wenn der Schaden erledigt ist, kann man die App wieder löschen.

– Sie stehen Ihren Kunden in Zukunft aber auch bei der Leasingrückgabe zur Seite …

M. Küchemann: Da befinden wir uns in der Pilotphase. Der Hintergrund ist der: Wir kennen uns in den Schadenprozessen ziemlich gut aus, wir betreuen im Gesamtkonzern mehrere hunderttausend Schäden pro Jahr. Wir haben also die Konditionen, wir haben die Partner, uns mit unseren Kunden ins gleiche Boot zu setzen. Deshalb nehmen wir jetzt eine Vorabbegutachtung vor und eine gewisse Aufbereitung, bevor das Fahrzeug dann zur Leasingrückgabe geht. Auch das mit dem Ziel der Kostenoptimierung. Derzeit ist das Angebot aber noch im Aufbau. Wir arbeiten mit einigen Pilotkunden zusammen, müssen das Angebot aber in der Breite noch platzieren. Nicht jeder Kunde hat uns beim Thema Rückgabe auf dem Radar.

– Wann werden Sie das neue Angebot breitflächig ausrollen?

M. Küchemann: Einen definitiven Starttermin kann ich Ihnen nicht nennen. Unsere Vertriebskollegen sprechen das Thema bei den Kunden aber verstärkt an, wenn sie mitbekommen, dass Probleme bei der Leasingrückgabe bestanden. Wir rollen unser Angebot also eher allmählich aus.

– Herr Küchemann, herzlichen Dank für das Gespräch.

| *Interview: Christian Frederik Merten*

Anzeige

Vorausdenken statt mitlaufen

Die Welt verändert sich, die Menschen erwarten Mobilitätslösungen, die sich neuen Bedürfnissen anpassen. Statt starrer Strukturen sind flexible und bewegliche Konzepte und Lösungen gefragt. In Ballungsgebieten sind die Anforderungen anders als auf dem Land. Alternative Mobilitätslösungen für Mensch und Umwelt. Das ist der Weg.

Athlon Germany GmbH entwickelt Dienstleistungen und Produkte permanent weiter. Im Austausch mit unseren Kunden entstehen zunächst Visionen, die dann zu neuen Realitäten werden. Das Miteinander kultivieren, die Mobilität der Zukunft mitgestalten. Diesem Anspruch folgt Athlon seit nunmehr genau 100 Jahren – mit Erfolg.

Besuchen Sie Athlon im Internet
oder sprechen Sie uns persönlich an:

Athlon Germany GmbH
Theo-Champion-Str. 1 – 40549 Düsseldorf
T +49 (0) 211 5401-7000 – www.athlon.com

ATHLON

Getting you there