



Benchmark Kundenportal – Kick-Off Kennzahlen im Vergleich

Tanja Urban, Kai Wedekind & Adrian Bertl

Mittwoch, den 13.11.2024, 14:00 – 15:30 Uhr

Unsere teilnehmenden Versicherungsunternehmen

 Versicherungsforen Leipzig



ERGO



#Wo **arbeiten** Sie besonders **gern**?

#Wie **laden** Sie ihren **Akku** auf,
wenn er **leer** ist?

Ansprechpersonen zum Benchmark Kundenportal



#FachlicherAnsprechpartner

Kai Wedekind

Leiter Kompetenzteam
Vertrieb & Service

T +49 172 3698-967

E kai.wedekind@versicherungsforen.net



#FachlicheAnsprechpartnerin

Tanja Urban

Projektreferentin Kundenmanagement
Vertrieb und Service

T +49 341 98988-242

E tanja.urban@versicherungsforen.net



#FachlicheAnsprechpartnerin

Karin Van de Put

Projektmanagerin Aktuariat und
Produktentwicklung

T +49 341 98988-252

E karin.vandeput@versicherungsforen.net



#OrganisatorischeAnsprechpartnerin

Susan Drechsler

Leiterin Geschäftsbereich
Versicherungsforen-Akademie

T +49 341 98988-250

E susan.drechsler@versicherungsforen.net

Versicherungsforen Leipzig GmbH – ein Unternehmen der LF Gruppe
Hainstraße 16 | 04109 Leipzig | www.versicherungsforen.net

Ansprechpersonen zum Benchmark Kundenportal



#FachlicherAnsprechpartner

Kai Wedekind

Leiter Kompetenzteam
Vertrieb & Service

T +49 172 3698-967

E kai.wedekind@versicherungsforen.net



#FachlicherAnsprechpartner

Adrian Bertl

Projektreferent Kunden-, Prozess- &
Qualitätsmanagement
Vertrieb & Service

T +49 341 98988-232

E Adrian.Bertl@versicherungsforen.net



#FachlicheAnsprechpartnerin

Karin Van de Put

Projektmanagerin Aktuariat und
Produktentwicklung

T +49 341 98988-252

E karin.vandeput@versicherungsforen.net



#OrganisatorischeAnsprechpartnerin

Susan Drechsler

Leiterin Geschäftsbereich
Versicherungsforen-Akademie

T +49 341 98988-250

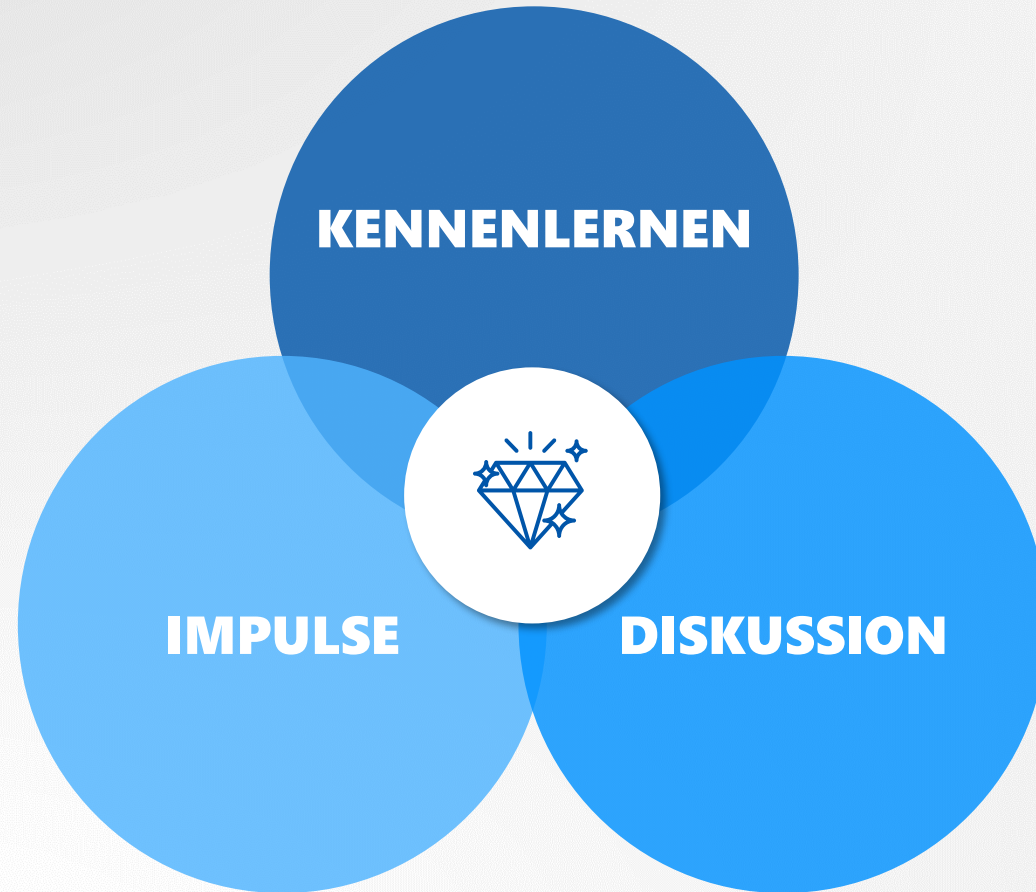
E susan.drechsler@versicherungsforen.net

Versicherungsforen Leipzig GmbH – ein Unternehmen der LF Gruppe
Hainstraße 16 | 04109 Leipzig | www.versicherungsforen.net



Wir möchten Ihnen das DU anbieten!

Ziele für den Kickoff des Benchmarks



**ERFOLGREICHES VORGEHEN
IM BENCHMARK
KUNDENPORTAL**

A G E N D A

- 1 Check in
- 2 Vorstellung der Projektverantwortlichen
- 3 Kennenlernen der Teilnehmenden
- 4 Ablauf des Benchmarks
- 5 Eure Kundenportale – Kurzvorstellung im Teilnehmerkreis
- 6 Ausblick und Fragen

A G E N D A

- 1 Check in
- 2 Vorstellung der Projektverantwortlichen
- 3 Kennenlernen der Teilnehmenden**
- 4 Ablauf des Benchmarks
- 5 Eure Kundenportale – Kurzvorstellung im Teilnehmerkreis
- 6 Ausblick und Fragen

Wir lernen uns kennen!

20 min.

Wir beantworten nacheinander folgende Fragen (1 Minute) und bestimmen dann die nächste Person:

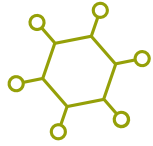
1 Wer seid ihr? (Person + Unternehmen)

2 Welche Erwartungen habt ihr an das Benchmark Kundenportal?

A G E N D A

- 1 Check in
- 2 Vorstellung der Projektverantwortlichen
- 3 Kennenlernen der Teilnehmenden
- 4 Ablauf des Benchmarks**
- 5 Eure Kundenportale – Kurzvorstellung im Teilnehmendenkreis
- 6 Ausblick und Fragen

Der Ablauf im Detail



Virtueller Kick-Off

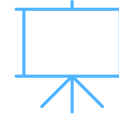
13.11.2024

Kennenlernen der
Teilnehmenden &
Skizzierung des
Benchmarking-
Projekts und
dessen Ablauf



Kennzahlen Erhebung

23. Dezember 2024
-
31. Januar 2025



Virtueller
Auswertungsworkshop

01.04.2025

Vorstellung der
Kennzahlen und
Identifikation der
Fokusthemen für
den Auswertungs-
workshop



Präsenzworkshop

26./27.06.2025

Diskussion der
Kennzahlen sowie
Austausch von
Erfahrungen und
Best Practices zu
Fokusthemen.

Einhaltung des Kartellrechts!

Was bedeutet das für unser Benchmark
Kundenportal?

Einhaltung des Kartellrechts!

Was bedeutet das für unser Benchmark Kundenportal?

Kartellrechtlich **unzulässige** Veranstaltungsinhalte

- konkrete **Schlussfolgerungen, Umsetzungsempfehlungen, vertrauliche Informationen**
Einflussnahme auf Geschäftspolitik

Kartellrechtlich **zulässige** Veranstaltungsinhalte

- **Das Für und Wider** entsprechender rechtlicher Handlungsalternativen
- rechtliche Rahmenbedingungen & tatsächliche Rahmenbedingungen der Arbeit von Versicherungsunternehmen
- Gesamt- /volkswirtschaftliche & soziale/sozialpolitische Tendenzen

Vertraulichkeit

- Die Versicherungsforen Leipzig verpflichten sich, alle Informationen des Projektes geheim zu halten.
- Die Informationen verbleiben in dem Kreis der Teilnehmenden.
- Es sind Veröffentlichungen in zusammengefasster und anonymisierter Form vorgesehen (zum Beispiel ein Blogbeitrag) -> Beispiel: [Benchmark Kundenportal: KPIs zeigen steigende Relevanz | Versicherungsforen Leipzig](#)
- Die Datenverwendung erfolgt ausschließlich in der gemeinsam abgestimmten Form und Aufbereitung.
- Die Datenaufbereitung erfolgt ausschließlich in anonymisierter Form. In der Abschlussdokumentation werden lediglich die Werte der jeweiligen Gesellschaft ausgewiesen.
- Jede teilnehmende Gesellschaft erhält die im Ergebnisbericht der eigenen Ergebnisse inkl. der nachfolgenden Werte und Informationen:
 - TOP-VU
 - Min/Max - Werte
 - Durchschnittswert



Erhebungsbogen des Benchmarks

10

Verschiedene
Versicherer nahmen
2024 am Benchmark
Kundenportal teil

Benchmark Kundenportal

Hinweise zum Dokument:
Eure Angaben könnt ihr direkt in diesem Dokument vermerken. Speichert bitte danach das Dokument auf dem Computer ab und sendet es uns anschließend per E-Mail (tanja.urban@versicherungsforen.net) zu.
Im Dokument findet ihr **fünf Kapitel**:

- 1. Einleitung und allgemeine Angaben
- 2. Rahmenparameter
- 3. Nutzerstruktur
- 4. Nutzungsstruktur
- 5. Kundenintegration

Bitte füllt möglichst alle / viele **grauen Felder** aus.
ACHTUNG: Da das Excelsheet via Script ausgelesen wird, werden Angaben außerhalb der **grauen Felder** nicht in die Auswertung einbezogen. Bitte tragt **keine** Formeln ein.
Fragen, bei denen eine Auswahl an Antworten vorgegeben sind, werden nachfolgend mit einer "0" gekennzeichnet. Zur Auswahl einer Antwortmöglichkeit, wählt entweder mit dem Drop-Down-Menü die 1 aus oder tragt bitte eine "1" ein.

Bei einigen Fragen werden bei der Beantwortung zusätzliche Fragen eingeblendet. Bitte beantwortet auch diese Fragen.

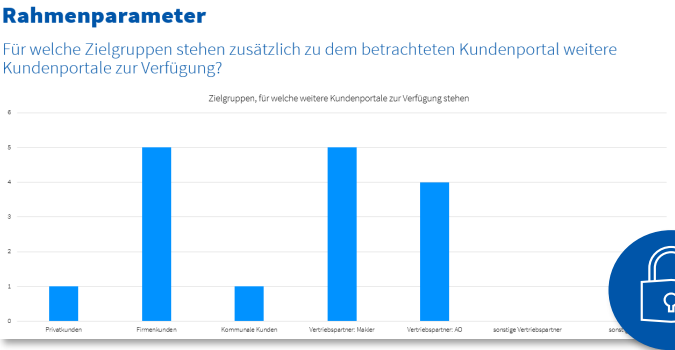
Für den Fall, dass einzelne Werte in eurem Haus nicht erhoben werden können bzw. eines Kommentars bedürfen, macht dies bitte im Feld „Anmerkung“ mit "keine Angaben möglich" kenntlich. Bitte schreibt interne Abkürzungen aus.
Nutzt auch gern das Kommentarfeld für die Angabe sonstiger, mit der Kennzahl in Verbindung stehender Besonderheiten.

2. Rahmenparameter

2.1 Wer ist die Hauptzielgruppe (Anteil größer als 2/3) des betrachteten Kundenportals?

0	Privatkunden
0	Firmenkunden
0	Kommunale Kunden
0	Vertriebspartner: Makler
0	Vertriebspartner: AO
0	Sonstige Vertriebspartner
1	Sonstige

und zwar





Lets keep it simple to start!

- Gemeinsame Erarbeitung der Kennzahlen im 1. Durchgang nach dem Motto: *"Lets keep it simple to start!"*
 - Vorsichtig vor dem nachvollziehbaren Gedanken *"Oh das wäre auch noch spannend!,"*
 - Fokus auf *Relevanz, Erhebbarkeit + Lieferbarkeit & gemeinsame Definition*
- Es gibt auch immer Fragen, die ihr nicht beantworten könnt
- Nachfolgend Anpassungen im Erhebungsbogen

Rahmenparameter - Änderungen zu 2024

Welche Eingangskanäle für das Kundenportal sind vorhanden?

Hinweise und Anmerkungen zur Frage

2.7	Welche Eingangskanäle für das Kundenportal sind vorhanden?	
	0	Website
	0	Web-App
	0	Native App
	1	Sonstige
	und zwar:	
	Anmerkungen:	

Eure Notizen

- Vorjahr: Unterscheidung zwischen Website und Web-App nicht klar
- Es gibt einen technischen Unterschied, aber Nutzen der Information nicht von hohem Interesse
- Vorschlag:
 - Website (mobil tauglich), Web-App gilt zu Website
 - Native App (Download in einem App-Store möglich)
 - Sonstige

Rahmenparameter - Änderungen zu 2024

Wie viele FTE (Vollzeitäquivalente) sind an der Entwicklung des Kundenportals zum 01.01. des vorherigen und des aktuellen Jahres beteiligt?

Hinweise und Anmerkungen zur Frage

- Die Summe aus internen und externen (über Dienstleister) FTE sollte im Idealfall mit der Summe aus FTE, die für die Fachlichkeit und Entwicklung tätig sind, übereinstimmen. Die Tätigkeiten für den Support fließen hier nicht mit ein.
- Positionen, wie Product Owner oder Scrum Master, werden der Fachlichkeit zugeordnet.

Wie viele FTE (Vollzeitäquivalente) sind an der Entwicklung des Kundenportals zum 01.01.2024 und 01.01.2025 beteiligt?

01.01.2024	01.01.2025
intern extern Fachlichkeit IT Entwicklung	intern extern Fachlichkeit IT Entwicklung
Anmerkungen:	

Eure Notizen

- Für 2025 war eine engere Fassung gewünscht.
- Die Summe aus internen und externen (über Dienstleister) FTE sollte im Idealfall mit der Summe aus FTE, die für die Fachlichkeit und Entwicklung tätig sind, übereinstimmen. ~~Die Tätigkeiten für den Support fließen hier nicht mit ein.~~
Hierbei geht es nur um reine Betriebs-, Neu- und Weiterentwicklungsprozesse des Kundenportals, ohne Kommunikations-, Support- oder zusätzliche Serviceentwicklungsaufgaben.

Rahmenparameter - Änderungen zu 2024

Wie erfolgen die Registrierungsprozesse für das Kundenportal?

Hinweise und Anmerkungen zur Frage

2.12 Wie erfolgen die in Frage 2.11 gezählten Registrierungsprozess(e) für das Kundenportal?
Bitte notiert eure(n) Registrierungsprozess(e).

Registrierungsprozess 1:
Registrierungsprozess 2:
Registrierungsprozess 3:
Registrierungsprozess 4:

Freitext
Freitext
Freitext
Freitext

Anmerkungen:

Eure Notizen

- Wunsch aus Vorjahr: Welche Prozesse waren die am häufigsten genutzten?
- Vorschlag: "Wie erfolgen die in Frage 2.11 gezählten Registrierungsprozess(e) für das Kundenportal? Beginne mit dem von eurer Kundschaft meistgenutzten Prozess."
- Registrierungsprozesse sind Zugangswege zur Registrierung.

Kundenintegration - Änderungen zu 2024

Welche Kanäle bietet ihr für den Support an?

Hinweise und Anmerkungen zur Frage

5.1 Welche Kanäle bietet ihr für den Support an?

0	Telefon
0	E-Mail
0	Kontaktformular
0	Chat
0	Sonstige

Anmerkungen:

Hinweise:

Eure Notizen

- Wunsch aus Vorjahr: Welcher Kanal wird von Nutzern am häufigsten genutzt?
- Vorschlag: zusätzliche Frage einfügen
 - Bitte ranke die Kanäle nach Häufigkeit der Anfragen.

Kundenintegration - Änderungen zu 2024

Welcher Bereich übernimmt den Support?

Hinweise und Anmerkungen zur Frage

5.2 Welcher Bereich übernimmt den Support?

0	Kundenservice (intern)
0	externer Dienstleister
0	Sonstige

Anmerkungen:

Hinweise:

Eure Notizen

- Wunsch aus Vorjahr: auch Second Level berücksichtigen
- Vorschlag für Antwortoptionen, davon **neu**
 - **Kundenservice für First Level**
 - **Fachbereich (auch IT) für Second Level**
 - **Kundenservice für First und Second Level**
 - externer Dienstleister
 - sonstige

Gibt es **Daten** oder **Kennzahlen**, dessen Erhebung wir **verproben** wollen?

Fokus auf **Relevanz**, **Erhebbarkeit** und **gemeinsame** Definition

A G E N D A

- 1 Check in
- 2 Vorstellung der Projektverantwortlichen
- 3 Kennenlernen der Teilnehmenden
- 4 Ablauf des Benchmarks
- 5 Eure Kundenportale – Kurzvorstellung im Teilnehmerkreis**
- 6 Ausblick und Fragen

Unsere teilnehmenden Versicherungsunternehmen

 Versicherungsforen Leipzig



Steckbrief – Kundenportal von ERGO

Welche Ziele verfolgt ihr mit eurem Kundenportal?

- Digitale Verwaltung der Versicherungsverträge durch den Kunden selbst 24/7
- Papier sparen durch Abbildung der Kundenpost im Onlinepostfach des Kundenportals

- Effizienzsteigerung in Operations
- Vertriebsunterstützung mit und ohne Sales-Funktionen

Welche Services/Prozesse sind in eurem Kundenportal verfügbar?

- Ca. 100 Services (Kunden- und Vertragsservices) z. B. Terminbuchung mit Vertriebspartner, Rechnungseinreichung, digitale Post, Klickabschluss, ...

Welche Services/Prozesse sind für euer Kundenportal in Planung?

- Registrierung: innovative Identifizierungsoptionen
- Innovative Mehrwerte/Extras identifizieren
- Vertriebsunterstützung z. B. Klickabschlüsse bei Bündelprodukten

Wie messt ihr den Erfolg des Kundenportals, d.h. mit welchen Kennzahlen?

- Kundenzufriedenheit
- Neuregistrierungen
- Login
- Servicenutzung / Geschäftsvorfälle auf Servicelevel
- Abruf von Dokumenten – eingestellte Briefe

Welche Zahlen reportet ihr in welche Ebenen?

- KPIs zum Vorstand, siehe Feld links

Welche Vorhaben und Projekte beschäftigen euch gerade?

- Digitale Kommunikation und technische Migration
- Optimierungen weiterer Kundenportalfunktionalitäten, z. B. Ausbau Vertriebsunterstützung

Steckbrief – Kundenportal von Hallesche4u

Welche Ziele werden mit dem Kundenportal des Unternehmens verfolgt?

Hallesche4u ist die zentrale Kommunikationsplattform der Hallesche zu ihren Kunden. Über H4u organisieren die Kunden selbstbestimmt ihre Gesundheit, erleben die Hallesche als Kümmerer im Krankheitsfall und erhalten voll digitale Lösungen zu ihren Service- und Erstattungsanliegen.

Welche Services/Prozesse sind innerhalb des Kundenportals verfügbar?

- Belegeinreichung + AU-Meldung
- Belegübersicht
- Anzeige Vertrags- und Leistungsschriftwechsel + OPV
- Vertragsübersicht
- Bankdatenänderung
- Partnerdatenänderung
- Kontaktmöglichkeiten
- Verschiedene Gesundheitsservices (z.B. Newsfeed oder Symptomchecker)

Welche Services/Prozesse sind innerhalb des Kundenportals in Planung?

- Anzeige Bearbeitungsstand von Belegen
- Zugriff auf VP-Ebene
- Chat: Live-Chat als zusätzlichen Servicekanal
- **Ausbau Selfservices: Formulare und Bescheinigungen**
- **NPS**

Wie wird der Erfolg des Kundenportals gemessen, d.h. mit welchen Kennzahlen?

- Downloads und Store Bewertungen
- Registrierungen
- Zugriffe und Nutzungsrate
- Belegeinreichungen und DV-Quoten
- Verteilung Belege nach Eingangskanälen
- Nutzung Selfservices

Welche Zahlen werden an welche Ebenen im Unternehmen berichtet?

- Quartalsreporting auf Vorstandsebene
- Lenkungsausschüsse
- Ad hoc Auskünfte je nach Bedarf

Welche Vorhaben und Projekte sind gerade im Unternehmen relevant?

- Anzeige Bearbeitungsstand und VP-Zugang

Steckbrief – Kundenportal von Münchener Verein

Welche Ziele werden mit dem Kundenportal des Unternehmens verfolgt?

Breitere Nutzungsmöglichkeit der digitalen Services auch für Desk-Top-Nutzer, Zur Verfügungstellen der Funktionalitäten über Handy, Tablet UND PC z.B. Ermöglichen von Self Services, Automatisierung der Backend-Prozesse

Welche Services/Prozesse sind innerhalb des Kundenportals verfügbar?

- Belege einreichen (Upload)
- Postfach (v.a. Leistungsmittelungen)
- Vertragsübersicht/-details (inkl. Self Services wie Bankverbindung ändern, Bescheinigung anfordern)
- Übersicht Kundendaten (Persönliche Daten, Adressdaten, Kommunikationsdaten) inkl. deren Änderung
- FAQs zur Anwendung
- (KV-)Zusatzservices

Welche Services/Prozesse sind innerhalb des Kundenportals in Planung?

- Erweiterung um Self Services für Krankenversicherung (Kündigung, Beginnverlegung) inkl. deren Automatisierung
- Erweiterung auf die Sparten Allgemeine Versicherung und Lebensversicherung (Vertragsanzeige und Self Services)
- Verschlüsselte Zustellung von einzelnen Dokumenten an den Kunden

Wie wird der Erfolg des Kundenportals gemessen, d.h. mit welchen Kennzahlen?

- Anzahl zugestellter Dokumente (Portokostensparnis)
- Anzahl Nutzer
- Anzahl genutzter Self Services
- Prozesskosten-Ersparnis (z.B.. Wegfall Anfragen oder Beschleunigung Bearbeitung)
- Bewertungen in Apple/Google-Play

Welche Zahlen werden an welche Ebenen im Unternehmen berichtet?

- Siehe links

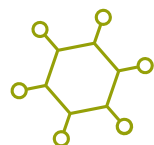
Welche Vorhaben und Projekte sind gerade im Unternehmen relevant?

- Migration von Bestands – und Leistungssystem in verschiedenen Sparten
- eHealth

A G E N D A

- 1 Check in
- 2 Vorstellung der Projektverantwortlichen
- 3 Kennenlernen der Teilnehmenden
- 4 Ablauf des Benchmarks
- 5 Eure Kundenportale – Kurzvorstellung im Teilnehmerkreis
- 6 Ausblick und Fragen**

Der Ablauf im Detail



Virtueller Kick-Off

13.11.2024

Kennenlernen der
Teilnehmenden &
Skizzierung des
Benchmarking-
Projekts und
dessen Ablauf



Kennzahlen Erhebung

23. Dezember 2024
-
31. Januar 2025



Virtueller
Auswertungsworkshop

01.04.2025

Vorstellung der
Kennzahlen und
Identifikation der
Fokusthemen für
den Auswertungs-
workshop



Präsenzworkshop

26./27.06.2025

Diskussion der
Kennzahlen sowie
Austausch von
Erfahrungen und
Best Practices zu
Fokusthemen.



Messekongress
**Kundenmanagement
in Versicherungen**

Congress Center Leipzig
24./25. Juni 2025

www.versicherungsforen.net/mk-kunde

**JETZT
ANMELDEN!**

Frühbucher-Rabatt

Sichert euch bis zum **19.
Februar 2025** den
Frühbucher-Rabatt in
Höhe von **90 EUR** auf
die Teilnahmegebühr.



Spare zusätzlich mit unserem **Unternehmensticket**
für bis zu 8 Mitarbeitenden

User Group

Digitale Customer Journey

Von Daten zu Erlebnissen: Neue Technologien und Strategien für Kundenerlebnisse in der Versicherungsbranche.

THEMENSCHWERPUNKTE

- Cookieless Future – Lösungen und die Potenziale von Tracking
- Erfahrungsberichte – Fehltritte, Erfolgsgeschichten und Learnings
 - bspw. im Pricing und entsprechenden Methodiken
 - agile Organisationsformen im Marketing
 - schnelle Umsetzung von KI Use Cases



Weitere Informationen unter **www.versicherungsforen.net/ug-digi**

Nächstes Arbeitstreffen: Leipzig, 3./4. Dezember 2024

25%
Kennenlern-
Rabatt

Ansprechpersonen zum Benchmark Kundenportal



#FachlicherAnsprechpartner

Kai Wedekind

Leiter Kompetenzteam
Vertrieb & Service

T +49 172 3698967

E kai.wedekind@versicherungsforen.net



#FachlicheAnsprechpartner

Adrian Bertl

Projektreferent Kunden-, Prozess- &
Qualitätsmanagement
Vertrieb & Service

T +49 341 98988-232

E Adrian.Bertl@versicherungsforen.net



#FachlicheAnsprechpartnerin

Karin Van de Put

Projektmanagerin Aktuariat und
Produktentwicklung

T +49 341 98988-252

E karin.vandeput@versicherungsforen.net



#OrganisatorischeAnsprechpartnerin

Susan Drechsler

Leiterin Geschäftsbereich
Versicherungsforen-Akademie

T +49 341 98988-250

E susan.drechsler@versicherungsforen.net

Versicherungsforen Leipzig GmbH – ein Unternehmen der LF Gruppe
Hainstraße 16 | 04109 Leipzig | www.versicherungsforen.net