



 SOLERA

Gemeinsam durch die Krise: Wie Zusammenarbeit ein zukunftsicheres Schadennetzwerk schafft

Mit starken Partnerschaften für
eine sichere und vernetzte Zukunft

Inhalt

Einführung	3
Welche Herausforderungen bringt die „neue Normalität“ für die Schadenbranche?	5
Wie kann ich die Zusammenarbeit in meinem Netzwerk verbessern?	7
Wie lässt das Ökosystem sich mit digitalen Tools effektiv vernetzen?	9
Agilität als Schlüssel zu Krisenfestigkeit	11
Fünf Dinge, die Sie jetzt für Ihren den Einstieg in die Digitalisierung tun können	12
Über Solera	14

Einführung

Warum die Schadenbranche in und nach der COVID-Krise Zusammenarbeit braucht

Wie viele andere Branchen beschäftigt sich derzeit auch die Automobilbranche mit der Frage, welche Auswirkungen die Corona-Pandemie für sie langfristig haben wird. Ihre sichere und erfolgreiche Zukunft hängt davon ab, wie gut ihre Akteure untereinander zusammenarbeiten. Zum Verfassungszeitpunkt des vorliegenden Textes im November 2020 herrscht nach wie vor große Unsicherheit. Viele Länder weltweit beenden gerade ihren zweiten Lockdown und die geltenden lokalen und regionalen Einschränkungen unterscheiden sich von Land zu Land erheblich. Da inzwischen ein Impfstoff in Sicht ist, konzentrieren die Regierungen ihre Bemühungen nun darauf, die Bevölkerung ab dem Frühjahr 2021 möglichst schnell und effektiv zu impfen.

Für innovative Ökosysteme müssen Unternehmen künftig stärker auf Zusammenarbeit setzen und mit neuen Kooperationsmodellen experimentieren.

Mckinsey & Company⁽¹⁾

Um sicher handeln zu können, sind Unternehmen mehr denn je auf eine beständige und gemeinschaftliche Kommunikation angewiesen, mit der sie beim Thema Effizienz jedoch stets an die Grenzen der digitalen Technologie stoßen. Das moderne Ökosystem der Kfz-Schadensregulierung bildet hier keine Ausnahme. Die betroffenen Akteure müssen sich daher verstärkt darum bemühen, auch in der neuen Normalität

einheitlichen Service zu bieten und für ihre Kunden da zu sein. Die Branche blieb von der Krise nicht verschont: die Produktions- und Lieferkette für Ersatzteile war beeinträchtigt, Werkstätten musste vorübergehend geschlossen und strenge, aber notwendige Hygienemaßnahmen ergriffen werden⁽²⁾. Die starre Lieferkette innerhalb der Branche und der Mangel an Kommunikation kamen als Probleme hinzu und bedürfen einer nachhaltigen Lösung und Veränderung. Ohne bewusstes Handeln und die Bereitschaft, sich in schwierigen Zeiten miteinander zu vernetzen, läuft die Branche Gefahr, die in der Krisen liegenden Chancen zu verschenken – oder die neuen Erwartungen der Kunden nicht erfüllen zu können.

Eine gemeinsame Strategie erfordert Klarheit darüber, welchen unverzichtbaren Beitrag die einzelnen Akteure jeweils zu einem hochwertigen Kundenerlebnis leisten.

- **Versicherungen** – Als erste Anlaufstelle im Rahmen der Schadenabwicklung werden Versicherungen daran gemessen, ob sie die Bearbeitung von Schadenfällen schnell und unter minimaler Einbeziehung der Anspruchsberechtigten in die Wege leiten. Oftmals sind sie über den gesamten Schadenprozess hinweg für die Schadenkommunikation mit dem Kunden verantwortlich. Diese kann das Kundenerlebnis maßgeblich beeinflussen ist und damit ein entscheidendes Element im Reparaturzyklus.
- **Werkstätten** – Das von der Werkstatt erzielte Reparaturergebnis erinnert den Kunden dauerhaft an seine Kundenerfahrung im Schadenprozess. Das fertige Produkt muss nicht nur die höchsten Standards erfüllen – auch die Reparaturgeschwindigkeit, die Kosten und die Verfügbarkeit von Ersatzteilen

(1) <https://www.mckinsey.com/industries/retail/our-insights/time-for-change-how-to-use-the-crisis-to-make-fashion-sourcing-more-agile-and-sustainable>

(2) <https://www.audatex.co.uk/news/covid-19-factors-impacting-repair>

und der Kundenservice insgesamt sind wesentliche Bestandteile eines modernen Schadensregulierungserlebnisses.

- **Hersteller** – Versagt die Logistik hinter einer termingerechten Ersatzteillieferung, kann dies das Kundenerlebnis bei der Schadenregulierung empfindlich beeinträchtigen. Ohne transparente und effiziente Zulieferer steht das Ökosystem vor großen Schwierigkeiten – sowohl beim Abschluss von Reparaturarbeiten als auch bei der Kommunikation des Bearbeitungsstandes an die Kunden.

Trotz der immensen Herausforderungen durch die jüngsten globalen Ereignisse lassen sich erste Anzeichen einer größeren Transparenz und verbesserten Zusammenarbeit innerhalb des Ökosystems erkennen. Aktuelle Untersuchungen in Großbritannien haben ergeben, dass 18 Prozent der dortigen Werkstätten eine unmittelbare Chance für stärkere Partnerschaften mit Versicherungen und Unfallsachbearbeitern sowie mit Flotten- und Privatkunden sehen⁽³⁾. In vielen Fällen war Technologie der Impulsgeber für diese Bemühungen. So erleichtern digitale Kommunikationskanäle zur Schadenmeldung die schnellere Kontaktaufnahme der Kunden mit ihrer Versicherung und erlauben die gleichzeitige Einhaltung der Social-Distancing-Maßnahmen. Werkstätten wiederum können die Kunden über den Reparaturfortschritt auf dem Laufenden halten und effizient digitale Rechnungen stellen, wenn keine Papierdokumente gestattet sind.

Solera fungiert als Bindeglied zwischen den verschiedenen Akteuren im Schadennetzwerk. Wir liefern die Plattform für einen modernen Schadenprozess, welche die Effizienz im gesamten Prozessverlauf erhöht. Technologie ist die Lösung – doch letztlich wird unsere

Zusammenarbeit bei der effektiven Umsetzung dieser Lösung darüber entscheiden, wie schnell Werkstätten, Versicherungen und Zulieferer auf globaler Ebene damit krisenfest und nachhaltig arbeiten können.

Dieses Whitepaper befasst sich mit konkreten Handlungsmöglichkeiten zum Aufbau einer gemeinsamen Strategie für das Schadenssystem, welche eine nachhaltige Erholung ermöglichen und Partnerschaften optimieren soll – für ein besseres Kundenerlebnis in einer digitalen Welt. Damit wir auch in Zukunft erfolgreich agieren und während sowie nach der Krise die Chancen einer sicheren und vernetzten Branche nutzen können, gilt es wesentliche Herausforderungen zu meistern.

(3) <https://www.Trendracker.Co.Uk/may-2020-free-pdf-download-uk-body-repair-covid-19-report/>

Welche Herausforderungen bringt die „neue Normalität“ für die Schadenbranche?

Eine tragbare Strategie muss die Auswirkungen von COVID-19 auf den Schadenprozess berücksichtigen und eine gemeinsame Verantwortung für den Umgang damit anerkennen. Auftragsvolumen, Cashflow und Mitarbeitersicherheit sind Aspekte, die in diesen herausfordernden Zeiten Werkstätten auf aller Welt beschäftigen. Der Arbeitsaufkommen hat wieder ein relativ normales Maß erreicht, doch die Werkstätten müssen nun aus Sicherheitsgründen neue Vorschriften und Abstandsgebote einhalten – damit einher gehen ein größerer Flächenbedarf, rotierende Schichten, verkürzte Arbeitszeiten oder mitunter ein dauerhafter Personalabbau.

Während sich die Märkte wieder erholen, bleibt die Unterbrechung der globalen Lieferketten nach wie vor ein großes Problem für die Branche. Das erste vom Virus betroffene Land, China, hat in der Lieferkette der Kfz-Industrie eine Schlüsselfunktion – 80 Prozent der Akteure arbeiten mit chinesischen Partnern⁽⁴⁾. Die Nachfrage nach Teilen ist groß und wer stark von den Exporten des Landes abhängt, spürt den Mangel in besonderem Maße⁽⁵⁾. Häufig werden keine Rabatte mehr gewährt und die Teile nur zum vollen Preis verkauft, da die Zulieferer ihren Profit angesichts der neuen Umstände und Herausforderungen maximieren möchten. Umfragen von IHS Markit bestätigen, dass sich mehr als die Hälfte der Anbieter in Europa bezüglich der Beeinträchtigungen große Sorgen macht⁽⁶⁾. Die Verknappung trifft auf eine schleppende Erholung der OEM-Hersteller, und könnte viele Reparaturbetriebe dazu zwingen, mit verschiedenen Zulieferern

zusammenzuarbeiten und ihre Bezugsquellen zu erweitern, um ihre Teile auch kurzfristig beziehen zu können.

Außerdem wurde beobachtet, dass Werkstätten bislang unerledigte Kostenvoranschläge abarbeiteten, um einen Teil der im Zuge der lockdownbedingten Gewinnverluste zu kompensieren⁽⁷⁾. Diese drastische Steigerung der Arbeitslast birgt in Kombination mit reduziertem Personal und einem durch Abstandsgebote verringertem Platzangebot die Gefahr noch längerer Reparaturzeiten als vor dem Lockdown – mit unzufriedenen Kunden als Folge. Wer nach Zeiten von COVID-19 erfolgreich sein möchte, muss neben diesen Herausforderungen auch die Hindernisse einer starren Lieferkette mithilfe neuer Betriebsmodelle und Partnerschaften bewältigen.

Überarbeitete Gesundheits- und Sicherheitsvorschriften werden nachhaltige Auswirkungen auf alle Beteiligten haben und bedeuten eine neue finanzielle Belastung sowohl für Werkstätten als auch für Versicherungen. Damit reparierte Fahrzeuge nicht zur Verbreitung von Infektionen unter Mitarbeitern und Kunden beitragen, sind nun strenge und notwendige Hygienemaßnahmen erforderlich.

Die Werkstätten müssen die Fahrzeuge der Kunden nun tiefenreinigen und desinfizieren – und zwar vor Hereinnahme in die Werkstatt und nach Abschluss der Reparatur vor Rückgabe an den Kunden. Von AutoNations neuem Desinfektions-Service in seinen Niederlassungen⁽⁸⁾ in den USA bis hin zum „Sanity

(4) <https://home.kpmg/sk/en/home/insights/2020/04/what-covid-19-means-for-china-car-industry.html>

(5) <https://www.Forbes.Com/sites/laurieharbour1/2020/03/13/the-coronavirus-impact-on-the-global-automotive-supply-chain/#7dc31a4e444e>

(6) <https://cdn.lhsmarkit.Com/www/pdf/0320/auto-covid-19-supply-chain-survey.Pdf>

(7) <https://www.Audatex.Co.Uk/news/covid-19-cause-and-effect-blogpost-1>

(8) <https://www.Autofutures.Tv/2020/03/20/how-new-and-old-tech-helps-to-disinfect-coronavirus-covid-19-in-cars/>

System“ des Kfz-Reparaturdienstes Castle Coachworks⁽⁹⁾ im britischen Northampton: Fahrzeugdesinfektion nach der Reparatur ist auf der ganzen Welt zu einem entscheidenden Sicherheitsfaktor geworden. Dies gilt auch für Ersatzfahrzeuge, die während der Reparatur genutzt werden. In einem solch großen Umfang sind die Maßnahmen sowohl zeit- als auch kostenintensiv und erhöhen die Gesamtkosten für die Versicherung bei jedem Schadenfall, während sich die Gewinnmarge verkleinert. Darüber hinaus gilt es, Notwendigkeit und Nutzen aller weiteren Berührungspunkte nach der Reparatur zu prüfen. So müssen Reparaturnetzwerke berücksichtigen, dass moderne Fahrerassistenzsysteme (ADAS) in Vertragswerkstätten kalibriert werden müssen und ergründen, wie dies auf sichere und logistisch sinnvolle Weise unter Einhaltung der Social-Distancing-Bestimmungen durchgeführt werden kann.

Für die Versicherer liegt die Herausforderung in den für die Erstabstimmung mit Reparaturpartnern zusätzlich benötigten Ressourcen, die dafür sorgen, dass die Fahrzeuge sicher und mit geringstmöglicher Auswirkung auf Schadenzyklus und -kosten an die Kunden zurückgegeben werden. Die zweite Hürde stellen die höheren Kosten für die Reinigung und Desinfektion von Ersatzwagen nach jeder Nutzung dar, sowie die Verhandlung mit den Schadenpartnern über die Kostenübernahme für die strengen Reinigungsmaßnahmen nach der Reparatur. Gleichzeitig werden die Anspruchsberechtigten über digitale Kommunikationskanäle regelmäßig über den Bearbeitungsstand informiert. Die Nutzung dieser digitalen Kommunikationskanäle muss aufgrund der Pandemie rasch vorangetrieben werden.

Trotz einer allmählichen Lockerung der betrieblichen Einschränkungen wird sich das Schadenssystem der Zukunft dennoch grundlegend von dem der Vergangenheit unterscheiden. Allerdings gibt es Möglichkeiten, diesen Herausforderungen gerecht zu werden – durch eine gemeinsame Vision, die trotz geringerer Ressourcen und erschwerter Rahmenbedingungen eine sichere Schadenabwicklung ermöglicht. Der erste Schritt besteht darin, die Notwendigkeit einer Zusammenarbeit anzuerkennen und innerhalb des gesamten Schadennetzwerks proaktiv für stärkere Partnerschaften zu sorgen.

(9) <https://www.Northamptonchron.Co.Uk/news/people/northampton-car-bodyshop-implements-sanitising-tech-fight-against-covid-19-2854432>

Wie kann ich die Zusammenarbeit in meinem Netzwerk verbessern?

Diese durch unerwartete Veränderungen geprägte Phase erfordert zweifelsohne eine bessere und engere Zusammenarbeit im Schadensystem. Jahrelang haben starre Abläufe bei der Schadenregulierung eine engere Zusammenarbeit innerhalb der Branche verhindert. Allerdings ist im Zuge der Pandemie bereits eine große Veränderung zu beobachten. Im Vereinigten Königreich haben Händler, Fachverbände (National Body Repair Association – NBRA) und Lackierbetriebe während der gesamten Pandemie ihre Unterstützung unter Beweis gestellt. Die Mehrheit der Fahrzeugwerkstätten bewertet sie auf einer Skala von 1–10 mit 8, 9 oder 10, wobei 1 sehr schlecht und 10 ausgezeichnet ist⁽¹⁰⁾.

Die Leerlaufzeiten bei der Abwicklung von Kfz-Schäden haben außerdem den Weg für eine stärkere Kommunikation zwischen Versicherern, Reparaturpartnern und Kunden geebnet – ein Trend, der für die Zukunft viel verspricht, sollte er sich etablieren. Auf Seite der Versicherungen lassen sich ernsthafte Bemühungen um eine schnellstmögliche Umsetzung neuer Prozesse beobachten, um Partner und Kunden unterstützen zu können. Viele Versicherer schätzen ebenfalls die Arbeit ihrer Reparaturpartner, die das gemeinschaftliche Versprechen an ihre gemeinsamen Kunden erfüllt haben.

Eine Fortführung dieser Zusammenarbeit verlangt ein Abrücken von rein operativen Partnerschaften innerhalb der bestehenden Netzwerke. Stattdessen müssen wir auf längerfristige, innovationsbasierte Partnerschaften

setzen, die Abwicklungshindernisse beseitigen und eine erfolgreiche Schadenregulierung ermöglichen. Beginnen Sie dabei mit der Frage, ob digitale Tools positiven Einfluss auf Ihre Organisationsabläufe haben könnten. Lassen sich mit einer digitalen Strategie beispielsweise Unterbrechungen in der Lieferkette überbrücken oder automatischer Kontakt zwischen Versicherungen und Werkstätten herstellen?

Sobald diese Möglichkeiten erkannt wurden, sollten Sie sie als Grundlage für Gespräche über neue, transparentere, kooperativere und solidarischere Partnerschaften nutzen, von denen alle Parteien – insbesondere die Kunden – profitieren können. Es mag sein, dass diese Diskussionen den Rahmen Ihrer bestehenden Netzwerke sprengen. Sie können jedoch auch neue Ideen befeuern und Unternehmen dabei helfen, ihre Komfortzone zu erweitern. Natürlich führen solche Kooperationen nur zum Erfolg, wenn nach Abzug von Investitions- und Zeitaufwand auch ein Mehrwert für alle Beteiligten entsteht⁽¹¹⁾. Da uns noch eine längere Phase anhaltender Unsicherheit bevorsteht, müssen unsere Partner die Situation fortlaufend neu bewerten und Erfolgsparameter für eine dauerhafte Wertschöpfung festlegen.

Der Aufbau eines breit aufgestellten Ökosystems rund um die Belegschaft eines Unternehmens für verbesserte Zusammenarbeit bei Schwerpunktthemen resultiert erfahrungsgemäß in einem größeren Engagement und besseren Geschäftsergebnissen⁽¹²⁾.

(10) <https://www.Trendracker.Co.Uk/may-2020-free-pdf-download-uk-body-repair-covid-19-report/>

(11) <https://www.Bethebusiness.Com/productivity-insights/coronavirus-how-to-collaborate-with-other-businesses/#>

(12) https://www.Accenture.Com/_acnmedia/pdf-120/accenture-covid-19-continuity-in-crisis-effective-business-services.Pdf



Zudem können Unternehmen so schneller von digitalen Lösungen profitieren und damit hocheffektive, sichere und vernetzte Arbeitsabläufe schaffen, die für größere Effizienz der Schadenabwicklung sorgen. Diese Wege können mit neuen oder bestehenden Partnern erkundet werden, doch unabhängig von der jeweiligen Absicht muss das Ziel auf allen Seiten eine Stärkung der Krisenfestigkeit sein. Sobald für die Zusammenarbeit ein passender Rahmen geschaffen wurde, gilt es zu prüfen, mit welchen Lösungen sich maximale Wertschöpfung und Leistung erzielen lassen.

Wie lässt das Ökosystem sich mit digitalen Tools effektiv vernetzen?

Mehr als je zuvor beziehen wir Produkte und Dienstleistungen über digitale Kanäle, und COVID-19 befeuert den digitalen Wandel zusätzlich. Viele dieser Innovationen werden das Rückgrat des zukünftigen Ökosystems nach der Krise bilden, indem sie für einen reibungslosen Datenfluss zwischen Versicherern, Werkstätten und Zulieferern sorgen und damit einen funktionierenden Arbeitsablauf trotz sicherer Entfernungen ermöglichen. Digitaltechnik ermöglicht nicht nur Geschäftskontinuität, sondern wirkt auch gegen starre Abläufe bei der Schadenregulierung und bietet genau die sichere und zugängliche Unterstützung, die Menschen heute wünschen und benötigen.

Laut dem Accenture-Bericht „Technology Vision 2020“ bejahen 76 Prozent der Führungskräfte die Aussage, dass Unternehmen Interaktionen zwischen Technologie und Menschen radikal neu gestalten und am Nutzer ausrichten müssen⁽¹³⁾. Dies gilt auch für das Ökosystem der Schadenregulierung, das die Digitalisierung auf effektivste Weise nutzen will, um Menschen schneller, einfacher und sicherer als je zuvor miteinander zu verbinden.

So beobachten wir zum Beispiel einen dramatischen Anstieg bei der Nutzung unserer Bilderfassungstechnologie, mit der Kunden ihrer Versicherung und Werkstatt über einen geführten und automatisierten Prozess schnell Bildnachweise von Schäden übermitteln können. Dies ermöglicht eine schnelle Schadenbegutachtung und Schadenerstmeldung (FNOL) von jedem Standort aus. Mit derartigen fahrerunterstützten Maßnahmen lässt

sich nicht nur der Zeitaufwand für die Begutachtung von Fahrzeugen mit minimalem oder Totalschaden senken, auch die Abstandsregeln lassen sich so einhalten und der Datenaustausch zwischen Kunde, Versicherung und Werkstatt wird optimiert.

Digitale Tools helfen nicht nur bei der Schadenmeldung, sondern unterstützen auch wichtige Funktionen zur Erhaltung der Handlungsfähigkeit und Produktivität von Unternehmen. Die Nutzung moderner Technologien verbessert durch schnellere Bezahlung von Fahrzeugreparaturen den Cashflow, wodurch die Werkstätten wiederum schneller benötigte Teile bestellen und Reparaturen durchführen können. Dies führt zu einer höheren Kundenzufriedenheit. Zudem bietet die automatisierte digitale Kommunikation Kfz-Werkstätten zeit- und kostengünstige Möglichkeiten, um ihre Kunden bei knappen Kapazitäten im Bilde zu halten.

Grundlage für die Nutzung dieser Möglichkeiten sind ein reibungsloser Informationsfluss und eine intelligente Automatisierung an neuralgischen Punkten der Wertschöpfungskette. In Zusammenarbeit mit Branchenpartnern können Versicherungen und Kfz-Werkstätten Daten mit Prognosefunktionen kombinieren und daraus ein Modell erarbeiten, das an jedem Berührungspunkt genaue Informationen liefert. Solera fungiert nicht nur als Datenaggregator, sondern auch als treibende Kraft bei der Zusammenführung unterschiedlicher Akteure wie Versicherungen, Gutachter und Werkstätten und schafft so eine gemeinsame Grundlage für ein besseres Kundenerlebnis durch stärker digitalisierte Arbeitsabläufe.

(13) <https://www.Accenture.Com/us-en/insights/technology/technology-trends-2020>

Die Nutzung dieser Möglichkeiten zur Förderung einer End-to-End-Digitalisierung kann die Krisenfestigkeit auf verschiedenen Wegen verbessern.

- Eine intelligentere Vorbegutachtung des Fahrzeugschadens kann die Einordnungsgenauigkeit verbessern. So können Totalschäden schon bei der Schadenerstmeldung erfasst werden, bevor das Fahrzeug in die Werkstatt kommt, und bei Spezialfällen kann direkt die am besten geeignete Werkstatt zugewiesen werden.
- Kfz-Werkstätten können den Schaden schon vor Eintreffen des Fahrzeugs Kostenvoranschläge, um proaktiv die Teilebeschaffung in die Wege zu leiten oder den Verwaltungsaufwand einzuschätzen und somit den Zeitraum zwischen Abgabe und Wiedererhalt des Fahrzeugs reduzieren.
- Die Ergänzung menschlichen Wirkens durch Technologie kann für eine optimale Mischung aus Datenwissenschaften und menschlicher Expertise sorgen, mit der jede Entscheidung überprüft und die Entscheidungsfindung optimiert werden kann.
- Die maschinengesteuerte Analyse von Fahrzeugschäden kann die Fehlermarge bei der Erstellung von Kostenvoranschlägen erheblich verringern, die Genauigkeit erhöhen und Reparaturgenehmigungszeiten verkürzen.
- KI-gestützte Gutachten befreien Gutachter von repetitiven und redundanten Aufgaben und lassen ihnen Zeit für komplexere Fälle, die der Expertise und dem Urteilsvermögen eines Menschen bedürfen. Die Beseitigung unnötiger Berührungspunkte gewährleistet eine transparente Kommunikation zwischen Versicherern und Reparaturwerkstätten, sorgt für eine automatische digitale Rechnungserstellung und unterstützt eine schnellere Schadenabwicklung.

- Mithilfe von KI-Algorithmen lassen sich skalierbare End-to-End-Lösungen erstellen, die Gutachtern, Versicherern, Werkstätten und Zulieferern eine bessere Zusammenarbeit und eine Maximierung der Betriebszeiten ermöglichen.
- Basierend auf der Erfahrung durch einen ständig wachsenden Data Lake – ein durch jahrelange Datenerfassung und unübertroffene Branchenkenntnisse entstandener globaler Speicher für Fahrzeugreparaturdaten – können iteratives Testen und eine Optimierung der verwendeten Modelle die Arbeitsabläufe allmählich verbessern.
- Schlussendlich können wichtige Berührungspunkte und Reibungspunkte automatisiert und dadurch Spannungen verringert, Forderungen schneller bearbeitet und der Service für den Endkunden verbessert werden.

Diese Ansätze ermöglichen eine echte Transparenz innerhalb des Ökosystems und unterstützen alle beteiligten Unternehmen, indem mit weniger mehr erreicht wird – ein Erfordernis der neuen Normalität während und nach der Corona-Pandemie und eine gemeinsame Verantwortung, um die Branche weiterhin voranzubringen. Unabhängig von der verwendeten Technologie wird das Unterscheidungsmerkmal letztlich die Art und Weise sein, wie sie zur Umgestaltung von Abläufen eingesetzt wird.

Agilität als Schlüssel zu Krisenfestigkeit

In der derzeitigen Phase des Wandels ist ein agiler Ansatz von entscheidender Bedeutung. Da sich die Situation täglich ändert, müssen Versicherer und Werkstätten in der Lage sein, ihre Dienstleistungen flexibel anzupassen, um weiterhin produktiv, sicher, effizient und gesetzeskonform arbeiten zu können. Wer die Bereitschaft zeigt, sein Betriebsmodell zugunsten seiner Mitarbeiter, seines Unternehmens und seiner Geschäftspartner zu überdenken, wird krisenfester und kann in einer sich schnell wandelnden Branche neue Chancen erschließen. Ein gemeinsames Bewusstsein für die Vorteile von Technologie und Zusammenarbeit ermöglicht intelligentere und schnellere Entscheidungen, welche die Erholung des Ökosystems einleiten und Partnerschaften für die Zukunft stärken sollen.

Im Rahmen der Erholung wird es wahrscheinlich auch zu einer weitreichenden Konsolidierung kommen, um die Zukunft der Unternehmen und der Beschäftigten in der gesamten Branche zu sichern. Im Zuge des Branchenwandels werden Unternehmen daran gemessen, ob und wie sie andere Akteure unterstützen und mit ihnen zusammenarbeiten. Das Streben nach Genauigkeit muss mit einer empathischen Führungsstrategie einhergehen – um erfolgreiche Partnerschaften zu ermöglichen, die einem übergeordneten Zweck dienen. Nur dann können wir das volle Potenzial der digitalen Technologien wirklich ausschöpfen und den neuen Standards gerecht werden, welche die Grundlage für das Ökosystem bilden.

Diese Anpassungsfähigkeit beschränkt sich jedoch nicht auf die schnelle Übernahme neuer Technologien; es handelt sich um eine Haltung, die in allen Unternehmensbereichen genährt werden muss. Wer beruflich mit Schadenregulierung befasst ist, hat sämtliche Auswirkungen von eingeschränkten Lieferketten, Zwangsschließungen und Kurzarbeit zu spüren bekommen. Deshalb wird ein Verständnis für die Herausforderungen anderer und eine enge Zusammenarbeit beim Umgang mit neuen Vorgaben nicht nur bessere Partnerschaften schaffen, sondern die Branche auch für zukünftige Herausforderungen rüsten.

Fünf Dinge, die Sie jetzt für Ihren den Einstieg in die Digitalisierung tun können

Es ist offensichtlich, dass wir nicht einfach zur alten Normalität zurückkehren können. Für eine intelligenterere Zukunft müssen wir unsere Handlungsmuster, Beweggründe und Strategien überdenken. Auch wenn viele Prinzipien weiterhin gültig bleiben: Es gibt keinen einheitlichen Ansatz mit positiven Auswirkungen für alle. Was für den einen Partner funktioniert, könnte beim anderen zu unternehmerischen Zerrüttungen führen. Stattdessen sollten nun Ähnlichkeiten gefördert und Unterschiede als Chance genutzt werden. Mit vereinten Kräften gilt es, eine technologiegesteuerte Schadenregulierung umzusetzen, die nicht nur zu einer Erholung, sondern zu einem Aufblühen der Branche führt.

Eine Optimierung der Kommunikation mit Kunden, Partnern und Zulieferern unter Verwendung der passenden Technologie verschafft den Branchenakteuren die nötige Transparenz, um die veränderte Marktsituation zu verstehen. So können wir die Überleitung des Ökosystems in die neue Normalität fördern – wie auch immer diese aussehen wird. Welche konkreten Schritte können die Akteure des Ökosystems also unternehmen, um die kollektive Nutzung digitaler Technologien zu fördern und so die Zusammenarbeit und Krisenfestigkeit zu verbessern?

1. Proaktiv Spannungspunkte ermitteln – In Zeiten der Unsicherheit ist es wichtig, immer einen Schritt voraus zu sein. Dies erfordert oftmals einen wachsamem Problemlösungsansatz. Die Suche nach den effektivsten Möglichkeiten zur Digitalisierung von Arbeitsabläufen beginnt mit der Beurteilung der

bestehenden Abläufe und der Ermittlung potenzieller Schwachstellen und Ineffizienzen. Wer proaktiv handelt, anstatt erst bei Problemen zu reagieren, kann Schwachstellen in den bestehenden Abläufen erkennen und diese mit digitalen Alternativen beheben, so klein oder simpel sie auch sein mögen.

- 2. Widmen Sie sich Ihrem Netzwerk** – Das Sprichwort „Geteiltes Leid ist halbes Leid“ kann auch für die kollektive Digitalisierung gelten, insbesondere in herausfordernden Zeiten. Viele der klassischen Themen innerhalb des Ökosystems, darunter Kundenerlebnis und Kosteneffizienz, sind de facto für Versicherer, Zulieferer und Werkstattbesitzer gleichermaßen von Belang. In einer sich konsolidierenden Branche können die Entscheidungsträger Ausfallzeiten nutzen, um einen Dialog zwischen den Partnern zu eröffnen, aktuelle Herausforderungen in Angriff zu nehmen und neue Lösungen zu schaffen. Wenn wir voneinander lernen, können wir eine gemeinsame Vision erarbeiten, die es Unternehmen und Betrieben ermöglicht, sich zu erholen und gemeinsam stärker zu werden.
- 3. Erprobung neuer Technologien** – Von datengesteuerten Kostenvoranschläge bis hin zu automatisierter Zahlung und intelligenter Bilderfassung: Moderne Lösungen in der Schadenregulierung entwickeln sich fortwährend weiter und spezifische Punkte des Reparaturablaufs werden digitalisiert. Wer diesen Wandel als Chance nutzen möchte, sollte Gelegenheiten zur Erprobung neuester Innovationen zu testen, um

ihre Auswirkungen aus erster Hand zu verstehen. Oft sind Zeit- und Ressourcenmangel die größten Feinde des digitalen Wandels. Die aktuelle Phase unvorhergesehener Ausfallzeiten bietet daher vielen Branchenakteuren die einzigartige Gelegenheit zur Erprobung neuester Schadentechnologien, die ihre gegenwärtige und künftige Arbeit erleichtern könnten.

- 4. Digitalisierung der Kundeninteraktion** – Für Werkstattbesitzer und Versicherungen, die unter den neuen Social-Distancing-Maßnahmen und/oder mit reduzierter Belegschaft arbeiten müssen, ist die Aufrechterhaltung einer sicheren und nahtlosen Kundenkommunikation von entscheidender Bedeutung. Das Neudenken von Back-Office-Prozessen und deren Ersatz durch digitale Selbstbedienungs-Tools kann die Schwachstellen der bisherigen Kommunikationswege mindern und den Zeitaufwand reduzieren, während die Kunden dennoch stets auf dem Laufenden bleiben. Versicherungen können beispielsweise automatisierte Abwicklungsangebote via Push-Nachricht versenden. Unterdessen können die Kfz-Werkstätten ihre Kunden nach erfolgter Reparatur automatisch über die Abholungsmodalitäten informieren und so die Einhaltung der Social-Distancing-Regeln erleichtern.
- 5. Rat von Technologieexperten einholen** – Als Taktgeber für technologische Entwicklungen in der Schadenbranche verfügen die Lösungsanbieter über Strategien, Tools und Services, von denen ihre Branchenkunden in vielen Situationen profitieren können. Die enge Zusammenarbeit mit Experten schon zu Beginn der digitalen Reise kann Neueinsteigern zu neuen Erkenntnissen über den eigenen Workflow verhelfen und passende Lösungen für eine möglichst wirkungsvolle und reibungslose Umstellung aufzeigen.

Das übergeordnete Ziel – eine sichere und vernetzte Schadenbranche – lässt nur mit der Fähigkeit und Bereitschaft zur Vernetzung und einem grundlegenden Verständnis über die größten Herausforderungen für die gesamte Branche erreichen. Solera möchte sein Netzwerk an Partnern und Kunden dabei unterstützen, diese Änderungen in Angriff zu nehmen – mit einer Palette flexibler Lösungen, die Lücken überbrücken und das Ökosystem durch Technologie und fundierte Entscheidungsfindung untereinander vernetzen. Als globales Unternehmen nutzen wir unsere Kompetenzen zur Entwicklung und innovativen Umsetzung von Lösungen für Versicherungen und Reparaturbetriebe und tragen zu einer Branche bei, die Transparenz zum Erfolgsfaktor macht und mit einem leistungsstarken, intelligenten Angebot überzeugt.

Über Solera

Solera ist ein weltweit führender Anbieter von Software-as-a-Service, Daten und Services für das integrierte Fahrzeuglebenszyklus- und Flottenmanagement. In vier Geschäftsbereichen – Fahrzeugschäden, Fahrzeugreparaturen, Fahrzeuglösungen und Flottenlösungen – beherbergt Solera viele führende Marken im Fahrzeuglebenszyklus-Ökosystem, darunter Identifix, Audatex, DealerSocket, Omnitracs, eDriving/Mentor, Explore, CAP HPI, Autodata, und andere.

Solera befähigt seine Kunden, im digitalen Zeitalter erfolgreich zu sein, indem es ihnen eine „One-Stop-Shop“-Lösung bietet, die den Betrieb rationalisiert, datengesteuerte Analysen bietet und die Kundenbindung verbessert Gewinnmargen verbessert.

Solera bedient über 300.000 globale Kunden und Partner in über 100 Ländern. Für mehr Informationen, Besuchen Sie [solera.com](https://www.solera.com).