



 SOLERA

Verbraucher erwarten KI-gesteuerte Schadenabwicklung: Sind Sie bereit?

Solera hat untersucht, warum
sich drei Viertel der Versicherten
einen automatisierten
Schadenprozess wünschen

Inhalt

Einleitung	3
Der aktuelle Stand der digitalen Schadentechnologie	4
Selbständige Schadenmeldung und Reparaturabwicklung	5
Die Verbraucher sind bereit für eine automatisierte und KI-gestützte Schadenabwicklung – sind Sie es auch?	6
Wer die Digitalisierung verschläft, verliert Kunden	7
Fazit	8
Über Solera	9

Einleitung

Der Verbraucher von heute erwartet schnelle und einfache Prozesse mit kurzen Reaktionszeiten. Als Verbraucher sind wir darauf konditioniert, über digitalen Kanäle jederzeit und überall auf die neuesten Informationen zugreifen und mit anderen kommunizieren zu können. Die intensive tägliche Nutzung von Apps, Social Media und Online-Diensten für jeden erdenklichen Bedarf hat bei den Verbrauchern eine Erwartungshaltung nach digitalen Angeboten in sämtlichen Lebensbereichen geschaffen – auch, wenn es darum geht, den Bearbeitungsstand eines Schadenfalls oder einer Autoreparatur zu prüfen. Schnelligkeit, Kontrolle und Transparenz zählen zu den wesentlichen Anforderungen an eine moderne digitale Schadenabwicklung.

Im Rahmen einer aktuellen internationalen Umfrage hat Solera 1.500 Verbraucher zu ihren Erwartungen und ihrem Wunsch nach modernen Tools bei der Schadenabwicklung befragt.

Der aktuelle Stand der digitalen Schadentechnologie

Die außergewöhnlichen Umstände des vergangenen Jahres und die rund um den Globus verhängten Lockdowns und Social-Distancing-Gebote haben die Verbreitung digitaler Schadentechnologien stark beschleunigt. So berichteten in unserer Umfrage 98 % der Teilnehmer über Erfahrung mit technischen Tools bei der Schadenabwicklung. Gleichzeitig waren die Akteure der Schadenbranche zu einer beschleunigten Implementierung digitaler Tools gezwungen, um ihre Kunden online bedienen zu können und den Betrieb ohne Abstriche bei Effizienz und Gesundheitsschutz weiter aufrecht zu erhalten.

Im Durchschnitt nutzten Geschädigte bei der Schadenabwicklung drei verschiedene digitale Tools; am häufigsten genannt wurde dabei die Online-Schadenmeldung (56 %) sowie fast ebenso häufig die Online-Abfrage des Bearbeitungsstandes (51 %). Diese ersten Schritte führen den Verbraucher an die digitale Schadentechnologie heran und sind die Voraussetzung für eine komplette Digitalisierung des Schadenprozesses.

Die Zahlen belegen außerdem eindeutig den Wunsch und die Akzeptanz der Verbraucher nach einer schnellen und leicht zugänglichen Möglichkeit, Schadenmeldungen und Sachstandsabfragen zeitlich und räumlich ungebunden erledigen zu können. Da der digitale Wandel den Kunden immer mehr Möglichkeiten bietet, wird dieser Trend mit zunehmendem Tempo die gesamte Schadenbranche erfassen. In ihrem diesjährigen Bericht zum digitalen Wandel prognostiziert die IDC (International Data Corporation), dass die Investitionen in die Digitalisierung zwischen 2020 und 2023 um durchschnittlich 15,5 % pro Jahr auf ein voraussichtliches Gesamtvolumen von 6,8 Billionen US-Dollar steigen werden, da die Unternehmen ihre bestehenden Strategien und Investitionen weiter ausbauen wollen.¹

1. <https://www.idc.com/getdoc.jsp?containerId=US46880818>

Selbständige Schadenmeldung und Reparaturabwicklung

Nun gilt es zu prüfen, wie der Kunde über die einfache Online-Schadenmeldung hinaus eingebunden werden kann, um letztendlich eine komplett digitalisierte und selbständige Schadenabwicklung zu erreichen. Weltweit hat bereits knapp die Hälfte der Antragsteller (47 %) schon einmal eigene Bilder von Fahrzeugschäden per Online-Upload an ihre Versicherung übermittelt. Den weltweit höchsten Anteil nimmt dabei Nordamerika mit 50% ein, gefolgt vom asiatisch-pazifischen Raum mit 48 % und 43 % in Europa. Untermuert werden diese Daten von der schnellen Akzeptanz, die Selbstbedienungs-Tools zur Bilderfassung bei Versicherten finden, wie Solera 2020 weltweit beobachten konnte. In einigen Regionen übermittelten nach entsprechender Aufforderung über 85 % der Versicherten Bilder von Fahrzeugschäden und weltweit wurden zwischen März und Dezember 2020 insgesamt über eine Million Kundenaufnahmen übermittelt. Für die Zukunft wird mit einer exponentiellen Verbreitung dieses Trends gerechnet.

Mit Aufnahmen, die von den Antragstellern selbst aufgenommen und per mobilem Endgerät übermittelt werden, kann die Schadenbranche ihren Kunden das erwartete Maß an modernem Komfort bieten: lange Telefonate zur Erläuterung von Art und Ausmaß des Schadens werden überflüssig, der Prozess wird transparenter und zudem der Weg für eine hochintelligente Schadenkalkulation geebnet. Die Anleitung der Kunden mit intuitiven Tools auf „Deep Learning“-Basis eröffnet Versicherungen und Werkstätten nicht nur schnellere und genauere Triage-Entscheidungen und Schadenkalkulationen – auch der Nutzer profitiert dabei vom Einsatz künstlicher Intelligenz.

Der Verbraucherwunsch nach mehr Kontrolle im Schadenprozess entspricht dem allgemeinen Trend zu kundengesteuerten SB-Angeboten, der sich auch in vielen anderen Bereichen beobachten lässt.

Die Daten aus der Solera – Umfrage zeigen jedoch, dass viele Kunden noch einen Schritt weiter gehen wollen – sie wären bereit, Kontrolle und Kommunikation zugunsten einer zuverlässigen Automatisierung abzugeben. Der Grund: Sie sehen den größten Mehrwert von KI in einer noch schnelleren Schadenabwicklung.

Die Verbraucher sind bereit für eine automatisierte und KI-gestützte Schadenabwicklung – sind Sie es auch?

In der Frühphase der künstlichen Intelligenz hatten viele Verbraucher Berührungsängste. Inzwischen gehört KI jedoch nicht zuletzt dank Alexa, Netflix und Co. in vielen Haushalten längst zum Alltag. Für Unternehmen, die eine digitale Customer Journey schaffen oder verbessern wollen, gilt das volle Vertrauen der Verbraucher in ihre KI als heiliger Gral. Unsere Umfrage ergab, dass rund drei Viertel (76 %) der Verbraucher einer komplett digitalen Schadenabwicklung auf KI-Basis vertrauen würden. Darunter hätte wiederum ein Drittel sogar sehr großes Vertrauen.

Das Vertrauen ist in allen Regionen hoch: 83 % der Befragten in Nordamerika und 82 % der Befragten im asiatisch-pazifischen Raum gaben an, dass sie einer KI gesteuerten Schadenabwicklung vertrauen würden. Nur in Europa sind die Verbraucher mit 66 % etwas zurückhaltender. Zurückzuführen ist dies möglicherweise auf die dort geringere Verbreitung KI-gestützter Technologien im Vergleich zu den technologischen Spitzenreiter-Regionen. Die Verbraucherskepsis gegenüber KI-Lösungen begründet sich möglicherweise auch durch Bedenken bezüglich Sicherheit und Datenverarbeitung durch Deep-Learning-Technologien und maschinelles Lernen. Gefordert sind hier die Anbieter: Sie müssen ihre Kunden über die Vorteile von

KI für die Verbraucher aufklären und offenlegen, wie deren persönliche Daten in diesem Zusammenhang verarbeitet werden. Dabei sollten sie sich kompetente Partner zur Seite holen, die sie mit bewährten und sicheren Technologien unterstützen können und deren zuverlässige Lösungen und Reputation das Vertrauen der Kunden genießen.

Darüber hinaus ergab unsere Umfrage als inzwischen geltenden Benchmark für eine erfolgreiche Schadenmeldung die vollständige Automatisierung, da die Verbraucher mehr digitale Services erwarten. Fast drei Viertel (72 %) der Antragsteller weltweit geben mittlerweile an, dass sie einer vollständig automatisierten Schaden- und Reparaturabwicklung vertrauen würden. Allerdings hat bisher erst ein Drittel (34 %) der Antragsteller weltweit eine Schadenabwicklung erlebt, die keine Interaktion mit einem Menschen erforderte. Dies zeigt deutlich: Wer sich hier als Early Adopter unter die Vorreiter begibt, hat gute Chancen, sich von der Konkurrenz abzusetzen.

2. <https://carnegieendowment.org/2020/07/09/europe-and-ai-leading-lagging-behind-or-carving-its-own-way-pub-82236>

Wer die Digitalisierung verschläft, verliert Kunden

Laut unserer Umfrage ist die Möglichkeit zur digitalen Schadenabwicklung inzwischen für viele Verbraucher ein wesentliches Kriterium bei der Auswahl von Reparatur- und Versicherungsdienstleistern. Zwei Drittel (67 %) der Befragten würden für ein bereiteres digitales Angebot zur Schadenabwicklung die Versicherung wechseln. Fast drei Viertel (73 %) würden sich für einen Versicherer entscheiden, der die Schadenabwicklung mithilfe von KI beschleunigt.

Die Nachfrage nach einer KI-gesteuerten Schadenabwicklung war in allen Regionen hoch, im asiatischpazifischen Raum (74 %) jedoch etwas ausgeprägter als in Europa (73 %) und Nordamerika (72 %). Trotz des geringeren Vertrauens der Europäer in die KI-gesteuerte Schadenabwicklung steigt die Nachfrage nach digitalisierten Prozessen, da der Wunsch nach Geschwindigkeit und Komfort etwaige Datenschutzbedenken aufwiegt. Für Versicherungen auf der ganzen Welt bildet dies einen starken Anreiz, Hürden für die KI-Einführung abzubauen und den digitalen Wandel im Sinne der Kundenwerbung und -bindung voranzutreiben.

Über drei Viertel der Befragten (76 %) gaben an, dass sie eine Werkstatt bevorzugen würden, die für die Angebotseinholung, Auftragserteilung und zur Verfolgung des Reparaturfortschritts digitale Kanäle anbietet. Am stärksten ausgeprägt ist die Präferenz für digitale Angebote rund um die KFZ-Reparatur in Europa (85 %), gefolgt von einer ebenfalls hohen Nachfrage in

Nordamerika (79 %) und im asiatischpazifischen Raum (76 %). Dies ist ein zusätzlicher Beleg für einen globalen Trend: Die Verbraucher möchten den Bearbeitungs- und Reparaturfortschritt heute an jedem Punkt der Schadenabwicklung prüfen und unterstützen können, weg vom standortgebundenen Kundenservice hin zu einem webbasierten SBAngebot.

Durchschnittlich 72 % der Befragten gaben an, dass sie bei einem Schadenfall zur Übermittlung eigener Fahrzeugaufnahmen bereit wären, wenn sich dadurch die Abwicklung beschleunigen ließe. Da Schnelligkeit für Verbraucher ein starker Anreiz zur Nutzung digitaler Angebote ist, müssen Versicherungen in enger Zusammenarbeit mit ihren Technologiepartnern Tools erarbeiten, die eine korrekte Schadenerfassung durch die Antragsteller und in der Folge eine schnelle und präzise Abwicklung ermöglichen.

Fazit

Unsere Studie zeigt: die Verbraucher sind bereit für künstliche Intelligenz. Aufgrund der steigenden Nachfrage nach einer kontaktlosen Schadenabwicklung werden sich automatisierte Verfahren vom netten Extra zum Standard entwickeln.

Auf der Suche nach einer Versicherung mit digitalem Angebot sind die Verbraucher gewillt, Rechercheaufwand zu betreiben und Alternativen zu vergleichen. Insbesondere die Corona-Pandemie hat sich als Katalysator für den digitalen Wandel erwiesen und sorgt für eine beispiellose Nachfrage und Akzeptanz entsprechender Angebote.

Eines wird dabei klar: Versicherungen und Werkstätten müssen heute in Innovationen investieren, um die Kunden von morgen an sich zu binden. Große Unternehmen, die bei der Einführung moderner Technologien hinterherhinken, werden sich nicht nur der Konkurrenz durch agilere und digital bestens aufgestellte Anbieter stellen müssen, sondern setzen auch die Treue ihrer Kunden aufs Spiel.

Ganz unabhängig vom jeweiligen konkreten Prozess, Ansatz oder gewünschten Endergebnis werden den Wettbewerb schließlich jene gewinnen, die rasch auf Digital umstellen und in ihrer Strategie auf künstliche Intelligenz setzen.

Mehr Informationen über Soleras kontaktlosen und KI-gestützten Schaden-Workflow finden Sie unter qapter.com.



Die aktuelle Untersuchungsreihe von Solera wurde von Coleman Parkes im November und Dezember 2020 mit 1.500 technikaffinen Verbrauchern in Nordamerika, Europa und dem asiatischpazifischen Raum durchgeführt.

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).