

AH-POLICENGE SCHÄFT

# Erwartungen getoppt

700 Autohäuser deutschlandweit haben das neue Onlineportal der AVS GmbH inzwischen im Einsatz und verkaufen Kfz-Versicherungen einfacher, schneller und erfolgreicher.



**KURZFASSUNG**

Besonders Mehrmarkenbetriebe profitieren bei komplexen Produkten wie Kfz-Policen von effizienten Prozessen und intelligenten EDV-Systemen. Das AVS Onlineportal bietet sowohl großen Autohausgruppen als auch kleineren Händlern handfeste Vorteile.

Mit einem Kundenstamm von 1.200 aktiven Autohäusern, 160.000 versicherten Fahrzeugen und 44.000 vermittelten Kfz-Versicherungspolicen per anno ist die AVS Automotive VersicherungsService GmbH mit Sitz in Rüsselsheim einer der erfolgreichsten Player im deutschen Markt. Für die Betriebe dürfte vor allem eine Kennzahl von besonderem Interesse sein: Rund 30 Millionen Euro zusätzlichen Reparaturumsatz steuert AVS pro Jahr über Kaskoverträge zurück in die

Werkstätten der Autohäuser. Im September 2018 hat das Unternehmen mit seinem auf das Wesentliche reduzierten Onlineportal das Versicherungsgeschäft für Automobilverkäufer deutlich einfacher und produktiver gemacht. Philipp Fey, Geschäftsführer und Vertriebsleiter der AVS GmbH, ist mit dem bisherigen Erfolg der Lösung hochzufrieden.

**AH:** Herr Fey, wie fällt Ihr Fazit etwas mehr als ein Jahr nach dem Roll-out des AVS Onlineportals aus?

**P. Fey:** Wir konnten unser System 2019 sehr erfolgreich am Markt etablieren. Im Schnitt haben wir etwa 70 Autohäuser pro Monat angebunden. Rund 700 Betriebe haben das Onlineportal aktuell täglich im Einsatz, darunter zehn große Autohausgruppen mit teils deutlich über 10.000 verkauften Fahrzeugen pro Jahr. Ganz besonders freuen wir uns über das positive Feedback unserer Kunden: Zum

» Unser Onlineportal bietet im Zusammenspiel mit den AVS-Experten in der Telefonzentrale attraktive Versicherungslösungen für alle Kundengruppen im Autohaus.«

Philipp Fey, Geschäftsführer AVS GmbH

einen sind neu angeschlossene Autohäuser schneller produktiv im Policengeschäft, darüber hinaus konnten bestehende Händler ihre Versicherungsverkäufe weiter steigern. Zudem waren wir in der Lage, die notwendige Schulungszeit vor Ort um etwa die Hälfte zu reduzieren – die Anwender haben also nach sehr kurzer Zeit die ersten Erfolgserlebnisse.

**Betriebe jeder Größe profitieren**

**AH:** Welche Autohäuser können Ihr Portal nutzen und was ist für dessen Einsatz notwendig?

**P. Fey:** Generell ist das System für alle Betriebsgrößen geeignet. Nach unseren Erfahrungen profitieren allerdings Partner mit mehreren Marken besonders stark, da unser Konzept markenübergreifend einen einheitlichen und effizienten Vermittlungsprozess ermöglicht. Der Aufwand für die Autohäuser ist minimal: Je nach eingesetztem Dealer Management System realisieren wir die notwendigen Schnittstellen und können so Fahrzeug- und Kundendaten in unser Onlineportal importieren. Der Automobilverkäufer kann also direkt aus seiner gewohnten Umgebung sehr schnell ein konkretes Versicherungsangebot machen. Die Einführung ins System wird 1 zu 1 am Arbeitsplatz oder in Kleingruppen durchgeführt und dauert 30 bis 45 Minuten je nach Kenntnisstand der Anwender. Über unsere 15 Außendienstmitarbeiter können wir auch versicherungsfachliche



Ist der Automobilverkäufer in der Lage, seinen Kunden schnell ein verlässliches Versicherungsangebot zu unterbreiten, liegt die Abschlussquote bei 60 Prozent.

Schulungen wie von der neuen Vermittlerlinie gefordert anbieten.

### Geschwindigkeit ist entscheidend

**AH:** *Wie lange dauert es, bis sich das neue System im täglichen Einsatz bemerkbar macht?*

**P. Fey:** Wichtig ist, dass die Bedeutung des Themas Versicherungsgeschäft von der Autohaus-Führung erkannt wird. Unser Onlineportal unterstützt den einzelnen Automobilverkäufer dann dabei, Policen schneller und aktiver anzubieten. Im Rahmen des Roll-outs konnten wir das System durch Anwenderfeedback noch besser auf die Anforderungen der Autohäuser zuschneiden und anpassen.

Im Vergleich zu herkömmlichen Systemen zur Prämienermittlung fragen wir nur wenige Merkmale ab und verkürzen die Zeit bis zu einem konkreten Angebot so um rund die Hälfte. Unsere Erfahrung zeigt, dass 60 Prozent der Fahrzeugkäufer sich noch im Autohaus für die vorgeschlagene Kfz-Police entscheiden. Dadurch, dass wir über eine einheitliche Oberfläche unterschiedliche Produktkonzepte anbieten, sind unsere Produkte nicht nur leistungsstark, sondern auch absolut konkurrenzfähig, was die Prämie angeht:

Bei unserer letzten Untersuchung lag die über das AVS Portal ermittelte Prämie in 88 Prozent der Fälle in den Top 5 der relevanten Wettbewerber. Zudem können wir durch unsere langjährige Expertise sowohl für Pkw als auch Nutzfahrzeuge oder Flotten schnell und verlässlich Offerten machen. Der Automobilverkäufer muss also keine Scheu vor dem Versicherungsgeschäft haben und kann wirklich jedem Kunden ein Angebot unterbreiten.

Sowohl der Anwender selbst als auch die Geschäftsführung behalten außerdem durch unser System den Überblick: Die Ansprechpartner und Abschlüsse des Automobilverkäufers sind übersichtlich hinterlegt. Umfangreiche Statistikfunktionen ermöglichen zudem dem Unternehmer, die Aktivitäten zu monitorieren und auswertbar zu exportieren. Auf dieser Basis kann das Kfz-Versicherungsgeschäft deutlich professioneller betrieben werden.

**AH:** *Herr Fey, vielen Dank für dieses Gespräch.*

Karsten Thätner

## IN 50 SEKUNDEN ZUR VERSICHERUNGSPRÄMIE

Die komplette Markterfahrung der AVS GmbH floss in ihr Onlineportal ein, um Autohäuser eine schlanke und schnelle Lösung für den Policenverkauf zu bieten. Mehr als 100.000 Fälle wurden ausgewertet, um die Notwendigkeit verschiedener Tarifmerkmale zu überprüfen. Herausgekommen ist ein aufs absolut Notwendige reduziertes EDV-Tool: Mit nur wenigen Kundenangaben auf einer einzigen Maske führt das System Automobilverkäufer in Rekordzeit zu einem konkreten Policenangebot. Die Schnelligkeit der Berechnung geht dabei nicht auf Kosten der ermittelten Jahresprämie: Die Preisfindung funktioniert genauso verlässlich wie die durch umfangreichere Software. Mit dem Onlineportal können in der Praxis rund 90 Prozent der Kundenanfragen mit einer Versicherungsofferte beantwortet werden. Ist der Fall zu komplex für das schlanke System, wird der Automobilverkäufer telefonisch von AVS-Experten unterstützt.

	Produkt 1	Produkt 2
Versicherungsprämie inkl. WK 500 / TK 150	545,56 €	471,36 €
<b>Optionale Zusatzleistungen</b>		
<input checked="" type="checkbox"/> Schadenfrei	9,90 €	14,90 €
<input type="checkbox"/> Fahrschutz	19,90 €	29,90 €
<b>Gesamtsumme (Gefällig)</b>	<b>555,37 €</b>	<b>496,17 €</b>

**Effektiver geht es nicht: das Onlineportal der AVS GmbH.**

## STATEMENT

**» Wir haben auf einem bereits sehr guten Niveau den Versicherungsumsatz durch den Einsatz des AVS Onlineportals nochmals um ca. 10 Prozent steigern können. «**

**Alois Hüttmann, Leiter Versicherungen  
AVAG Holding SE, Augsburg**

Dass das AVS Onlineportal sogar in Autohäusern, die das Thema professioneller Kfz-Versicherungsverkauf schon länger auf der Agenda stehen haben, einen Unterschied machen kann, beweist das Beispiel der AVAG Holding SE. Die in mehreren europäischen Ländern vertretene Automobilhandelsgruppe vertreibt Fahrzeuge mehrerer Hersteller und hat Erfahrungen mit unterschiedlichen Systemen für die Vermittlung von Kfz-Versicherungen. Alois Hüttmann, Leiter Versicherungen AVAG Holding SE, beschreibt die Vorteile des Onlineportals wie folgt: „AVS bietet markenübergreifend für unsere gesamte Gruppe eine einheitliche, schnelle und einfache Lösung. Zusätzlich können wir Kunden- und Fahrzeugdaten per Schnittstelle in das Portal übernehmen, was das System komfortabel für unsere Anwender macht.“ Die Einführung der Anwendung beschreibt Hüttmann als „sukzessive und nahezu geräuschlos. Zudem ist der Schulungsaufwand für unsere Mitarbeiter vergleichsweise sehr gering.“ Im Vergleich zu herkömmlichen Systemen sieht der Versicherungs-Verantwortliche der AVAG den Kernvorteil in der Geschwindigkeit: „Die erforderlichen Eingaben wurden deutlich reduziert, vorhandene Daten werden übernommen und es können verschiedene Produktkonzepte über einen einheitlichen Prozess angeboten werden.“