Konsequente Umsatzsteuerung: planen, kontrollieren und prognostizieren

Vertriebscontrolling für Versicherungen

Die Reorganisation der Vertriebswege in der Versicherungsbranche hat den Bedarf an aktuellen Informationen über die Effizienz der Vertriebsorganisation weiter erhöht. Zudem ist bereits absehbar, dass der Vorschlag des Basler Ausschusses für Bankenaufsicht zur Revision der internationalen Eigenkapitalregelungen der Kreditinstitute nicht nur auf Banken und Unternehmen Auswirkungen haben wird, sondern auch auf die Versicherungswirtschaft.

Von Dr. Ingo Hary und Beat Säuberli*

So hat z.B. der EU-Ministerrat am 14. Februar 2002 Versicherungsgesellschaften zu einer höheren Solvabilitätsspanne verpflichtet. Die gesteigerte Risikovorsorge soll unerwarteten Schadenssummen oder ungünstigen Anlageergebnissen entgegenwirken. Dabei ist die Parallele zu Basel II durchaus beabsichtigt. Es handelt sich um ein Massnahmenpaket, das auf alle Versicherungsunternehmen Anwendung findet, die nach den Versicherungsrichtlinien der EU Anspruch auf einen europäischen Pass haben. Die Aufsichtsbehörden können jetzt Massnahmen treffen, wenn sich die Finanzlage eines Versicherungsunternehmens, das die Solvabilitätsanforderungen gewöhnlich erfüllte, rapide verschlechtert.

Damit ist klar, dass die Offenlegung der wirtschaftlichen Verhältnisse und umfassende Informationspolitik über die zukünftige Unternehmensentwicklung auch in der Versicherungswirtschaft an Bedeutung gewinnt. Dies betrifft insbesondere die Bereitstellung von Daten zur Zukunfts- und Liquiditätsplanung sowie der Kommunikation einer schlüssigen Unternehmens- und Ertragsplanung. Somit stehen Versicherungsunternehmen vor folgenden Herausforderungen:

- Schaffung eines zeitnahen, entscheidungsorientierten und umfassenden Informationssystems zur Darstellung und Analyse von Chancen, Risiken und Fehlentwicklungen der ergebnisrelevanten Einflussfaktoren des Unternehmens.
- Schaffung eines Informationssystems zur Unterstützung der Zielfindung und Zielverfolgung über die Bereitstellung interner und externer Daten zur Beobachtung der relevanten Einflussfaktoren und Steuerungsparameter.
- Definition einer zentralen Sammlung von Kennzahlen in der Form eines «Messgrössen-Katalogs», der für die durchgängige Steuerung und Koordination aller Vertriebsbereiche gültig ist.

* Consultants, Enterprise Intelligence Group, SAS Institute AG.

SAS Vertriebscontrolling Solution – Kernkomponenten und Erweiterungen

Die SAS Vertriebscontrolling-Lösung

Die von SAS entwickelte Vertriebscontrolling-Lösung unterstützt die Anwender von der Geschäftsleitung über die Führungsebenen von Innen- und Aussendienst bis hin zu ausgewählten Fachanwendern bei der optimalen Planung, Analyse und Steuerung des Vertriebs. Auf Basis moderner Informationstechnologie werden sämtliche Bestandsdaten automatisiert aufbereitet und den entsprechenden Empfängern zur Verfügung gestellt.

Ohne aufwendiges Zusammenstellen und Verteilen der Daten stehen dem Endnutzer zahlreiche Informationen zeitnah zur Verfügung. Dazu zählen z.B. aktuelle Daten über die eingegangenen und bearbeiteten Anträge sowie Informationen über die bestehenden, stornierten und abgelaufenen Versicherungsverträge. Darüber hinaus gibt die Lösung Auskunft über die Zusammensetzung und Entwicklung des Kundenstamms sowie die Schadensmeldungen und -zahlungen.

Die unterschiedlichen Informationsbedürfnisse unterschiedlicher Anwender finden ebenso Berücksichtigung. Die Vertriebscontrolling-Lösung bietet Möglichkeiten zur intelligenten Verdichtung und grafischen Aufbereitung von Daten, sodass alle Anwender die Informationen erhalten, die sie für ihre Aufgaben benötigen – zum Beispiel eine hochaggregierte Gesamtsicht mit visuellen Statusindikatoren für den Manager oder eine Detailsicht für den Analysten im Controlling.

Standardberichte und individuelle Analysen

Sämtliche Informationen können nach den verschiedensten Kriterien verknüpft, abgefragt und analysiert werden. Mit dieser Lösung steht den Anwendern ein flexibles Controlling-Werkzeug zur Verfügung. Neben vordefinierten Standardberichten lassen sich dynamisch nutzerspezifische Fragen beantworten. Diese individuellen Bedarfsauswertungen werden innerhalb kürzester Zeit Webbasiert generiert, ohne dass eine zentrale Stelle mit der Bereitstellung dieser Information beauftragt werden muss. Den Endanwendern stehen jederzeit aussagekräftige Analysen zur Verfügung – beispielsweise Profitabilitätsanalysen nach Produkten, Kunden oder Regionen.

Prognosen für die Zukunft

Auf Basis historischer Daten unterstützt die Lösung den Anwender zusätzlich bei der Prognose zukünftiger Entwicklungen. Eingesetzt als Frühwarnsystem lassen sich Entwicklungen von Umsätzen, Vertragsbeständen und Deckungsbeiträgen frühzeitig erkennen, sodass notwendige Massnahmen rechtzeitig eingeleitet werden können. Die automatisierte Erstellung wiederkehrender Prognosen unter Einbeziehung der jeweils aktuellen Kennzahlen führt zu einer massgeblichen Erhöhung der Planungssicherheit und unterstützt die Bottom-up-Planung. Es lassen sich neben Hochrechnungen auf Gesamtversicherungsebene auch Planungsprognosen für Teilbereiche, Kostenstellen und einzelne Mitarbeiter erstellen.

Strategische Planung

Für den langfristigen Erfolg ist es nicht ausreichend, eine Strategie lediglich zu definieren – sie muss auch umgesetzt werden. Grundsätzliche Voraussetzungen hierfür sind ein kontinuierlicher Überblick über den aktuellen Gesamtstatus des Unternehmens hinsichtlich der Erreichung der strategischen Ziele (KPIs), die mitarbeiterorientierte Aufbereitung und Kommunikation der Strategie sowie das Aufsetzen und Verfolgen zielgerichteter Massnahmen. Die Lösung liefert die Grundlage in Form von aktuellen Daten, welche für die Beurteilung der Zielerreichung der für den Vertrieb relevanten KPIs benötigt werden. Sie ermöglicht somit eine nahtlose Integration mit SAS Strategic Performance Management, die SAS Lösung für Enterprise Performance Management. ■