

Wissen, was läuft

Im Hinblick auf eine stärkere Kundenorientierung entschied sich die Allianz Elementar Versicherungs-AG, ihr Informationsmanagement zu verbessern. Dazu baute sie ein umfangreiches Data Warehouse auf und generiert Wissen über das Kundenverhalten durch Data-Mining-Projekte.

Die Allianz Elementar Versicherungs-AG gehört zum international tätigen Allianz Konzern mit Sitz in München und kann auf eine über hundertjährige Tradition am österreichischen Versicherungsmarkt zurückblicken. Derzeit sind rund 3.000 Mitarbeiter beschäftigt. Das Prämienvolumen der Gruppe betrug im Jahr 2002 über 1,7 Milliarden Schweizer Franken. Die Allianz verfügt über ein dreistufiges Organisationssystem, das aus der Zentrale in Wien, Servicecentern in den jeweiligen Bundesländern sowie einzelnen Kundencentern besteht.

Data Warehousing

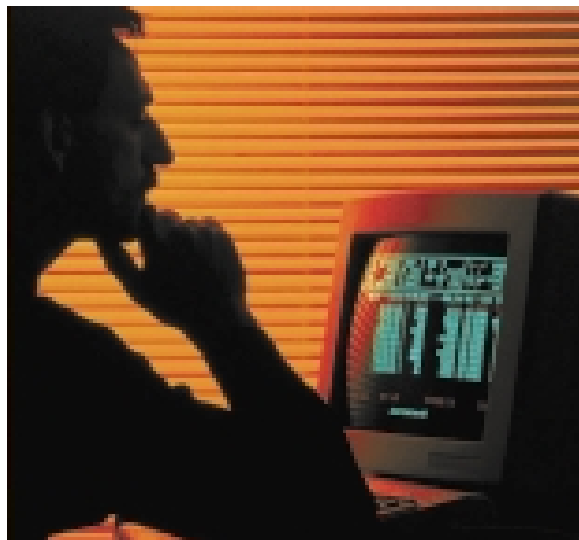
Im Jahr 1996 entschied sich die Allianz, die vorhandenen Statistikpakete durch SAS Software abzulösen. Ende 1996 begann der Aufbau eines Data Warehouses. Dieses Projekt betraf im Wesentlichen zwei Bereiche:

Controlling

Ziel war die Umsetzung einer Applikation für die Deckungsbeitragsrechnung. Dies war eine wesentliche Verbesserung, denn das Management hatte die Möglichkeit, seine Entscheidungen nun auf eine genauere und umfangreichere elektronische Informationsbasis zu stellen.

Vertrieb

Für das Vertriebsmanagement wurde ein Vertriebsinformationssystem eingerichtet, das einen Überblick über sämtliche Daten der aktuellen Geschäftsentwicklung wie Abschlüsse, Stornos etc. bietet. Sowohl im Vertrieb wie auch im Controlling stehen dieselben Daten zur Verfügung, die je nach Bedarf ausgewertet werden. So haben die Manager



jeden Tag aktuelle Information über den Verkauf durch die ca. 1.800 Vertriebsmitarbeiter der Allianz in Österreich im Zugriff. Durch den Aufbau des Data Warehouses wollte man im Wesentlichen zwei Dinge erreichen: Einerseits die Darstellung der Geschäftsentwicklung, um mit EDV-Unterstützung Antworten auf Fragen wie „Wo werden welche Abschlüsse getätigt? Wer kündigt welche Versicherungen?“ zu klären, andererseits hoffte man, damit neue und bisher noch unbekannte Zusammenhänge erkennen zu können und diese zu nutzen, bevor dies die Konkurrenz macht. „Unser Data Warehouse ist sicher eines der umfangreichsten in Österreich“, betont Allianz-Vorstand Dr. Christof Mascher.

Data Mining

In weiteren Projekten generiert die Allianz mittels Data Mining Wissen über das Kun-

denverhalten, um sich damit strategische Wettbewerbsvorteile zu verschaffen. Hier kommt der SAS Enterprise Miner zum Einsatz.

Im Bereich Produktentwicklung und Tarifierung wird mit Hilfe von Data Mining die Beziehung Produkt / Kunde / Vertriebskanal intensiv durchleuchtet. Die Allianz erkennt dadurch bisher unbekannte Zusammenhänge. Somit können massgeschneiderte Versicherungsangebote für unterschiedliche Zielgruppen

erstellt und „risikostärkere“ beziehungsweise „risikoärmere“ Kundengruppen identifiziert werden. Eine weitere Anwendung der Mining-Lösung findet sich im Direktmarketing: Kennt man das Kaufverhalten seiner Kunden, können gewisse Produkte gezielt bestimmten Kundengruppen angeboten oder im Sinne von Cross-Selling weitere Produkte vorgeschlagen werden. Ausserdem wird Data Mining bei der Allianz für die Identifikation von abwanderungsgefährdeten Kunden im Churn Management eingesetzt.

„Der SAS Enterprise Miner ist eines der besten und ausgereiftesten Produkte am Markt. Besonders vorteilhaft sind die internen Funktionen, mittels derer fehlende Daten hochgerechnet werden. Das Datenmanagement wird auf diese Weise wesentlich erleichtert und entspricht natürlich den gesetzlichen Datenschutzbestimmungen“, betont Mascher begeistert.