



Hamburg-Mannheimer Versicherungs-AG

ERGO
Versicherungsgruppe

 **HAMBURG
MANNHEIMER**

ITERGO

Herr Kaiser: Glück ist planbar!

Die Kaiser Rente® – Optimierung einer Up-Selling-Kampagne zur Produkteinführung durch analytisches CRM von SAS®



„Mehr als die Hälfte aller Kundenkontakte führten zu Abschlüssen.

Neben einer erfolgreichen Produktneueinführung

konnte so – ganz nebenbei – die Motivation im Außendienst deutlich erhöht werden.“

Dr. Gerhard Braas, Qualitätsbeauftragter der Hamburg-Mannheimer

ERGO, ITERGO und die Hamburg-Mannheimer

Mit mehr als 14 Milliarden Euro Beitragseinnahmen im Jahr 2001 und mehr als 55.000 Mitarbeitern ist die ERGO die zweitgrößte Unternehmensgruppe auf dem deutschen Erstversicherungsmarkt.

Unter dem Slogan „Multi-Marken – Single-Back-Office“ bündelt die ERGO die Synergien von Marken wie VICTORIA, Hamburg-Mannheimer, D.A.S., DKV und MEAG und führt die gesamte Informationstechnologie in der ITERGO, dem zentralen IT-Dienstleister, zusammen. Gegründet im Jahr 2000 hat die ITERGO inzwischen rund 1.500 Mitarbeiter und verfügt über ein Budget in Höhe von 500 Millionen Euro (2002).

Die Hamburg-Mannheimer wurde im Jahr 1899 als Lebensversicherung unter dem Namen „Vita“ in Mannheim gegründet. Seit 1912 ist sie in Hamburg ansässig und nahm ihren jetzigen Namen an. Dahinter stehen heute die Hamburg-Mannheimer Versicherungs-AG als einer der führenden deutschen Lebensversicherer, die Hamburg-Mannheimer Sachversicherungs-AG und die Hamburg-Mannheimer Rechtsschutzversicherungs-AG. Die Hamburg-Mannheimer betreut fast 6 Millionen Kunden und verfügt über 25.000 Vermittler, davon 11.000 hauptberufliche, sowie über rund 4.000 Innendienstmitarbeiter. Im Geschäftsjahr 2001

erreichte die Hamburg-Mannheimer Beitragseinnahmen in Höhe von mehr als 4,1 Milliarden Euro.

Die Aufgabe

Mit der Verabschiedung eines Gesetzes zur Rentenreform mit Regelungen zur staatlichen Förderung der privaten Altersvorsorge durch den Deutschen Bundestag im Juli 2001 war für Versicherungs- und andere Finanzdienstleistungsunternehmen der Weg frei für die Vermarktung von Produkten zur „Riester-Rente“, wie beispielsweise die Kaiser Rente® der Hamburg-Mannheimer.

Zur Selektion geeigneter Personen, denen das neue Produkt Kaiser Rente® angeboten werden sollte, vertrauten die Mitarbeiter von ITERGO und der Hamburg-Mannheimer auf den SAS® Enterprise Miner™. Mit Hilfe dieser Software wurde die Planung und Steuerung des Vertriebs unterstützt. Selektierte Adressenlisten geben den Vermittlern und den Agenturen im Außendienst genaue Angaben über Kunden, bei denen sich der kostspielige Direktkontakt mit hoher Wahrscheinlichkeit rentieren wird. Da bei der Produkteinführung der Kaiser Rente® keine historischen Informationen zur Definition von zukünftigen Käuferpotenzialen verfügbar sein konnten, wurde ein innovatives Data Mining-Verfahren zur stufenweisen Verbesserung des Erklä-

Lösung: SAS® Customer Intelligence

Aufgabe: Zielgruppenselektion

TOP Herausforderung: Adressenselektion zur Produkteinführungskampagne

TOP Nutzen: Umsatzsteigerung, Kostenersparnis, Mitarbeitermotivation

Branche: Versicherung

Partner: SAS® Professional Services

rungsmodells aufgesetzt. Das Ziel: in einem lernenden Prozess den potenziellen Riester-Kunden finden. Im Bestand der Hamburg-Mannheimer wurden etwa 3 Millionen Personen als Zielgruppe für die Riester-Rente identifiziert. Für diesen Kundenstamm wurde im Rahmen des Projektes ein klassisches „Up-Selling“ vorbereitet: Neben den erwarteten Umsatzzuwächsen durch Neuverträge steht auf diese Art und Weise auch die Kundenpflege durch den motivierten Außendienst im Fokus.

Die Lösung

Die Kampagne zur Einführung der Kaiser Rente®, in Angriff genommen im Dezember 2000 (von der IT ab März 2001 umgesetzt), wurde im Juli 2001 – nach bereits drei Monaten umfassenden Datenmanagements und intensiver

Datenanalyse – in einer ersten Teilkampagne umgesetzt: Rund 400.000 Besuchsaufträge wurden selektiert und den Vermittlern und Agenturen im Außendienst zur Verfügung gestellt. Zwei weitere Selektionen, in denen das Modell schrittweise verfeinert werden konnte, folgten im Oktober des gleichen Jahres bzw. im März 2002. Bei diesen Aktionen wurde die Stornoprophylaxe in die Kampagne integriert: Dabei wurden Kunden ausgewählt, die als besonders geeignet für die Kaiser Rente® und gleichzeitig als extrem stornogefährdet eingestuft wurden. Die Modellrechnungen erfolgten ebenfalls mit dem SAS Enterprise Miner.

Neben ausgefeilten Data Mining-Modellen zur Definition des Profils der Zielgruppe lag das Augenmerk vor allem auf der Sicherung der Datenqualität – was eine enge Zusammenarbeit zwischen der IT-Abteilung und den Fachbereichen erforderlich machte: „Ein regelmäßiger Austausch zwischen den beteiligten Parteien ist unabdingbar, denn oftmals können nur die Mitarbeiter in den Fachabteilungen selbsterklärende Variablen erkennen – die dann selbstverständlich nicht in das Data Mining-Modell mit einfließen dürfen“, so Thomas Rauscher, Projektleiter Data Mining bei ITERGO. Um die Güte der angewandten Data Mining-Modelle bewerten bzw. den Erfolg der Kampagne messen zu können, wurden die Besuchsaufträge mit nichtgesorten

Kontrolladressen angereichert. Das Ergebnis: Mit Hilfe des SAS Enterprise Miner konnte bei den selektierten Kontakten eine dreimal so hohe Abschlussquote erreicht werden wie bei Personen der Kontrollgruppe. Dr. Gerhard Braas, Qualitätsbeauftragter der Hamburg-Mannheimer: „Bei den besten 10% der selektierten Adressen wurden Kunden identifiziert, die eine bis zu 3,4-mal so hohe Abschlusswahrscheinlichkeit für die Kaiser Rente® haben als Kunden aus der Kontrollgruppe.“

Der Nutzen

Neugeschäft, Cross-Selling, Up-Selling, Außendienstmotivation – die Kampagne zur Einführung der Kaiser Rente® brachte Erfolg auf verschiedenen Ebenen

- Dreimal so hohe Abschlussquoten (im Vergleich zur Kontrollgruppe)

- Deutlich über die Hälfte aller Kundenbesuche führten zu – meist mehreren – Vertragsabschlüssen
- Motivation der Außendienstmitarbeiter durch erfolgreiche Kundenbesuche
- Stornoprophylaxe durch frühzeitigen und persönlichen Kundenkontakt

Der Erfolg der Kampagne zur Neueinführung der Kaiser Rente® bestätigte sowohl die Effektivität der SAS Software und der SAS Professional Services als auch die Kompetenz der beteiligten Fachabteilungen bei ITERGO und der Hamburg-Mannheimer. Dies machte deutlich, dass eine intensive Zusammenarbeit der beteiligten Player – IT, Fachabteilung, Geschäftsleitung – unabdingbare Voraussetzung für das Gelingen von CRM-Projekten ist.

Anzahl der Anwender:	ca. 25.000 Vermittler und Agenturen im Außendienst
Datenvolumen:	- Stichprobe für die Data Mining-Modellierung: 60.000 - Anwendung des Modells auf 2,7 Millionen Datensätze (bei mehr als 50 Variablen: ca. 4 GB)
Plattform:	Host unter MVS, Win-NT-Server
Datenquelle:	12 DB2-Tabellen
Produkt:	SAS® Enterprise Miner™



SAS Institute GmbH
In der Neckarhelle 162
D-69118 Heidelberg
Tel: 06221/415-123
Fax: 06221/415-145

www.sas.de

SAS World Headquarters
SAS Campus Drive
Cary, NC 27513 USA
Tel: (919) 677 8000
Fax: (919) 677 4444
Web: www.sas.com