

E+S RÜCKVERSICHERUNG SETZT AUF LANGFRISTIGEN KUNDENDIALOG

## „Qualitätsmängel sprechen sich schnell herum“

Ob sie denn wisse, dass die E+S Rückversicherung AG (E+S Rück) im aktuellen Wettbewerb um Deutschlands Kundenchampions unter den Top Ten rangiert? Die Dame am Empfang lächelt und verneint. Als Grund

der Versicherer der Versicherungen“, erklärt Michael Pickel. Für das Mitglied des E+S-Rück-Vorstands liegt deshalb eine der wichtigsten Aufgaben seines Unternehmens darin, „einem Erstversicherer Schutz und Si-

schäft konzentriert, ist die E+S Rück auf den deutschen Markt spezialisiert. Als qualitativ hochwertiger Rückversicherer verfolgt sie eine kundenorientierte Strategie, die langfristig ausgerichtet ist und eine umfassende Servicepalette offeriert. Neben einer Vielzahl von Dienstleistungen werden auch innovative Produktideen angeboten.

„Unsere Kunden bescheinigen uns in der Markenwahrnehmung eine ausgeprägte Bodenständigkeit, verbunden mit einer überdurchschnittlichen Kundenorientierung“, versichert Vorstand Michael Pickel mit Bezug auf eine Studie über die Kundenbeziehungen seines Unternehmens. „Wir haben das Vertrauen unserer Kunden, die sich gern über uns äußern“, bestätigt auch Dirk Kohlenberg. Schnelles Feedback an die Kunden über kurze Entscheidungswege im Haus bildet dafür die Grundlage. Mitentscheidend hinzu kommt für Karsten Faber der menschliche Faktor. „Wir machen mit weniger Leuten ein genauso gutes Geschäft, wie unsere größeren Mitbewerber es im großen Stil machen. Unser Erfolg resultiert aus unseren persönlichen Beziehungen zum Kunden – auch mal ganz privat beim Bier.“

### Menschlicher Faktor im Kundendialog

Aktive Kundeneinbeziehung beginnt für die Rückversicherer bereits bei der eigenen Strategie. Workshops mit Kundenbefragung und Kundenfragen zur Detail- und Langzeitstrategie, das jährliche Hannover-Forum mit einem Schwerpunktthema sowie die Jahresfachtagung mit einem Spezialthema, diverse Rückversicherungsseminare für die Kunden und mehrfach im Jahr ein Meinungsaustausch in kleiner Besetzung am „runden Tisch“ charakterisieren ein hoch entwickeltes Kundenbeziehungsmanagement. „Allen deutschen Kunden ermöglichen wir auch den elektronischen Direktkontakt über Extranet-Zugang“, ergänzt Angela Sprinkmann, Deputy Controller.

Über die finanzielle Beteiligung an der E+S Rück besteht darüber hinaus eine enge Verzahnung mit den Schlüsselnkunden. Teilweise in Partnerschaft mit den Kunden werden auch deren Produkte und Dienstleistungen erweitert und weiterentwickelt. Das erfordert eine aktive Information und Kommunikation mit den Kunden. All diese Komponenten schätzen die Chefstrategen Pickel und Faber als „ein ständiges Review unse-

**Bodenständigkeit und Gediegenheit strahlt der Versicherer der Versicherungen für seine Kunden aus.**

vermutet sie leicht stockende Informationskanäle zum Empfangs- und Sicherheitspersonal, das von externen Dienstleistern gestellt wird.

Dirk Kohlenberg, Chief Controller im Group Controlling Services, nimmt diese Vorlage direkt auf. Gemeinsam mit der Pressestelle will er die Kommunikation mit den externen Mitarbeitern künftig verbessern. Denn bei dem Kundenchampion soll nicht nur die Außen-, sondern bei rund 900 Mitarbeitern auch die Innenpolitik stimmen. Dass die Kundenpolitik bei der E+S Rück stimmt, wurde ihr als bestplatziertes Finanzdienstleister unter den deutschen Kundenchampions bereits bestätigt.

Die Kundenbeziehungen sind durch ein Spezialwissen auf beiden Seiten geprägt. Denn bei den Kunden handelt es sich um Profis im Versicherungsgeschäft. „Wir sind

cherheit für einen Teil seiner Risiken zu bieten“. Karsten Faber, Leiter des Deutschlandgeschäfts, veranschaulicht das am Beispiel des Terroranschlags auf das New Yorker World Trade Center, der unter dem Datum „nine-eleven“ in die Geschichte einging: „Dies ist der bisher größte Schaden der Versicherungsgeschichte, der von Menschen verursacht wurde. Die weltweite Versicherungswirtschaft musste schätzungsweise 40 bis 60 Milliarden Dollar aufbringen. Davon entfallen aus unserer Sicht 70 Prozent auf den Rückversicherungsmarkt mit rund 300 Teilnehmern.“ Das Bedürfnis der Erstversicherer, Verluste aus Großschadensereignissen aufzuteilen, ist daher für den Zentralbereichsleiter Deutschland nachvollziehbar.

Die E+S Rück gehört mehrheitlich der Hannover Rückversicherung (HR) AG. Während sich die HR auf das internationale Ge-

rer Strategie“ ein. „Das macht kein Wettbewerber“, bekennt Faber. So ist die E+S Rück im Rahmen einer Marktstudie von ihren Kunden gegenüber ihren drei Hauptmitbewerbern mit Schulnoten zwischen 1,7 und 1,0 als sehr gut aufgestellt beurteilt worden. Die Zahlen sprechen für sich, obwohl der direkte Wettbewerb mit rund hundert Anbietern weltweit relativ überschaubar ist. Auch darf man den indirekten Wettbewerb nicht aus den Augen verlieren, obwohl dieser über eine Vielzahl von Strukturberatern mit Rückversicherungskonzepten stark segmentiert ist.

Das alles wissen auch sämtliche Mitarbeiter. Alle sind in die Kundenbeziehungen eingebunden. Auf allen Hierarchieebenen bestehen intensive Kundenkontakte. Jeder Mitarbeiter ist vom Fach und seit mindestens zehn Jahren dabei. „Das Know-how unserer Mitarbeiter ist die Basis für unseren Erfolg beim

Kunden“, verrät Michael Pickel. Permanente Weiterbildung ist für jeden Einzelnen Pflicht. Die Befähigung der Mitarbeiter führt zur emotionalen Bindung an das Unternehmen.

### Qualität, Excellence, Benchmarking

„Unsere Welt ist ein kleines Universum. Wenn es da an Qualität hapert, spricht sich das schnell herum“, weiß Deutschlandleiter Faber und zitiert die Kunden, die bestätigen, dass E+S Rück zum Beispiel schnell auf Anfragen reagiert. „Das ist ein Qualitätsfaktor.“ Was wirklich zählt, ist Qualität, sagt bereits die Homepage mit dem abgebildeten ISO 9001-Zertifikat. Darüber hinaus ist man in Sachen Business Excellence aktiv. „Innerhalb der Levels of Excellence werden wir derzeit mit 569 Punkten bewertet“, so der Zentralbereichsleiter. Damit jeder das EFQM-Modell versteht, gehen die Rückversicherer mit normalem Menschen-

verstand an dessen Vermittlung heran. Was extern als die sogenannten Befähiger und deren Kriterien definiert ist, bedeutet intern die systematische Klärung der Frage: „Wie tun wir die Dinge?“ Den Ergebnisbereich des EFQM-Modells vermittelt die E+S Rück ihren Mitarbeitern mit der Erklärung: „Was wir erreichen!“

Bei so viel Qualitätsaktivitäten sei die Teilnahme am Wettbewerb um die deutschen Kundenchampions fast die logische Folge der eigenen Firmenstrategie gewesen, fasst Vorstandsmitglied Michael Pickel zusammen. Insbesondere die Kundenbefragung durch einen Externen habe E+S Rück über die eingegangenen Rückmeldungen neue Impulse vermittelt. „Wir hatten eigentlich mit mehr Teilnehmern aus der Versicherungsbranche gerechnet als nur mit der Barmenia“, gesteht der Zentralbereichsleiter Deutschland. Vielleicht bedauert er aber insgeheim diese Tatsache gar nicht, denn anschließend bemerkt Karsten Faber: „Wir profitieren jetzt von den neuen, branchenübergreifenden Benchmarks.“

Auf den Lorbeeren ausruhen wolle man sich keinesfalls. Aber ständige Befragungen für die Teilnahme an Wettbewerben müssten künftig verantwortungsvoll dosiert werden. „In der Welt der Rückversicherung gehen die Uhren eben etwas langsamer“, sagt Faber. Damit meint er, dass eine Kundenzufriedenheitsstudie, die Self-Assessments nach EFQM sowie weitere informelle Kundenerhebungen fast jedes Mal bei denselben Adressaten landeten. „Es werden immer wieder die gleichen Leute befragt. Irgendwann ist mal gut“, so der Originalton Faber. Wie bereits bei der Kundenzufriedenheitsstudie der E+S Rück wolle man sich künftig bei ähnlichen Aktionen an einen vernünftigen Drei-Jahres-Turnus halten. Rückversicherung sei ein komplexes und vertrauensbetontes Geschäft. Oberstes Ziel sei es, für den Kunden stets ansprechbar zu sein. „Wir sind offen für den Austausch“, betont Faber, „deshalb bleiben wir im Dialog mit unseren Kunden. Das zahlt sich aus.“

Schichtwechsel nach einigen Stunden: Beim Abschied von der E+S Rück sitzt eine neue Dame am Empfang. Nachdem sie ein Taxi bestellt hat, erkundigt sie sich, wie denn das Interview mit dem deutschen Kundenchampion gelaufen sei. □

Rolf Henning, Frankfurt/M.

## VORGESTELLT

### Der Rückversicherer und seine Kunden

Beim Wettbewerb um „Deutschlands Kundenchampions 2008“ erzielte die E+S Rück im Gesamtergebnis 836 von 1000 mög-



Deutschlandleiter Karsten Faber (Mitte), Angela Sprinkmann (Group Controlling Services) und Jörg Weise (Corporate Development) freuen sich über die positiven Kundenreaktionen.

chen Punkten. Sie errang damit den insgesamt sechsten Platz und ist der beste Finanzdienstleister im Wettbewerb. In der Größenordnung über 500 Mitarbeiter wurde sogar der dritte Platz erreicht. Auszug aus der Bewertung durch die DGQ: „Die Zusammenarbeit mit in der Branche vergleichsweise spezialisierten Kunden erfordert eine hohe Flexibilität und Vielseitigkeit. Die E+S Rück zeichnet sich daher konsequent durch hohe Innovationsfähigkeit aus und entwickelt für seine Kunden Produkte und Dienstleistungen“. Sie legt besonderen Wert auf

langfristige Kundenbeziehungen und handelt nach dem Grundsatz „E+S - Der Rückversicherer für Deutschland“!

Die E+S Rück betreibt als Tochter der Hannover Rück-Gruppe das Deutschland-Geschäft. Die Hannover Rück-Gruppe ist mit einem Prämienvolumen von rund 8 Mrd. EUR eine der führenden Rückversicherungsgruppen der Welt. Sie bedient alle Sparten der Schaden- und Personen-Rückversicherung und unterhält Rückversicherungsbeziehungen mit über 5.000 Versicherungsgesellschaften in rund 150 Ländern. Ihre weltweite Infrastruktur besteht aus über 100 Tochter- und Beteiligungsgesellschaften, Niederlassungen und Repräsentanzen in rund 20 Ländern mit ca. 1.800 Mitarbeitern.

Die für die Versicherungswirtschaft wichtigen Rating-Agenturen haben sowohl Hannover Rück als auch E+S Rück sehr gute Finanzkraftbewertungen zuerkannt (Standard & Poor's AA- "Very Strong", A.M. Best A "Excellent").

Das Unternehmen arbeitet mit dem Performance Excellence Managementsystem, das auf dem Excellence-Modell der EFQM basiert.

► Karsten Faber  
T 0511/5604-1180  
karsten.faber@es-rueck.de  
<http://www.es-rueck.de>