

# Storno-Prävention im Versicherungswesen

**Kunden zu halten ist leichter als Neukunden zu gewinnen. Das gilt für die Versicherungswirtschaft genauso wie für viele andere Branchen. Die frühzeitige Erkennung von kündigunggefährdeten Verträgen ist dafür eine zentrale Voraussetzung.**

Versicherungen sind vielfältig. Eine Kfz-Police kann z.B. jährlich zum Jahresende oder bei einer Tarifierhöhung nach Bekanntgabe der neuen Tarife gekündigt werden. Außerdem endet sie automatisch mit dem Verkauf des Fahrzeugs. Eine Unfallversicherung hat dagegen meist eine Mindestlaufzeit von mehreren Jahren und könnte danach bis zum Tod der versicherten Person weiter laufen. Gekündigt wird sie 3 Monate vor Fristende bis manchmal auch Jahre vorher. Viele andere Beispiele unterschiedlicher Vertragslaufzeiten und Konditionen ließen sich nennen, im Allgemeinen besteht aber immer die Frage, wie die versicherte Person zum Ende einer Laufzeit verfährt.

Es gibt vielfältige Gründe, warum ein Versicherungsvertrag endet. Nicht immer liegt eine Kündigung vor und die Gründe und Bedingungen für die Kündigung können sehr verschieden sein. Im Falle einer Vertragskündigung durch den Versicherungsnehmer kann das Kündigungsschreiben zeitlich unterschiedlich weit vor dem Vertragsende beim Versicherer eingehen. Bei einer Storno-Analyse mittels Data Mining sind auch diese Punkte zu berücksichtigen.

Data Mining Verfahren sind in der Lage die Kunden, die einen Vertrag kündigen werden, von den Nichtkündigern unterscheiden zu lernen. Dazu wird eine Analysetabelle aufgebaut, die das Wissen von späteren Kündigern und Nichtkündigern zu einem bestimmten Zeitpunkt festhält. Da Kunden zu verschiedenen Zeitpunkten der Vertragslaufzeit kündigen, kann dieser Zeitpunkt bei jedem Kunden in der Analysetabelle unterschiedlich sein. Zum Aufbau der Analysetabelle müssen folgende Fragen beantwortet werden:

- Was ist eine Kündigung, die verhindert werden soll, und was nur ein reguläres Vertragsende?
- Zu welchem Zeitpunkt soll der Kündiger erkannt werden?

- Welche Kunden-Merkmale stehen zur Verfügung?
- Für die Data-Mining-Analyse (Lernfunktion) wird das Wissen über die Kunden benötigt, dass zum betrachteten Zeitpunkt vor der Kündigung vorlag. Wie kann dies erhalten werden?
- Um den Kündiger vom Nichtkündiger unterscheiden zu können, müssen auch Nichtkündiger betrachtet werden. Welche Kunden gehören dazu? Das Wissen zu welchem Zeitpunkt muss in die Analysetabelle aufgenommen werden?
- Was geschieht mit den durch die Data-Mining-Analyse (Prognosefunktion) erkannten kündigunggefährdeten Kunden? Was kann der Versicherer tun, um seine Kunden zu halten?

Bei genauer Betrachtung hat eine Versicherung genügend Daten, um eine umfangreiche Data-Mining-Analysetabelle aufzubauen. Dazu werden die Daten aller Sparten zusammen geführt und Geschäftspartner bezogen aggregiert. Bei vorhandenem Data Warehouse reduziert sich der Aufwand, jedoch muss für eine erfolgreiche Data-Mining-Analyse eine aufgabenspezifische Datenaufbereitung, oft auch mit einer Beseitigung von Datenfehlern durchgeführt werden. Speziell die rückblickende Ermittlung von historischen Wissensständen über die Kunden stellt häufig eine gewisse Herausforderung dar.

Ebenso muss auch die Frage beantwortet werden, wer die Nichtkündiger sind und wie ihre Daten in die Analysetabelle einfließen. Werden zum Beispiel für eine Analyse die Daten aller Kündiger zwei Monate vor Eingang des Kündigungsschreibens beim Versicherer betrachtet, so ist es erforderlich für die Aufbereitung der Daten der Nichtkündiger für jeden Kunden, der noch nicht gekündigt hat, ebenso ein Zeitpunkt X festgelegt werden. Die mathematische Verteilung der Zeitpunkte für die Nichtkündiger bezogen auf den Vertragsbeginn sollte dabei gleich der entsprechenden Verteilung bei den Kündigern sein, wobei natürlich Mindestvertragslaufzeiten und andere Nebenbedingungen zu berücksichtigen sind.

Für das Halten der kündigunggefährdeten Kunden hat eine Versicherung vielfältige Möglichkeiten. So kann die

Kundenbindung über ein gezieltes Mailing erhöht werden, die Kunden können proaktiv durch ein Call-Center angesprochen werden oder der Außendienst-Mitarbeiter wird informiert, den Kunden anzusprechen.

Überhaupt ergeben sich aus der Arbeit mit Maklern oder Vermittlern wichtige Nebenbedingungen für Aktionen zur Kundenbindung. Die meisten Versicherungsverträge werden über Makler und Vermittler geschlossen und die Kunden werden von diesen persönlich betreut. Eine Versicherung darf deshalb die Kunden häufig nicht direkt oder nur mit Zustimmung oder nur eingeschränkt ansprechen. In jedem Fall ist vor einer Storno-Analyse zu klären, wie die eigentliche Aktion zur Kundenbindung durchgeführt werden soll.

Schließlich kann auch der Makler oder Vermittler selbst für die Data-Mining-Analyse interessant sein. Werden die kündigunggefährdeten Kunden über diesen angesprochen, dann ist für den Erfolg natürlich auch das Können von ihm wichtig. Beim Aufbau der Data-Mining-Analysetabelle kann dann auch das Wissen über diese Personen aufgenommen werden, um eine bessere Prognose für den Erfolg der Kundenbindung berechnen zu können.

Die Durchführung einer Data-Mining-Analyse zur Storno-Prävention ist bei einer Versicherung meist nicht einfach. Wie dargestellt worden ist, sind hier viele versicherungsspezifische Punkte zu beachten. Wie erfolgreiche Kampagnen, welche die prudsys AG bei Versicherungen durchgeführt hat, beweisen, kann aber auch im Versicherungswesen Data Mining erfolgreich zur Vermeidung von Kündigungen eingesetzt werden.

## Zusammenfassung

- Wie ist eine zeitlich korrekte Data-Mining-Tabelle aufgebaut?
- Wie sollte das Data Warehouse aufgebaut sein, das für die Analysen benutzt wird?
- Was ist in der Zusammenarbeit mit Maklern und Vermittlern zu beachten?
- Was kann getan werden, wenn die kündigunggefährdeten Kunden erkannt wurden?