



30.11.2016

„DIGITALES SCHADENMANAGEMENT MUSS ALLEN BETEILIGTEN NUTZEN, VOR ALLEM WERKSTÄTTEN!“

Herr Nietzschmann, DAT ist in den vergangenen Jahren verstärkt im Unfallschadenmarkt bei K&L-Betrieben mit SilverDAT unterwegs. Was können die Nutzer im nächsten Jahr erwarten?

Jens Nietzschmann: Es geht in Zukunft vor allem um das Management der Prozesse in Werkstätten und Autohäusern. Die Nutzer können erwarten, dass wir SilverDAT noch stärker an der Werkstattrealität ausgerichtet weiterentwickeln, damit die Prozesse in dem Reparaturfachbetrieb besser abgebildet und die Schadenregulierung reibungsloser läuft. Insbesondere geht es uns als IT-Dienstleister um die Reduzierung der Komplexität für die Anwender. Wir setzen dabei auf SilverDAT 3 als Plattform.

Was bedeutet das genau?

Wir haben bisher viele Bausteine für SilverDAT 3 entwickelt, die Autohäuser und Werkstätten dabei unterstützen, sich besser im Reparaturgeschäft, Gebrauchtwagenhandel, im Nutzfahrzeuggeschäft oder bei der Ermittlung von Restwerten aufzustellen. Jetzt integrieren wir viele Zusatzmodule wie z.B. die Mietwagenpreise oder die Höhe des Nutzungsausfalls. Der eigentliche Knaller ist aber, dass wir

vorhandene und ganz unterschiedliche Prozesse, die bislang manuell oder über separate Anwendungen bedient werden mussten, innerhalb von nur einem System abbilden. Unsere SilverDAT 3 wird damit zur zentralen Plattform, von der aus nahezu alle Geschäftsfelder gemanagt werden können.

Wenn man SilverDAT 3 nur durch die Brille des Reparaturfachbetriebes betrachtet, dann ist der Bereich Schadenmanagement stark verankert und erleichtert zum Beispiel im Flottengeschäft das Handling in der Schadenabwicklung.

Ja, das ist richtig. Gerade im Zeitalter des digitalen Umbruchs geht vieles drunter und drüber. Zahllose Webservices, Abrechnungstools und Internetportale – es gibt keine Standards. Das treibt den administrativen Aufwand in der Werkstatt in die Höhe. Wir setzen mit SilverDAT 3 nun einen Standard, indem wir nicht nur die Schnittstellen von einer zentralen Plattform zu Versicherern, Leasing oder Flottenbetreibern schaffen, sondern in einer Vielzahl von Fällen auch die unterschiedlichen Prozessschritte in einem System zentralisieren. Das erleichtert den Fachbetrieben die Arbeit, weil die Werkstatt über unsere zentrale, webbasierte Plattform damit Zugriff auf alle notwendigen Prozessschritte ihrer Partner, wie z.B. den Versicherungsgesellschaften oder den Flottenbetreibern, hat. Der Nutzer arbeitet also relativ medienbruchfrei in einem System und hat Zugang zu allen anderen Systemen, die er ohne SilverDAT 3 jeweils einzeln ansteuern müsste.

Schon Anfang des Jahres hat der BVdP bei der Netzwerkstatt den Nutzen der fortschreitenden Digitalisierung thematisiert. Ist die digitale Welt wirklich schon ansatzweise in der Werkstatt angekommen?

Die Situation sehe ich mit gemischten Gefühlen. Vor einigen Jahren hieß Digitalisierung noch, dass Versicherungen über ihre Prüfdienstleister Transparenz in den Schaden bekamen, der sie dazu in die Lage versetzt hat, Kürzungen vorzunehmen. Die Betriebe haben daraufhin das Thema verständlicherweise misstrauisch betrachtet. Jetzt kommt noch hinzu: Es werden verschiedene Prozesse auf unterschiedliche Weise digitalisiert. Das führt zu einer sehr heterogenen Systemlandschaft, Betriebe müssen mehrere digitale Systeme bedienen, die wiederum nicht zueinander passen.

Das hört sich nicht gut an...

Im Klartext ist die Situation derzeit so: Jeder glaubt für sich in der Digitalisierungswelt die Prozesse optimieren und die Abläufe verbessern zu können. Der Nutzer in der Werkstatt bleibt dabei leider oftmals auf der Strecke. Deswegen haben wir uns gleich zu Beginn unseres verstärkten Engagements im Schadenmanagement Leitlinien gesetzt, die verhindern sollen, dass die Betriebe durch technische Innovationen in Nachteil gebracht werden. Auch nicht aus Versehen. Man darf nicht machen, was technisch möglich ist und erst anschließend feststellen, dass die entsprechende Innovation eine einseitige Benachteiligung eines Prozesspartners zur Folge hat.

Worum geht es bei den Leitlinien? Wir haben ein Regelwerk entwickelt, das wir als Standard in der gesamten Branche setzen wollen.

Was steht drin?

Zum einen müssen alle gesetzlichen Rahmenbedingungen eingehalten werden. Das hört sich einfach an, ist aber wichtig immer wieder zu betonen, denn das ist nicht selbstverständlich, wenn man die Systemlandschaften der diversen Anbieter so betrachtet. Weitere Punkte sind: Die Kalkulationsbasis muss den Werkstätten auskömmliche Erlöse ermöglichen, die Freiwilligkeit der Teilnahme aller Beteiligten muss gewährleistet sein, genauso wie die individuelle Gestaltung eigener Prozessabläufe. Hinzu kommt: Fehlerquoten-Reduzierung durch Selbstkontrolle, Integration fremdbestimmter Prozesse, konsequente Vermeidung von Medienbrüchen, auf Wunsch lokale oder cloudbasierte Lösungen sowie Datenschutz ohne Einschränkungen.

Sie bieten K&L-Betrieben auch die Möglichkeit, Privatkunden über ihre eigene Website anzusprechen und gehen Kooperationen mit Lackherstellern ein, die diesen Weg ebenfalls forcieren wollen. Welche Rolle wird das Web künftig bei der Kundenakquisition spielen?

Im laufenden Jahr wird es voraussichtlich 650.000 Millionen Suchanfragen über Google geben, über die sich Endverbraucher zu Werkstatt-, Reparatur- oder Teilethemen informieren wollen. Das ist natürlich eine Größenordnung, mit der sich auch K&L-Betriebe beschäftigen müssen. Aber: Ganz bestimmt kann man dem Autofahrer nicht vorgaukeln, dass er mit seinem Smartphone von einem Karosserieschaden ein paar Bilder macht, diese irgendwo hinschickt und ein paar Minuten später eine Rückmeldung bekommt, für welchen Preis das repariert wird. Dieser Weg ist falsch. Dennoch sucht der Werkstattkunde im Web nach Kleinstreparaturen, also Smart-Repair, Oberflächenlackierung oder Fahrzeugaufbereitung. Das sind Bereiche, in denen die Betriebe Preise anbieten können. Deshalb bietet DAT ein sogenanntes WebKit an. Das ist eine Technologie, mit der sich Preise für Reparaturleistungen in jede Website integrieren lassen. Bestimmte Angebote kann die Werkstatt mit Preisen versehen. Wenn es aber zum Beispiel um das Austauschen von Karosserieteilen oder Strukturschäden am Fahrzeug geht, sieht der Autofahrer keinen Preis, sondern erhält den Hinweis, mit dem Betrieb Kontakt aufzunehmen. Dies ist ein sehr guter Weg, den einzelne Werkstätten, aber auch Werkstattssysteme oder Lackhersteller nutzen können, um sich im Web besser zu positionieren.

Vielen Dank für unser Gespräch!

Christian Simmert