



Amica spürt mit SAS Fraud Analytics Versicherungsbetrug auf und verbessert den Kundenservice

Amica Insurance hat sich für das SAS Fraud Framework for Insurance entschieden.

Heidelberg, 15. Dezember 2015 - Amica Insurance hat sich für das SAS Fraud Framework for Insurance (http://www.sas.com/de_de/industry/insurance/fraud-framework.html) entschieden, um betrügerische Aktivitäten noch besser erkennen und berechnete Subrogationsansprüche vorantreiben zu können. Durch die Ausweitung seiner Datenanalyse mit SAS will der US-amerikanische Versicherungsverein seinen Service beschleunigen und so die Zufriedenheit seiner Kunden weiter steigern.

"SAS ist anerkannter Marktführer im Analytics-Bereich - das gab den Ausschlag für unsere Wahl", erklärt Ray Zientara, Business Intelligence Manager im Claims Executive Department bei Amica. "Dazu kommt, dass SAS umfassende Analytics anbietet, nicht nur eine reine Fraud-Lösung. Das war für uns wichtig, weil wir mit einem neuen System nicht nur das Thema Betrug, sondern auch andere Geschäftsanforderungen adressieren wollen."

Bisher ist Amica Betrugsversuchen mit strengen internen Prozessen begegnet - was bei den immer komplexer werdenden Methoden der Betrüger zunehmend schwierig wird. SAS Analytics geht einen Schritt weiter und liefert in kürzester Zeit treffsichere Hinweise auf Auffälligkeiten in den Daten. Auf diese Weise führen Untersuchungen öfter zu validen Ergebnissen, und Ermittler können ihre Ressourcen effizienter einsetzen.

"Besonders überzeugt haben mich die Link-Analyse-Funktionen für Social Networks, denn solche Auswertungen sind im manuellen Verfahren unmöglich", fährt Zientara fort. "Die Software geht weit über die Betrachtung einzelner Ansprüche oder Accounts hinaus und analysiert sämtliche damit verknüpften Aktivitäten und Beziehungen. Das wird uns dabei helfen, verdächtige Vorgänge zu entdecken, die uns sonst nicht aufgefallen wären."

In einem nächsten Schritt will Amica mit SAS ein Modell realisieren, um Fälle zu identifizieren, in denen für den Kunden bereits regulierte Leistungen Dritten gegenüber geltend gemacht werden können (Subrogation). Aufgrund der großen Mengen an Daten besteht immer die Gefahr, dass solche Möglichkeiten übersehen werden. Schon ein Prozent an Subrogationsansprüchen, die nicht wahrgenommen werden, bedeutet einen erheblichen Verlust für den Versicherer. Sind relevante Fälle erst einmal aufgedeckt, kann die Versicherungssumme noch bis zu drei Jahre nach der Regulierung eingefordert werden.

Der wichtigste Nutzen der neuen Infrastruktur für Betrugserkennung und Subrogation besteht für Amica aber in einem besseren Service für die Kunden. Der Versicherer, der regelmäßig Top-Plätze in Customer-Service-Rankings belegt, ist überzeugt: Wenn Schadenfälle schneller und problemloser bearbeitet werden, steigt die Kundenzufriedenheit.

Weitere Informationen gibt es in einem Whitepaper von SAS (http://www.sas.com/apps/sim/redirect.jsp?detail=SIM144034_8444), das erläutert, wie Versicherer mit Analytics den Lebenszyklus für Versicherungsansprüche transformieren.

circa 2.800 Zeichen

Pressekontakt

Dr. Haffa & Partner GmbH

Frau Anja Klauck
Burgauerstr. 117
81929 München

haffapartner.de
postbox@haffapartner.de

Firmenkontakt

SAS Institute GmbH

Herr Thomas Maier
In der Neckarhelle 162
69118 Heidelberg

sas.de
thomas.maier@ger.sas.com

SAS ist weltweit Marktführer im Bereich Analytics und mit 3,09 Milliarden US-Dollar Umsatz einer der größten Softwarehersteller. In Deutschland hat SAS im vergangenen Jahr 134,3 Millionen Euro Umsatz erzielt. Kunden an mehr als 75.000 Standorten setzen innovative Analytics-, Business-Intelligence- und Datenmanagement-Software und -Services von SAS ein, um schneller bessere Geschäftsentscheidungen zu treffen. Seit 1976 verschafft SAS Kunden rund um den Globus THE POWER TO KNOW.

Mit SAS entwickeln Unternehmen Strategien und setzen diese um, messen den eigenen Erfolg, gestalten ihre Kunden- und Lieferantenbeziehungen profitabel, steuern in Echtzeit die gesamte Organisation und erfüllen regulatorische Vorgaben.

Firmensitz der US-amerikanischen Muttergesellschaft ist Cary, North Carolina. SAS Deutschland hat seine Zentrale in Heidelberg und weitere Niederlassungen in Berlin, Frankfurt, Hamburg, Köln und München. Weitere Informationen unter http://www.sas.com/de_de/company-information.html.

Anlage: Bild

