

Partnerkongress der Versicherungsforen Leipzig: Ist die Assekuranz fit für die Zukunft?

Angesichts der Dynamik des technologischen Wandels und den neu entstehenden, digital getriebenen Geschäftsmodellen sind Kooperationen mit Start-ups, Wettbewerbern oder branchenfremden Unternehmen ein wichtiger Treiber geworden. Dies war eine der vielen Erkenntnisse beim Partnerkongress der Versicherungsforen Leipzig am 19. und 20. September 2019.

Zukunft passiert nicht einfach, wir können sie gestalten. Voraussetzung dafür ist jedoch, relevante Trends rechtzeitig zu erkennen und das eigene Handeln daran auszurichten. Relevant sind Trends dann, wenn sie das eigene Geschäft oder die Branche insgesamt beeinflussen – im positiven wie im negativen Sinne. Es geht also nicht darum, jedem Trend unreflektiert zu folgen, sondern sie für das eigene Unternehmen zu bewerten. Fehlt dieses Wissen, fehlt zwangsläufig auch die Basis für eine auf die Zukunft ausgerichtete Strategie und für die Entwicklung neuer Produkte, Services oder gar Geschäftsmodelle. Auf dem diesjährigen Partnerkongress der Versicherungsforen Leipzig wurden daher wieder aktuelle Themen der Branche besprochen, relevante Trends unter die Lupe genommen und diskutiert, wie man diesen – allein oder in Kooperation mit anderen – begegnen kann.

In der ersten Keynote des Tages stellte Francisco Serrat Mesegar (MAPFRE) die Kooperation von Mapfre Spanien mit Amazon vor. Seit dem vergangenen Jahr arbeitet der Versicherer mit Amazon zusammen und hat für die Kunden eine integrierte und personalisierte Nutzererfahrung auf Amazon entwickelt. Kunden können sich über den Amazon Marketplace über Produkte der Mapfre informieren und diese anschließend über eine Landingpage des Versicherers kaufen. Mit einer Werbekampagne auf verschiedenen Amazon-Seiten wird zudem Aufmerksamkeit dafür generiert. Zusätzlich beinhaltet die Kooperation eine Reihe von weiteren Maßnahmen, etwa Amazon-Paketstationen in Mapfre-Geschäftsstellen oder eine Verknüpfung der Loyalty-Programme der beiden Unternehmen. Im Ergebnis der Kooperation steht eine große mediale Aufmerksamkeit für den Versicherer aber auch zufriedenstellende Abschlusszahlen über diesen neuen Vertriebskanal.

Über ein weiteres aktuelles Thema berichtete Klaus Schröder (HDI-Versicherung) in seinem Keynote-Vortrag. Mit einem modernen Servicecenter hat der HDI einen großen Schritt in Richtung Arbeitswelt 4.0 unternommen. Gemeinsam mit den Versicherungsforen Leipzig sowie den Digital Impact Labs Leipzig konzipierte der HDI ein Servicecenter, bei dem nicht nur ein modernes Raumkonzept umgesetzt, sondern für das eine neue Art der Unternehmenskultur entwickelt wurde. Im Gegensatz zu herkömmlichen Servicecentern setzt der HDI hier auf flache Hierarchien, ein sehr flexibles Arbeitszeitmodell und ein attraktives Vergütungsmodell. Im Kern steht jedoch das Fördern von Selbstorganisation und großes Vertrauen in die Mitarbeiter, die mit zahlreichen Maßnahmen hinterlegt sind.

Als dritte Keynote des Partnerkongresses interviewte Dr. Moritz Finkelnburg (BGV / Badische Versicherungen) Dr. Carolin Gabor (FinLeap) zum neuen FinLeap-Projekt Joonko. Mit der neuen Vergleichsplattform will FinLeap ein Gegengewicht zu Check24 aufbauen, sich hierbei aber nicht auf die preisbewussten Kunden fokussieren. Ziel ist es vielmehr, dem Kunden das Produkt zu empfehlen, das – unabhängig vom Preis – am besten zu seinen Anforderungen passt. Gabor betonte, dass das FinLeap-Ökosystem zudem von der Technologie des neuen Projekts profitiert und umgekehrt. Im anschließenden Kurvvortrag führte Finkelnburg noch einmal die Erfolgsfaktoren einer gelingenden Kooperation zwischen Versicherern und Start-ups auf. Versicherer sollten ihm zufolge den Markt aufmerksam beobachten, aber auch interne Widerstände einplanen. Auf Seiten der Start-ups liege der Erfolg darin, das Geschäft der Kunden, der Versicherungen, genau zu kennen und auf diese schon im Pitch einzugehen.

Erneut wurden auf dem Partnerkongress in drei Themenwelten interdisziplinäre Fragestellungen betrachtet. In der Themenwelt „Plattformen & Ökosysteme“ ging es beispielsweise darum, wie digitale Ökosysteme Treiber von Innovationen und Wachstum sein können. Prof. Dr. Julian Kawohl (HTW Berlin) betonte, dass sich Unternehmen in zukünftig stark wachsenden Ökosystemmärkten drei wesentlichen Herausforderungen gegenüber sehen: dem Verlust des Kundenkontaktes, schrumpfenden Margen für traditionelle Produkte sowie der verstärkten Nachfrage nach vernetzten Diensten. Er plädierte daher dafür, dass Unternehmen einen Ökosystemplan benötigen, um in der digitalen Transformation die nächsten Schritte planen zu können, beispielsweise sei zu definieren, welche Rolle das eigene Unternehmen in aufkommenden Ökosystemen spielen wolle. In der Themenwelt „Customer Experience“ wurde die Kundenbrille aufgesetzt. Thomas Heindl (LV1871) gab zu Bedenken, dass Versicherungsmarken bislang das digitale Kundenverhalten jedoch nur begrenzt reflektieren. Ein Chatbot sei z. B. noch kein digitales Kunden-/Markenerlebnis. Vielmehr müsse der Kern einer Marke tief beim Kunden verankert sein, um ein Erlebnis zu schaffen. Empathie, Diversifikation und Differenzierung seien hier Ansatzpunkte. In der Themenwelt „Versicherungsforen@Work“ gaben die Versicherungsforen gemeinsam mit Projektpartnern einen Auszug aus vergangenen Projekten. Gemeinsam mit ITERGO wurde untersucht, wie sich Blockchain und Gamification in unternehmerische Abläufe einbinden lassen. Zudem wurden erste Ergebnisse einer gemeinsamen Studie mit adesso insurance solutions zur Zukunft der Altersvorsorge präsentiert.

Bereits zum dritten Mal wurde auf dem Partnerkongress der Rockstar Award des New Players Networks vergeben. Das junge Unternehmen eCovery konnte mit seinem Pitch die Jury und das Publikum überzeugen und sich gegen die sieben Konkurrenten durchsetzen. eCovery unterstützt als „Physiotherapeut für die Hosentasche“ Patienten mithilfe von sensorgestützten Therapieübungen bei der Genesung. Ein Kit, bestehend aus einer Basis-App und spezifischem Reha-Modul sowie zwei Bewegungssensoren für das zu behandelnde Gelenk, assistiert bei der korrekten Ausführung der Übungen.

Der zweite Veranstaltungstag des Partnerkongresses widmete sich traditionell dem praxisorientierten Austausch. In Workshops zu verschiedenen Themen wie „Arbeitswelt der Zukunft“, „Digitale Transformation im Vertrieb“ oder „Moonshot Thinking“ wurden aktuelle Marktentwicklungen diskutiert und gemeinsam Lösungsansätze erarbeitet.

Einmal mehr zeigte sich, dass der Partnerkongress der Versicherungsforen Leipzig nicht nur eine jährlich stattfindende Plattform für den Austausch unter Branchenexperten ist, sondern auch ein Stimmungsbarometer für aktuelle Trends und Entwicklungen der Assekuranz darstellt. Auch im kommenden Jahr bieten die Versicherungsforen Leipzig daher Gelegenheit zum Austausch und einen Blick auf neue Trends und Entwicklungen in der Assekuranz und feiern damit auch ihr zwanzigjähriges Bestehen. Der kommende Partnerkongress findet am 29. und 30. September 2020 in Leipzig statt. Weitere Informationen erhalten Sie unter www.versicherungsforen.net/partnerkongress

Pressekontakt:

Katharina Thiemann
Telefon: +49 341 98988-224
E-Mail: katharina.thiemann@versicherungsforen.net

Unternehmen

Versicherungsforen Leipzig GmbH
Hainstraße 16
04109 Leipzig

Internet: www.versicherungsforen.net

Über Versicherungsforen Leipzig GmbH

Die Versicherungsforen Leipzig verstehen sich als Dienstleister für Forschung und Entwicklung (F&E) in der Assekuranz. Als Impulsgeber für die Versicherungswirtschaft liegt ihre Kernkompetenz im Erkennen, Aufgreifen und Erforschen neuer Trends und Themen, zum Beispiel im Rahmen von Studien und Forschungsprojekten unter unmittelbarer Beteiligung von Versicherern. Basierend auf aktuellen wissenschaftlichen und fachlichen Erkenntnissen entwickeln und implementieren sie zukunftsweisende Lösungen für die Branche. Mit dem speziellen Wissen der Versicherungsbetriebslehre, der Versicherungsinformatik, der Versicherungsmathematik und des Versicherungsrechts schaffen die Versicherungsforen Leipzig die Basis für die Lösung anspruchsvoller neuer Fragestellungen innerhalb der Assekuranz. Zudem ermöglicht die wissenschaftliche Interdisziplinarität und der hohe Praxisbezug einen aufschlussreichen »Blick über den Tellerrand«.