

Eckstein | Liebetrau (Hrsg.)



2012 Insurance & Innovation

Ideen und Erfolgskonzepte
von Experten aus der Praxis



Insurance & Innovation 2012

– Ideen und Erfolgskonzepte
von Experten aus der Praxis

Dr. Andreas Eckstein / Axel Liebetrau (Hrsg.)

(Verlag Versicherungswirtschaft GmbH, Karlsruhe, 2012, 184 S.,
DIN A 5, kart., 20,- €, ISBN 978-3-89952-643-1)



Die Assekuranz muss sich ständig auf Veränderungen einstellen. Juristische Vorgaben wie beispielsweise Unisex-Tarife oder der demografische Wandel mit einer alternden Gesellschaft sind nur einige Beispiele. Eine erfolgreiche Zukunftsorientierung erfordert somit ein ständiges und aktives Screening der Umwelt, damit auf Trends und Veränderungen frühzeitig reagiert werden kann. Darüber hinaus bedarf es der Bereitschaft, sich auf neue Produkte, Dienstleistungen und Vertriebswege einzulassen, um die Trends positiv für das Unternehmen zu nutzen.

Im zweiten Band der Reihe „Insurance & Innovation“ werden Führungskräfte und Entscheidungsträger dazu inspiriert, sich mit neuen Trends und Entwicklungen zu beschäftigen. Die Chancen von Social Media, die Anforderungen einer digitalen Sicherheitskultur, Gender & Diversity-Aspekte sowie die Förderung von Intra- und Entrepreneuren sind nur einige der Bereiche, die beleuchtet werden, und denen sich Unternehmen stellen müssen, um in der Zukunft erfolgreich agieren zu können.

Das Buch richtet sich an Führungskräfte und Entscheider aus den Bereichen Banking & Insurance, die kreativ, innovativ und vor allem langfristig denken und handeln – an Vertreter von Top- und Middle-Management, Berater, Trainer, Coaches sowie an Mitarbeiter in Banken und Versicherungen, die an neuen Geschäftsmodellen und Produkten interessiert sind.

Vorwort

Die Zukunft der europäischen Versicherungswirtschaft ist geprägt von vielfältigen Herausforderungen. Einflüsse wie die demografische Entwicklung mit einer zunehmenden Alterung der Gesellschaft, der Klimawandel mit entsprechenden Auswirkungen auf die Schadenentwicklung sowie ein Wandel beim Kundenverhalten hin zu „hybriden Kunden“ mit steigendem Ökologie-, Preis- und Markenbewusstsein sind nur einige Trends, die Auswirkungen auf die weitere Entwicklung des Versicherungssektors haben.

Die Assekuranz musste sich immer auf Veränderungen einstellen. Am Beispiel des Klimawandels und seiner Folgen zeigt sich, dass sich in manchen Versicherungssparten eine rasante Veränderung vollzogen hat. Die Herausforderungen für die Assekuranz bestehen darin, sich frühzeitig mit aktuellen und zukünftigen Themen und Trends auseinanderzusetzen. Aus den Veränderungsprozessen müssen die richtigen Folgerungen gezogen werden, um den Kunden optimale Problemlösungen anzubieten.

Dass Versicherung und Innovation keinen unauflösbaren Gegensatz darstellen, hat bereits der erste Band „Insurance & Innovation 2011“ gezeigt. Im nun vorliegenden zweiten Band der Reihe beleuchten die Herausgeber mit ausgewählten Beiträgen die zukünftigen Veränderungen durch Social Media, Cyber Crime, Innovation Management sowie das hochaktuelle Thema Gender & Diversity. Falls die Frauenquote gesetzlich vorgeschrieben wird, sind in der Versicherungswirtschaft personelle Änderungen zu erwarten. Auch die Einführung von Unisex-Tarifen wird tiefgreifende Veränderungen im Versicherungsbereich nach sich ziehen.

Anhand von Praxisbeispielen werden Unternehmern vielfältigste Anregungen gegeben, wie sie sich aktiv den aktuellen und zukünftigen Herausforderungen stellen können. Jeder aktiv gestaltete Wandel bietet zugleich auch Chancen für die Versicherer. So bewirkte der Ausstieg aus der

Kernenergie eine deutlich gestiegene Nachfrage nach „grünen“ Versicherungsprodukten.



Dr. Heiner Feldhaus

Vorsitzender der Vorstände der Concordia Versicherungsgesellschaften

Inhaltsverzeichnis

Dr. Heiner Feldhaus

Vorwort

V

Dr. Andreas Eckstein und Axel Liebetrau

Einführung

1

Prof. Dr. Stefanie Auge und Prof. Dr. Bernhard Koye

Wetterleuchten am Horizont – Industrialisierung
und Service Design als Leitlinien für zukünftige
Geschäftsmodelle von Versicherungen

5

Stephan Meyer

ZACK! Jetzt ist sie tot, die Heilige Kuh. Aberglaube im Büro,
und wie man ihn überwindet

19

Reinhard Ematinger und Sandra Schulze

Neue Ideen und Schritte der Umsetzung: Wege von einer
„JUST DO IT“- zu einer „JUST BE IT“-Organisation

29

Andreas Stier

Social Media in der Assekuranz

41

Petra von Berlepsch und Christiane Vosteen-Bolte

Motivierte Mitarbeiter als Innovationsmotor

57

Ferdinand von Hammerstein

Effektive Förderung von Unternehmensgründungen

67

<i>Thomas L. Braun</i> Das Überraschende erwarten – Ist Deutschland für die sicherheitspolitischen Herausforderungen der Zukunft gewappnet?	81
<i>Oliver J. Rolofs</i> Die Informationsgesellschaft braucht eine digitale Sicherheitskultur	91
<i>Anita Merzbacher</i> Frauen in Führung: Gender Diversity Management – ein strategischer Wettbewerbsfaktor in der Assekuranz	105
<i>Christian Fanter und Dr. Christian Possienke</i> Demografie und Arbeitswelt	121
<i>Alexander Zeihe</i> Gesundheitsvorsorge im Spannungsfeld des Systems – „Gesunde“ Chancen für die Zukunft?	135
<i>Doreen Kracht</i> Innovatives und aktives Forderungsmanagement für mehr Liquidität	149
Die Autoren	159