

## Innovationen für die Branche – Assekuranz-Trendtage starten am 27. März 2012

**„Die Freiheit der Phantasie ist keine Flucht in das Unwirkliche; sie ist Kühnheit und Erfindung“. Dieser Satz stammt von Eugène Ionesco, einem rumänisch-französischen Dramatiker. Was die Assekuranz nicht gebrauchen kann, sind neue Dramen. Ideen und Phantasie sind allerdings willkommen.<br />**

**„Die Freiheit der Phantasie ist keine Flucht in das Unwirkliche; sie ist Kühnheit und Erfindung“. Dieser Satz stammt von Eugène Ionesco, einem rumänisch-französischen Dramatiker. Was die Assekuranz nicht gebrauchen kann, sind neue Dramen. Ideen und Phantasie sind allerdings willkommen. Dabei ist der Blick über den Tellerrand hilfreich. Und auf die zarten Pflanzen der Innovation, die auch in der Versicherungswirtschaft sprießen. Innovationen und Trends sind zwei Tage lang das Thema der [Assekuranz-Trendtage 2012 Ende März in Stuttgart](#).**

Die [Referentenliste](#) ist hochkarätig besetzt: unter anderem spricht Markus Drews, Vorstand der Talanx Deutschland AG und wird seine Vorstellungen vom Vertrieb der Zukunft vorstellen. Rainer Fischer, Swiss Re, spricht über die Ideen der Rückversicherer für den Erstversicherungsmarkt. Sabine Brunotte, BrunotteKonzept, spricht über den Megatrend Demografie und die Bedeutung der Frauen in der Assekuranz. York Scheunemann, Google Deutschland, erklärt das veränderte Kundenverhalten. Prof. Dr. Hans Jürgen Ott: Sein Erfolgsrezept lautet Diversity Management: Durch Vielfalt zum nachhaltigen Vertriebs-Erfolg. Prof. Till Hänisch gewährt einen Einblick in die fortschreitende Miniaturisierung der Technik, die den Technikeinsatz im Vertrieb weiter verändern wird.

Neue, unerwartete Geschäftsmodelle, waren in der Assekuranz während der letzten zwei Jahre durchaus zu beobachten. Flightsurance als Annexprodukt bei der Flugbuchung, Friendsurance, die stärkere Einbindung der Endverbraucher mit neuen Ansätzen wie zum Beispiel bei 1blick oder EH24, Assekurando als Ausschreibungsplattform für private Versicherungsverträge. Welche dieser Modelle haben Erfolg? Einige werden bei den Assekuranz-Trendtagen vorgestellt und diskutiert.

In den [Workshops der Veranstaltung](#) wollen [Experten](#) und Teilnehmer gemeinsam herausfinden, wie der Versicherungsvertrieb der Zukunft aussehen kann. Dazu muss man den Kunden der Zukunft besser kennen. Die Technologien des Web 2.0 und 3.0 verändern das Kundenverhalten dramatisch. Die Möglichkeiten, sich zu informieren und auszutauschen, haben sich durch Soziale Netze und Internet-Portale enorm verändert. Der Kunde scheint zunehmend hybrid zu werden. Er nutzt zunehmend mehrere Vertriebs- (Einkaufs-)Kanäle und ist nicht zuletzt durch die Gewöhnung an die technische Vernetzung in seinem Leben immer mehr bereit, sich auch in Sachen Versicherung selbst zu bedienen, sei es über Kundenportale oder aber per APP. Die Voraussetzungen sind günstig: bereits jedes dritte heute verkaufte Handy ist ein Minicomputer, ein Smart Phone.

Das öffnet die Tür für eine Vielzahl neuer Geschäftsideen und Produkte. Aber wie müssen diese Produkte aussehen, damit sie in dieser neuen Welt Erfolg haben? Transparenz ist gefragt, gerade bei der Ansprache des Kunden.

Und wie sollen sich die Versicherer verändern? Die Kundenansprache, die Kommunikation, der Dialog, wird sich noch stärker an das sich weiter verändernde Kunden- und Vertriebspartnerverhalten anpassen müssen. Mobile Geräte und damit mobile Anwendungen sind längst ein Megatrend, dem sich auch die Assekuranz nicht entziehen kann. Und haben sich die

Anwender erst einmal an die neuen intuitiv zu bedienenden Geräte und Applikationen, APPs, gewöhnt, stellt sich auch die Erwartungshaltung an die Anwendungen um, die Versicherer zukünftig anzubieten haben. Mehr Anwendungen öffnen sich für unterschiedliche Anwendergruppen mit ihren spezifischen Anforderungen. Interaktion und Integration müssen um Intuition ergänzt werden. Der Blick auf die Geschäftsprozesse gewinnt immer mehr an Bedeutung. Bis hin zum Kunden.

Die Vertriebsorganisationen der Zukunft werden anders aussehen, aber auch ein ganz anderes Denken erfordern. Und die passenden Mitarbeiter, die zunehmend knapp werden. Auch zu der Frage des Fachkräftemangels haben die Referenten der Assekuranz-Trendtage 2012 Ideen. So wird es zum Beispiel um die Frage gehen, wie es die Branche erreichen kann, mehr Frauen in Vertrieb und Führungspositionen zu bringen. Und generell um das Thema Diversity in Sales, sowohl aus dem Blickwinkel der Vertriebsmitarbeiter, als auch was die Kundengruppen angeht.

Ein weiteres spannendes Thema steht für die Abendveranstaltung im Porsche-Museum an: KFZ-Versicherung unter dem Einfluss moderner Mobilitätskonzepte. Es sieht ganz danach aus, dass diese Sparte als Einstieg beim Privatkunden ausgedient hat.

Weitere Informationen zur Veranstaltung, die [Agenda](#) und [Anmeldemöglichkeiten](#) gibt es unter [www.assekuranz-trendtage.eu](http://www.assekuranz-trendtage.eu) .

**Kontakt:**

Palatinus Consulting  
Volker P. Andelfinger  
Berwartsteinstraße 21  
76855 Annweiler

Telefon: 06346 / 929110  
Fax auf Mail: 03212 1110634  
Mobil: 0177 / 8655371  
eMail: [vpa@palatinus-consulting.eu](mailto:vpa@palatinus-consulting.eu)

