

## Assekuranz Trendtage 2013 – Mittelstand zeigt, wie Innovation wirklich geht

**Albert Einstein sagte: „Probleme kann man niemals mit derselben Denkweise lösen, durch die sie entstanden sind.“ Die Assekuranz Trendtage, veranstaltet von Palatinus Consulting mit Unterstützung durch imari, dem Zentrum für innovative Marketingsysteme und Risikomanagement der DHBW Heidenheim, setzten auch dieses Jahr genau hier den Hebel an.**

**Albert Einstein sagte: „Probleme kann man niemals mit derselben Denkweise lösen, durch die sie entstanden sind.“ Die Assekuranz Trendtage, veranstaltet von [Palatinus Consulting](#) mit Unterstützung durch [imari](#), dem Zentrum für innovative Marketingsysteme und Risikomanagement der DHBW Heidenheim, setzten auch dieses Jahr genau hier den Hebel an. Die Arbeitswelten in der Assekuranz der Zukunft wurden aus verschiedenen Blickwinkeln betrachtet und Trends während der Workshops am zweiten Tag der Veranstaltung herausgearbeitet. Zum Konzept der Veranstaltung gehört der Blick über den Tellerrand. Den vermittelten ganz besonders die branchenfremden Redner der Veranstaltung. Das Highlight aber war der Besuch des Innovationszentrums eines mittelständischen Unternehmens, der RAMPF-Gruppe, mit einem Vortrag des Geschäftsführers. Innovation ist dort Programm: Discover the Future ist der Leitsatz des Unternehmens.**

### **Wann gibt es den ersten Versicherer mit Innovationszentrum?**

Nach dem Vortrag von Michael Rampf und der Führung durch das Innovationszentrum waren sich die Teilnehmer einig. Die Assekuranz hat in puncto Innovation Management deutlichen Nachholbedarf. Was in der Versicherungswirtschaft hinsichtlich der Produktentwicklung in den Häusern passiert, ist kein Vergleich zu den Maßnahmen, die mittelständische Unternehmen in anderen Branchen leisten. Fast zehn Prozent der Belegschaft der RAMPF-Gruppe arbeiten in Forschung und Entwicklung und im Labor ist ein Wissenschaftler alleine damit befasst, Trends und Zukunftsthemen nachzuspüren. Das Potenzial der Mitarbeiter wird durch unterschiedliche Maßnahmen gefördert und genutzt. Familienbetrieb hat hier eine ganz besondere Bedeutung, auch wenn die RAMPF-Gruppe weltweit agiert.

### **Arbeitswelten in der Assekuranz der Zukunft**

Zu den Arbeitswelten der Zukunft gehören für die Versicherungswirtschaft insbesondere die Themen Qualität in der Beratung, Nachwuchskräfte, Führungskultur und Werte, sowie moderne Technologien. Der erste Tag der Veranstaltung gehörte nach den Keynotes von Christian Monzel, SEE MORE Institut und Hermann Arnold, umantis, überwiegend der Fragestellung, wie die Branche an qualifizierten Nachwuchs kommt und wie Kunden schon sehr früh, nämlich schon in den Schulen, mit Finanz- und Versicherungswissen kompetent gemacht werden können. Qualität in der Beratung und Dienstleistung hat viele Facetten. Die Grundsteine werden bei Unternehmen, Beratern, aber auch den Kunden gelegt. Sie entsteht, wenn der gut ausgebildete, wertorientierte Vermittler und Berater auf den sogenannten „mündigen Kunden“ trifft.

### **Neue Methoden auf dem Weg zum „mündigen Kunden“**

Um „mündige“ Kunden zu bekommen, ist es unumgänglich, bereits sehr früh Kompetenz aufzubauen. Die DHBW Heidenheim hat dazu ein spezielles Programm aufgelegt, um Schüler anzusprechen. Martin Zimmermann, Visenso, zeigte während der Veranstaltung zukunftsweisende Chancen auf. Sein Unternehmen hat erste Erfahrungen mit neuen Technologien und dem virtuellen Klassenzimmer in 3D gesammelt, zuletzt auch in der Vermittlung von Finanzwissen an Schulen.

### **Chancen und Grenzen von Normierung der Beratung**

Ein weiteres Thema der Assekuranz Trendtage war das Thema Chancen und Grenzen der Normierung von Beratung. Dazu diskutierten Experten aus Theorie und Praxis. "Wenn Vermittler anständig sind, braucht man keine Regulierung mehr", behauptet Professor Ott. Und Unternehmensberater Günther Wagner fügte hinzu, dass Führungskräfte ein ethisch sauberes Verhalten vorleben müssten. Andererseits, so Professor Dr. Ralf Korn vom EI-QFM Kaiserslautern, lasse eine zu starke Regulierung zu wenig Raum. Dennoch ist es aber aus seiner Sicht wichtig, Leitlinien für eine qualitativ hochwertige Beratung aufzustellen. Dieser Aufgabe widmet sich das EI-QFM. Dabei darf die Branche durchaus auf Emotionen und Farben in der Beratung setzen, erläuterte Sabine Brunotte. Und das althergebrachte „Sargdeckelklappern“ hat nach ihrer Auffassung ausgedient, hat weder mit positiver Emotion, noch mit Qualität der Beratung etwas zu tun.

### **Technologien treiben die Zukunft der Branche**

Technologische Entwicklungen haben eine enorme Bedeutung für die Assekuranz. Wie gut sie heute technologisch aufgestellt ist, darüber waren sich die Experten nicht ganz einig. Insbesondere Makler sehen das kritisch. Kurz- bis mittelfristig dominieren Integrationsthemen, aber auch die Integration der Endkunden in die Geschäftsprozesse spielt eine zunehmende und zukünftig entscheidende Rolle. Martin Gräfer, Vorstand der Bayerischen, stellte vor, wie sich sein Unternehmen neu positioniert hat. In den neu gestalteten Vertriebsprozessen spielt Online-Technologie und die Unterschriftenlösung der iS2 per Smartphone oder Tablet eine wesentliche Rolle. Die vorgestellte Lösung reduziert den Papieraufwand gewaltig. Der Kunde entscheidet letztlich, ob er dennoch Papier benötigt, was selten der Fall ist, wie Martin Gräfer betonte. iS2 setzt die während der Tagung im Detail vorgestellte Unterschriftenlösung mittlerweile nicht nur bei der Bayerischen sehr erfolgreich um.

### **Technologischer Weitblick**

Smartphone und Tablets, oder deren Nachfolger, sind zukünftig der Schlüssel zum Erfolg im Umgang mit den Kunden. Diese Geräte werden zunehmend zum unverzichtbaren digitalen Assistenten. Unternehmen, die das nicht berücksichtigen und ihre Produkte und Dienstleistungen darüber nicht anbieten, werden von Kunden nicht mehr wahrgenommen. Das Internet der Dinge wird das noch verstärken. Für viele in der Branche ist das Internet der Dinge jedoch noch unbekanntes Terrain. Prof. Hänisch von der DHBW Heidenheim und Volker P. Andelfinger, Palatinus Consulting, erläuterten die Grundsätze und die Verbindung zum Thema Versicherung. Sie gaben Hinweise auf das Potenzial, das sich daraus in Form neuer Produkte und Dienstleistungen der Assekuranz ergeben kann, aber auch, wo es heute schon – von den meisten unbemerkt – zum Einsatz kommt. Doch offensichtlich bedarf es erst einmal einer neuen Kultur in der Branche, einer Innovationskultur.

### **Kontakt:**

Palatinus Consulting  
Volker P. Andelfinger  
Berwartsteinstraße 21  
76855 Annweiler

Telefon: 06346 / 929110  
Fax auf Mail: 03212 1110634  
Mobil: 0177 / 8655371

E-Mail: [vpa@palatinus-consulting.eu](mailto:vpa@palatinus-consulting.eu)

Webseite: [www.palatinus-consulting.eu](http://www.palatinus-consulting.eu)

