



Am Touchingpoint der Assekuranz: Insuretechs treffen Versicherer

Hochwertige Kontaktbörse und viele spannende digitale Ideen: Der 1. Hamburg Insurance Innovation Day überzeugte mit einem durchdachten und praxisorientierten Konzept.

Ziel der von HSBA Hamburg School of Business Administration erstmals organisierten Veranstaltung: den Marktteilnehmern eine valide Plattform zu bieten, um sich mit relevanten Start-ups aus der Insurtech-Szene zu vernetzen sowie sich über die aktuellen Entwicklungen und Trends der Versicherungsbranche auszutauschen. Im Auditorium: Entscheider und Mitarbeiter aus Versicherungsunternehmen, Vertreter aus Maklerhäusern und Vertrieben sowie die Gründer von Start-ups, Dienstleister und Investoren. Mit mehr als 300 Teilnehmern war der Albert-Schäfer-Saal in der Handelskammer Hamburg randvoll besetzt.

"Wir haben die teilnehmenden Startups im Hinblick auf eine möglichst breite Wertschöpfungskette ausgesucht. Ein weiteres Kriterium war die Eignung als Kooperationspartner für Versicherer durch möglichst spannende Serviceangebote. Nicht zuletzt mussten die Insuretechs sich bereits live am Markt befinden", sagte Professor Dr. Florian Elert, Hamburg School of Business Administration, zur Konzeption der Veranstaltung.

Nach einer Einführung in das Themenfeld stellten sich 20 Start-Ups aus der Insuretech-Szene mit kurzweiligen 20minütigen Präsentationen vor: Adam Riese, bi:sure, Crowtheroes, Cysmo, Element, Codecamp:N - PSD2 meets Insurance, Getsafe, HAFTPFLICHT HELDEN, KASKO, Knowhere, Mjoo GmbH, Nect, Neodigital, One, PICTURE, Profino, SkenData - Wert 14, Smart Insur Tech GmbH, sum.cumo und wefox.

Das Geschäftsmodell Versicherung wurde so auf vielfältige Art und Weise beleuchtet, neue Ansätze zur Kundengewinnung und -bindung aufgezeigt und digitale Problemlösungen erläutert. Dabei wurde auch Klartext gesprochen. So kritisierte Stefan Herbst, Chief Experience Officer von Haftpflicht Helden, die Investorenkultur in Deutschland. "Im Vergleich zu anderen Ländern ist das katastrophal. Sie müssen sich schon für leichte Umsatzrückgänge im Mai aufgrund von Feiertagen oder schönem Wetter rechtfertigen. So funktioniert das nicht", sagte der digitale Pionier der zur Hero GmbH Insurance gehörenden Marke. Im Vergleich etwa zu Estland liege man hierzulande 20 Jahre zurück.

Die Start-Up-Präsentationen wurden durch eine Reihe von Fachvorträgen eingerahmt. So erläuterte Dr. Norbert Rollinger, Vorsitzender des Vorstandes der R+V Versicherung AG die unternehmenseigene digitale Strategie "Wachstum durch Wandel" und beleuchtete die Bedeutung der Faktoren Digitalisierung, Agilität und Kundennähe für den zukünftigen Unternehmenserfolg.

Holger Köckritz, Head of Strategy & Digital Transformation Office, Allianz SE, sprach über die Praxiserfahrungen der Allianz zur digitalen Transformation des Geschäftsmodells Versicherung und stellte einzelne Bereiche wie den "strategischen Investmentarm Allianz X" vor. Beide Versicherer investieren erhebliche Summen, bei der Allianz beträgt das Budget für zielführende Kooperationen in diesem Bereich 430 Millionen Euro, R+V investiert jährlich 100 Millionen Euro in die digitale Transformation.

Dr. Stephan G. Hans, Geschäftsführender Direktor der SDA SE, arbeitete heraus, wie Plattformen und digitale Kooperationsformen den etablierten Versicherern Konkurrenz machen und wie man sich optimal in diesem Spannungsfeld aufstellt. "Sie müssen die Touchpoints mit den Kunden besetzen, kooperationsfähig für Insuretechs werden, ihre vorhandenen Ressourcen wie Wissen und Kundenbeziehungen optimal nutzen und nicht zuletzt die Datenhoheit behalten und keinesfalls abgeben", nannte Hans die vier zentralen Kriterien für künftigen Erfolg von Versicherern im digitalen Wandel. SDA SE ist ein Joint Venture der Signal Iduna und der msg Gruppe in Kooperation mit der IBM Deutschland.

In einer abschließenden von Professor Dr. Elert moderierten Podiumsdiskussion wurden die digitalen Innovationen und Trends in Bezug auf die Bedeutung von Versicherern und Vertrieben eingeordnet und bewertet. So sieht Lars Drückhammer, Geschäftsführer des Maklerpools blau direkt, die Digitalisierung noch nicht auf breiter Front in der Versicherungspraxis angekommen: "Wir sehen eine riesige Menge an digitalen Ansätzen, aber viele gehypte Projekte der Versicherer bleiben im Prototyp stecken." Martin Pluschke, Vorsitzender der Geschäftsführung von Codecamp:N, wies daraufhin, dass sich die innovativen Lösungen bisher der Insuretechs entlang der Wertschöpfungskette der Versicherung konzentrieren: "Ich habe in den letzten fünf Jahren noch kein Start-up gesehen, das am Kernprodukt, etwa der Sachversicherung, eine Disruption erzeugt hätte."

Dirk Weske, Vorstand Bereich Versicherung bei der PPI AG, bewertete die Gefahren, die viele in der Branche durch die digitalen Giganten Google, Facebook & Co. sehen. "Sie setzen alle eher an der Vertriebsfront an und nicht am Kerngeschäft oder sie gründen einfach auch noch einen weiteren Versicherer", so Weske. Eine echte Disruption würde seiner Meinung nach der Durchbruch der sharing economy in der Versicherungswirtschaft bringen. "Netzwerke, die flächendeckend Versicherungen auf Gegenseitigkeit anbieten, können zur Disintegration der Branche führen", so Weske.

Eric Bussert, Vertriebsvorstand der HanseMerkur Versicherungsgruppe, sieht einen besonders wichtigen digitalen Trend im Aufkommen von e-Health-Lösungen. Dazu gehört etwa die permanente Blutzuckermessung mit Weiterleitung der Blutwerte über eine App oder das Tragen von portablen Defibrillatoren. "Das sind Themen, die echten Nutzen für Kunden stiften und die über digitale Geschäftsmodelle unglaublich gut ausgeweitet werden können", so Bussert. Er berichtete zudem über eine hohe Nachfrage nach dem von HanseMerkur Anfang des Jahres neu eingeführten Angebot für Telemedizin.

Als Veranstalter zog die Hamburg School of Business Administration ein sehr positives Fazit. "Der Innovationsstandort Hamburg hat mit dem Insurance Innovation Day ein Leuchtturmprojekt gestartet. Wir werden diesen Schwung mitnehmen, um auch in anderen Branchen die Dynamik hochzuhalten", sagte Dr. Uve Samuels, Geschäftsführer der HSBA. Als Schirmherr fungierte der Finanzplatz Hamburg e.V. Nach dem großen Zuspruch der Teilnehmer plant die HSBA künftig jährlich einen Insurance Innovation Day durchzuführen. Die Veranstaltung wurde von procontra als Medienpartner und dem Haus Alsterspree unterstützt.

Weitere Informationen:
www.hsba.de

Veröffentlichung honorarfrei - Beleg erbeten

Pressekontakt

HSBA Hamburg School of Business Administration

Frau Karin Rose
Alter Wall 38

20457 Hamburg

<https://hsba.de/presse>
karin.rose@hsba.de

Firmenkontakt

HSBA Hamburg School of Business Administration

Frau Karin Rose
Alter Wall 38
20457 Hamburg

<https://hsba.de/>
info@hsba.de

Über die HSBA

Die HSBA ist die Business School der Hamburger Wirtschaft. Unser Auftrag ist es, Unternehmen bei der Qualifizierung ihrer Mitarbeiter und Rekrutierung vielversprechender Talente zu unterstützen. Zugleich bieten wir Studierenden aller Karrierestufen unabhängig von ihrem finanziellen Hintergrund hervorragende Bildungsmöglichkeiten. Wir sind davon überzeugt, dass Leistungsbereitschaft, ehrbares Handeln und innovatives Denken Grundlage für den beruflichen Erfolg sind. Hierfür vermitteln wir die notwendigen Kompetenzen. Aktuell ist die HSBA akademischer Partner von rund 950 Studierenden und über 250 Unternehmen. Den Schwerpunkt unserer Angebote bilden international ausgerichtete duale Bachelor- und berufsbegleitende Masterstudiengänge. Anspruchsvolle Weiterbildung, ein Promotionsprogramm und anwendungsorientierte Forschung ergänzen unser Portfolio. Mit Lounges, Konferenzen und Angeboten des Digital Innovation Labs schaffen wir eine Plattform für den Austausch von Studierenden, Wissenschaft und Wirtschaft. Mit diesem Ansatz wollen wir die Wettbewerbsfähigkeit der Unternehmen und damit die Zukunftsfähigkeit Hamburgs im Zeitalter des digitalen Wandels stärken.