



Gelungene Premiere! Versicherungsbranche trifft auf Kreativität

MOI - The Magic of Innovation. Beim ersten Insurance Innovation Day am 9. Juni in der Clubbing-Location Chaya Fuera standen neben Fachvorträgen und Workshops auch sehenswerte Show-Acts auf dem Programm. Rund 100 Gäste folgten der Einladung der Insurance Factory und informierten sich über die neuesten Trends

INHALT



EVENT

Magic of Innovation

Keynote-Rede von Harald Psaridis, Alpha Speeches der MOI Sponsoren uvm. **S. 2**

INTERVIEW

Erika Krizsan

Die Initiatorin des Insurance Innovation Day 2015 über ihre Beweggründe. **S. 4**

AWARD

And the winner is...

Präsentation der Preisträger des Insurance Innovation Award 2015. **S. 6**

IMPRESSIONEN

Hochkarätiges Programm

Ein Event der Sonderklasse, in einer der innovativsten und modernsten Locations in Wien, dem Chaya Fuera. **ab S. 8**

Bereit, die neue Welt und die Erwartungen der Y-Generation zu verstehen und zu erfüllen

Trends erkennen. Momentan gibt es in der Versicherungsbranche zu viele operative Tätigkeiten und zu wenig kreative, innovative Umsetzungen innerhalb des Unternehmens. Der erste Insurance Innovation Day zeigte Möglichkeiten auf, wie die Versicherungsbranche in Zukunft für Kunden „trendy“ werden kann.

Üblicherweise finden Business-Events in Kongresscentern, Fünfsterthotels oder Palais statt. Für den Event MOI – The Magic of Innovation wurde auf eine innovative Clubbing-Location mit 360-Grad Visuals zurückgegriffen. Chaya Fuera in Wien Neubau ist ein angesagter Szene-Club, in dem Business-Events in völlig neuem Licht erstrahlen. Pünktlich zum Frühstück begrüßte ORF-Moderatorin Julia Schütze die zahlreichen Gäste aus der Versicherungsbranche zum ersten Insurance Innovation Day.

„Die Versicherungsbranche muss in der neuen Welt ankommen“, sagte Erika Krizsan, die Initiatorin des Insurance Innovation Day 2015, in ihren Begrüßungsworten. „The Magic of Innovation wurde für trendbewusste Manager der heimischen Versicherungsbranche geschaffen, die bereit sind, die Erwartungen der Generation-Y (Digital Natives), zu verstehen.“

Keynote

Harald Psaridis, Leadership-Experte, erklärte in seiner Keynote-Rede, warum die Versicherungsbranche innova-

tive Führung benötigt. Dazu zählte Psaridis die Hauptführungsfehler auf, dann definierte er, warum das Versicherungssegment neue Fähigkeiten entwickeln muss, um in Zukunft wettbewerbsfähig zu bleiben. „Der Beruf des klassischen Versicherungsberaters stirbt aus, weil der klassische Zugang nicht mehr gefragt ist. Der moderne Konsument ist über die Produkt bestens informiert, will nichts verkauft bekommen, sondern das kaufen, was er will.“ Die Zukunft sieht Psaridis in der Dienstleistung. „Die Nachfrage nach echten Finanzexperten steigt.“

Alpha Speeches

Über den Tag verteilt bekamen die Event-Sponsorenpartner Gelegenheit, in „Alpha Speeches“ aktuelle Trends vorzustellen. Mark Winkler von Braintribe IT-Technologies, referierte über Digitalisierung. „Für Digital Natives ist Digitalisierung Selbstverständlichkeit. Sie sind unsere nächsten Kunden aber auch unsere nächsten Mitarbeiter. Start-ups integrieren Digitalisierung. Damit zwischen alten und neuen Unternehmen keine Kluft entsteht, müssen auch die alten Unternehmen um-

rüsten.“

Auch bei Oliver Deutsch und Thomas Grimm von AXON IVY AG stand die Digitalisierung in der Versicherungsbranche im Mittelpunkt. „Mit (i)BPM umdenken“, lautete der Vortrag. „Wer digitalisiert, wird finanzielle Vorteile spüren“, so Grimm. „Das beginnt bei den Prozesseinsparungen. Sie benötigen kein Papier mehr und durch die einfache Erfassung reduziert sich die Fehlerquelle.“ Mit der geringeren Fehleranfälligkeit minimieren sich auch die Kundenbeschwerden. Gastgeberin Erika Krizsan präsentierte mit Tamás Csermely von der WU Wien, zehn Versicherungstrends, mit denen die Versicherungsbranche für die Zukunft gerüstet wäre und wie sich Strategien aufbauen lassen, um die Y-Generation zu begeistern.

Cloud Computing

Tobias Höllwarth, Vorstandsmitglied EuroCloud Austria/EuroCloud Europa, veranschaulichte „Cloud Computing als Teil der Industriellen Revolution. Warum dies auch für die Versicherungsbranche einen radikalen Wandel bedeutet.“ Österreich sei um Jahre zu-



rück. Höllwarths Rat: Starten Sie jetzt! „Die digitale Revolution wird von den Big Player gepusht. Für KMU ergibt sich durch Cloud Computing die Möglichkeit, Zugang zur Enterprise zu erhalten. Die einmalige Chance, als österreichisches Unternehmen seine Lösungen weltweit anbieten zu können und neue Märkte zu erreichen.“

Bilder bewegen

Martin Wolfram von News on Video GmbH erklärte „Wie Sie vom Videoeinsatz für Ihr Unternehmen profitieren.“ Studien zeigen, Video-Promotions sind 6 x effektiver. „60 Prozent der Websitebesucher sehen sich Vide-

os auf Homepages an, bevor sie Texte lesen. Im Durchschnitt bleiben die User rund zwei Minuten länger auf der Homepage, nachdem sie Videos auf der Seite konsumiert haben“, so Wolfram. „Nicht einfach produzieren, sondern entwickeln Sie eine sinnvolle Content-Strategie.“ Die Grundregeln jedes Videos: Es sollte das Publikum inspirieren, informieren, unterhalten.

Innovation Workshops

Bei den Innovation-Box Workshops wurden einzelne Thematiken wie Digitalisierung, Prozessoptimierungsmöglichkeiten und Managementmethoden, wie Open Innovation inkl.

Design Thinking Ansätze dargestellt. Die Gäste konnten zwischen Workshops in drei Boxen switchen. Box 1: „The Road to Digitalisation“ (Michael Scheurer & Srdjan Ungurjanovic/ Braintribe). Box 2: „(i)BPM: wo lauern die größte Potenziale?“ (Daniel Rafyi/ AXON IVY AG & Thomas Wagner/ ERGO Versicherung AG). Box 3: „Open Innovation, als neue Chance (Erika Krizsan/ Insurance Factory).“

Show Highlights

Für Entertainment sorgten Mentalist Harry Lucas mit seinen „fantastischen Kopfspielen“ und Soullegende Stella Jones.



“ Wir präsentieren Entscheidungs-trägern die Vorteile, Möglichkei-ten und Chancen der Innovation

Die Initiatorin des Insurance Innovation Day 2015 **Erika Krizsan**, Managing Director Insurance Factory, wünscht sich eine Versicherungsbranche, die kreativ, innovativ und trendy ist. Der von ihr ins Leben gerufene Event soll zukunftsorientierten Versicherungsmanagern die Augen öffnen.

Die Presse: Wie kam es zur Idee des 1. Insurance Innovation Days?

Erika Krizsan: Wir als Insurance Factory haben uns mit dem Thema Innovationsmanagement auf die Versicherungsbranche spezialisiert. Wir trainieren, unterstützen und geben Impulse wie man neue Produkte, Prozesse und eine innovative Organisationsstruktur entwickeln kann. Wir betreiben Trendforschung mit dem Ziel, herausfinden: Wie sieht die Zukunft der Versicherungsbranche aus? Mit unseren Partnerunternehmen, die auch Innovationen für die Versicherungsbranche vorzeigen können, haben wir uns zusammengeschlossen, die Möglichkeiten darzustellen. So ist die Idee gekommen, Impulse, Case Studies und Praxisbeispiele zu präsentieren, um Möglichkeiten und Chancen zu erkennen und im eigenen Unternehmen integrieren zu können.

Welche Grundvoraussetzungen bedarf es, um eine kreative, innovative und trendy Versicherungsbranche zu schaffen?

Eine wichtige Grundvoraussetzung ist ein engagiertes Top-Management, das in Innovationen eine Chance sieht, ihre Gesellschaft auf die Anforderungen der neuen Generationen vorzubereiten. Die Bereitschaft, die Gesamtorganisation einzubeziehen und Mut zu haben, neue Wege auszuprobieren. Verständnis, wie ein systematisches Innovationsmanagementsystem aufgebaut werden kann. Natürlich, mit der wichtigsten Ressource, die

eigenen Mitarbeiter einzubeziehen, zu motivieren und unausgeschöpftes Potenzial herauszuholen.

Wie innovativ und trendy ist die heimische Versicherungsbranche aktuell?

Die österreichische Versicherungswirtschaft ist in der glücklichen Lage, ohne großen Leistungsdruck vorangehen zu können. Derzeit beschäftigt sich die Branche sehr intensiv mit dem Thema Solvency II, das viele Ressourcen erfordert. Deswegen ist der Innovationswille noch nicht in Hochform.

“

Ich spüre, der Wille in der Branche ist da, neue Möglichkeiten und neue Wege auszuprobieren“

Erika Krizsan,
Managing Director
Insurance Factory

Innovationsfreudigkeit steht in der Versicherungsbranche nicht gerade hoch im Kurs. Warum glauben Sie, dass die Verantwortlichen plötzlich umdenken?

Ich glaube, dass die neuen Anforderungen der

neuen Generationen verstanden werden müssen, um darauf reagieren zu können. Besonders im Bereich Digitalisierung und Kundenfokussierung müssen große Schritte getan werden. Ich bin mir sicher, dass die neuen Anforderungen verstanden wurden und der Wille da ist, neue Möglichkeiten, neue Wege auszuprobieren zu wollen.

Wie weckt man den Innovationswillen der Versicherungsbranche?

Heutzutage gibt es kaum eine Tagesnachricht, in der Innovation nicht als Hauptthema präsentiert wird. So glaube ich, dass zukunftsorientierte Versicherungsmanager dafür offen sind, neue Möglichkeiten auszuprobieren und Erfolge aus anderen Branchen in

ihre eigenen umzusetzen. Es müssen die Vorteile, Möglichkeiten und Chancen der Innovation den Entscheidungsträgern präsentiert werden oder ein systematisches Trainingsprogramm aufgesetzt werden. Was bedeutet überhaupt Innovation und wie kann ich das in meinem eigenen Unternehmen einsetzen. Dafür bieten wir zum Beispiel ein offenes Seminar – ThinkNew!Manager – am Markt einzigartig an.

Welcher Programmpunkt des 1st Insurance Innovation Days ist für Sie persönlich das größte Highlight?

Ich würde das Gesamtkonzept (fachliche Inputs, Keynotes, Mentalist, Show-Act) inkl. Location als Highlight nennen, weil wir damit ein anderes, neues, einzigartiges Konzept aufgestellt haben.

Welchen Effekt erwarten Sie sich vom Insurance Innovation Day?

Ich erwarte mit weiterer Motivation für zukunftsorientierte Versicherungsmanager, andere Perspektiven zu bekommen, wie die Zukunft der Versicherungsbranche ausschauen könnte. Mut zu entwickeln, etwas Neues auch auszuprobieren zu wollen.

ZUR PERSON

Erika Krizsan ist Inhaberin der INSURANCE FACTORY Consulting & Training/Innovationsmanagement und kann auf 20 Jahre Erfahrung in der Versicherungsbranche zurückblicken. Die Diplomökonomin leitete zehn Jahre bei der Generali die Customer Service und Kundenbetreuung. Von 2002 bis 2007 war sie bei ERGO-Austria International Manager und von 2008 bis 2012 im Vorstand der ERGO Slowakei.

Info: <http://insurance-factory.eu>

Abheben vom Durchschnitt

Im Zuge der Veranstaltung wurde am 9. Juni erstmals der Insurance Innovation Award vergeben. Eine renommierte Fachjury wählte vorab die besten Einreichungen aus, um dann die ersten drei Plätze am Abend der Awardverleihung zu küren.



Insurance Factory und „Die Presse“ haben sich zu der Initiative Insurance Innovation Award 2015 zusammengeschlossen, um zukunftsweisende und kreative Innovationen österreichischer Versicherungsgesellschaften vorzuzeigen, die mit ihren Projekten neue Wachstumsmöglichkeiten bieten. Die Jury bildeten Franz Rudorfer, Geschäftsführer Bundessparte Bank und Versicherung der Wirtschaftskammer Österreich, Alexander Mürmann, Professor für Institute for Risk Management and Insurance der Wirtschaftsuniversität Wien, Stefan Ebner, CEO von Braintribe, Herwig Langanger, Geschäftsführer von Die Presse, Doris Palz, Managing Director von Great Place to work und Erika Krizsan, Managing Director von Insurance Factory.

Hauptkriterien der Jury zur Vergabe der Awards waren

- Innovation-und Kreativitätsgrad
- Erkennbarer Kundennutzen
- Kundenfreundlichkeit
- Effektivität und strategische Relevanz
- Effizienz
- Verständlichkeit
- Gestaltungsqualität
- Qualität
- Optimierungsmöglichkeit
- Innovative Gesamtkonzeption

Sonderpreis

Galanta Versicherung AG

G24-Echtzeitversicherung

Jury-Begründung: Weil den Bedürfnissen der Zeit mit den mobilen Mitteln der Zeit ein passgenaues, flexibles Angebot erstellt wurde. Das präsentierte Modell entspricht zweifellos dem aktuellen Zeitgeist - Flexibilität, Mobilität, Einfachheit.



Gewinner des Insurance Innovation Award 2015



Platz 1

Zürich Versicherung AG

Prozessinnovation: Zurich Schadentracking

Jury-Begründung: Prozesstransparenz auch in Richtung Kunde zu tragen steigert nicht nur die Kundenzufriedenheit, sie reduziert auch die internen Aufwände für die Beantwortung von Kundenanfragen.

Platz 2

s Versicherung AG

Organisation: „One-Stop-Shop für Talente“

Jury-Begründung: Es wurde ein Organisationsmodell geschaffen, bei dem Employee Branding groß geschrieben wird.



Platz 3

Uniqa Versicherung AG

Marketinginnovation: „Markenpositionierung anders!/Mut zum Glück“

Jury-Begründung: Eine gelungene mutige Kampagne. Risiko und Versicherung wird im Kontext eines aktiven, mutigen und selbstbestimmten Entscheidungsprozesses dargestellt.





WEITERE HIGHLIGHTS

- **Insurance Workflow**

Philips-Diktierlösungen: Insurance Workflow Optimisation (Thomas Opolski, Othmar Schrempf/Philips/Speech Processing Solutions GmbH)

- **Wetter Cockpit**

innovatives Wetterservice für Industrie und Gewerbebetriebe (Silvia Köry/ Ubimet GmbH)

- **Visionen der Robotik**

im Umfeld von Industrie 4.0 wird der Roboter auch für die Versicherungsbranche interessant (Hermann Studnitzka/ Festo GmbH)

- **Die Zukunft des Büros**

Playgrounds for Innovation (Hans-Peter Wunsch/Bene AG)

- **StartUP**

Die wahre Story hinter der Erfolgsgeschichte und warum es manchmal besser ist, Dreck zu fressen, um innovativer als der gesamte Markt zu sein (Ali Mahlodji/Whatchado GmbH)





“

Wir haben nichts Neues erfunden, sondern Bestehendes für uns genutzt - in diesem Fall „Transparenz“ in der Schadensregulierung. Wir sind stolz, den Award gewonnen zu haben. Die Versicherungsbranche gilt als konservativ und hat beim Thema Innovation Nachholbedarf. Es gibt Innovation in unserer Branche und Events wie dieser hilft mit, sie vor den Vorhang zu holen.

Kurt Möller, Zürich Versicherung AG



“

Wir sind personell gesehen ein eher kleines Unternehmen und haben uns überlegt, wie wir für unsere Mitarbeiter interessanter werden können. Nun sind wir die Heimat für Talente. Unsere Fluktuation ist extrem gering. Unter anderem aufgrund unserer familienfreundlichen Arbeitsbedingungen

Heinz Schuster, s Versicherung AG





“ Für die Uniqa ist diese Auszeichnung sehr wichtig. Uniqa hat versucht, einen anderen Weg zu gehen als herkömmliche Versicherungen, hat viel Herzblut in sein neues Konzept gelegt und vor allem die Mitarbeiter sehr stark eingebunden.

Alois Dragovic,
Uniqa Versicherungen AG



IMPRESSUM

Dieses EventPaper wurde von der WirtschaftsBlatt Marketing GmbH für die Veranstaltung „Insurance Innovation Day 2015“ entgeltlich produziert.

Redaktion: Christian Scherl
Fotograf: Andreas Scheiblecker

www.diepresse.com



Die Presse

Klicken Sie auf das „Die Presse“-Logo und
genießen Sie die Impressionen
der Veranstaltung als Slideshow