

DIGITAL INSURANCE TRANSFORMATION

Zertifikatsprogramm der InsurLab Academy – einer Kooperation zwischen der University of Cologne Business School und InsurLab Germany e.V.

Das Zertifikatsprogramm Digital Insurance Transformation verschafft Ihnen einen Überblick über aktuelle technologische Trends, gibt Ihnen Werkzeuge an die Hand, die eigene Digitalisierung innovativ und ganzheitlich zu gestalten und zeigt auf, wie Sie diese nachhaltig in Ihrem Versicherungsunternehmen umsetzen können.

Modul 1, Tag 1-2 Digital Leadership

Informationstechnologie (IT) verändert die Geschäftswelt in vielfältiger Weise. Im Zeichen der Digitalen Transformation sind die Wirkungen von IT zuweilen disruptiv bezogen auf Produkte, Prozesse und Geschäftsmodelle. Jedes Unternehmen muss sich fragen, ob es über die Fähigkeiten verfügt, in der Digitalen Transformation bestehen zu können und diese selbst mit zu gestalten. Dementsprechend fokussiert Modul 1 Ansätze, die Unternehmen helfen, auf die Herausforderungen der heutigen digitalen Transformation reagieren zu können. Wir stellen – mit vielen Beispielen illustriert – Konzepte und Methoden für Manager*innen vor, wie sie sich in der Digitalen Transformation behaupten können. Dabei werden technologische und betriebswirtschaftliche Aspekte integriert betrachtet.

Themen

Tag 1 – Digital Transformation & Innovative Business Model

- Einführung und Übersicht in das Thema “Digitale Transformation”
- Überblick über ausgewählte Schlüsseltrends
- Fallstudie zu „Plattform“ und Gegenüberstellung zu klassischen Wertschöpfungsmodellen
- Business Model Innovation und das Dilemma von Exploitation versus Exploration
- Business Patterns als systematischer Ansatz zur Innovation von Geschäftsmodellen

Tag 2 – Digital Leadership & Innovation

- Internet-der-Dinge als Megatrend: Ihre (Geschäfts-)Ideen sind gefragt! (Gruppenarbeit und Präsentation)
- Zwischenfazit: Formulieren Sie Ihre digitale Agenda
- Herausforderungen digitaler Führung
- Förderung von innovativem Verhalten in Organisationen
- Aufbau einer digitalen und innovativen Kultur

Lernziele und Nutzen

- Bauen Sie ein vertieftes Verständnis dafür auf, dass Daten und Informationen die Kernressourcen für moderne Wertschöpfung sind.
- Lernen Sie Schlüsseltreiber kennen, welche die Digitale Transformation weiter dynamisieren.
- Sensibilisieren Sie sich für die Kernprobleme von Unternehmen im Zeichen digitaler Transformation, insbesondere in Bezug auf unternehmenskulturelle Herausforderungen.

- Wenden Sie leistungsfähige Konzepte und Methoden an, darunter Business Model Innovation und Business Patterns, um systematische Geschäftsmodellinnovationen zu „provozieren“.
- Erkennen Sie die Tragweite des Internet-der-Dinge und reflektieren Sie die technologischen Möglichkeiten innerhalb Ihrer eigenen Branche.
- Formulieren Sie Ihre „Digitale Agenda“ – für sich, Ihr Team, Ihre Geschäftseinheit sowie Ihr Unternehmen.
- Verstehen Sie die Herausforderung digitaler Führung.
- Lernen Sie, wie Sie innovatives Verhalten in Ihrer Organisation fördern können und eine entsprechende Unternehmenskultur etablieren.

Referent

Prof. Dr. Detlef Schoder

Gründungsdirektor des Seminars für Wirtschaftsinformatik und Informationsmanagement, Universität zu Köln

Schwerpunkte: Digitale Transformation, NLP-basierte Analyse textueller Daten, datenzentrierte Geschäftsmodell-Innovation und künstliche Intelligenz in der Luftfrachtlogistik

Prof. Dr. Detlef Schoder wurde als Gutachter des Deutschen Bundestages für Fragen des elektronischen Geschäftsverkehrs ernannt, war Berater der Europäischen Kommission sowie ein Jahrzehnt lang einer von drei gewählten Revisoren der Deutschen Forschungsgemeinschaft (DFG). Unter zahlreichen wissenschaftlichen Auszeichnungen findet sich die Nominierung zum weltweit besten IS-Paper 2017. Professor Schoder ist außerdem Träger des Innovationspreises der Gesellschaft für Informatik (GI) und zählt zu den Top 5% der Managementforscher im deutschsprachigen Raum.

Modul 1, Tag 2 (Nachmittag) Ausblick auf Digitale Transformation

Digitale Transformation bedeutet in vielen Bereichen Befähigung darin, bisherige Aufgaben und Arbeitsschritte entlang der Wertschöpfungskette digitaler, effizienter, transparenter oder auch über einen alternativen Lösungsweg abzubilden. Um dorthin zu gelangen, müssen wir anders zusammenzuarbeiten: Häufig sprechen wir vom Aufbrechen oder vom Flexibilisieren der Wertschöpfungsketten. Warum? Um Prozesse neu zu denken, modernere Technologien zum Einsatz zu bringen. Wie? Durch veränderte Zusammenarbeitsmodelle im Team, mit Kolleg*innen anderer Abteilungen, aber auch durch den Einkauf von Lösungen über Schnittstellen von außen, z.B. von Startups oder von Lösungsanbietern außerhalb der eigenen IT-Landschaft. Der Weg dorthin hat gerade erst begonnen und wir diskutieren, wohin uns dieser Weg führen kann.

Themen

Einordnung und Ausblick digitaler Transformation in der Versicherungsbranche

- Entwicklung der digitalen Transformation im Kontext der Startup-Wellen 1.0, 2.0 und 3.0
- Herausforderungen der Kollaboration in Siloorganisationen und Wirkung von Innovation
- Rolle von Innovationsabteilungen und agilen Teams vor dem Hintergrund sich öffnender Wertschöpfungsketten und Schnittstellen-Zentrierung
- Corporate Startups als Szenario für eine Shared-Economy-Bewegung in Versicherungen

Lernziele und Nutzen

- Betrachten Sie die Entwicklungen von Startups in den vergangenen 10 Jahren und ihre kurz- sowie langfristige Wirkung auf die Versicherungsbranche sowie den aktuellen Ausblick.
- Hinterfragen und diskutieren Sie vor diesem Hintergrund die Rolle von Innovationsabteilungen, Innovatoren, agil arbeitender Teams und Kooperation im Unternehmen.
- Stellen Sie Hypothesen auf, wie in welche Richtung sich digitale Transformation in der Versicherungsbranche entwickeln wird – und welche Wirkung dies auf Wertschöpfungsketten und deren Flexibilisierung haben wird.
- Diskutieren Sie das Konzept von Corporate Startups in einer von Schnittstellen geprägten und auf Cloud-Technologie basierten Versicherungswelt.

Referent

Stefan Schmid

Senior Corporate Manager, InsurLab Germany e.V.

Schwerpunkte: Digitale Transformation in der Versicherungsindustrie, Innovation, Startups, Unternehmensgründung, digitaler Vertrieb, Nachhaltigkeit

Stefan Schmid steht für Innovation und digitale Transformation in der Versicherungsbranche. Als Schnittstelle zwischen Versicherungen und führenden Unternehmen aus Technologie, Forschung und Beratung steht er im InsurLab Germany am Puls der Veränderungen in der Branche. Vor seiner Zeit im InsurLab Germany war er 10 Jahre als Strategieberater global aktiv.

Modul 2, Tag 1

Entrepreneurship

Entrepreneurship umfasst proaktives, innovatives und risikobereites Handeln in einem kompetitiven und unsicheren Umfeld. In diesem Kurs generieren Sie ein detailliertes Verständnis darüber, wie unternehmerisches Denken und Handeln dabei helfen kann, ein bestehendes Unternehmen effizient weiterzuentwickeln und dabei gleichzeitig auf neue und unvorhersehbare Herausforderungen und Opportunitäten zu reagieren. Der Kurs vermittelt Werkzeuge und Konzepte, die helfen unternehmerisch zu agieren und aktiv zu gestalten – von der Ideengenerierung, über Prototypisierung bis zur marktlichen Verprobung.

Themen

- Konzepte, Theorien und Methoden des Start-up Entrepreneurships, Intrapreneurships und Corporate Entrepreneurships
- Social Entrepreneurship: Wie ich als Unternehmer zu einem positiven Wandel der Gesellschaft beitragen kann
- Entrepreneurial Networks: die Relevanz von Netzwerken zur Realisierung unternehmerischer Projekte
- Business Planning

Lernziele und Nutzen

- Lernen Sie, wie Veränderungen der heutigen Zeit Start-ups und bestehende Unternehmen vor neue Herausforderungen und Chancen stellen.
- Generieren Sie ein detailliertes Verständnis über Corporate Entrepreneurship und Start-up Entrepreneurship.
- Lernen Sie, wie man Werkzeuge und Konzepte systematisch einsetzen kann, um neue Ideen kundenzentriert umzusetzen.
- Erfahren Sie, wie Prototyping den Markteintritt erleichtert und erfolgreicher macht.
- Verstehen Sie, wann und unter welchen Rahmenbedingungen ein Businessplan hilfreich ist und wann nicht.
- Erkennen Sie die Tragweite und die Potenziale von Unternehmertum – vom Start-up bis zum etablierten Unternehmen.

Referent

Prof. Dr. Christian Schwens

Professor für Betriebswirtschaftslehre und Leiter des Stiftungslehrstuhls für Interdisziplinäre Betriebswirtschaftslehre, Universität zu Köln

Schwerpunkte: Start-up Entrepreneurship, Corporate Entrepreneurship, International Entrepreneurship und Innovationsmanagement

Herr Christian Schwens ist Inhaber des Stiftungslehrstuhls für Betriebswirtschaftslehre, insbesondere Managementlehre für Nicht-Wirtschaftswissenschaftler an der Universität zu Köln. Darüber hinaus ist er wissenschaftlicher Leiter und Mitglied des Vorstands des Excellence-Startup Centers (ESC) GATEWAY an der Universität zu Köln.

Modul 2, Tag 2

Innovation Management

Ist die Versicherungsbranche bereit für die digitale Transformation und welche Rolle spielt Innovation Management dabei? Unabhängig von dem großen vorherrschenden Bedarf sowie vielfacher Initiativen bereitet es Versicherungsunternehmen nach wie vor Schwierigkeiten Innovationen erfolgreich und zeitnah umzusetzen. Insofern kommt dem Innovation Management eine zentrale Rolle der erfolgreichen Gestaltung der Digitalisierungswelle zu. Dieses Seminar soll dazu dienen, den Teilnehmenden Bausteine des Innovation Managements zu vermitteln. Außerdem werden Handlungsmodelle und Lösungsansätze bei Widerständen im Unternehmen erarbeitet. Aus der Praxis für die Praxis.

Themen

- Was bedeutet Innovation Management und was sind die Bestandteile?
- Wie sieht der Innovationskreislauf von der Idee bis zur Umsetzung aus?
- Welche Themen müssen bis zur Umsetzung adressiert und gelöst werden?
- Wie kann der Erfolg des Innovation Management gemessen werden?

Lernziele und Nutzen

- Lernen Sie Bausteine des Innovation Management kennen.
- Nutzen Sie Erkenntnisse aus der Innovationspraxis zur unternehmensweiten Umsetzung von Innovationsprojekten.
- Diskutieren Sie mit anderen Teilnehmenden über gemeinsame Erfahrungen und Lösungsansätze.
- Bauen Sie sich Ihre eigene „Innovationswelt“ auf.
- Lernen Sie, welche Rolle Innovation Management im Unternehmen spielen kann.
- Finden Sie praxistaugliche Ideen für Ihren Innovationsalltag.

Referent

Herr Martin Bartetzko

Member of the Advisory Board, Automation Hero, Inc

Schwerpunkte: Versicherung, Digitalisierung, Innovation

Nach Abschluss des 2. Jur. Staatsexamens war Martin Bartetzko 9 Jahre als Corporate Counsel/Head of Legal/Head of HR in verschiedenen US Unternehmen tätig. Von 2003 bis 2017 hat er verschiedene Positionen innerhalb der ERGO Gruppe verantwortet, darunter Leitung Projekt Prozessoptimierung, Leitung Sparte Schutzbrief, Vorstand almeda Versicherungs AG und 2009-2017 Geschäftsführer der Allysca Assistance GmbH. Von 2016-2017 war er ein Jahr als Executive Innovation Scout für Munich Re und ERGO im Silicon Valley. Anschließend hat er sich selbständig gemacht und berät im Bereich Industrie und Startups zu den Themen Insurtech, Digitalisierung, Innovation Management und Leadership

Modul 3, Tag 1-2

Agile & Lean Management

Das Thema Agilität und seine Vielschichtigkeit fordern Organisationen und Talente bis an ihre Grenzen und darüber hinaus. Das Modul "Agile & Lean Management" schafft die Voraussetzungen für ein ganzheitliches Grundverständnis und den Transfer in die eigene Praxis. Der Kurs geht über die Vermittlung der Theorie hinaus und bietet den Raum, eigene praktische Erfahrungen zu sammeln und die Implementierung in das eigene Unternehmen vorzubereiten.

Themen

Tag 1 – Agile Management

- Scrum
- Kanban
- Lean Management
- Team-Zusammensetzung und Meeting-Strukturen
- Möglichkeiten für die Integration von Design Thinking innerhalb von agilen Prozessen

Tag 2 – Agiler Transfer in die Praxis

- Auswahl und Implementierung agiler Methoden für die eigene Organisation
- Blocker Management
- Schaffen der Voraussetzungen für Remote- und Hybridformen der (virtuellen) Zusammenarbeit

Lernziele und Nutzen

- Grundbegriffe beherrschen
- Das Agile Manifest und seine Ursprünge verstehen
- Kanban, Scrum und weitere Ansätze zu unterscheiden lernen
- Definieren Sie wesentliche Rollen und Meetingformate.
- Lernen Sie die passenden Methoden für Ihren individuellen Kontext auszuwählen.
- Entwickeln Sie Strategien zum Umgang mit und zum Auflösen von Blockern und Hindernissen.

Referent

Adalbert Rajca

Gründer Product Development Institute, PRODEVI

Schwerpunkte: Agile Coach, Agiles Produktmanagement, Scrum, Kanban & Lean Management, New way of working /Arbeitsplatzkonzepte

Herr Adalbert Rajca ist Produktmanager, Coach und Berater und bringt profundes Wissen über unter anderem Agilität, Kultur und digitale Transformationsthemen mit.

Neben der Gründung des Product Development Institutes - PRODEVI sowie der Gründung und mehrjährigen Geschäftsführung der Onlineplattform ampido, wurde er in die Ausbildungsleitung des Bereichs „Agile“ am INeKO Institut aufgenommen.

Modul 4, Tag 1

New Work

Was genau ist Neue Arbeit - ist sie eine Utopie, ein Wertegerüst, ein Methodenkoffer? An diesem Tag soll es darum gehen, sich dem Begriff der Neuen Arbeit anzunähern und zu verstehen, was sie ist und was sie ausmacht. Vor allem aber soll es darum gehen, zu verstehen, warum sich unsere Arbeit verändern muss, wenn sich die Welt verändert. Und warum Neue Arbeit die einzig wirkungsvolle Antwort auf diese Veränderungen ist – kein Trend, kein Buzzword, keine Mode, sondern ein tiefgreifender, schmerzhafter, wunderschöner Transformationsprozess.

Inga Höltmann wird ihre „Journey to New Work“ vorstellen, wie Veränderung in Unternehmen umgesetzt werden kann, und dies mit vielen Beispielen aus anderen Unternehmen illustrieren. Sie wird den Teilnehmenden außerdem ihren New Work Canvas an die Hand geben, mit dem sie erste konkrete Vorhaben skizzieren können.

Themen

- Begriff und Konzept New Work mit Rückgriff auf ihren Schöpfer Frithjof Bergmann
- Einblick in andere Unternehmen und deren Transformationsprozesse
- „Journey to New Work“ als Framework für Veränderungsprozesse
- New Work Canvas als konkrete Methode, um in die Umsetzung zu kommen

Lernziele und Nutzen

- New Work und die Veränderungen der Arbeitswelt besser verstehen
- Erste Ansatzpunkte finden, wie Neue Arbeit die eigene Zusammenarbeit und Innovationsprozesse verbessern kann
- Anwendung von konkreten Methoden aus der Welt der Neuen Arbeit einüben
- Einblick in andere Unternehmen
- Intensive Arbeitsatmosphäre: Interaktiver Vortrag, Diskussionen, Networking sowie Austauschmöglichkeiten von Wissen und Erfahrung

Referentin

Inga Höltmann

Geschäftsführerin Accelerate Academy und Macherin des New Work Briefings

Schwerpunkte: Expertin für Neue Arbeit und Neues Lernen

Die Gründerin und Geschäftsführerin von Accelerate Academy und Macherin des New Work Briefings beschäftigt sich mit Kulturwandel in Unternehmen, New Work und Digital Leadership. Ihre Vision ist es, eine Arbeitswelt zu bauen, die digital, innovativ, nachhaltig und human ist – und dabei zu unterstützen, die eigene Arbeit zu verändern! Frau Inga Höltmann tritt zudem bei Podiumsdiskussionen auf, hält Vorträge, leitet Workshops und bietet zusätzliche Beratungsleistungen an.

Modul 4, Tag 2

Design Thinking Workshop

Unsere Gesellschaft verändert sich fortlaufend und die Welt wird vernetzter. Probleme werden dadurch komplexer und Unternehmen sind mit sich ständig wandelnden Nutzerbedürfnissen konfrontiert. Durch die Anwendung von Design Thinking können Unternehmen dahingehend einen wichtigen Wettbewerbsvorteil erlangen. Die Methode stellt die Nutzer*innen in den Mittelpunkt, sodass deren Bedürfnisse identifiziert werden können. In kurzen Iterationen werden neue Ideen getestet und bewertet. Damit wird auch durch das Einbeziehen von Fehlern ein gehaltvolles Wissen über Nutzerwelten erlangt. Vorher nicht betrachtete Lösungsansätze eröffnen den Weg für Innovation.

Nach einer theoretischen Einführung werden die Teilnehmer*innen in diesem Kurs interaktiv einen Design Thinking Prozess durchlaufen. Anhand von einer vorgegebenen Problemstellung und „learning by doing“ lernen Sie die Methoden des Design Thinking kennen und gehen damit den ersten Schritt in Richtung Zukunftsfähigkeit.

Themen

- Die Entstehung von Design Thinking als Innovationstreiber
- Nutzer*innen im Mittelpunkt: Design Thinking als interdisziplinäre Methode für komplexe Problemlösungen
- Das Design Thinking Mindset
- Organisatorische Bedingungen für Design Thinking
- Der Design Thinking Prozess, Fallbeispiele und Methoden

Lernziele und Nutzen

- Erkennen Sie, wie Nutzerbedürfnisse identifiziert werden können.
- Erfahren Sie, in welchen Fällen und Kontexten Sie Design Thinking anwenden können.
- Stellen Sie ein gutes Team für einen Design Thinking Prozess auf.
- Lernen Sie interaktiv, wie Sie den Prozess führen und Methoden anwenden.

Referentin

Katharina Leistenschneider

Designerin, Innovationsberaterin und Coach, KALEISS Service Design

Schwerpunkte: Durchführung und Begleitung von Innovationsprojekten mit nutzerzentrierten Methoden aus den Bereichen Design Thinking und Service Design

Katharina Leistenschneider arbeitet als Service-Designerin, Innovationsberaterin und Coach im internationalen Kontext, unter anderem für Versicherungen, den sozialen Sektor, den Gesundheitsbereich und Regierungen, für Mittelständler, Start-ups als auch für Konzerne. Sie hilft kulturelle und operative Herausforderungen von Organisationen zu optimieren und co-kreative Prozesse zu realisieren, um Produkte und Dienstleistungen zukunftsfähig zu gestalten.

Modul 5, Tag 1

Customer Experience – Entlang der Customer Journey

Lange Zeit war Versicherungsmarkt ein Verkäufermarkt. Dabei wurden weitere Aspekte des Kaufs, wie Kundenzufriedenheit, Brand Awareness oder die Erfahrung mit Service und Produkt nicht im Zusammenhang deren in Silos berücksichtigt. Doch mit zunehmendem Konkurrenzdruck und verändertem Kundenverhaltens steigt auch das Interesse von Versicherern an der Customer Experience. Die Produkte werden immer austauschbarer und gute Qualität sowie günstige Preise reichen nicht mehr, um Kund*innen für sich zu gewinnen und zu halten. Versicherer müssen ihre Kund*innen entlang der Kundenreise begeistern und positive Kundenerlebnisse schaffen.

Um den Kund*innen eine exzellente Experience anzubieten, müssen zunächst die Kund*innen vollkommen verstanden werden. In diesem interaktiven Workshop wollen wir gemeinsam mit Ihnen in die Themen Persona Mapping und Customer Journey Mapping eintauchen und stellen Ihnen Methoden vor, die Ihnen helfen Ihre Kund*innen, deren Herausforderungen sowie Bedürfnisse besser zu verstehen und daraus eine Customer Experience abzuleiten.

Themen

Persona Mapping: Zielgruppe reicht nicht mehr!

- Was sind Personas?
- Wie funktioniert Persona Mapping?
- Woher erhalte ich Informationen zu meinen Personas?
- Welche Herausforderungen bringen zukünftige Kund*innen mit sich?

Customer Journey Mapping

- Was ist Customer Journey Mapping?
- Wie ist der Aufbau eines Customer Journey Maps?
- Wie definieren wir die jetzige Reise unserer Persona?
- Was für aktuelle Herausforderungen, Hindernisse oder Pains?
- Was für Bedürfnisse hat unsere Persona?

Lösungsgenerierung

- Wie können wir die Bedürfnisse unserer Persona erfüllen?
- Wo können wir in der Customer Journey positive Impulse setzen?
- Was können wir tun um die Pains und Hindernisse entlang der Kundenreise zu reduzieren?

Lernziele und Nutzen

- Lernen Sie von den Kund*innen aus zu denken und wie Sie die Kundenbrille aufsetzen können.
- Verstehen Sie die Wichtigkeit und die Vorgehensweise des kundenzentrierten Ansatzes.
- Lernen Sie Methoden, um Ihre potentiellen Kund*innen zu beschreiben.
- Generieren Sie Ideen, die ihre Kund*innen begeistern.
- Lernen Sie Methoden kennen, um die Kundenreise zu analysieren und zu visualisieren, um ein tiefes emphatisches Verständnis die Bedürfnisse und Herausforderungen Ihrer Kund*innen zu entwickeln.
- Erfahren Sie, wie Sie Ideen entwickeln können, die zu einem Produkt- / Prozesserlebnis führen und ihre Kund*innen begeistern können.

Referentinnen

Frau Barbara Häuser

Consultant für Versicherungsvertrieb mit Schwerpunkt Kundenzentrierung, adesso SE

Schwerpunkte: User Experience Design

Frau Barbara Häuser hat seit 2011 den Versicherungsvertrieb eines großen deutschen Versicherers maßgeblich mitgestaltet. In Ihrem vertrieblichen Alltag haben neben Vermittlerbestandssystemen auch Kundenmanagementsysteme eine große Rolle gespielt. Hier hat sie in zahlreichen Projekten Erfahrungen im User Experience Design gesammelt und ihr Wissen in diesem Bereich in den letzten Jahren ausgebaut.

Frau Julia Binas

Consultant Customer Experience & Digitale Transformation adesso experience GmbH

Schwerpunkte: Optimierung der digitalen Kundenerlebnisse entlang der Customer Journey

Frau Julia Binas begleitet Kund:innen aus der Versicherungs- und Finanzbranche in verschiedenen Themen, u.a. ist sie für die Analyse und Optimierung der vorhandenen Customer Journeys und Geschäftsprozesse sowie Definition der Soll-Journey verantwortlich. Außerdem ist sie für die Konzeption von innovativen und kundenorientierten Lösungsansätzen sowie Ableitung der Umsetzungsmaßnahmen zuständig.

Modul 5, Tag 2

Digital Marketing

Digitale Transformationen verändern die Marketing-Landschaft derzeit in einem atemberaubenden Tempo. Konnten Unternehmen vor einiger Zeit noch einen Großteil der Kommunikation über ihre Produkte und Dienstleistungen selbst kontrollieren, ist dies im Zeitalter der Digitalisierung deutlich schwieriger geworden. Es ist daher für Unternehmen wichtiger als je zuvor, die veränderten Herausforderungen in ihren Marketingstrategien zu implementieren und dabei die Aktivitäten in sozialen Medien erfolgreich zu managen. Hierbei stellt sich zunächst die Frage: Welche internen Ressourcen benötigen Unternehmen für ein erfolgreiches Social Media Marketing? Anschließend geht es darum, wie Social Media Marketing erfolgreich gestaltet werden kann. Influencer Marketing gewinnt dabei – vor dem Hintergrund der Werbeblindheit vieler potenzieller Kunden – zunehmend an Bedeutung. Dieses Marketinginstrument muss souverän gesteuert werden.

Themen

- Die digitale Transformation im Marketing
- Social Media als Teil der Marketing Strategie
- Influencer Marketing: Relevanz, Management, Strategien und Erfolgsmessung

Lernziele & Nutzen

- Verstehen Sie die digitale Transformation im Marketing.
- Lernen Sie die hohe Relevanz von Social Media Marketing, auch aus medienrechtlicher Perspektive kennen.
- Die Zusammenarbeit mit Influencern: von der Auswahl über das Briefing und die Budgetierung bis zur Erfolgsmessung
- Lernen Sie die neuesten wissenschaftlichen Erkenntnisse in diesen Bereichen kennen und leiten Sie daraus strategische Implikationen für Ihre individuellen Management-Herausforderungen ab.

Referent

Prof. Dr. André Marchand

Inhaber der Professur für Betriebswirtschaftslehre, insbesondere Marketing und Direktor des Instituts für Service und Relationship Management, Universität Leipzig

Schwerpunkte: Marketing, Digitale Innovation, künstliche Intelligenz und Entertainment Science

Herr André Marchands ist seit 2014 Mitglied der Researchabteilung der Deutschen Forschungsgemeinschaft (DFG) im Bereich Digital Social Media Marketing. Professor Marchand publiziert seine Forschungen in weltweit führenden wissenschaftlichen Journalen wie dem „Journal of Marketing“, ist Editorial Board Member des „Journal of Interactive Marketing“ und arbeitet auch als Unternehmensberater für große und mittlere Unternehmen sowie als Mentor für Start-Up-Unternehmen.

Modul 6, Tag 1 (Vormittag)

Technology Trends

Die Digitalisierung stellt Führungskräfte vor besondere Herausforderungen; Abläufe, Prozesse, Arbeitsgestaltung und Teamführung werden sich fundamental verändern. Der Kurs „Digital Leadership“ verdeutlicht die Besonderheiten der Digitalisierung für Führungskräfte, um dann ein Leadership Portfolio herauszuarbeiten, das Methoden, Ansätze, Strukturen und Prozesse bereitstellt, die im Zeitalter der Digitalisierung effektiv und innovativ umgesetzt werden. Der Kurs behandelt die neuesten Theorien und Methoden und veranschaulicht diese durch zahlreiche Beispiele, Fallstudien und Erfahrungen von führenden Unternehmen.

Themen

- Marktüberblick & Technologietrends
- Zwischen Kundenanforderungen und Tech Entwicklung
- Der Kunde als Enabler
- Power of Data
- Start-Up Radar

Lernziele und Nutzen

- Erhalten Sie einen breiten Überblick über Technologie-Trends sowie Nutzen und Herausforderungen für deren Anwendung in Versicherungsunternehmen.
- Diskutieren Sie Herausforderungen zu Datentrends in der Versicherungswirtschaft und wesentliche Einflussfaktoren, um Nutzen aus Daten zu ziehen.
- Erkennen Sie mögliche Anwendungsbeispiele für den Einsatz von verschiedenen Technologiekomponenten in Versicherungsprozessen.
- Diskutieren Sie in der Seminargruppe die unterschiedlichen Erfahrungen mit IT-Trends, IT-Lösungen und bekannten Use-Cases und Herausforderungen bei deren Umsetzung.

Referent

Alexander Makowski

Senior Manager, Head of SAP & Analytics for Insurance Sopra Steria

Schwerpunkte: SAP BI/Analytics, SAP Architektur/Implementierung, IBM Cognos, MS Power BI

Mit einem Fokus auf IT und SAP ist Alexander Makowski seit 2008 in der Beratung für Kunden wie Allianz, ARAG, ERGO/ITERGO und Munich Re tätig. Neben profunden technologischen Kenntnissen liegen die Schwerpunkte des Diplom-Informatikers mit MBA in Versicherungsmanagement außerdem u.a. in Finance, Controlling und Risiko-Management sowie im Anforderungsmanagement, Fach- und IT-Architektur, Roadmap-Konzeption und agilen/hybriden Projektmanagement.

Modul 6, Tag 1 (Nachmittag)

Digialethik und Corporate Digital Responsibility

Die Digitalisierung greift tief in das Leben der Menschen ein. Das gilt nicht nur für die Lebensformen des Einzelnen, sondern auch für die gesellschaftlichen Strukturen. Es entstehen fundamental neue Formen von ökonomischer und sozialer Wertschöpfung. Aber auch entsprechende Risiken sind nicht zu übersehen. Dies alles geschieht in einem zentralen Spannungsfeld von Technik, Ökonomie und Ethik. Wir wollen uns in dieser Einheit den ethischen Grundlagen der Digitalisierung widmen, aber auch Chancen und Risiken im Spannungsfeld einer digitalen Transformation ausloten. Die Versicherungsbranche steht dabei im Fokus, aber auch andere Branchen wie die Automobil- oder Gesundheitsbranche sollen kritisch in den Blick genommen werden.

Themen

- Grundlagen der Ethik
- Ethische Aspekte der Digitalisierung
- Corporate Digital Responsibility
- Sieben Zugänge zur Corporate Digital Responsibility
- Bain-Pyramide und Wertepositionierung
- Die CDR-Initiative des BMJV
- Blick in die Zukunft

Lernziele und Nutzen

- Vermittlung von Grundlagen zu Digialethik und Corporate Digital Responsibility
- Vermittlung komplexer Herausforderungen im Spannungsfeld von Ethik, Ökonomie und Technik
- Vermittlung von Theorien und Managementprozessen, die bei der Erarbeitung eigener Positionen helfen
- Entwicklung der Fähigkeit, Fragestellungen hinsichtlich avancierter unternehmensethischer Positionen und Argumente zu bearbeiten
- Stärkung der Sprachfähigkeit zu interdisziplinärer Fragestellungen
- Schulung der Urteilsfähigkeit in normativen Konfliktfällen
- Stärkung im Umgang mit der Ambivalenz der Digitalisierung

Referent

Prof. Dr. Dr. Alexander Brink

Professor für Wirtschafts- und Unternehmensethik an der Universität Bayreuth und Gründungspartner der concern GmbH Köln

Schwerpunkte: Wirtschafts- & Unternehmensethik, Nachhaltigkeit, Corporate Digital Responsibility

Prof. Dr. Dr. Alexander Brink lehrt und forscht seit 20 Jahren an der interdisziplinären Schnittstelle von Ökonomie und Philosophie. Seit 2021 leitet er das Institut für Ethik und Management. Der Autor und Herausgeber von über 300 Veröffentlichungen berät zahlreiche namhafte Unternehmen. Im Jahre 2010 gründete Alexander Brink die concern GmbH: eine der ersten Beratungsgesellschaften für Corporate Governance, Responsibility und Sustainability mit Sitz in Köln.

Modul 6, Tag 2

Verschiedene Startups der InsurTech Szene stellen sich vor

Beispiele für Startups:

- TrustCerts
- LiveEO
- Fintechsystems GmbH

Kontakt

Janna Presentin

Marketing & Programme Manager

University of Cologne Business School gGmbH

Universitätsstr. 24 | 50931 Cologne | Germany

Tel.: +49 152 02565203

Email: janna.presentin@uni-koeln.de