

**versicherungen**

# digitale innovationen @ HanseMerkur

Die HanseMerkur vertraut erneut auf  
plenum.unik in der Kreation neuer  
Geschäftsmodelle zur nachhaltigen  
Transformation!



## digitale innovationen @ hansemerkur

Es endet jedes Semester mit einer Pitch Veranstaltung—die Höhle der plenum.unik Experten und dessen Geschäftspartnern. Auch dieses Jahr wieder mit dabei: die HanseMerkur. Die Co-Leads von plenum.unik, die Digital-Innovations-Unit der plenum AG, waren an diesem sommerlichen Nachmittag Ende Mai wieder einmal sehr aufgeregt, denn: Es war Pitch Time. Diese sollte erneut die Versicherungsbranche verändern und zu-gleich zwei sehr kontroverse Fragestellungen in den digitalen Fokus stellen. Aber zunächst ein kurzer Einblick, was dahinter steckt.

Die HanseMerkur, als konzernunabhängige, mittelständische Versicherungsgruppe mit Sitz in Hamburg, weiß genau was langfristiger, nachhaltiger Erfolg bedeutet: Sich als Unternehmen stets mit Innovationen, mittlerweile vorwiegend digitaler Natur, auseinanderzusetzen. Digitale Innovationen sollen dabei helfen, den bereits erlangten und etablierten Status quo zum nächsten Level zu bringen.

Hierfür setzen die Versicherungsexperten erneut auf die Experten von plenum.unik, welche auch in diesem Falle, gemeinsam mit Studierenden-Teams an neuen Geschäftsmodellen arbeiten, oder besser gesagt diese kreieren, denn das ist die erste Phase im „Design2ROI Modell“ von plenum.unik; Der RAPID CREATION Ansatz, oder auch die „Design2Concept Phase“ zur Gestaltung neuer Ansätze, Ideen und Konzepte bis hin zum möglichen Geschäftsmodell.

Das „Design2ROI Modell“ beinhaltet mit dem „RAPID VALIDATION“ (Concept2Decision) und dem „RAPID TRANSFORMATION (Decision2ROI)“ noch zwei weitere Ansätze. Das „RAPID“ spiegelt stets Agilität, Interdisziplinarität und ergebnisorientierte Denkweise wider.

Genau diesen RAPID CREATION Ansatz hat die HanseMerkur bereits zum zweiten Mal in Anspruch genommen, um damit zwei weitere, essentielle Fragestellungen fürs Unternehmen bearbeiten zu lassen. Die eine Fragestellung hat etwas mit dem Vertrieb über Banken und deren gemeinsamer, digitaler Zukunft zu tun.

Die Andere thematisiert die Gewinnung neuer Talente aus dem IT-Umfeld. Mehr dazu wird hier aber nicht verraten, da man mit den erarbeiteten Ergebnissen wieder einen Vorsprung vor dem Wettbewerb haben möchte.

Zurück zur Pitch Time, die selbst einige Innovationen, auf Grund des Covid-19-Impulses, parat hatte. Ok, die Aufregung von Benjamin und Francesco war keine Innovation; stets fiebern sie mit ihren Studenten mit.

Eine echte Innovation war die Umsetzung, da es sich erstmals um ein Live-Streaming Format handelte. Zum einen haben sich die Verantwortlichen der HanseMerkur sowie das Team von UNIK und deren Studenten „corona-konform“ und mit dem notwendigen Abstand über den Dächern von Hamburg in einem loftartigen Büro zusammengefunden, um die Pitches live zu erleben und beurteilen zu können. Zum anderen wurde die gesamte Pitch Time für einen exklusiven Kreis an Teilnehmer direkt ins Homeoffice oder auf die Couch gestreamt.

Die Teilnehmer konnten die Studierenden sowohl vor Ort, als auch über den Stream auf neudeutsch „grillen“, also mit Fragen zum Geschäftsmodell löchern. Eine weitere Innovation in diesem Semester war der Verlauf des RAPID CREATION Ansatzes, da dieser komplett virtuell stattgefunden hat: virtuelle Geschäftsmodellierung aus Hamburg. Die neuen Parameter haben jedoch nichts an der heißen Atmosphäre für die Studenten geändert. Sie haben in jeweils 15 min. Pitches alles gegeben, um sowohl die HanseMerkur als auch die UNIK Experten zu begeistern, die sich tagtäglich mit neuen, bahnbrechenden Ideen auseinander-setzen. Die neuen Rahmenbedingungen haben die Teams nicht daran gehindert, zwei sehr gute Geschäftsideen zu präsentieren.



“Wir gehen mit dieser Geschäftsidee direkt zu meinen Kooperationspartnern”, so Frank Laakmann, Bereichsdirektor der HanseMerkur.

Auch der Personalchef der HanseMerkur, Herr Peter Ahlers, war zufrieden mit den Ergebnissen: „Es gibt noch ein, zwei Aspekte, die ihr im Nachgang einarbeiten solltet, aber ansonsten gehen wir der Idee weiter“, so Herr Ahlers.

Und was sagt das UNIK-Duo Benjamin und Francesco: “Wir sind mal wieder richtig stolz auf unsere Studenten und den zukünftigen Entrepreneurern – die Zuversicht auf „the next big thing“ wächst“, so grinsen die beiden.

Benjamin fügte noch hinzu: “Auch ein riesiges Dankeschön an unser grandioses Team, Lisa und Taz!” Francesco erneut: “Genau! Und wir wachsen... bewirbt euch bei uns”.

Mal sehen, wie es mit den kreativen Ideen weitergeht und ob sie es in den RAPID VALIDATION Ansatz von UNIK schaffen. Die Versicherungsprofis werden sich beraten.

Die UNIK Experten arbeiten währenddessen an weiteren Ideen und deren Validierungen.

Es gilt ja stets digitale Innovationen zu kreieren.



### über plenum.unik

Das plenum.unik Mindset zu digitalen Innovationen, verhilft dem Mittelstand auf das notwendige nächste Level. Unser dreistufiges „Design-to-ROI Modell“ stellt schnelle, greifbare und ergebnisorientierte Meilensteine sicher. In den drei Phasen Rapid Creation, Rapid Validation und Rapid Transformation arbeiten wir strukturiert und in (in) engem Austausch mit unseren Kunden. Von der Ideenfindung über das Prototyping bis hin zur Integration setzen wir unser Team mit Expertise und Leidenschaft ein. Ganz egal, ob bereits eine Idee vorliegt oder nicht, können wir in jeder Phase starten, nur einzelne Abschnitte bearbeiten oder für die maximale Innovationskraft den gesamten Prozess durchlaufen. Das Ziel, den digitalen Status eines etablierten Unternehmens zu steigern, steht im absoluten Fokus unseres Handelns!