

“Wir müssen vom Kunden zum Produkt denken”

28.03.2017 – “Wir müssen die Denkrichtung umdrehen”, fordert Olaf Scheer, Partner und Director bei zeb von den Versicherern auf dem Hackathon von Allianz, DataArt, Franke & Bornberg und dem Beratungsunternehmen Zeb: “Wir müssen vom Kunden zum Produkt denken und nicht umgekehrt”. Die Bilanz waren 13 neue Produktideen, entwickelt in etwas mehr als 30 Stunden. Davon können Entwickler normalerweise nur träumen.

Nach zwei Tagen Brainstorming, Querdenken und Intensiv-Hacking waren die Teilnehmer nicht nur überrascht, sondern begeistert. Sogar aus dem fernen Kalifornien hatten sich Silicon Valley-Journalisten eingefunden, dazu weitere überregionale Medien aus Deutschland. Sie alle waren gespannt auf das Experiment am lebenden Versicherungsprodukt, gespannt darauf zu sehen, ob aus der ungewöhnlichen Mischung der geladenen Hacker, Versicherungsexperten und Venture Capitalist auch etwas Brauchbares herauskommen würde? Nach zwei Tagen kann man konstatieren, ja:

Um “Trends in InsureTech” ging es in der Expertenrunde gleich zu Beginn der einzelnen Präsentationen. In der von **Max Steinmetz** (zeb) moderierten Runde gab es Einigkeit über die zukünftigen Herausforderungen für eine Branche auf der Suche nach dem digitalen Gral und einige konkrete Empfehlungen für sie.

So sorgte **Cliff Moyce**, Head of Finance Practice bei DataArt, für reichlich Gesprächsstoff mit seiner Aussage, die Versicherungswirtschaft habe ein digitales Optimierungspotenzial von sage und schreibe 99 Prozent. Und **Timo Dreger** von Apeiron Investment Group schrieb der von Perfektion und Seriosität geprägten Branche ins Stammbuch: Machen Sie Fehler, probieren Sie alles aus, haben Sie keine Angst!

Englisch war bei dem zweitägigen Event die Verkehrssprache zwischen jung und alt, gefeiert und gejubelt wurde anschließend aber noch auf deutsch. (vwh/ak)

Bild: Experten von Versicherern, Investoren und Entwickler debattieren neue Ansätze für neue Produkte auf dem Hackathon in München. Die Teilnehmer von links nach rechts: Moderator Max Steinmetz (zeb), Mehrdad Piroozram (Partner InsureTech.VC), Cliff Moyce (DataArt), Timo Dreger (Apeiron Investment Group), Carl-Luis Rieger (Investment Analyst Kompass Digital) und Alexander Bauer, IBM, Leader Insurance, Watson IoT Industrie Lab). (Quelle: Alexander Kaspar).

Original article can be found here:

<http://versicherungswirtschaft-heute.de/maerkte-vertrieb/wir-muessen-vom-kunden-zum-produkt-denken/>