



Consumerization

Neue Geschäftsmodelle für
die Generation Facebook

ABS-Migration

Pilotprojekt für die Allsparten-
Plattform

Servicemanagement

Prozesse sind der Schlüssel
für ausfallfreien Betrieb

mfFoCus

Forum for Customers

Consumerization – Basis für neue Geschäftsmodelle

Der klassische Versicherungskunde stirbt aus, gefragt ist heute Individualität und Interaktion. Mit neuen IT-Services schaffen Versicherer den Spagat zwischen mehr Betriebseffizienz und interaktiver Kundenansprache.

Facebook wächst unaufhaltsam – im August 2011 zählte das führende soziale Netzwerk in Deutschland bereits 20 Millionen Nutzer, und weitere Kommunikations-Dienste buhlen um die Aufmerksamkeit der Massen. Immer mehr Menschen kommunizieren und informieren sich über die neuen Kanäle, und das eröffnet auch Versicherern ganz neue Perspektiven bei Vermarktung, Vertrieb und Entwicklung ihrer Produkte. Über die Digitalisierung etablieren sich im Übrigen auch ganz neue Wertschöpfungsketten und Geschäftsmodelle, die die Anbieter mit modernen IT-Services erschließen können.

Der allgegenwärtige Kunde

Die Endanwender erweisen sich als treibende Kraft der neuen sozial-digitalen Ökonomie – der Trendbegriff dazu lautet Consumerization. Mit Smartphones und Tablets ist IT für sie selbstverständlich, und sie nutzen Kommunikation und E-Commerce in allen Lebenslagen. Eine Begleiterscheinung ist das Bedürfnis nach individuelleren Produkten. Dank gesteigerter Flexibilität in digitalen Geschäftsprozessen können Unternehmen auf Kundenwünsche flexibel reagieren, um die Verbraucher an Marketing-, Produktions- und Vertriebsprozessen teilhaben zu lassen. Für Dienstleistungsbranchen wie die Assekuranz heißt das etwa, konfigurierbare Produkte und mehr Leistungstransparenz zu bieten. Weitere Optionen wären interaktive, in das Social-Media-Umfeld integrierte Angebote.

Der Wandel erfordert aber auch ein Umdenken. So gilt das sparten- und produktorientierte Betriebsmodell längst als Auslaufmodell, an dessen Stelle ein neues, kundenzentrisches Betriebsmodell tritt – mit transformierten Prozessen, konsolidierten Plattformen und optimierten Wertschöpfungsketten. Die metafinanz unterstützt Kunden dabei mit maßge-

schneiderten Services, die die Versicherung in ihrem Kernbereich IT modernisieren und fit machen für das Social-Media-Zeitalter.

Umfassende Modernisierung

metafinanz bietet hier eine breite Palette an Lösungsansätzen. Der Bereich Insurance Operations beispielsweise befasst sich mit Lösungen zur Echtzeitinteraktion. Kunden wünschen heute unmittelbaren Zugang, um etwa den tagesaktuellen Stand ihres Rentenplans abzurufen oder online Verträge einzusehen. Dazu muss die IT Host-Systeme interaktionsfähig machen. Mit über 20 Jahren Branchenwissen ist metafinanz bestens gerüstet, um auch diese Systeme agil zu machen.

Mit dem weiteren Schlüsselbereich Customer und Channel Management bedient metafinanz Services wie Customer Intelligence, Vertriebssteuerung oder Portalarchitekturen und hilft dabei, diese mit Funktionen aus den Kernsystemen zu unterstützen. Als Schlüsseltechnologie für Datentransparenz gelten Data-Warehouse-Lösungen, mit denen Unternehmen ihre Kunden- und Vertriebsdaten analysieren sowie einheitliches Reporting und treffsichere Prognosen mit Methoden der Predictive Analytics erstellen. Sie erhalten so den Rundumblick auf den Endkunden und können ihn in jeder Lebenssituation angemessen ansprechen.

Auch intelligentes Risikomanagement gehört schließlich zur modernen Versicherungssteuerung. Hier sollten sich die Unternehmen nicht mit dem Solvency-Pflicht-Reporting begnügen, sondern Compliance-Anforderungen als Chance für den Einstieg in ein wertorientiertes Risikomanagement betrachten. Denn erst über die ganzheitliche Optimierung des internen Kontrollsystems erzielen Versicherer einen langfristigen Mehrwert für ihre Geschäftssteuerung.

mfInside



**Rainer Göttmann,
Geschäftsführer der metafinanz
GmbH, im Gespräch.**

Herr Göttmann, im Facebook-Zeitalter wandeln sich auch Käuferverhalten und Kundenbeziehungen. Vor welchen Herausforderungen stehen Versicherungen und deren IT?

Die Digitalisierung verändert die Art, wie wir kommunizieren und wie wir konsumieren. Aus Sicht der Konsumenten ermöglichte die schrankenlose Information zunächst einmal eine völlige Markttransparenz, in der es immer mehr um Preis und Geschwindigkeit geht. Unternehmen müssen sich auf diese neue Situation einstellen und ihre Angebote entsprechend anpassen. Gleichzeitig gewinnen heute neue Differenzierungsmerkmale wie Individualität und Ästhetik an Bedeutung. Die Apple-Erfolgsgeschichte lehrt uns ja, dass IT heute nicht mehr nur funktionieren soll, sondern auch schön aussehen und sich gut anfühlen muss. Solche Trends setzen sich nun auch in Dienstleistungsbranchen wie der Assekuranz fort. Die Kunden begnügen sich nicht mehr mit fertigen, quasi austauschbaren Produktpaketen, sondern sie wollen kommunizieren und individuelle Angebote erhalten, die zu ihrer Lebenssituation passen.

Wie reagiert die metafinanz auf den Wandel, und wie gestalten Sie Ihre Services noch marktgerechter?

Die Versicherungsindustrie orientiert sich gerade neu und verabschiedet sich vom spartenorientierten Betriebsmodell in Richtung eines kundenzentrischen. Im Zuge dieser Entwicklung entstehen ganz neue Geschäftsmodelle und Wertschöpfungsketten, die eine ganzheitliche strategische Unterstützung erfordern. Erst das Zusammenspiel zwischen Business und IT liefert die Basis für ein wertorientiertes Wachstum. Wir waren von Anfang an in diesem dynamischen Umfeld unterwegs und können unsere Kunden deshalb effektiv und schnell beraten und mit ihnen zeitgemäße Antworten entwickeln. Unsere Services haben wir entsprechend adaptiert, und auf dieser Grundlage entwickeln wir mit ihnen das Business von morgen.

Erfolgreiche ABS-Migration: metafinanz bietet End-to-End-Ansatz für Spartenmigration

Das Allianz Business System (ABS) steht für den IT-Epochenwandel von Spartensystemen zu einer integrierten Allsparten-Plattform. Im Pilotprojekt bei der esa cargo & logistics bewies metafinanz ihre Expertise als End-to-End-Dienstleister für ABS-Migrationen.

Mit seinem Allianz Business System verfolgt der Allianz-Konzern eine ambitionierte IT-Plattformstrategie. Ziel ist eine Abkehr von den spartenspezifischen IT-Systemen hin zu einer integrierten, kundenzentrischen Standardplattform. Welche Vorteile dieser Ansatz bringt, zeigt das Beispiel des Transportversicherers esa cargo & logistics. Dort verteilte sich der Produktbestand über mehrere Altsysteme, für Bestandsführung und Schadenbearbeitung wurden separate Systeme eingesetzt. ABS hingegen bietet über ein gemeinsames Datawarehouse eine Datenquelle für alle BI-Aufgaben. Berichte lassen sich jetzt tagesaktuell erstellen, und der Kunde kann in seinem spartenspezifischen Datamart Ad-hoc-Reports laufen lassen. Eine ABS-Migration ermöglicht zudem ein fachliches Refactoring.

So lassen sich gewachsene Strukturen und die Komplexität einer über die Jahre gewachsenen Produktwelt konsolidieren.

Seine Hauptvorteile spielt ABS insbesondere über die modulare Architektur aus. So liefern etwa spartenneutrale Umsysteme generische Funktionen wie Drucken oder In-/Exkasso als allgemein verfügbare Standardmodule. Die bessere Konfigurierbarkeit vereinfacht auch das Output-Management. Policen lassen sich mit ABS wie in einer Textbearbeitung editieren, während früher die Mitarbeiter oft „blind“ konfigurieren mussten.

Blaupause für ABS-Migrationen

metafinanz stellte bei der esa unter Beweis, dass man binnen 18 Monaten eine komplexe Versicherungslandschaft auf ABS migrieren

kann. Ein weiteres, zentrales Projektziel bestand darin, aus den gesammelten Erfahrungen eine Blaupause für zukünftige ABS-Migrationen zu erstellen. Auf Basis des gewonnenen Knowhow sind die mf-Experten bestens gerüstet, um jederzeit Plattformentstiege in anderen Sparten durchzuführen. Die weiteren Kompetenzschwerpunkte liegen in der fachlichen Architektur sowie in der Steuerung des ABS-Test-Centers. Schließlich nahm man auch bei der Koordination mit den ABS-Gremien und den Governance-Stellen eine zentrale Rolle ein.

metafinanz bietet Spartenmigrationen als ganzheitliche Serviceprojekte – mit einer Übernahme der Gesamtverantwortung von der ersten Anforderungsaufnahme bis zur abschließenden Übergabe.

mfProcMO – Servicemanagement mit Augenmaß

Die Ursache für kritische IT-Ausfälle ist selten die Technik, sondern meistens liegt ein Mangel in der Prozesslandschaft vor. Mit dem Service „Process-Management-Office“ (ProcMO) hilft metafinanz nachhaltig, kritische IT-Ausfälle zu vermeiden.

Kleine Ursache, große Wirkung – dieses altbekannte Prinzip lässt sich auch beim Betrieb von großen Versicherungs-IT-Systemen beobachten. Zu solchen vermeintlich kleinen Ursachen gehören beispielsweise Serverzertifikate. Läuft ein solches Zertifikat ab, quittiert der gesamte Business Service ohne Vorwarnung seinen Dienst. Dann kann schon mal ein großes Vertriebsportal für tausende angeschlossene Vertreter stillstehen. Dabei lassen sich solche Störungen ganz einfach ver-

meiden, indem die IT einen entsprechenden Prozess für die Zertifikatverwaltung definiert und verlässlich anwendet. Risiken für den Geschäftsbetrieb lauern aber auch dort, wo man sie am wenigsten vermutet. So gilt etwa eine Serverspiegelung als optimaler Schutz gegen Systemausfälle. Doch im Störfall kann es passieren, dass ein Umschalten auf das Ersatzsystem versagt, weil das Spiegelsystem doch nicht 100-prozentig identisch ist. Fälle wie diese machen deutlich, dass be-

triebliche Sicherheit von IT-Services eine ausgereifte Prozesslandschaft erfordert. Das beginnt beim Prozessmodell, welches die Lebensphasen eines IT-Produktes erfasst und das für den gesamten Servicekatalog einheitlich definiert sein sollte.

Die metafinanz bietet ihren Kunden mit dem „Process-Management-Office“ einen Service auf Basis erprobter Praktiken, der Definition, Einführung, Betrieb und Optimierung von Prozessen ermöglicht. Ziel ist der Aufbau einer angemessenen Prozesslandschaft, die maßgeschneidert optimiert wird und mit Augenmaß die tatsächlichen Notwendigkeiten adressiert. Die Kunden erhalten per KPIs volle Transparenz über die erreichte Qualitätssteigerung. Neben Erfahrung und Expertise können wir mit unserem Kundenverständnis punkten, denn: Aus unserer Verankerung in der Allianz-Gruppe bringen wir dazu die besten Voraussetzungen mit.

HR-Zertifikat bestätigt starke Mitarbeiterorientierung

metafinanz unterzog sich einer Unternehmensanalyse, bei der das unabhängige Institut Service Value alle Disziplinen der HR-Servicequalität unter die Lupe nahm. Das erfreuliche Ergebnis der Prüfung war ein Zertifikat für geprüfte HR-Servicequalität. Service Value bescheinigt der metafinanz damit, dass bei uns Mitarbeiterorientierung gelebt wird sowie die Strukturen und Prozesse serviceorientiert implementiert und ausgerichtet sind. Interessant war auch der Benchmark, der die metafinanz-Einzelwertungen mit ähnlichen Unternehmen verglich. Mit 88 von 100 möglichen Punkten erzielten wir ein sehr gutes Ergebnis, das uns erneut als attraktiven Arbeitgeber bestätigt. Mitarbeiter erleben hier spannende Beratungs- und Entwicklungsprojekte innerhalb eines Unternehmensrahmens, der sie in den Mittelpunkt stellt. So sieht das Fundament für Spitzenleistung aus.

Corporate Health Award

Seit 2010 gibt es bei metafinanz eine Gesundheitsoffensive, 2011 wurde sie als mfGO-Initiative erfolgreich im Unternehmen etabliert. Um die Qualität unseres Gesundheitsmanagements auf die Probe zu stellen, beteiligten wir uns am diesjährigen Corporate Health Award von Handelsblatt und TÜV Süd. Eine erste erfreuliche Rückmeldung ist bereits angekommen: „Aufgrund der vorbildlichen Gesundheitssystematik sind Sie berechtigt, das Exzellenz-Siegel zum Corporate Health Award 2011 zu tragen.“ metafinanz verfügt demnach über ein herausragendes betriebliches Gesundheitsmanagement, das zu den besten des Corporate Health Awards zählt. Das Betriebliche Gesundheitsmanagement (BGM) sei strukturell wie strategisch in die Unternehmensprozesse integriert, die Mitarbeiter profitieren von umfassenden Gesundheitsleistungen und werden in ihrer Leistungsfähigkeit und Motivation nachhaltig gestärkt.

Modernisierung der internen Kommunikation

Kommunikation ist die Basis für Teamarbeit. Wir wollen uns auf diesem Gebiet verbessern und haben uns daher zum Ziel gesetzt, die interne Kommunikation neu auszurichten. Mehr Vernetzung soll die Zusammenarbeit befördern, und Informationen sollen künftig schneller in höherer Qualität bereitstehen. Mit mfTalk stellen wir dafür eine neue Diskussionsplattform zur Verfügung, die den schnellen Ad-hoc-Austausch unterstützt und so bei kurzfristigen Themen, Fragen und Problemen hilft. Daneben präsentiert sich mfWiki als zentrale Wissensplattform, die alle wissenswerten Informationen innerhalb der metafinanz vereint. Schließlich stehen die neuen Tools auch für mehr Offenheit und Transparenz im Unternehmen.

Teamspirit auf dem Day of Care 2011

Ärmel hochkrepeln für einen sozialen Zweck – so lautete auch dieses Jahr wieder das Motto für unseren „Day of Care“. Unser gemeinsamer Tag des sozialen Engagements führte uns nach Großschaffhausen auf den Gronimoshof, wo der Verein Pferdverbunden e.V. heilpädagogisches Reiten für Kinder anbietet. Auf dem über 100 Jahre alten, sehr idyllisch gelegenen Bauernhof bereitete der Verein unserer großen Helferschar einen herzlichen Empfang. Es wartete aber auch eine Menge Arbeit auf uns, denn das Tagesziel bestand darin, teilweise überfällige Reparaturarbeiten durchzuführen und den Hof wieder auf Vordermann zu bringen. Rund 50 Mitarbeiter schwärmten an diesem Nachmittag aus, und es wurde geschraubt, geschaufelt, gestrichen und gehämmert. Neben den Mitgliedern des Vereins war auch örtliche Prominenz wie beispielsweise der Bürgermeister präsent, und alle zeigten sich vom Engagement der metafinanz-Mitarbeiter überwältigt. Insgesamt leisteten wir an diesem Nachmittag mehr als 250 Arbeitsstunden, aber auch der Spaß kam nicht zu kurz.

Messekongresse:

Am 21./22. März 2012 findet in Leipzig der **Messekongress Schaden- und Leistungsmanagement** statt. Wir referieren zu „Digitale Integration der mobilen Welt in Schadenmeldeprozesse“.

Auf dem **Messekongress Finanzen und Risikomanagement** am 10./11. Mai in Berlin referieren wir über „Operational Risk“ sowie „Standardmodell“.

metafinanz verstärkt Geschäftsführung

Unsere erfolgreiche Unternehmensentwicklung zieht den Ausbau der Aufgabenverteilung in der Geschäftsführung nach sich. Zum 01.01.2012 werden neu in die Geschäftsführung bestellt:

Dr. Jürgen Kalkbrenner (CCO): Accounting, SupplierManagement und IT-Procurement.
Axel Kummer (COO): Service- und Projektgeschäft (Core Business) und Marketing & Communications.

Manfred Stojka (CSO): Internationale Kunden (OPUS) und externe Neukunden.

Herr **Rainer Göttmann** (CEO) wird als Sprecher der Geschäftsführung bestätigt und verantwortet weiterhin Finanzen, HR und ProfessionalServices.

Frau **Elisabeth Schattenhofer** scheidet zum 31.12. aus der Geschäftsführung aus.

IMPRESSUM:

Herausgeber:

metafinanz Informationssysteme GmbH



metafinanz-Mitarbeiter bei der schweißtreibenden Arbeit