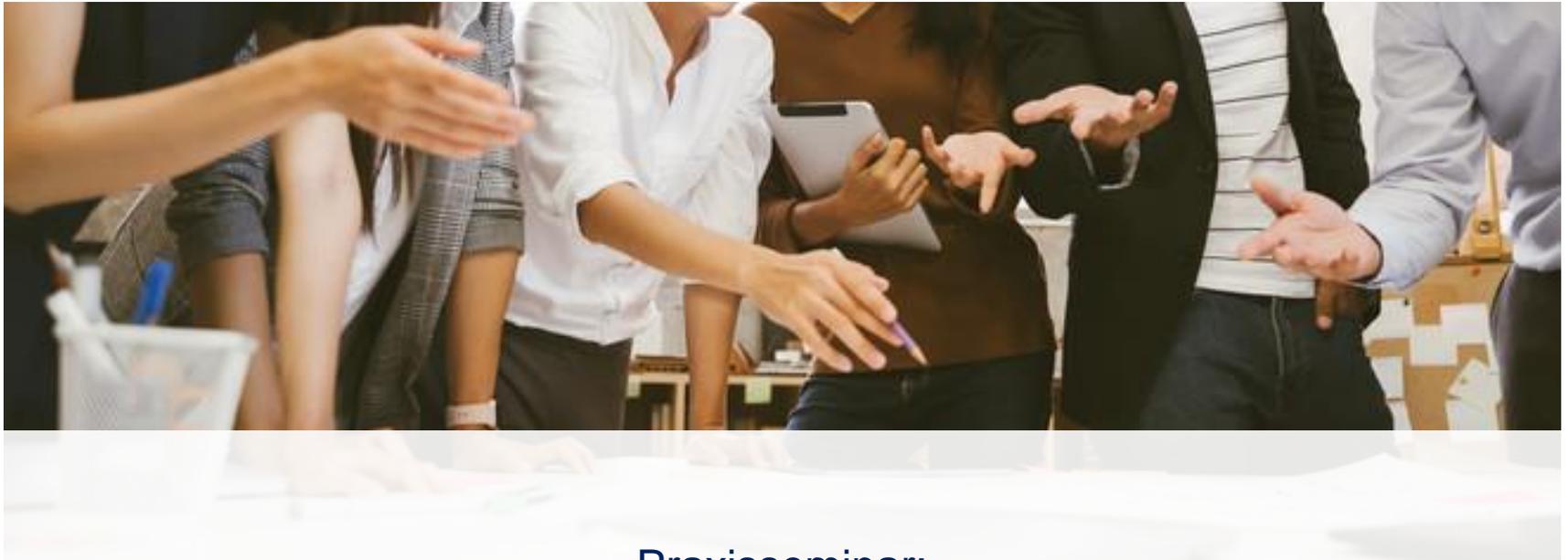




**NÜRNBERGER**  
VERSICHERUNG



Friedrich-Alexander-Universität  
Fachbereich Wirtschafts- und  
Sozialwissenschaften | WiSo



Praxisseminar:

**„Entwicklung und Vermarktung innovativer Versicherungsprodukte“**

# Lehrstuhlübergreifendes Praxisseminar mit der NÜRNBERGER Versicherung

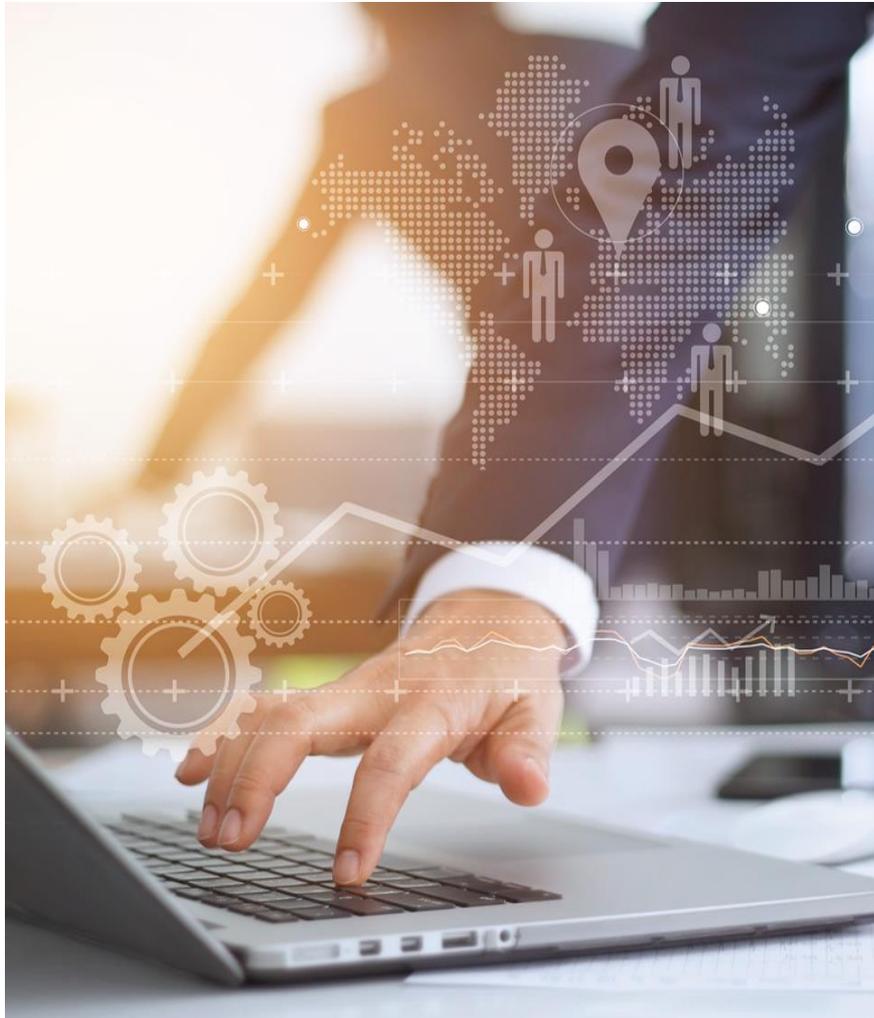




- **Studiengang:** Master FACT, Master in Marketing, Master in Management, Master in Wirtschaftsingenieurwesen, Master International Information Systems
- Abgeschlossene Master-Veranstaltungen mit guten bis sehr guten Leistungen
- **Maximale Teilnehmerzahl:** 15 Personen
- **Gruppenarbeit:** 4-5 Teilnehmer pro Gruppe
- **Prüfungsleistung:** Präsentation auf Basis des erarbeiteten Businessplans (100%), detaillierte Präsentationsunterlage und Präsentationsprotokoll erforderlich
- **Modul-Anrechnung (5 ECTS):** FACT (Praxisseminar: Ideenwerkstatt Versicherungen), Marketing (Praxisseminar: Ideenwerkstatt Versicherungen), Management (Modulgruppe Sonstiges), Wirtschaftsingenieurwesen, IIS (SM - Innovation and Value Creation)

# Praxisseminar: Ideenwerkstatt Versicherungen

## Inhalte: Innovationstreiber Digitalisierung

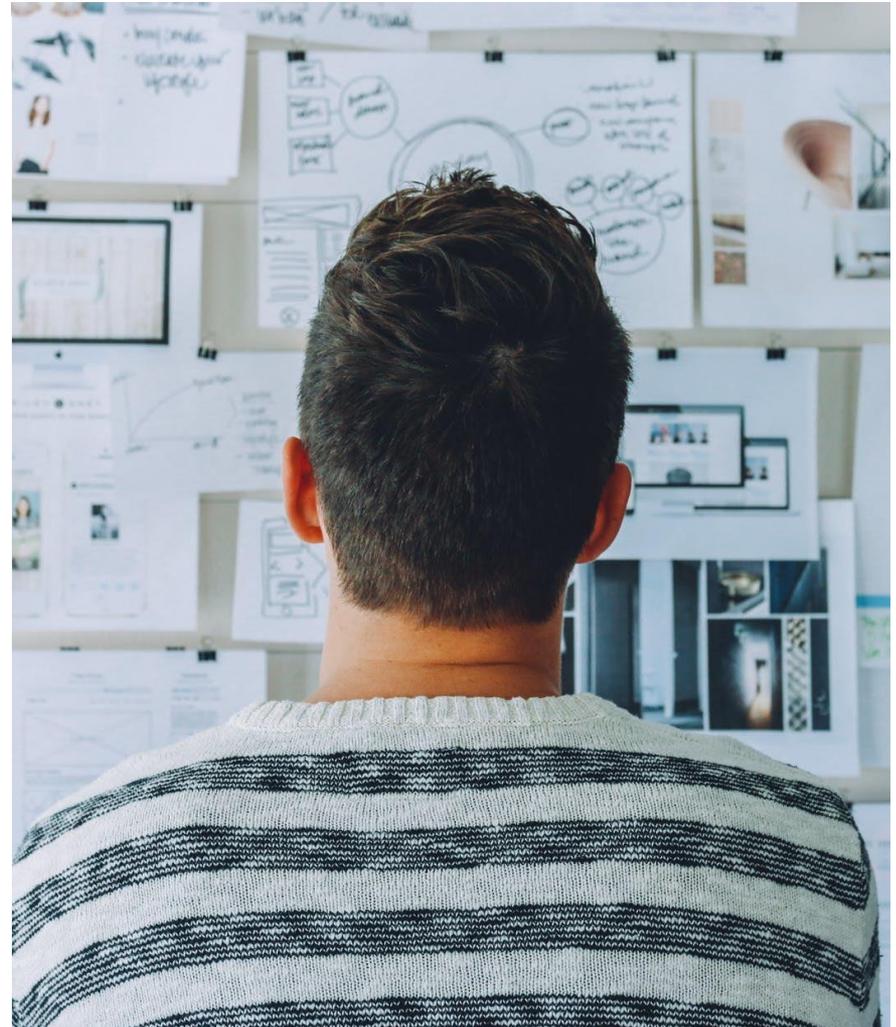


Vor dem Hintergrund eines höchst dynamischen Verdrängungswettbewerbs mit immer geringeren Margen aufgrund steigender Schadenhäufigkeit und der zusätzlichen Belastung im Regulierungsumfeld, ist die Erschließung des Marktpotenzials, welches die Möglichkeiten der Digitalisierung bietet, von entscheidender Bedeutung. Das aufgrund von Mobility geänderte Kundenverhalten erfordert daher auch für Versicherungsunternehmen ein bereichs- und funktionsübergreifendes Umdenken.

# Praxisseminar: Ideenwerkstatt Versicherungen

## Seminarziele

Das Ziel des Seminars ist es, **Innovationsideen der NÜRNBERGER Versicherung** mit einem abgestimmten **Marketing- bzw. Kundenkommunikationskonzept** für den deutschen Versicherungsmarkt **zu entwickeln**, welche den geänderten Kundenbedürfnissen Rechnung tragen. Insbesondere den Anforderungen und Möglichkeiten der Digitalisierung müssen hierbei besondere **Aufmerksamkeit** zukommen.





Aus dem Innovationsmanagement der **NÜRNBERGER** Versicherung werden den Studierenden dabei Innovationsansätze **zur Verfügung gestellt**. Die Gruppen entwickeln die Ideen weiter und erarbeiten einen vollständigen **Business-Plan**.

# Praxisseminar: Ideenwerkstatt Versicherungen

## Zusammenarbeit in interdisziplinären Teams

Die Bearbeitung der Aufgabenstellung erfolgt – falls möglich – in **gemischten Gruppen** (Studierende der Masterstudiengänge FACT, Management, Marketing, Wirtschaftsingenieurwesen, International Information System), damit jedes Gruppenmitglied seine Schwerpunkte aus dem Studienbereich in die Gruppenarbeit einbringen kann.



Struktur der detaillierten Präsentationsunterlage (ausführliche Dokumentation im Anhang) für den Businessplan:

### **1 Vorstellung des Teams**

### **2 Vorstellung der Aufgabenstellung**

### **3 Marktanalyse**

#### 3.1 Kundenanalyse

- Wer sind die Kunden/Nachfrager im Markt?
- Welche Kundensegmente lassen sich unterscheiden?
- Was sind die Kundenbedürfnisse?
- Welche Veränderungen sind im Kundenverhalten zu erwarten?

#### 3.2 Wettbewerbsanalyse

- Wer sind die relevanten Wettbewerber im Markt?
- Welche Produkte/Services/Prozesse bieten diese an?
- Welche Strategien verfolgen die Wettbewerber?

### **4 Umfrage zur Produkt-/ Service-/ Prozessinnovation**

#### 4.1 Methodik und deskriptive Statistik

- Vorstellen der Umfrage selbst (welche Fragen wurden zu welchem Zweck gestellt? Wie wurden Teilnehmer geworben?)
- Deskriptive Statistik

#### 4.2 Ergebnisse

### **5 Produkt-/Service-/Prozessinnovation**

#### 5.1 Beschreibung des Produkts/ des Services/ des Prozesses

- Erläuterung der Erarbeitung sowie genaue Beschreibung der Innovation (anhand von Umfrageergebnissen),

#### 5.2 Kundennutzen bzw. Nutzen der NÜRNBERGER Versicherung

- Warum sollte der Kunde das Angebot nutzen? Kritisch hinterfragen!

### **6 Marketing und Vertrieb/ Kundenkommunikation**

#### 6.1 Ziele und Strategie

#### 6.2 Konkrete und maßgeschneiderte Maßnahmen

- Kritisch hinterfragen, welche Maßnahmen zielgerichtet sind
- Hinweis: Nur sinnvolle, zielgerichtete Marketing- und Vertriebsmaßnahmen! Bei Prozessinnovationen, die die Kunden betreffen (z.B. Kundenportal o.ä.) keine „Marketingmaßnahmen“, sondern z.B. Fokus auf Kundenkommunikation

### **7 Finanzplanung**

#### 7.1 Darstellung aller relevanten Kostenblöcke

- Keine Erarbeitung konkreter Zahlen; Nennung der voraussichtlich relevantesten Kostenblöcke für die Produkt-/ Service-/ Prozessinnovation, die bei einer Quantifizierung zu berücksichtigen wären

#### 7.2 Qualitative Kosten-Nutzen Gegenüberstellung

- Hinweis: Auch hier keine Erarbeitung konkreter Zahlen notwendig

### **8 Fazit**

#### 8.1 Kritische Reflexion und ggfs. Herausforderungen bei der Umsetzung

#### 8.2 Abschließende Würdigung der Innovationsidee

### **9 Literaturliste**

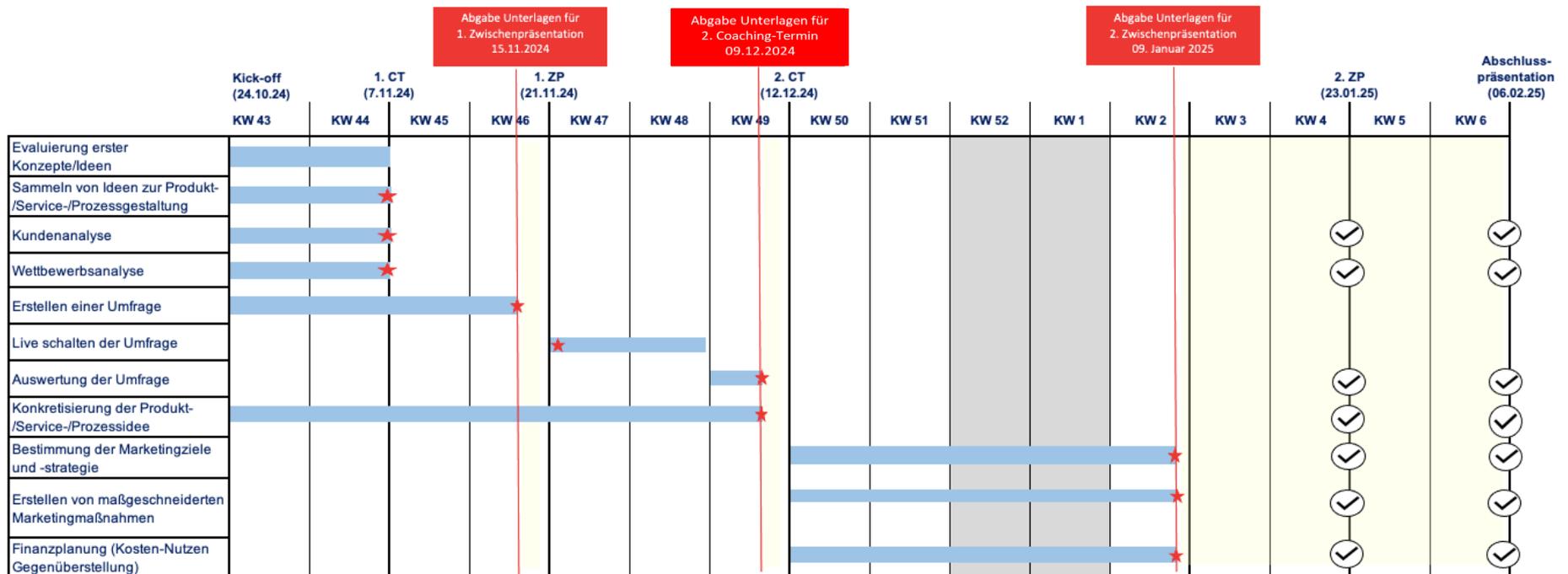
### **10 Anhang mit weiteren ausführlichen Informationen**

---

# Praxisseminar: Ideenwerkstatt Versicherungen

## Das Modul im Semesterverlauf

### Übersicht der Bearbeitungszeiten, Deadlines sowie Präsentationsinhalte



- Bearbeitungszeit
- Zeit für Feedback und Überarbeitung
- ★ Abschluss der jeweiligen Aufgabe
- ✔ Präsentationsinhalte
- CT Coaching-Termin
- ZP Zwischenpräsentation

**Do., 24.10.2024, 15:00 – 16:30 Uhr: Kick-Off Veranstaltung, FAU Erlangen-Nürnberg, LG 2.429**

**Do., 07.11.2024, 09:00 – 10:30 Uhr: 1. Coaching-Termin via MS Teams**

Zu präsentierende Inhalte:

- Erste Konzepte/Ideen zur Produkt-/Service-/Prozessinnovation
- Kundenanalyse
- Wettbewerbsanalyse

**Fr., 15.11.2024:** Zusendung der Umfrage sowie Folien zur 1. Zwischenpräsentation für Zwischenfeedback per Mail an Alina Salzberger und Maximilian Reinsperger bis 10 Uhr als PDF-Datei mit maximal 5 MB

**Do., 21.11.2024, 9:00 – 10:30 Uhr: 1. Zwischenpräsentationstermin bei der NÜRNBERGER Versicherung**

Zu präsentierende Inhalte:

- Überarbeitete Inhalte des 1. Coaching-Termins
- Erstellte Umfrage zur Erarbeitung einer Produkt-/Service-/Prozessinnovation

**Mo., 09.12.2024:** Zusendung der Folien zum 2. Coaching-Termin für Zwischenfeedback per Mail an Alina Salzberger und Maximilian Reinsperger bis 10 Uhr als PDF-Datei mit maximal 5 MB

---

**Do., 12.12.2024, 09:00 – 10:30 Uhr: 2. Coaching-Termin** via MS Teams

Zu präsentierende Inhalte:

- Umfrageergebnisse: Deskriptive Statistiken
- Umfrageergebnisse: Ableitung der konkreten Produkt-/Service-/Prozessinnovation

**Do., 09.01.2025:** Zusendung der Folien zur 2. Zwischenpräsentation für Zwischenfeedback per Mail an Alina Salzberger und Maximilian Reinsperger bis 10 Uhr als PDF-Datei mit maximal 5 MB

**Do., 23.01.2025, 09:00 – 10:30 Uhr: 2. Zwischenpräsentationstermin** bei der NÜRNBERGER Versicherung

Zu präsentierende Inhalte:

- Neue Inhalte: Marketingziele und –strategie, maßgeschneiderte Marketingmaßnahmen, Finanzplanung (Kosten-Nutzen Gegenüberstellung)
- „Probelauf für die Abschlusspräsentation“

**Mi., 05.02.2025:** Zusendung der Folien und Präsentationsprotokoll für die Abschlusspräsentation per Mail an Alina Salzberger und Maximilian Reinsperger bis 10 Uhr als PDF-Datei mit maximal 5 MB

**Do., 06.02.2025, 09:00 – 11:30 Uhr: Abschlusspräsentation** bei der NÜRNBERGER Versicherung u.a. vor Vorstandsmitgliedern des Unternehmens – danach „Überraschung“ bis ca. 13 Uhr

---

# Praxisseminar: Ideenwerkstatt Versicherungen

## Ansprechpartner\*innen des Seminars

---



**Alina Salzberger, M. Sc.**

Lehrstuhl für  
Versicherungswirtschaft und  
Risikomanagement

E-Mail: [alina.salzberger@fau.de](mailto:alina.salzberger@fau.de)  
Telefon: 0911/5302-96391



**Maximilian Reinsperger, M. Sc.**

Lehrstuhl für Betriebswirtschaftslehre,  
insb. Versicherungsmarketing

E-Mail:  
[maximilian.reinsperger@fau.de](mailto:maximilian.reinsperger@fau.de)  
Telefon: 0911/5302-95766

Weitere Informationen zum Seminar finden Sie auf folgenden Webseiten:

<http://www.versicherungsmarketing.rw.uni-erlangen.de/>

<http://www.vwrm.rw.fau.de/>

