

Willkommen

Zukunftscampus
2023





Find us on 



Zukunftscampus
die Bayerische
Versichert nach dem Reinheitsgebot



2023

Krise oder Chance?

Die größten Herausforderungen 2023

- **Inflation und wirtschaftlicher Abschwung**
(Der internationale Währungsfonds hat die Prognose für das globale Wachstum gesenkt)
- **Die Lieferkette von Unternehmen**
(Covid und der Krieg habe die Lieferprobleme weiter verschärft, dies führt zu ausfällen)
- **Steigende Kundenerwartungen**
(Kunden von heute haben andere Erwartung an Service – vgl. Amazon)
- **Beschleunigte digitale Transformation**
(ChatGPT beantwortet schon heute komplexe Fragen und schreibt Aufsätze)
- **„War of Talents“ nimmt weiter Fahrt auf**
(1,9 Mio. offene Stellen in Deutschland (Quelle Handelsblatt))
- **Sicherheit von Daten und Geräten**
- **Nachhaltigkeit**

Crisis

Was sagt die KI?

M

Was sind die größten Herausforderungen für die Versicherungsbranche 2023?



Einige der größten Herausforderungen für die Versicherungsbranche im Jahr 2023 sind:



1. **Digitale Transformation:** Die Branche muss sich an die schnell wechselnden Kundenerwartungen und Technologien anpassen, um effizienter und kundenorientierter zu werden.
2. **Cyber-Sicherheit:** Die steigende Zahl von Cyber-Angriffen erfordert eine bessere Absicherung von Daten und IT-Systemen.
3. **Regulierung und Compliance:** Versicherungsunternehmen müssen sich an immer komplexere Regulierungen halten und dabei gleichzeitig ihre Geschäftstätigkeit aufrechterhalten.
4. **Klimawandel:** Der Klimawandel stellt eine Herausforderung für die Branche dar, da er zu neuen Risiken führt und eine Anpassung der Produkte und Geschäftsmodelle erfordert.
5. **Talentmanagement:** Die Branche kämpft um die Gewinnung und Bindung von talentierten Mitarbeitern in einem sich schnell verändernden Arbeitsumfeld.

Und wie lösen wir diese?



die Bayerische

Versichert nach dem Reinheitsgebot

M

Wie meistern wir dieser Herausforderungen?



Um diese Herausforderungen zu meistern, kann die Versicherungsbranche folgende Maßnahmen ergreifen:



1. **Digitale Transformation:** Die Implementierung von digitalen Lösungen und Technologien, wie Künstlicher Intelligenz und maschinellem Lernen, um die Kundenerfahrung zu verbessern und die Effizienz zu steigern.
2. **Cyber-Sicherheit:** Einführung von robusten Sicherheitsmaßnahmen und regelmäßige Überprüfungen, um die Datensicherheit zu gewährleisten.
3. **Regulierung und Compliance:** Einhaltung der Vorschriften durch regelmäßige Überprüfungen und Schulungen für Mitarbeiter, um sicherzustellen, dass alle Vorschriften eingehalten werden.
4. **Klimawandel:** Die Entwicklung von Produkten, die speziell auf die Auswirkungen des Klimawandels ausgerichtet sind, und die Überwachung von Risiken, die durch den Klimawandel entstehen.
5. **Talentmanagement:** Etablierung einer attraktiven Arbeitsumgebung und Förderung der beruflichen Entwicklung von Mitarbeitern, um ein starkes Team aufzubauen.

Es ist wichtig zu beachten, dass diese Maßnahmen ständig überprüft und angepasst werden müssen, um sich an sich ändernde Bedingungen anzupassen.

notes



Eine Frage der Perspektive



Inflation

Inflation – Risiken & Chancen



- Liquiditätsengpässe & Zahlungsschwierigkeiten
- Erhöhte Stornogefahr
- Sinkende Investitionsbereitschaft



- Nominelle Höhe der Schulden war noch nie so gering (Kennen sie die Immobilienbewertung der Bayerischen?)
- Die Bayerischen bietet Hilfe bei der Überbrückung von Zahlungsschwierigkeiten
- Gute persönliche Beratung gewinnt noch mehr an Wert (z.B. durch Nutzung von staatlichen Förderungen mit der bAV der Bayerischen)
- Die Anpassung der BU Absicherung ist erforderlich (unser Tarife bieten viele Nachversicherungsoptionen)
- Neue BU Tarife sind teilweise günstiger (Unsere neue Soldaten DU zum Beispiel)
- Zinsrisiken können abgedeckt werden
- Kunden suchen aktiv Anlagemöglichkeiten



Steigende Kunden- erwartung

Pangaea Life erleben



 pangaea·life

REISEVOUCHER

DIGITALE INVESTMENTREISE

MRS/MR GUEST



OPERATED BY PANGAEA LIFE
HANDLUGGAGE: VR-BRILLE, SMARTPHONE

Name of Passenger
MRS/MR GUEST

PANGAEA LIFE
Date
TÄGLICH

Destinations
DNK | NOR | PRT | ESP

www.pangaea-life.de/fonds/investmentreise





- **Mit Kollegen kooperieren (Expertennetzwerk)**
 - **Onlineberatung mit z.B. InSign**
(die Bayerische ermöglicht einen komplett papierlosen Prozess)
- **Kompetenz setzt sich durch (Zielgruppenfokus)**
(Dafür sucht sie aber auch ihre Zielgruppe)
- **Präventive Lösungen als verändertes Geschäftsmodell**
(Wie z.B. die Prime Home der Bayerische)



Arbeitnehmer



Vermittler

Die XEMPUS Plattform

Ihre Software für Beratung, Abschluss und Verwaltung in der betrieblichen Vorsorge: bAV und bKV.



Produktanbieter

Jetzt kostenlos testen



L₁ A₁ W₁₀

Regulierung & Compliance



DEUTSCHLANDS UNABHÄNGIGES MAGAZIN FÜR ANLAGEBERATUNG

FONDS ONLINE

professionell

WECHSELN ZU | | NEWSLETTER | ERWEITERTE SUCHE | REGISTRIEREN LOGIN

MountainView Fondsdaten

ISIN, WKN, Fondsname



Volltext



Stichwort oder "exakte Phrase"



NEWS MAGAZIN FONDS SACHWERTE VERSICHERUNGEN ANBIETER EVENTS ABO & KLUB KONGRESS KONTAKT SERVICE Portfolio Watchlist

HOME NEWS RECHT

RECHT

30.01.2023

Offenlegungsverordnung: Hier finden Sie kostenlose Ausfülldokumente

09.01.2023 | Recht



Provisionen für Lebenspolice: Das fordert die Bafin

Die Versicherungsaufsicht der Bafin arbeitet schon lange daran, die Vertriebskosten von Lebenspolice zu senken. Aktuell versucht sie, mit einem Merkblatt auf die Branche einzuwirken. Die zentralen Thesen dieses Merkblatts hat die Behörde in einem Artikel im "Bafin-Journal" kurz zusammengefasst.



nettowelt

[Produkte](#)

[Leistungen](#)

[Unternehmen](#)

[Partner](#)

[Kontakt](#)

[FAQ](#)

[Login](#)

[Riester 2022](#) **NEU**

nettowelt

mehr unterm strich



– PRODUKTE –



die Bayerische

Versichert nach dem Reinheitsgebot

War of Talents

Nachhaltig in der bAV Mitarbeiter gewinnen

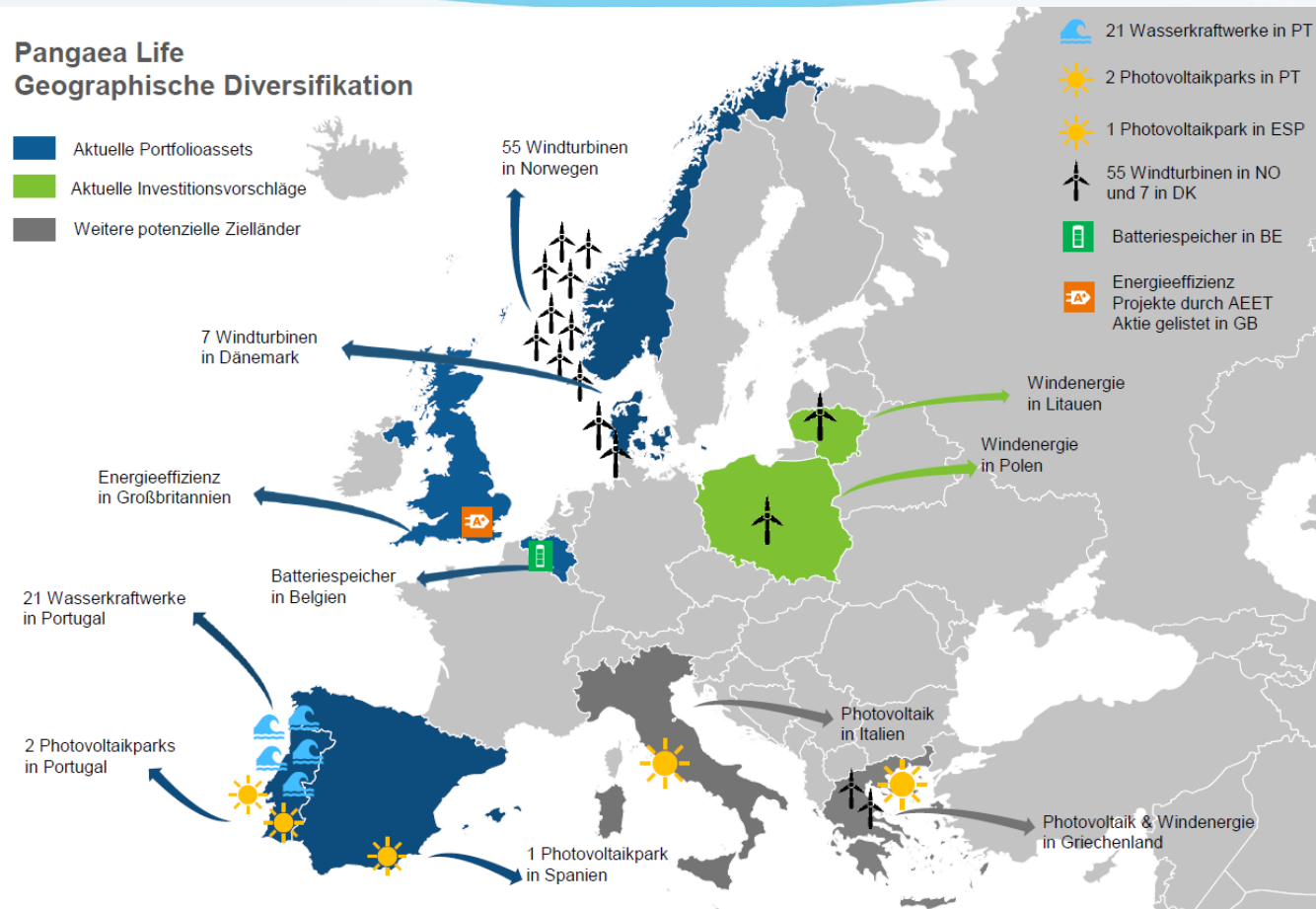
Pangaea Life bAV Invest



- Nachhaltige bAV in den Durchführungswegen Direktversicherung & Unterstützungskasse

Pangaea Life Geographische Diversifikation

- Aktuelle Portfolioassets
- Aktuelle Investitionsvorschläge
- Weitere potenzielle Zielländer

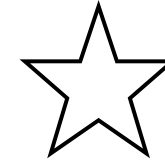


**A GOAL
WITHOUT
A PLAN
IS JUST
A WISH**

➤➤












Aufwand



**Möglicher
Ertrag**

Wann haben Sie das letzte Mal ihr Geschäftsmodell überprüft?

Business Model Canvas		Entwickelt für: Startup Name	Entwickelt von: Name1, Name2, ...	Datum: TT/MM/JJJJ	Version: X.Y
Schlüsselpartner  <p>Wer sind unsere Schlüsselpartner? Wer sind unsere wichtigsten Lieferanten? Welche Schlüsselressourcen erwerben wir von Partnern? Welche Hauptaktivitäten führen Partner durch?</p> <p>MOTIVATIONEN FÜR PARTNERSCHAFTEN Optimierung und Wirtschaftlichkeit, Verringerung von Risiko und Unsicherheit, Beschaffung bestimmter Ressourcen und Aktivitäten</p>	Schlüsselaktivitäten  <p>Welche Schlüsselaktivitäten erfordern unsere Wertverschlüsse? Unsere Vertriebskanäle? Kundenbeziehungen?</p> <p>KATEGORIEN Produktion, Problemlösung, Plattform / Netzwerk</p>	Wertversprechen  <p>Welchen Wert liefern wir an den Kunden? Welches der Probleme unserer Kunden helfen wir zu lösen? Welche Produkt- und Servicebündel bieten wir für jedes Kundensegment an? Welche Kundenbedürfnisse befriedigen wir?</p> <p>EIGENSCHAFTEN Neuheit Performance Anpassung "Die Arbeit fertigstellen" Design Marke / Status Preis Kostenreduzierung Risikominderung Zugänglichkeit Komfort / Benutzerfreundlichkeit</p>	Kundenbeziehungen  <p>Welche Art von Beziehung erwartet jeder unserer Kundensegmente, dass wir mit ihnen aufbauen und pflegen? Welche haben wir etabliert? Wie sind sie in das übrige Geschäftsmodell integriert? Wie teuer sind sie?</p> <p>BEISPIELE Persönliche Hilfe, Engagierte persönliche Unterstützung, Selbstbedienung, Automatisierte Dienste, Gemeinschaften, ...</p>	Kundensegmente  <p>Für wen schaffen wir Wert? Wer sind unsere wichtigsten Kunden?</p> <p>Massenmarkt Nischenmarkt Segmentiert Diversifiziert Mehrseitige Plattform</p>	
	Schlüsselressourcen  <p>Welche Schlüsselressourcen benötigen unsere Wertversprechen? Unsere Vertriebskanäle? Kundenbeziehungen? Einnahmeströme?</p> <p>ARTEN VON RESSOURCEN Physisch, Intellektuell (Markenpatente, Urheberrechte, Daten), Mensch, Finanziell</p>		Marktkanäle  <p>Durch welche Kanäle möchten unsere Kundensegmente erreicht werden? Wie erreichen wir sie jetzt? Wie sind unsere Kanäle integriert? Welche funktionieren am besten? Welche sind am kostengünstigsten? Wie integrieren wir sie in Kundenroutinen?</p> <p>KANALPHASEN Bewusstsein, Bewertung, Kauf, Lieferung, After Sales</p>		
Kosten  <p>Was sind die wichtigsten Kosten unseres Geschäftsmodells? Welche Schlüsselressourcen sind am teuersten? Welche Hauptaktivitäten sind am teuersten?</p> <p>IST IHR GESCHÄFT MEHR Kostenorientiert (schlankste Kostenstruktur, niedriger Preiswert, maximale Automatisierung, umfangreiches Outsourcing), Value Driven (Wertschöpfung, Premium Value Proposition)</p> <p>BEISPIELEIGENSCHAFTEN Fixkosten (Gehälter, Mieten, Dienstprogramme), Variable Kosten, Größenvorteile, Einsparungen von Umfang</p>		Einnahmen  <p>Für welchen Wert sind unsere Kunden wirklich bereit zu bezahlen? Wofür bezahlen sie aktuell? Wie zahlen sie derzeit? Wie würden sie am liebsten bezahlen? Wie viel trägt jeder Umsatzstrom zum Gesamtumsatz bei?</p> <p>ARTEN: Verkauf von Vermögenswerten, Nutzungsgebühr, Abo-Gebühren, Ausleihe / Vermietung / Leasing, Lizenzierung, Maklergebühren, Werbung</p> <p>FESTE PREISE: Listenpreis, Produktmerkmale abhängig, Kundensegment abhängig, Volumenabhängig</p> <p>DYNAMISCHE PREISE: Verhandlung (Verhandlung), Ertragsmanagement, Echtzeit-Markt</p>			

Designed by: The Business Model Foundry (www.businessmodelgeneration.com/canvas). PowerPoint Implementation by: Neos Chronos Limited (<https://neoschronos.com>). License: CC BY-SA 3.0

Danke



die Bayerische

Versichert nach dem Reinheitsgebot