

Der Weg in die Zukunft – Trends als strategischer Kompass

Sina Plietzsch – Head of Innovation & New Business

Kai Wedekind – Leiter Team Kunden-, Prozess-, & Qualitätsmanagement

Versicherungsforen Leipzig

Leipzig, 16. Mai 2025



Einflussfaktoren der Zukunft

Strategie

Der Weg zu unseren Vorstellungen
und Wünschen

→ darauf haben wir Einfluss

Umfeld

Was passiert technologisch,
gesellschaftlich?

→ das beeinflussen wird **nicht**
oder **nur sehr gering**

Zukunft

Position

Ideal-Positionierung,
Wunschposition im Umfeld

→ darauf haben wir Einfluss



Was ist Zukunft und wie kann man sie erforschen?

Disclaimer

Was wir über die Zukunft wissen können

- Niemand kann mit **VOLLKOMMENER SICHERHEIT** sagen, was in der Zukunft der Fall sein wird.
- Aussagen über die **ZUKUNFT** sind immer mit einer gewissen **UNSCHÄRFE** verbunden.
- Als Zukunftsforscher:in kann man gut begründete **PROGNOSEN** abgeben.
- Die Zukunft ist **OFFEN** und kann durch menschliche Entscheidungen **GESTALTET** werden.



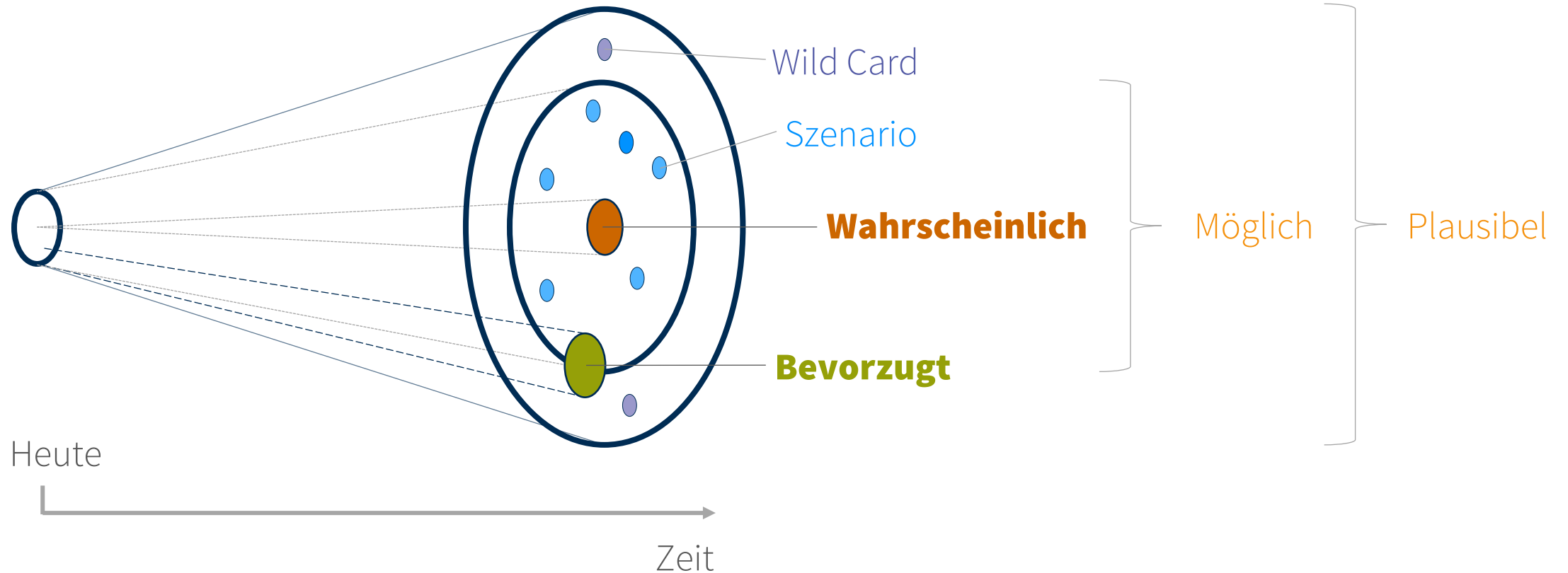
Zukunftsmanagement

Grundlagen



Über welche Zukunft sprechen wir?

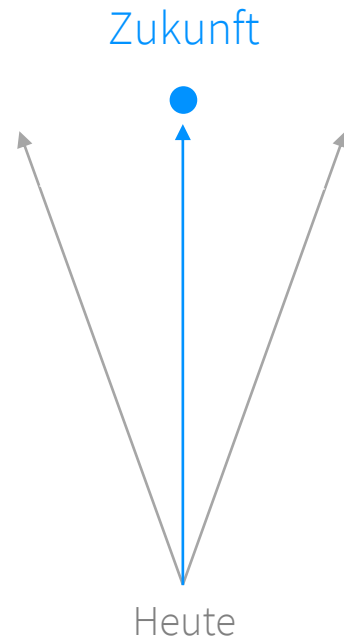
Trichterlogik



Möglichkeiten im Zukunftsmanagement

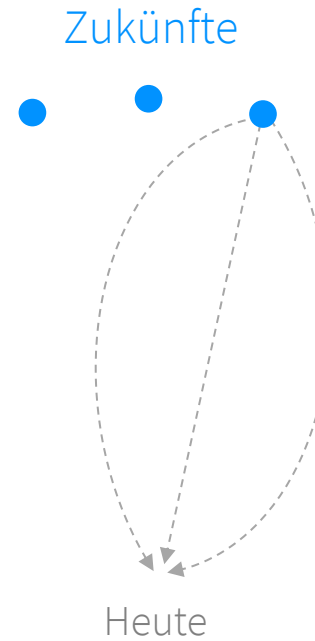
FORECASTING

Projektion der
wahrscheinlichsten Zukunft



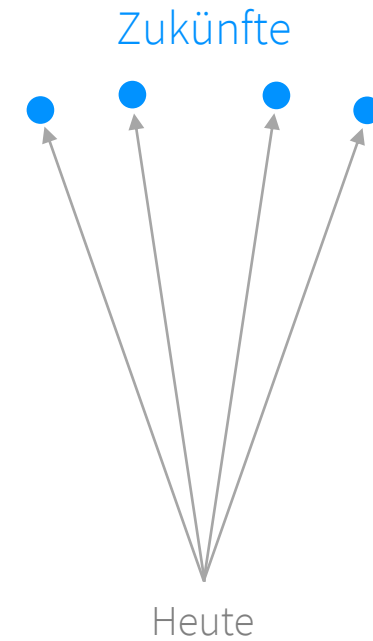
BACKCASTING

Erreichbarkeit der
bevorzugten Zukunft



SZENARIEN

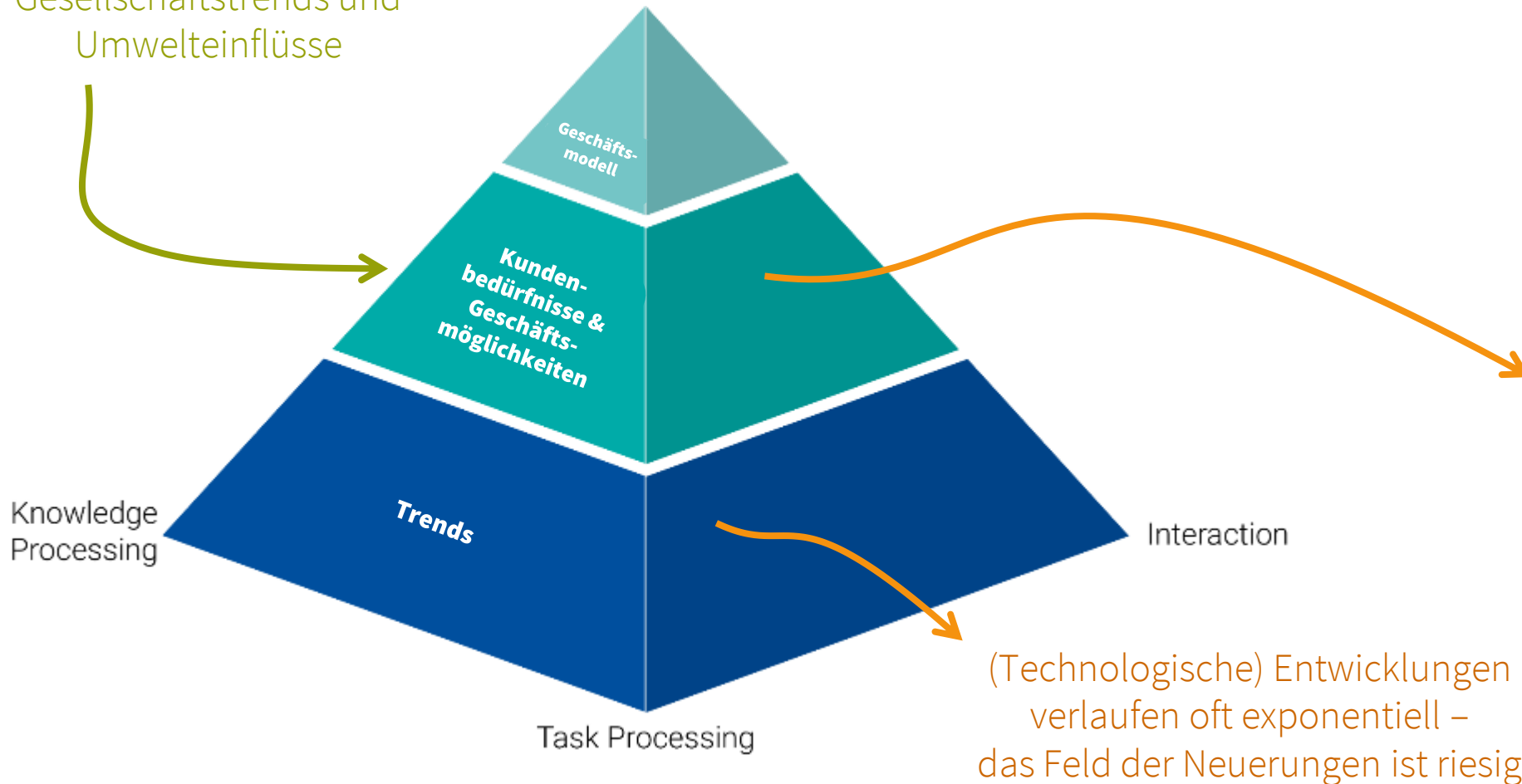
Alternative Zukünfte
erforschen



Zukunftssicheres Geschäftsmodell

Trends und Kundenbedürfnisse als Basis

Gesellschaftstrends und
Umwelteinflüsse



Massenadaptionszeiten
werden immer kürzer
– die Reaktionszeiten
werden immer kürzer

(Technologische) Entwicklungen
verlaufen oft exponentiell –
das Feld der Neuerungen ist riesig

Haben Sie das Gefühl, dass Ihr Unternehmen in der Lage ist, auf Trends und damit einhergehende Veränderungen in einem *angemessen* Zeitrahmen reagieren zu können?

29%



Ja

46%



Nein

25%



Ich weiß es nicht.

Warum ist Ihr Unternehmen nicht in der Lage dazu?

- „[Weil] die interne Aufbauorganisation noch nicht darauf ausgerichtet ist und es eine **Vielzahl von Genehmigungs- und Entscheidungsprozessen** gibt. Zudem ist zu **wenig Budget** für strategische Investitionen vorhanden.“
- „[Weil] **kein strukturierter Prozess** zum Innovationsmanagement besteht.“
- „[Weil] wir so sehr mit **Kostensparmaßnahmen und Projekten** beschäftigt sind.“
- „[Weil] alles der **Erneuerung der IT-Landschaft untergeordnet** ist.“
- „Die Reaktionszeiten sind leider teilweise wegen **knapper Ressourcen** zu lang.“

N = 28

Der Weg in die Zukunft

Marktforschung

- eher sehr kurzfristige Veränderungsprozesse
- bildet die Vergangenheit ab
- Methode: quantitativ

Trendforschung

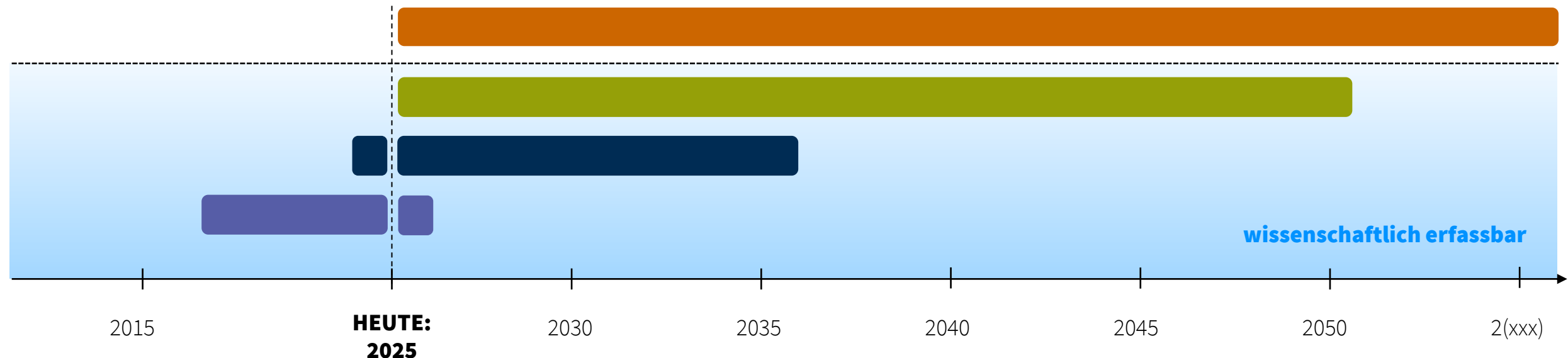
- Wandlungs- bzw. Veränderungsprozess
- Arten von Trends
 - Megatrends
 - Subtrends
 - (Branchen-)Trends
- Zeitraum ca. 5-10 Jahre
- eher der Gegenwart verhaftet
- Methoden: quantitativ und qualitativ

Zukunftsforschung

- Analyse und Prognose von möglichen „langfristigen“ Wandlungsprozessen
- Ableitung von wahrscheinlichen Zukünften
- Zeitraum ca. 10-25 Jahre
- Methoden: eher qualitativ

Vision (Utopie)

- Zukunft der Zukunftsforschung
- Abstrakte Zukunftsbilder mit fiktionalen Zügen
- Zeitraum ca. 50-100 Jahre
- Methoden: spekulativ



A blue road sign stands in a dry, sandy landscape under a cloudy sky. The sign has white text in Mongolian and Russian. Overlaid on the sign is a semi-transparent white box containing the main title in German.

Wie lassen sich Trends als strategischer Kompass nutzen?



Identifizieren

1. Scouting
2. Strukturierung
3. Analyse & Einordnung

Woher kommen die Trends?

[illegible]



INTER & Enzo – Pilotprojekt zur Früherkennung von Leitungswasserschäden

Überblick

- Seit Februar 2025 kooperiert die INTER Allgemeine Versicherung mit dem in der bayerischen Staatskapitalbank am **Leitungswasserschutz** in Wohn- und Servicegebäuden frühzeitig zu erkennen und zu vermeiden.

Weitere Informationen:

- Im Rahmen eines Pilotprojekts werden ausgewählte Kunden der INTER in den intelligenten Sensornetzwerken von Enzo eingebunden.
- Diese Sensoren sind als Hauptwasserempfeiler im Keller installiert und überwachen den Wasserverbrauch rund um die Uhr mittels künstlicher Intelligenz. Bei Erkennung von Leckagen oder ungewöhnlichem Wasserverbrauch erhalten die Kunden sofortige Benachrichtigungen über eine App sowie per E-Mail.
- Ziel der Zusammenarbeit ist es, **Wasserschäden**, die oft unentdeckt bleiben und erhebliche Reparaturkosten verursachen, **frühzeitig zu identifizieren** und somit den Schadenumfang zu minimieren.
- Neben der Identifizierung des Schadens durch intelligente Technik soll ein finanzielles Risiko für den Kunden reduziert werden, auch der mögliche Verlust der Gebäudeversicherung wird dadurch vermindert, da die Schäden durch proaktive Schadensvermeidung einer Minderleistung bei Versicherungsnehmern ausbleiben.

Kunden und weitere Interessierte kontaktieren:
inter@inter-allgemeine-versicherung.de / enzo@inter-allgemeine-versicherung.de

Interne Seite | Nur für autorisierte Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter | Diese E-Mail enthält vertrauliche oder sonstig rechtlich zum Verschwiegenen verpflichtende unternehmerische Informationen. Bitte behandeln Sie diese nur entsprechend unserer Geschäftsbedingungen. Sollten Sie nicht Empfänger dieser Mitteilung sein, bitten wir um Vernichtung und Zerstörung des Dokuments.

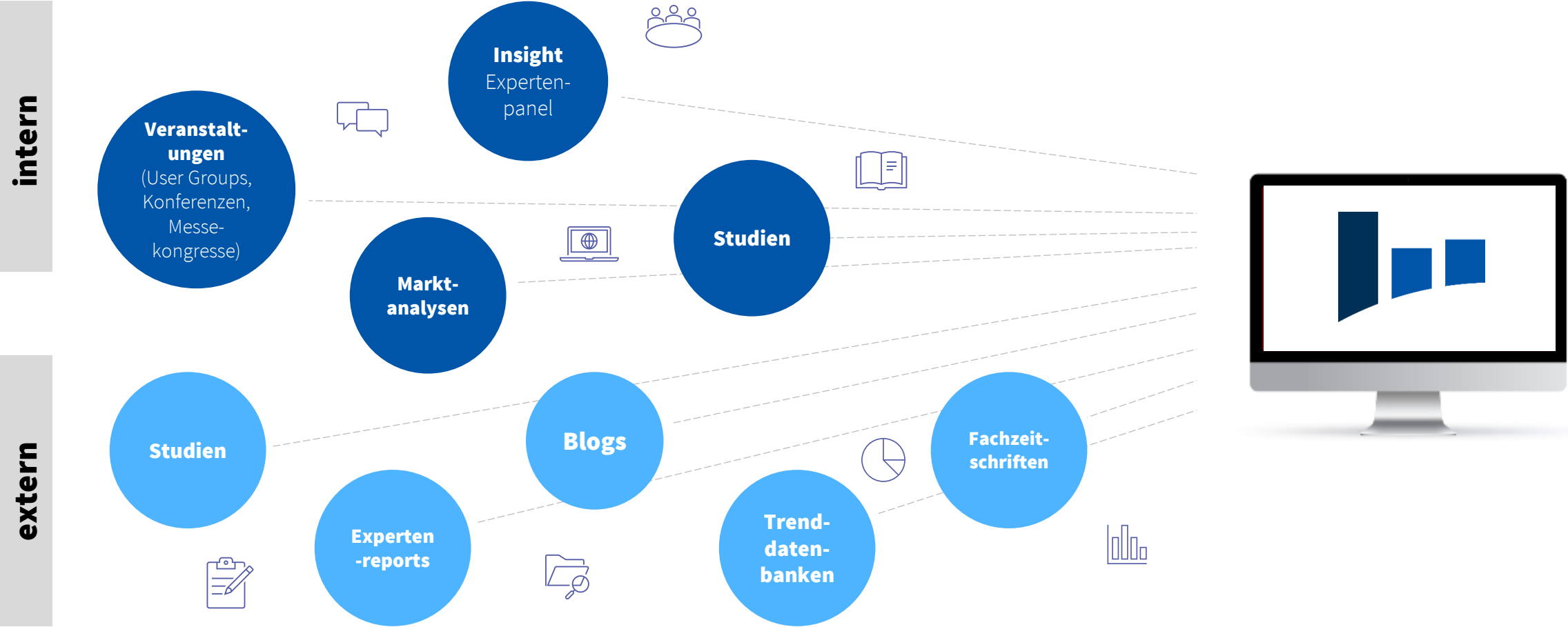
Kooperationen

Wohngebiete

Mehr erfahren

Scouting

Woher kommen die Trends?



Strukturierung

Trendübersicht 2025

MEGATRENDS

SUBTRENDS

GLOBALISIERUNG

Multipolare Weltordnung Migration Friend-Shoring Regionalisierung & Glokalisierung

URBANISIERUNG

Third Places Urban Farming Smart-Cities Mega-Cities Empathic City Bioklimatische Stadtentwicklung

DEMOGRAFIE

Ambient Assisted Living Longevity Intergenerationalität & Ageless Consuming Selbstwirksamkeit & Individualität

MOBILITÄT

Sharing Mobility E-Mobility Autonomes Fahren Mixed Mobility Sustainable Transport

GESUNDHEIT 2.0

E-Health FemTech Healthy Awareness & Aging Integrated Care & Holistic Health Self-Optimization

SICHERHEIT

Cyber Security & Crisis Management Flexicurity Privacy Biometrische Authentifizierung & Digitale Identität Blockchain Ethical Frameworks

GESCHLECHTERROLLEN IM WANDEL

Gender Shift Phasenfamilien Gender Awareness Inklusion Diversität

ARBEITSWELTEN

Coworking Kampf um Talente Gig-Economy & Multigrafie Wissensgesellschaft Start-Up Kollaborationen Work-Life-Blending Quiet Quitting
Zukunftskompetenzen Lifelong Learning Corporate Health

KONNEKTIVITÄT

Big Data & Smart Innovation Industrie 4.0 Predictive Analytics Internet der Dinge Metaversum Embedded Insurance Business Ecosystems 6G

TECHNOLOGISCHE ENTWICKLUNG

KI/ML VR/AR Nanotechnologie Quantum Computing Additive Fertigung (3D/4D) Gentechnologie Brain-Machine-Interface Space Age
Edge & Hyperscale Computing Digital Twins

NACHHALTIGKEIT

Fair Trade Bio-Boom Sharing Economy Klimawandel Social Business Circular Economy Green Tech

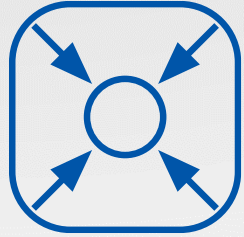
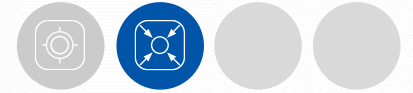
Analyse & Einordnung

Zeithorizont



Weitere Informationen unter

www.versicherungsforen.net

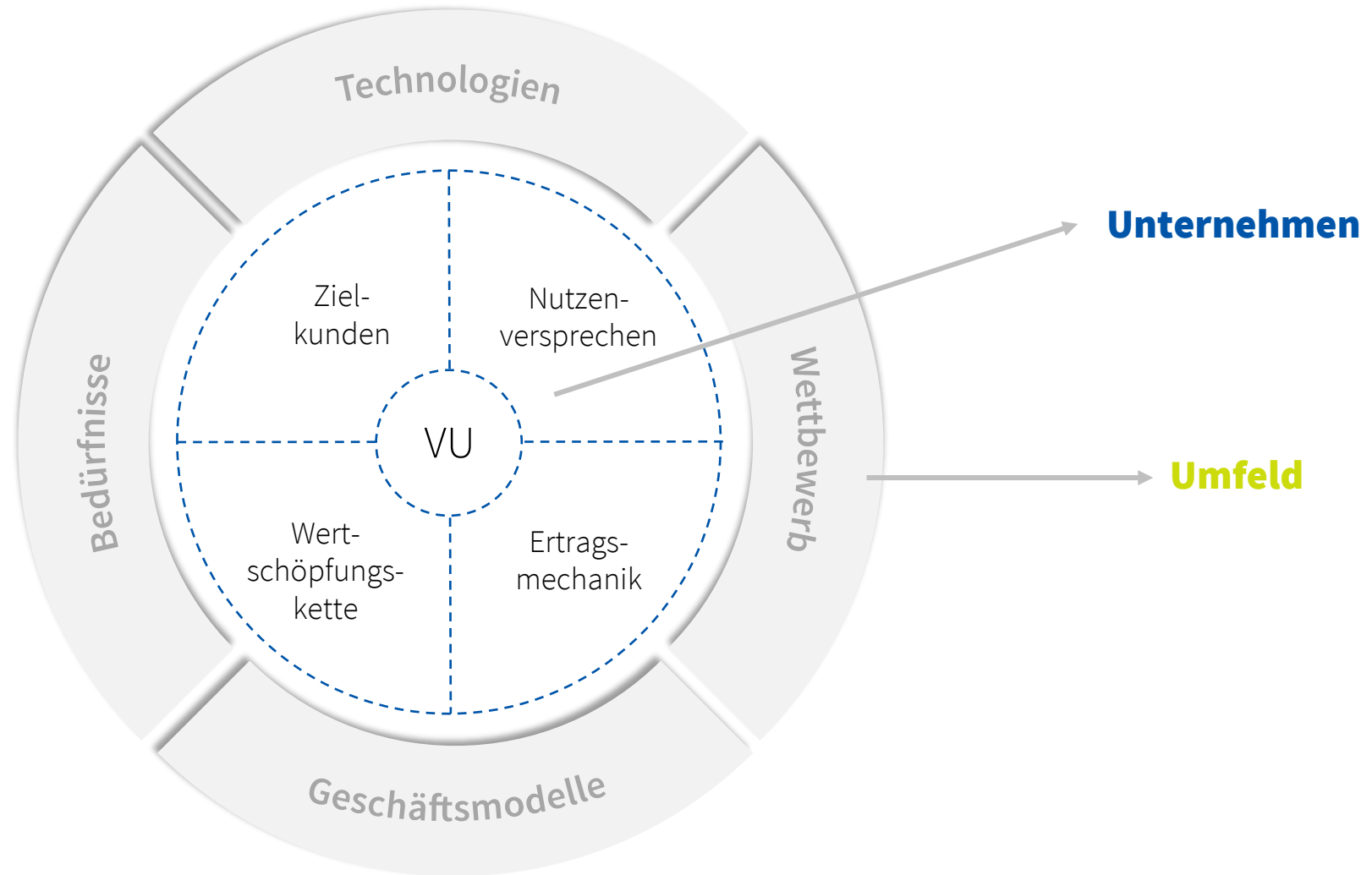


Übersetzen

1. Status quo des Unternehmens
2. Auswirkungen von Trends

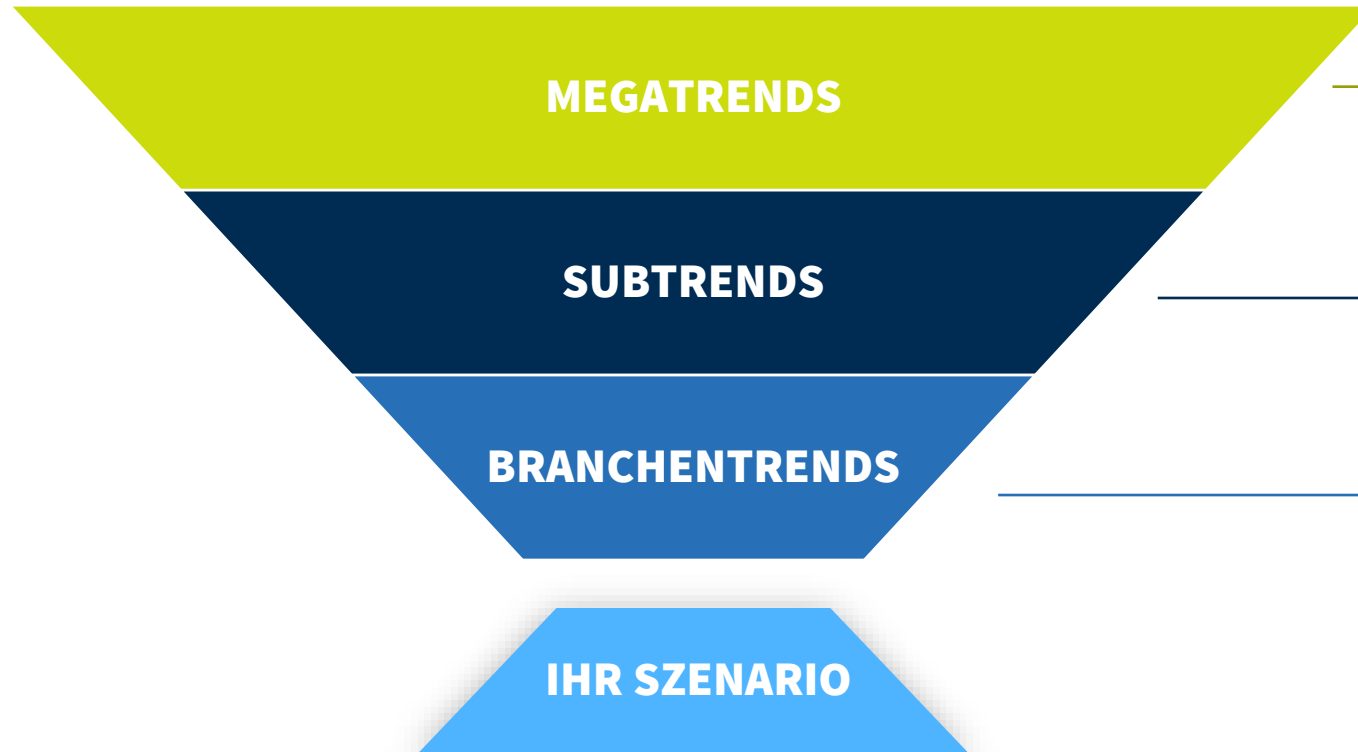
Status quo des Unternehmens

Gegenwartsanalyse



Auswirkungen von Trends

Trends als Kompass für das eigene Szenario



Beispiele:

neue Arbeitswelten • Individualisierung •
Konnektivität • Urbanisierung • Nachhaltigkeit

Beispiele:

Metaversum • Industrie 4.0 •
Internet of Things • Predictive Analytics

Beispiele:

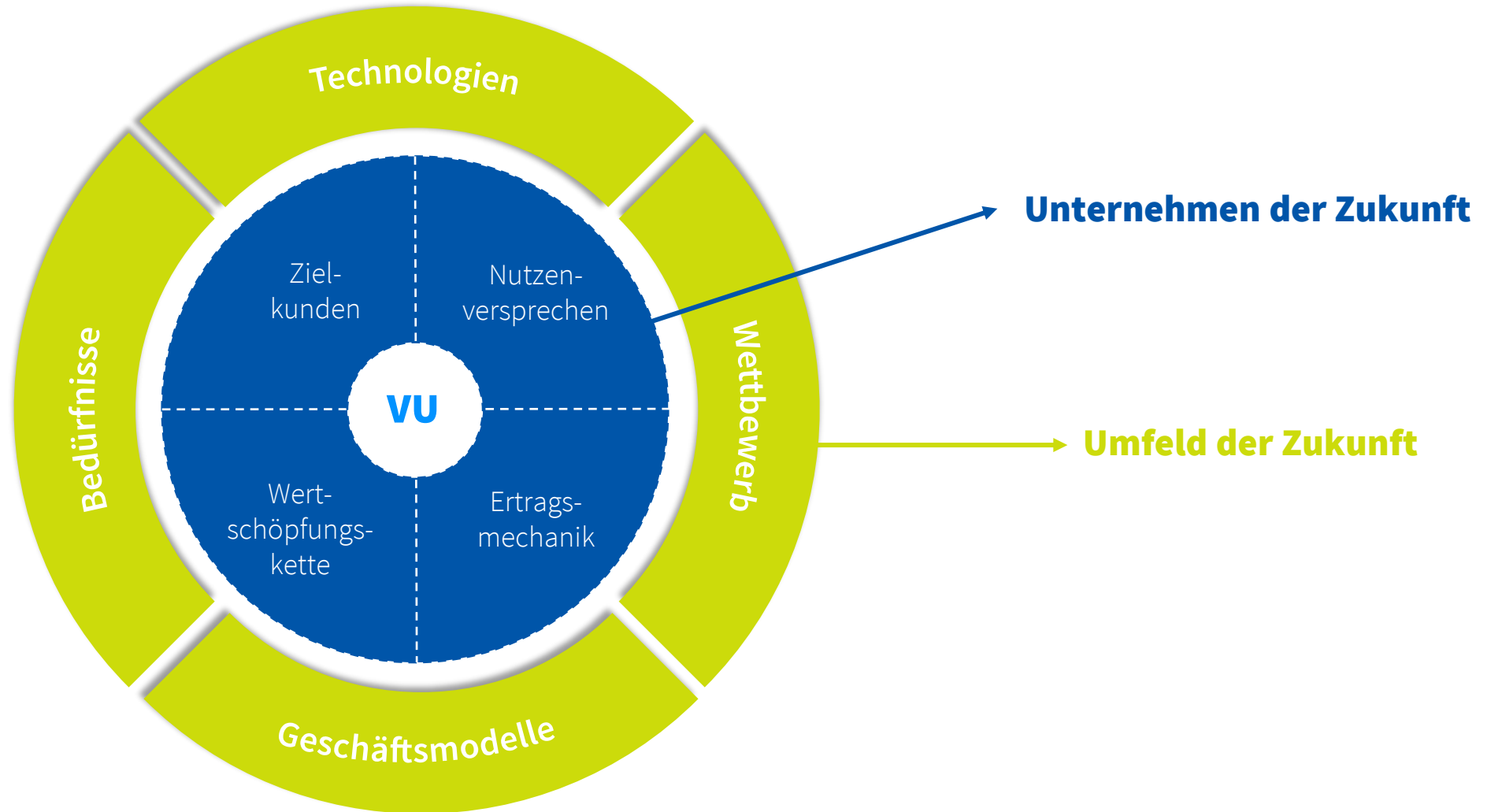
Embedded Insurance • Telematiktarife • Cyberversicherungen

Wechselwirkungen



Auswirkungen von Trends

Zukunftsbild





Gestalten

1. Übergreifende Orientierung
2. Spezifische Zieldefinition
3. Konkrete Maßnahmenentwicklung
4. Ganzheitliche Priorisierung



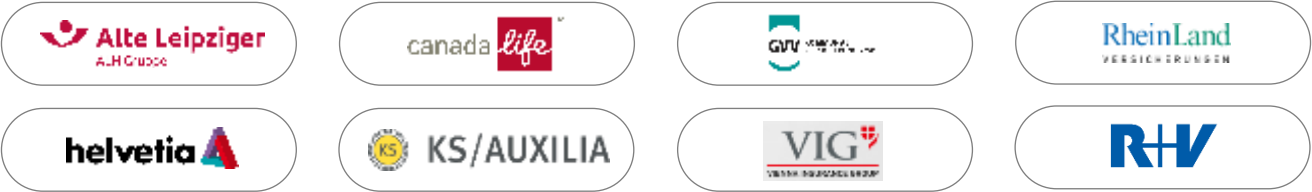
Umsetzen

1. Wahl des Vorgehensmodells
2. Identifizierung & Festlegung der relevanten Informationen
3. Freigabe
4. Vorbereitung & Initialisierung
5. Durchführung
6. Abschluss & Überführung

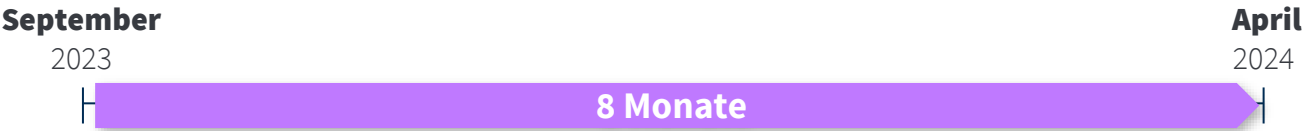
Rückblick: F&E-Initiative „Xplore GenAI @ Insurance“



Unternehmen



Zeitraum



Ergebnisse

16 funktionsfähige und praxisrelevante Prototypen	Bewertung der rechtlichen Rahmenbedingungen	Kompetenz-Map zur Qualifizierung von Mitarbeitern
Roadmap zur Umsetzung im Unternehmen	Strategische Implikationen von GenAI	GenAI-Feature-Map für 246 gesammelte Use- Cases

Initiatoren

 **Versicherungsforen Leipzig**

- Fachliche Begleitung
- Use-Case Bewertung

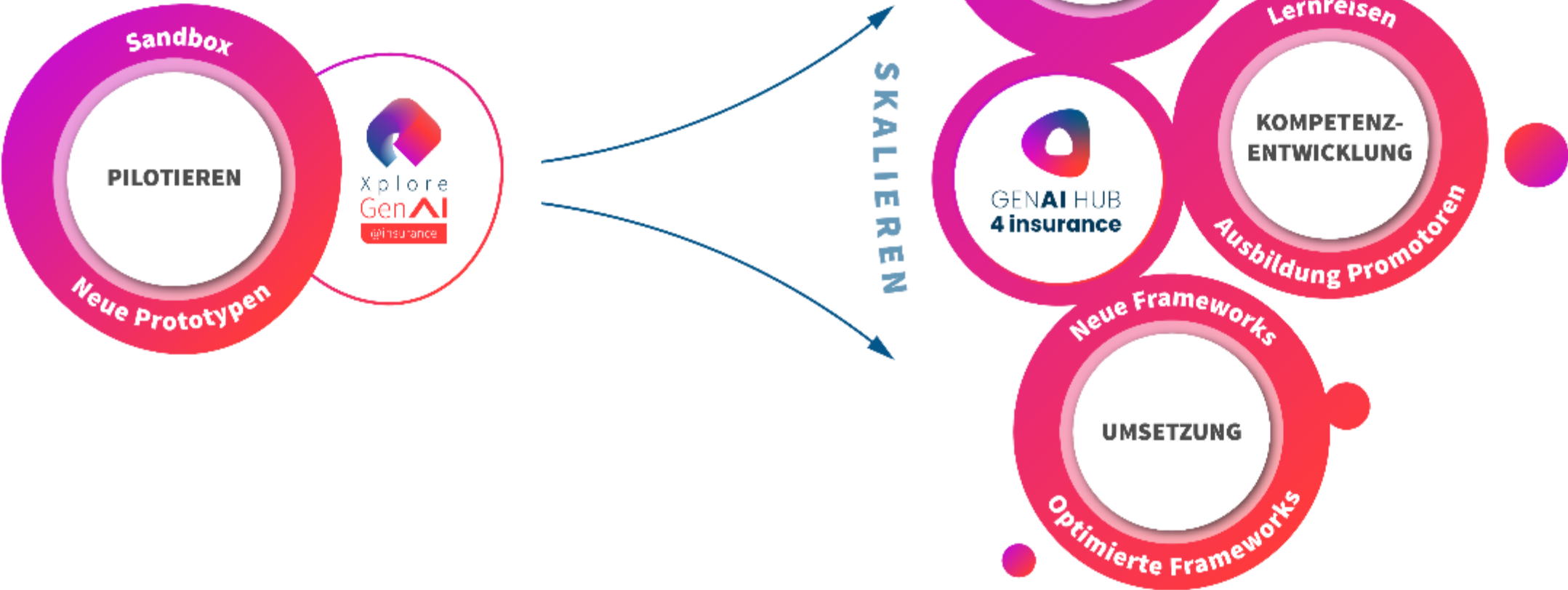


- Methodisches Vorgehen
- Workshopmoderation



- Technische Infrastruktur
- Prototyping Use-Cases

GenAI-Hub 4 Insurance





Vorgehen zur Integration von GenAI im VU



1. Umsetzung erster Use Cases

2. GenAI-Strategie formulieren

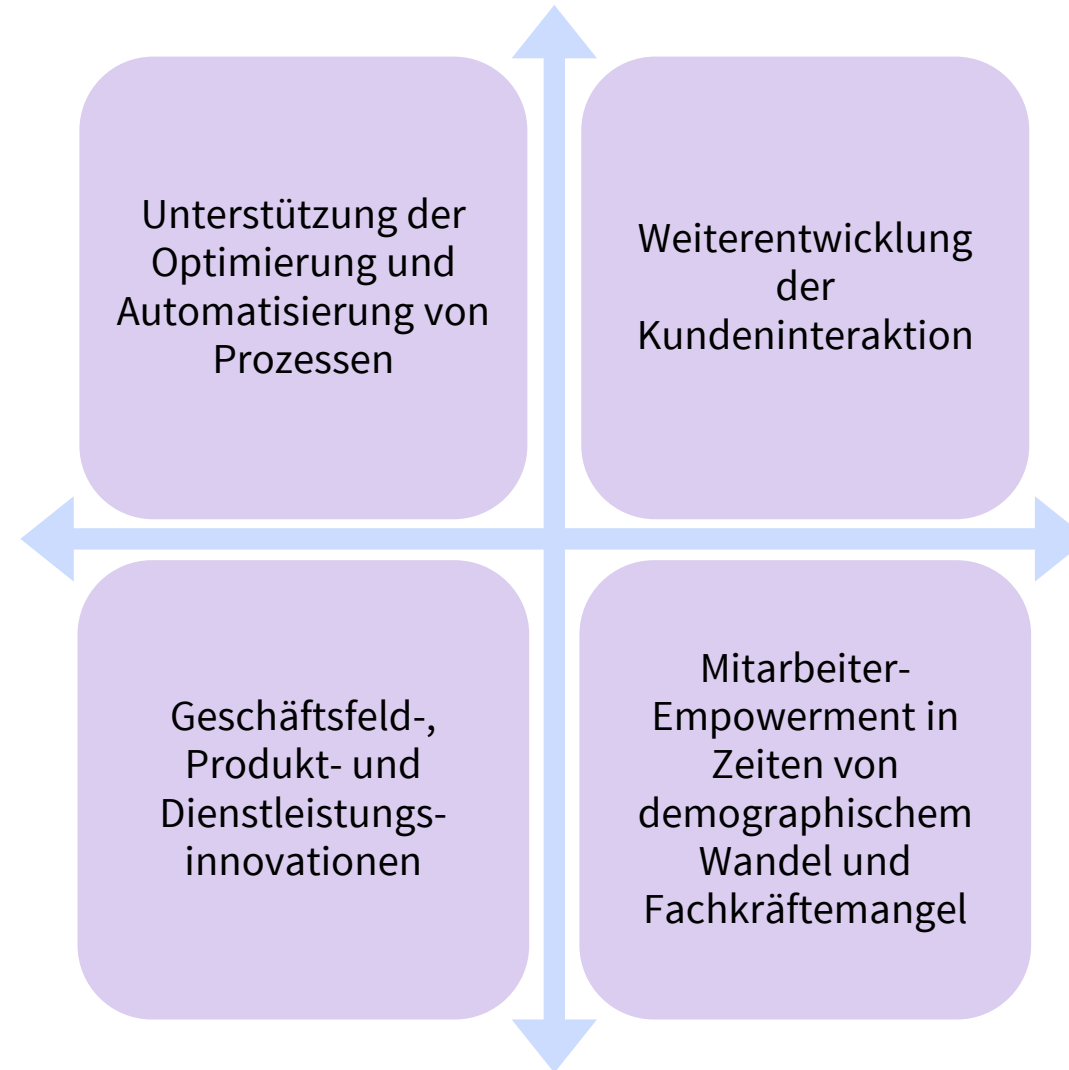
3. Aufbau einer GenAI-Organisation

4. Technische Rahmenbedingungen schaffen

5. Umsetzungs-Roadmap festlegen

PARALLELE
KOORDINATION

Festlegung der Zielrichtung des GenAI-Einsatzes im Unternehmen



Drei Arten von GenAI-Tools



1

KI IM ALLTAG

- Großflächiger Rollout
- Verbessern Sie die Produktivität, indem Sie den Mitarbeitern helfen, ihre aktuellen Aufgaben besser zu erledigen
- Mitarbeiter nutzen bestehende KI-Lösung, z.B. im Tagesgeschäft

2

MASSGESCHNEIDERTE KI

- Spezifische genAI-Anwendungsfallvorschläge für Geschäftsfunktionen
- Passiver Zugang, geführte Spezifikation und Implementierung

3

STRATEGISCHE KI

- GenAI-Anwendungsfälle mit besonders hohem Mehrwert
- Proaktiver Einstieg, Zusammenarbeit mit anderen Abteilungen

Zeit bis zur Wertschöpfung

Spezifische KI-Plattform im Rechtsbereich



Pilotprojekt der **Universität Bielefeld** und **juris GmbH** bringt Künstliche Intelligenz in die juristische Lehre



Ab Juli 2025 startet an der Fakultät für Rechtswissenschaft der Universität Bielefeld ein deutschlandweit einzigartiges Pilotprojekt: Studierende dürfen im Rahmen ihrer Hausarbeit im Familienrecht erstmals **ein auf Künstliche Intelligenz gestütztes Recherchetool des juristischen Informationssystems juris GmbH** nutzen. Ziel ist es, den Einsatz künstlicher Intelligenz unter wissenschaftlich kontrollierten Bedingungen in der juristischen Ausbildung zu erproben.

Agentensysteme im Kundenservice



COGNIGY

ERGO

Plattform Funktionen



AI Agent Manager

Low-Code Customer Service
Automatisierung

EN



Agentic AI

Autonome KI-Agenten auf Basis
generativer KI

EN



Voice Gateway

Voice Connectivity für jedes Contact
Center System

EN



Generative AI

LLMs für bessere Customer
Experiences

EN



Knowledge AI

KI-basierte semantische Suche und
Wissensmanagement

EN



NLU

Marktführende KI für 100+
Sprachen

EN



Multimodal CX

Cross-Channel Kundenerlebnisse
mit xApps

EN



Agent Copilot

Agent Assist Lösung für Enterprise
Contact Center



Live Chat

KI-gestützter Workspace für
Mitarbeitende

EN



Insights

Omnichannel Reporting und
Analytics Suite

EN

Domcura – Schadenassistent „KIM“



Wichtigste Informationen

- Der Kieler Assekuradeur Domcura erhält für die Lösung „KIM“ den Innovationspreis der Assekuranz für KI-gestützte Schadenbearbeitung.
- Mit KIM werden die Wartezeiten bei der Schadenbearbeitung verkürzt und die Mitarbeitenden entlastet. Diese tragen durch den Fachkräftemangel bereits eine hohe Arbeitsbelastung, wodurch sich die Bearbeitung von Schadenfällen verzögert.

Quellen und weiterführende Informationen:

<https://www.cash-online.de/a/domcura-startet-ki-mitarbeiter-kim-686803/>

<https://www.pfefferminzia.de/zuhaus/neuer-kollege-namens-kim-kuenstliche-intelligenz-soll-bei-domcura-schaeden-bearbeiten/>

<https://versicherungsmonitor.de/2024/09/17/ki-bot-kim-bearbeitet-leitungswasserschaden>

KI in der Wohngebäudeversicherung: „Wir sprechen hier von einem ganz, ganz großen Schritt“ | procontra

<https://www.domcura.de/news/detail/innovationspreis-der-assekuranz>

SIGNAL IDUNA – Chatbot und Wissensplattform



Wichtigste Informationen

- Im März 2024 hat die Signal Iduna bekannt gegeben, an zwei konkreten GenAI-bezogenen Use Cases zu arbeiten, die seitdem in Arbeit sind.
- Zum einen handelt es sich um einen Chatbot für die Mitarbeitenden, mit dem diese „auf das Weltwissen“ zugreifen können und das im Umgang mit GenAI schulen und Ängste abbauen soll.
- Zum anderen ist ein interner Wissensassistent für die Krankenversicherung aktuell in der Testphase.
- Ziel ist es auch, dem Fachkräftemangel entgegenzuwirken und Rückstände aufzuholen.

Quellen und weiterführende Informationen:

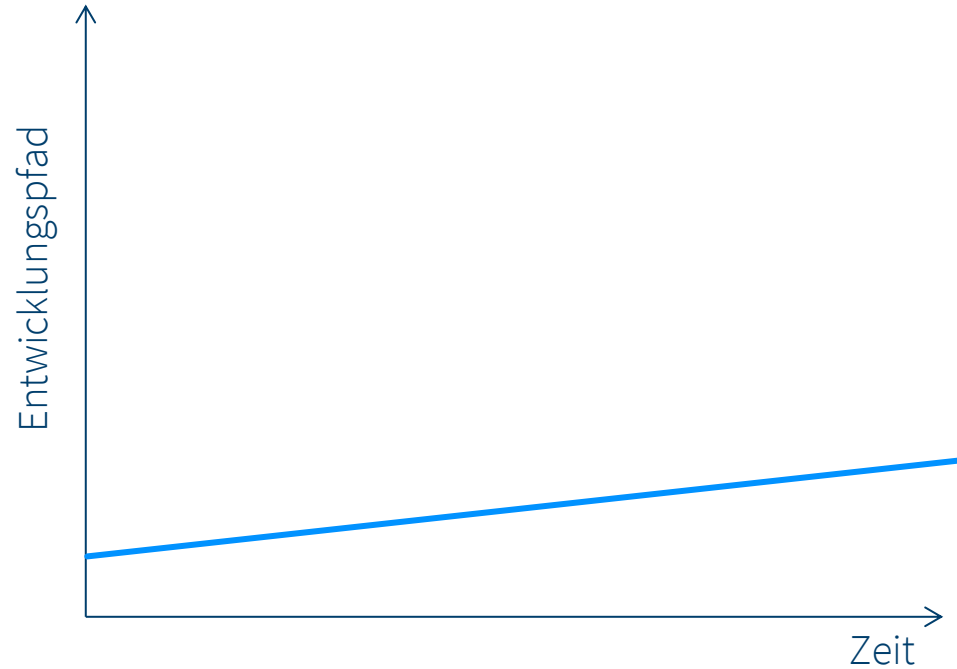
<https://www.pfefferminzia.de/branche/kv-wissensassistent-wie-sich-signal-iduna-intern-mit-kuenstlicher-intelligenz-befasst/> /

Signal Iduna: Dank besserer KI mehr Zeit für Kundenanliegen | DAS INVESTMENT

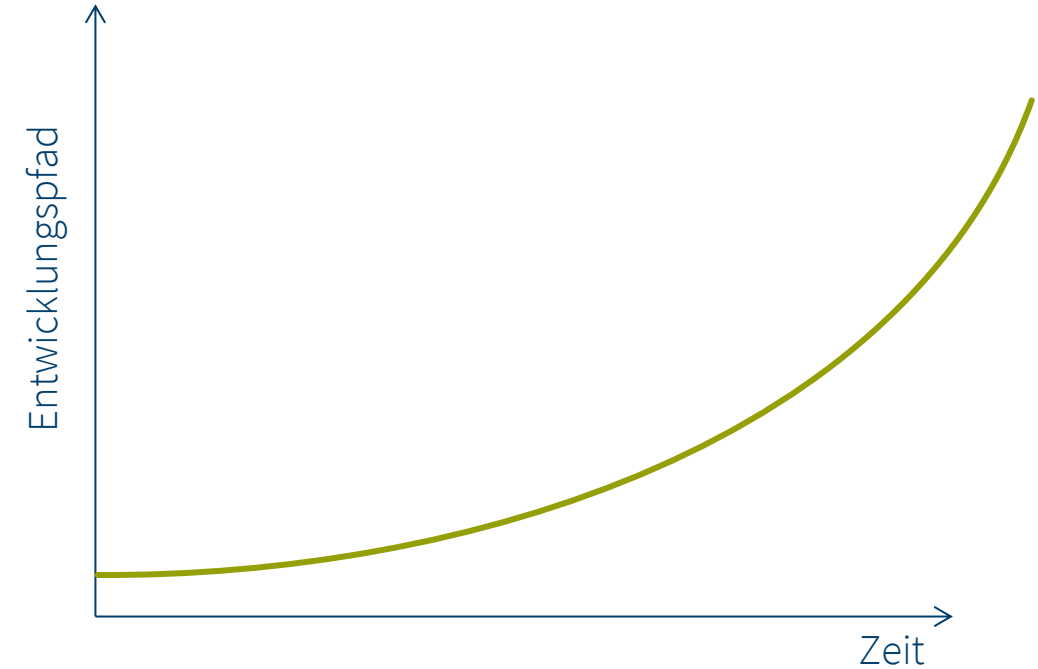
Bildquellen: <https://www.signal-iduna.de/>

Change als Erfolgsfaktor

Fixed Mindset vs. Growth Mindset



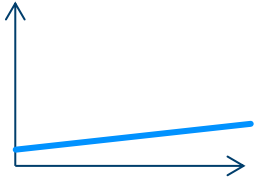
Fixed Mindset



Growth Mindset

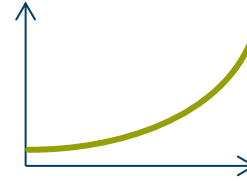
Change als Erfolgsfaktor

Fixed Mindset vs. Growth Mindset



- vermeidet Fehler
- ist bestrebt, intelligent zu wirken/ sich beweisen müssen
- meidet Herausforderungen
- hält sich an sein bestehendes Wissen
- Feedback und Kritik wird persönlich aufgefasst
- wenig Interesse an Veränderungen

Ergebnis: Man bleibt unter seinen Möglichkeiten!



- ständiger Lernwille
- scheut Unsicherheiten nicht
- sucht Herausforderungen
- keine Angst vor dem Scheitern
- Wissen und Fähigkeiten können gesteigert werden
- Kritik und Feedback als Aufforderung zur Verbesserung

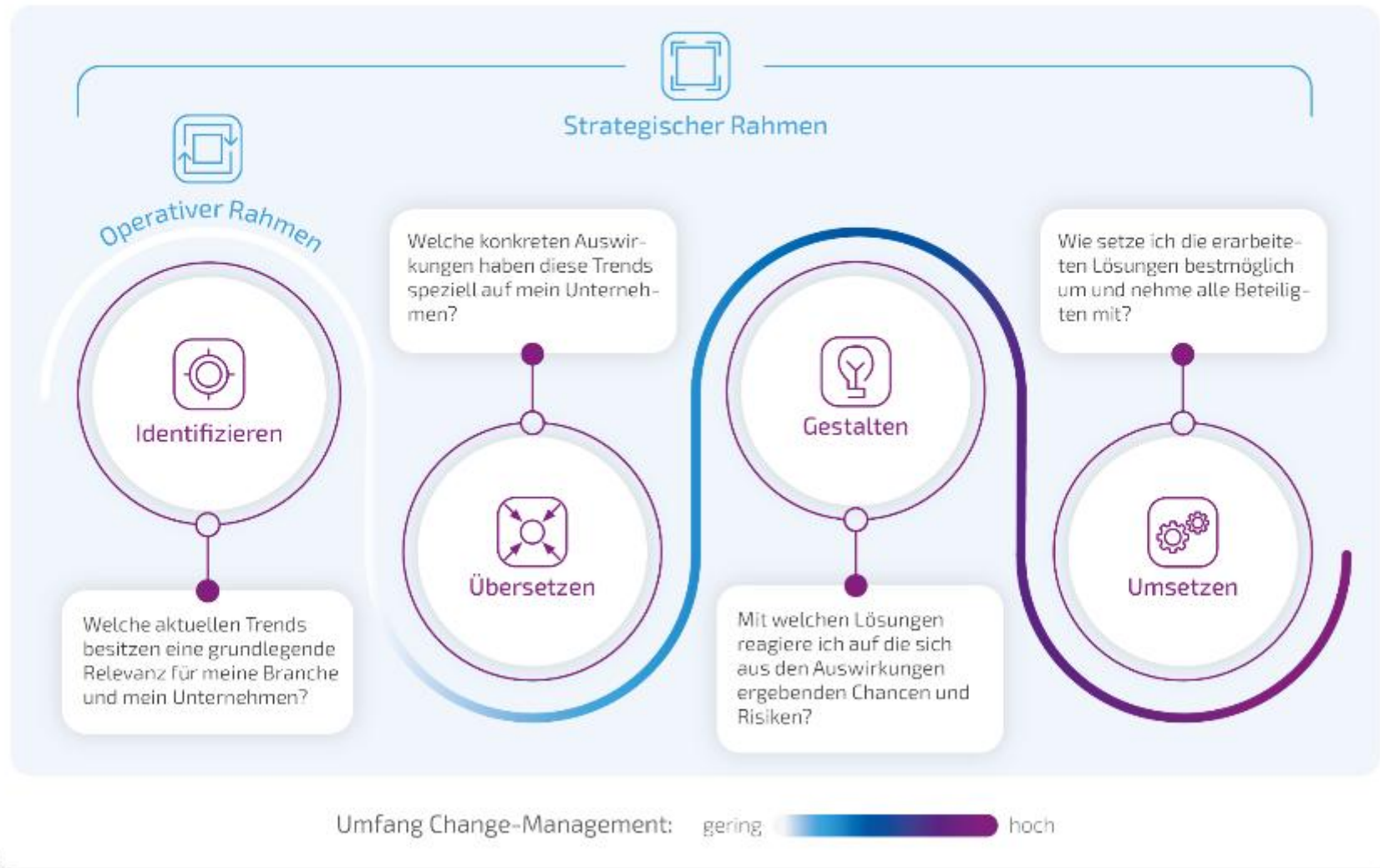
Ergebnis: Man lebt sein Potenzial und erweitert es!

Der Weg in die Zukunft

braucht Methode und ein Growth Mindset



Das Leipziger Zukunftsmodell





Sina Plietzsch

Head of Innovation & New Business

+49 341 98988-245

Sina.Plietzsch@versicherungsforen.net



Kai Wedekind

Leiter Kunden-, Prozess- und Qualitätsmanagement

+49172 369 89 67

Kai.Wedekind@versicherungsforen.net

Versicherungsforen Leipzig GmbH – ein Unternehmen der LF Gruppe

Hainstraße 16 | 04109 Leipzig | www.versicherungsforen.net