20.06.2016 08:30 CEST

Zurich setzt auf Design Thinking

Bonn, 20. Juli 2016: Kundenorientierter, schneller und effizienter will die Zurich Gruppe Deutschland im Zeitalter der Digitalisierung Prozesse und Produkte entwickeln. Dafür setzt der Versicherer künftig auf die Design Thinking Methodik. Umgesetzt wird dies bei Zurich in sechs so genannten „Champion Teams“ mit den Themenschwerpunkten: „Generation Y“, „Motor“, „Non-Motor“, „Protection“ (Biometrie-Produkte und -Services), „Savings“ (Spar- und Rentenversicherungsprodukte und -services) sowie „kleine und mittelgroße Unternehmen“(KMU).

Das Ziel der Champion Teams ist es, Kundenbedarfe in so genannten Design Labs schneller zu erkennen und zügig in geeignete Prozesse und marktfähige Produkte und Services zu übersetzen. „Mit Design Thinking nutzen wir die

Möglichkeit, kreative Ideen zunächst relativ schnell im Kleinen zu testen und dann bei entsprechendem Erfolg in den Markt auszurollen“, erläutert Marcus Nagel, Vorstandsvorsitzender der Zurich Gruppe Deutschland. „Mit diesem ‚rapid prototyping‘ wollen wir beispielsweise die Zeit von Produktneuentwicklungen von bislang neun bis zwölf Monaten auf wenige Wochen bis Monate reduzieren. Damit wird es uns möglich, schneller auf die sich wandelnden Kundebedürfnisse zu antworten. Unsere sechs Champion Teams nehmen eine zentrale strategische Rolle ein. Sie sind unsere Antwort auf die Arbeitsweise in FinTechs und Startups“, so Nagel.

Agiles Arbeiten als Innovationstreiber

In den Champion Teams arbeiten jeweils 10-15 Mitarbeitende bereichsübergreifend, interdisziplinär und über Hierarchien hinweg zusammen. Dazu wurde bei Zurich auch ein spezielles Arbeitsumfeld geschaffen, welches den räumlichen Anforderungen dieser kreativen Arbeitsmethodik Rechnung trägt und sie begünstigt. In den Champion Teams werden verschiedene Fähigkeiten und breites Wissen entlang der gesamten Wertschöpfungskette ausgetauscht. Durch die in den Teams gelebte agile Arbeitsweise können die Kolleginnen und Kollegen ihre Tätigkeiten flexibler, effizienter und transparenter gestalten und umsetzen. „Bei agilem Arbeiten geht es in erster Linie um die Agilität im Kopf. Neue Themen sollen konsequenter aus der Kundenperspektive gedacht werden – stets unter der präsenten Idee , Warum eigentlich nicht?!‘“, so Nagel. „Darüber hinaus geht es auch darum, bestehende Strukturen im Unternehmen aufzubrechen und Raum für neue Ideen und agiles Arbeiten zu schaffen. Viele Ideen sind ja schon da, aber zu oft fehlt der Mut zur Umsetzung.“ Die Ergebnisse aus diesen Design Labs sollen dort aber nicht völlig isoliert betrachtet, sondern dann wieder in die vorhandenen Strukturen gespiegelt werden. Dabei lebt das System vom schnellen und funktionsübergreifenden Austausch.

Design Thinking ist Teil der Unternehmensstrategie

Bereits im April stellte Marcus Nagel den Einsatz von Design Thinking im Rahmen der Präsentation des Strategieprogramms „z e1ns“ in Aussicht: „Das ‚z‘ in ‚z e1ns‘ steht für ‚Zukunft‘. Denn unser Ziel ist es, im Rahmen unserer Strategie die Voraussetzungen dafür zu schaffen, Zurich als einen der Top-5-Player im deutschen Markt zu etablieren. Unser Plan sieht unter anderem vor, dass wir die Komplexität und Kostenbasis im Unternehmen spürbar reduzieren. Wir wollen unsere Ertragskraft stärken, Effizienzen heben und

Innovationen im Sinne einer konsequenten Kundenorientierung vorantreiben. So werden Produkte und Services durch ‚agiles Arbeiten' und ‚Design Thinking' deutlich schneller entwickelt und marktfähig gemacht."

Design Thinking Methodik

In den meisten Unternehmen wird üblicherweise sequentiell gearbeitet. Das bedeutet, dass über einen längeren Zeitraum zuerst analysiert, dann konzipiert und anschließend umgesetzt wird. Meist sind dann verschiedene Verantwortlichkeiten und Kompetenzen hintereinander geschaltet. Da kann es passieren, dass erst in einem späten Stadium ein Fehler identifiziert wird und man wieder von ganz vorne beginnen muss. Dabei verlieren Unternehmen Zeit und Geld. Design Thinking ist hingegen durch agiles Arbeiten geprägt. Dabei werden die Teams in iterativen Schleifen durch sechs Phasen (verstehen, beobachten, Sichtweise erarbeiten, Ideen entwickeln, Prototypen herstellen, testen) geführt. Diese Phasen werden in kurzen Zyklen solange wiederholt, bis eine Idee schließlich zu einem Ziel führt.

Die Zurich Gruppe in Deutschland gehört zur weltweit tätigen Zurich Insurance Group. Mit Beitragseinnahmen (2015) von über 6,9 Milliarden EUR, Kapitalanlagen von mehr als 47 Milliarden EUR und rund 5.200 Mitarbeitern zählt Zurich zu den führenden Versicherungen im Schaden- und Lebensversicherungsgeschäft in Deutschland. Sie bietet innovative und erstklassige Lösungen zu Versicherungen, Vorsorge und Risikomanagement aus einer Hand. Individuelle Kundenorientierung und hohe Beratungsqualität stehen dabei an erster Stelle.

Kontaktpersonen

Zurich Gruppe Deutschland
Pressekontakt
Unternehmenskommunikation
Kontakt für Journalisten
media@zurich.de
+49 (0)221 7715 8000

Bernd O. Engelien
Pressekontakt
Pressesprecher / Bereichsleitung
Politik & Unternehmenskommunikation
bernd.engelien@zurich.com
(0172) 8103858
+49 (0)172 810 38 58