



BASLER VERSICHERUNGEN

BWL | IAP 15 B | Mein Marketing Betrieb

Inhaltsverzeichnis

Dokumentmanagement	2
Management Summary	3
Mein Vorgehen	4
Zwischenziele	4
Ausgangslage des Betriebs	5
Aufbau des Marketings	5
Persönliche Einschätzung	6
Definition der Zielgruppe	6
Beschreibung Bindeglieder	7
Generalversammlung	7
Open X-Day	7
Baloise Digitale Pfadfinder	7
Ein Bindeglied im Detail – Baloise Digitale Pfadfinder	8
Reflexion	9
Quellen	9
Text	9
Bilder	9

DOKUMENTMANAGEMENT

Nr.	Beschreibung	Datum
1	Erstellung Dokument, Planung und Ausgangslage in Stichworten	17.04.2018
2	Kapitel Zielgruppen und Beschreibung Bindeglieder in Stichworten	20.04.2018
3	Ausformulierung des bisherigen Texts	24.04.2018
4	Kapitel Detail Bindeglieder hinzugefügt	27.04.2018
5	Reflexion und Quellenangaben hinzugefügt	17.05.2018
6	Ausformulierung und Formatierung Text	18.05.2018

MANAGEMENT SUMMARY

Diese Arbeit befasst sich mit dem Marketing in der Basler Versicherung und soll anhand von Erklärungen und Bildern die wichtigsten Elemente und Prozesse verständlich erklären.

Anfangs wird kurz auf das Vorgehen und die ursprünglichen Pläne beim Erarbeiten dieses Dokuments eingegangen. Anschliessend wird das Unternehmen an sich kurz vorgestellt und die vier Marketingbereiche präsentiert. Mit ihren Unterbereichen und den jeweils zugewiesenen Aufgaben bilden sie einen soliden Grundstein für das Marketing in der Basler Versicherung als Gesamtes.

Um diese Aufteilung in vier Bereiche nachvollziehen zu können, werden anhand der verschiedenen Produkte und Angebote die Zielgruppen des Unternehmens erläutert. Die Basler Versicherungen zeichnet sich dadurch aus, dass sie immer versucht, am Ball der Zeit zu bleiben. Das äussert sich beispielsweise in verschiedenen Angeboten für Kunden unter 30 Jahren, einem Versicherungspaket gegen CyberAngriffe und einem Online-Portal, in dem man schnell und gemütlich Versicherungen abschliessen kann. Neben diesen Spezialpaketen bietet das Unternehmen auch klassische Pakete für Mobilität, Wohnen und Vorsorge an, von denen die meisten wiederum stark auf den Versicherungsnehmer individualisiert werden können. Solch ein voluminöses Angebot drängt nach einer durchdachten Strategie, welche die Basler Versicherungen mithilfe ihrer Bindeglieder erforschen, erweitern und optimieren kann.

Zu den wichtigsten Bindegliedern zählen der halb-interne Open X-Day, die alljährliche Generalversammlung und die noch junge Gruppe von engagierten Mitarbeitern, den Digitalen Pfadfindern. Deren Ursprung, Zweck und Motto werden noch etwas genauer beschrieben, um einen tieferen Einblick in ein solches Bindeglied zu erhalten.

MEIN VORGEHEN

Die benötigten Informationen für diesen Auftrag kann ich mir zu einem guten Teil aus dem Intranet der Firma heraussuchen, da meine Firma solche Angelegenheiten sehr gut kommuniziert und auch erwartet, dass Marketing ein Teil unserer Arbeitskultur ist. Zusätzlich habe ich allerdings einen Termin mit einem internen Marketingspezialisten bekommen und werde dafür einige Fragen vorbereiten. Ausserdem findet am Freitag, 27. April die GV der Baloise statt, an der ich viele Möglichkeiten haben werde, mehr Informationen zu sammeln und das Marketing selber zu erleben.

ZWISCHENZIELE

Um diesen Auftrag in der vorgesehenen Zeit zu erfüllen, habe ich mir die unten aufgelistete Zwischenziele und Termine gesetzt. Sie sollen mir helfen, meinen eigenen Fortschritt zu kontrollieren und am Ball zu bleiben.

Datum	Ziel	Erreicht
17.04.2018	Planung und Ausgangslage mind. in Stichworten formuliert.	Ja
20.04.2018	Meeting mit internem Marketingspezialisten	Nein
24.04.2018	Alle benötigten Informationen zusammengetragen, mind. in Stichworten formuliert.	Ja
27.08.2018	GV Baloise - Gute Möglichkeit, um zusätzliche Informationen zu sammeln.	Ja
01.05.2018 (frei)	Kapitel 4-7 in definitiver Form geschrieben	Nein
08.05.2018	Restliche Kapitel in definitiver Form geschrieben	Nein

AUSGANGSLAGE DES BETRIEBS

Die Basler Versicherung ist Teil der Baloise Holding AG und gilt als die grösste Geschäftseinheit des Unternehmens. Ihren Anfang fand die Versicherung im Jahr 1863 als Basel Versicherungsgesellschaft gegen Feuerschaden und erweiterte im darauffolgenden Jahr ihr Angebot mit Lebens- und Transportversicherungen. Neben den Versicherungsdienstleistungen werden auch Finanzdienstleistungen durch die Baloise Bank SoBa angeboten.

Die Baloise Holding AG besitzt Tochtergesellschaften in Deutschland, Belgien und Luxembourg und beschäftigt insgesamt rund 7400 Mitarbeiter, wovon ca. 1800 bei der Basler Versicherung in der Schweiz arbeiten.

AUFBAU DES MARKETINGS

Das Marketing in der Basler Versicherung ist in folgende vier Oberbereiche und deren Unterbereiche aufgeteilt:

Aussendienst

Nordwestschweiz und Mittelland
Tessin und Romandie
Zürich, Ost- und Zentralschweiz

Alternative Vertriebskanäle

Online-Vertrieb
Beratungszentrum Baloise
Baloisedirectline
Partnermanagement

Marklerkanal

Broker Service Center
Broker Competence
Account Management

Marketing und Sales Management

Kundenmanagement und Vertrieb
Marketing Kommunikation
Vertriebssteuerung
Marktforschung und -entwicklung
Projektsupport

Trotz ihrer thematischen Unterscheidung arbeiten diese vier Bereiche natürlich miteinander. Durch gute Kommunikation und vielseitigem Input können so gemeinsame Projekte und der erfolgreiche Vertrieb von Produkten gefördert werden.

Auf dem Markt besitzt die Basler Versicherungen 8.4% des Anteils an Versicherungen im Bereich Leben und 6.7% des Anteils an im Bereich Nichtleben. Der jährliche Umsatz beträgt ca. 4 Mrd. Schweizer Franken.

PERSÖNLICHE EINSCHÄTZUNG

Rein von den Zahlen, die an der Generalversammlung der Baloise veröffentlicht wurden, scheint es der Basler Versicherung von Jahr zu Jahr besser zu gehen. Sie versucht auch immer mehr, junge Kunden anzuziehen und am Ball der Digitalisierung zu bleiben. Allerdings muss ich sagen, dass ich zum Beispiel rein werbetechnisch die Basler Versicherung bisher nicht wirklich wahrgenommen habe.

DEFINITION DER ZIELGRUPPE

Durch ihr breites Angebot von verschiedensten Versicherungspaketen wirbt die Basler Versicherung eine breite Zielgruppe von zu Versicherten an. Dabei versucht das Unternehmen immer aktuell zu bleiben und bietet beispielsweise neuerdings Cyberversicherungspakete oder den Versicherungsabschluss online auf der Webseite an. Damit und mit der Haushaltsversicherung "YounGo" für Kunden unter 30 Jahren möchte die Basler Versicherung vor allem neue junge Kunden ansprechen.

Alle Angebote bietet das Unternehmen in klassischen Versicherungspaketen an, die in folgende Kategorien eingeteilt werden können und jeweils für bestimmte Zielgruppen gedacht sind:

Mobilität (Auto/Motorrad Haftpflicht, Kasko, Reiseversicherungen)

Beinhaltet einfache und übersichtliche Angebote, die wie ein Baukasten zusammengesetzt werden können. Diese sind schnell und leicht zu erwerben und daher perfekt für junge Kunden, die sich schnell in dem Online-Portal zurechtfinden.

Wohnen (Hausrat, Haftpflicht, Wertsachen, Rechtsschutz)

Beinhaltet stark auf den Privatkunden abgestimmte Angebote, welche auf den Versicherungsnehmer zugeschnitten sind. Auch Unternehmenskunden erhalten individuelle Angebote und Versicherungspakete, die aus unterschiedlichen Leistungen kombiniert wurden. Diese Angebote werden hauptsächlich mit einem Berater zusammen erarbeitet.

Sicherheit (Shopping-Sicherheit, Cyber-Versicherung, Prävention)

Beinhaltet sogenannte Sicherheitsbausteine, die aus dem Verkauf von Sicherheits-Artikeln und informativer Prävention bestehen. Diese richten sich auf Hauseigentümer und Nutzer des Internets. Hauseigentümer können sich so im Falle eines physischen Einbruchs absichern und Internetnutzer erhalten Unterstützung bei etwaigen Phishing- oder Hackangriffen.

Vorsorge (Lebensversicherung, Renten, Unfall/Krankheit)

Hauptsächlich auf Privatkunden abgestimmte Angebote, jedoch mit der Möglichkeit individuelle Abschlüsse zu erwerben, womit auch Geschäftskunden bzw. Angestellte involviert werden.

Mit all diesen Angeboten versucht die Basler Versicherung ein breites Spektrum von Zielgruppen jeden Alters zu erreichen und zufrieden zu stellen. Geografisch konzentriert sich die Basler Versicherung hauptsächlich auf die Region Westeuropa.

BESCHREIBUNG BINDEGLIEDER

Um mögliches Potential völlig ausschöpfen zu können, nutzen die verschiedenen Marketingabteilungen der Basler Versicherungen zur Kommunikation unterschiedliche Bindeglieder. Zu den wichtigsten Bindegliedern gehören folgende Elemente:

GENERALVERSAMMLUNG

Die GV der Baloise Holding AG findet jedes Jahr Ende April im Kongresscenter Basel statt. Über einen ganzen Tag werden Mitarbeitende, externe und interne Investoren und Aktionäre und auch die Digitalen Pfadfinder in der Veranstaltung involviert.

Wie für eine Generalversammlung üblich werden Jahreszahlen veröffentlicht, Abstimmungen zu den Mitgliedern des Führungskomitees gemacht und zukünftige Strategien und neue Produkte präsentiert. Aktionäre und Mitarbeitende können bei allen Abstimmungen teilnehmen und somit die Zukunft und den Werdegang der Baloise Holding AG mitbestimmen.

OPEN X-DAY

Einem Tag der offenen Tür ähnelnd, dient dieser Tag zum internen Austausch zwischen Mitarbeitern, wie auch dem Austausch mit Kunden. Für dieses Event können sich Mitarbeiter wie auch Kunden Zeitfenster reservieren, in denen sie Projektideen vorstellen können, neue Produkte vorstellen, über eine neue technische Errungenschaft erzählen oder zum Montagmalen einladen. Die Inhaber der Zeitfenster stellen dann am Beginn des Tages kurz vor, was sie machen werden und alle Besucher können anschliessend frei wählen, welche sie besuchen.

Am Schluss des Tages kommt man nochmals zusammen und gibt den Inhabern der Zeitfenster Rückmeldung über die miteinander verbrachte Zeit und neu gelerntes. So will das Unternehmen erreichen, dass immer wieder ein frischer Wind durch das Büro weht und man Ideen austauschen und präsentieren kann. Diese Open X-Days finden bis zu zweimal monatlich statt, sind in der Regel jedoch sehr unregelmässig verteilt.

BALOISE DIGITALE PFADFINDER

Die Digitalen Pfadfinder wurden vor einem Jahr von einer Gruppe engagierter Mitarbeiter mit dem Motto "Simply Safe" ins Leben gerufen. Die Aufgabe dieser Pfadfinder sollte es sein, an internen wie externen Events als helfende und wissende Hand Mitarbeitern und Kunden bei ihren alltäglichen Informatikproblemen zu helfen. Nach kurzer Zeit entwickelten sich die Pfadfinder vom mobilen Helpdesk zu geschulten Mitarbeitern, die neben dem Wiederherstellen verlorener Whatsapp-Nachrichten den Kunden auch über momentane CyberSecurity-Risiken aufklären konnten. An der GV 2018 präsentierten sie die Faszination und das Risiko von Smart Home Einrichtungen.

Neben diesen drei grossen Bindegliedern bestehen auch weitere kleine, welche hauptsächlich zur Erforschung der Effektivität bestehen und getestet werden. Diese Bindeglieder werden anschließend auch in anderen Abteilungen eingeführt, um eine einheitliche und strukturierte Basis zu bilden.

EIN BINDEGLIED IM DETAIL – BALOISE DIGITALE PFADFINDER

Die Baloise Digitale Pfadfinder wurden im Mai 2017 infolge ihres ersten Einsatzes an der Generalversammlung erstmal intern mit folgendem Text vertreten:

"Mehr sein als eine traditionelle Versicherung. Einfachheit in einer Welt voller Komplexitäten schaffen. Eine Vorreiterrolle im digitalen Zeitalter übernehmen. Neue Kundenbedürfnisse erkennen und auf diese eingehen. Innovativ, mutig und agil sein. All dies und mehr besagt Simply Safe und es sind gerade diese Punkte, die sich einige Baloise-Mitarbeitende zu Herzen genommen und als 'Digitale Pfadfinder' in die Tat umgesetzt haben."

- Intranet-Meldung Mai 2018



Seither sind die Pfadfinder monatlich im Einsatz. Sei es im Personalrestaurant, anlässlich der Generalversammlung, oder einem Kundenanlass im Quartier, mit grosser Motivation und Freude geben sie ihr Wissen zur Lösung von kleineren und grösseren Problemen weiter.



Abbildung 1: Smart Home Einrichtung an der GV

Die Digitalen Pfadfinder haben intern den Zweck und das Ziel, Kommunikation und Austausch anzuregen. Bei externen Anlässen vertreten sie die Basler Versicherungen als helfende Hand und informierter Gesprächspartner. Sie zeigen Corporate Identity, indem sie die Kunden der Basler Versicherungen über Gefahren und Risiken verschiedener Technologien, aber auch deren Faszination informieren. Gleichzeitig haben sie einen Überblick über das Versicherungsangebot des Unternehmens und können den Kunden im kleinen Rahmen beraten.

Das Motto der Digitalen Pfadfinder für die Generalversammlung 2018 lautete "Smart Home – Faszination und Risiko". Im Rahmen der Veranstaltung wurden Smart Home Komponenten gekauft und kalibriert, sodass Aktionäre am grossen Tag eine kleine Smart Home Wohnung betreten und steuern konnte.

Als spezieller Gast war Alexa, der Home Assistant von Amazon zu Besuch. Indem man mit ihr redete, konnte man alle eingebauten Smart Home Elemente, wie die Musikboxen, den Fernseher, die Lampen und die Kaffeemaschine steuern.



Abbildung 2: Pfadfinder-Team mit Vorstand und Alexa

Während der Veranstaltung sprachen die Pfadfinder Besucher an, um ihnen die kleine Installation zu präsentieren und anschliessend vor möglichen Gefahren und Risiken zu warnen. Am Stand neben dem Smart Home konnte man sich dann direkt Auskunft zu den CyberSecurity-Paketen der Basler Versicherungen informieren.

Ich finde die Idee der Digitalen Pfadfinder sehr originell und ansprechend. Als ich davon gehört habe, habe ich mich auch sofort angemeldet. Ich finde es nur etwas schade, dass uns bei jedem Event ein Versicherungsexperte begleiten muss. Ich denke, wir können die Basler Versicherungen auch vertreten, ohne sofort jedem eine Versicherung andrehen zu müssen.

REFLEXION

Leider ist mir meiner Meinung nach diese Arbeit nicht so gut gelungen, wie ich es mir zu Beginn des Auftrags erhofft hatte. Ich konnte aus Absenzgründen verschiedene Termine nicht einhalten und musste im Endeffekt wieder einmal mehr vieles auf den letzten Drücker machen. Schade war auch, dass meine Kontaktperson vom Marketing kurzfristig absagen musste und ich danach keine Möglichkeit mehr für einen neuen Termin hatte.

Dennoch bin ich sicher, dass ich während der Recherche über die Thematik nochmals einiges über meinen Arbeitgeber herausfinden konnte. Gerade der Aufbau des Marketings hat mich recht erstaunt, ich hatte nicht gedacht, dass dies so eine grosse Abteilung ist. Sehr informativ und interessant war auch die Generalversammlung, an der ich dieses Jahr im Rahmen der Digitalen Pfadfinder zum ersten Mal teilnehmen konnte.

Ich konnte trotz der Absage meines Kontaktes im Marketing mit einem meiner Ausbilder ein bisschen über das Marketing in unserem Unternehmen reden und dort noch einige Informationen holen. Dennoch denke ich, dass ich mich bei der Informationsbeschaffung zu sehr auf unseres Intranet und die Angaben im Internet verlassen habe.

Der Teil, mit dem ich soweit zufrieden bin, ist der genauere Einblick in die Digitalen Pfadfinder. Ich bin seit Winter 2017 ebenfalls mitengagierter Pfadfinder und freue mich über jeden neuen Einsatz. Ich finde es ein wirklich gutes Konzept, welches ich sehr gerne auch bei anderen Firmen sehen würde.

QUELLEN

TEXT

Quelle	Verwendung
BalGate, baloisenet.com	Intranet, für Strategien, Zielgruppen, GV und Pfadfinder Beiträge
www.baloise.ch	Konzernwebseite, für Informationen über Angebot
wikipedia.org/wiki/Basler_Versicherungen wikipedia.org/wiki/Bâloise	Allgemeine Informationen

BILDER

BalGate, baloisenet.com	Intranet, GV-Bilder und Logo
-------------------------	------------------------------