

Inhaltsverzeichnis

ABBILDUNGSVERZEICHNIS.....	XV
ABKÜRZUNGSVERZEICHNIS.....	XIX
1 EINLEITUNG.....	1
1.1 PROBLEMSTELLUNG UND ZIELSETZUNG.....	1
1.2 FORSCHUNGSMETHODIK UND AUFBAU DER ARBEIT.....	2
2 GRUNDLAGEN UND BEGRIFFLICHE ABGRENZUNGEN.....	5
2.1 DARSTELLUNG DES DIENSTLEISTUNGSBEGRIFFES.....	5
2.1.1 Dienstleistungskonzeption.....	5
2.1.2 Dienstleistungstypologien.....	8
2.1.3 Service Engineering.....	10
2.2 ABGRENZUNG DES BEGRIFFES „VERSICHERUNG“.....	12
2.3 CHARAKTERISTIKA DES VERSICHERUNGSPRODUKTES.....	14
2.3.1 Definition des Versicherungsproduktes.....	14
2.3.2 Beschreibungskonzepte des Versicherungsproduktes.....	18
2.3.2.1 Versicherungsschutzkonzept von <i>Farny</i>	18
2.3.2.2 Informationskonzept von <i>Müller</i>	20
2.3.2.3 3-Ebenen-Konzept von <i>Haller</i>	22
2.3.2.4 Vergleich der Beschreibungskonzepte.....	26
3 STAND UND ÄNDERUNGSPOTENZIALE DES SERVICE ENGINEERING IN VERSICHERUNGSUNTERNEHMEN.....	30
3.1 ÜBERBLICK ÜBER DIE VERSICHERUNGSPRODUKTENTWICKLUNG.....	30
3.1.1 Versicherungsprodukt als Entwicklungsobjekt.....	30
3.1.1.1 Entwicklungsdimensionen des Versicherungsproduktes.....	30
3.1.1.1.1 Ergebnisdimension.....	34
3.1.1.1.2.1 Ergebnisdimension als Entwicklungsmerkmal.....	34
3.1.1.1.2.2 Versicherungsanwendungsarchitektur des GDV.....	35
3.1.1.1.2.3 Modell nach Schönsleben und Leuzinger.....	38
3.1.1.3 Prozessdimension.....	40

3.1.1.4	Potenzialdimension.....	43
3.1.1.5	Marktdimension.....	44
3.1.2	Traditionelle Versicherungsproduktentwicklung.....	45
3.1.3	Aufgabengebiete in der Versicherungsproduktentwicklung	47
3.1.3.1	Vorgehensmodelle	47
3.1.3.1.1	Typen von Vorgehensmodellen.....	47
3.1.3.1.2	Modell nach Ramaswamy	49
3.1.3.1.3	Modell nach Jaschinski	50
3.1.3.1.4	Modell nach dem Deutschen Institut für Normung e.V.....	54
3.1.3.1.5	Modell nach Shostack	55
3.1.3.1.6	Weitere Vorgehensmodelle	56
3.1.3.2	Methoden	59
3.1.3.2.1	Einordnung der Methoden.....	59
3.1.3.2.2	Service Blueprint	61
3.1.3.2.3	GAP-Analyse.....	65
3.1.3.3	Werkzeuge.....	68
3.1.3.4	Produktmanagement.....	71
3.2	VERÄNDERTE RAHMENBEDINGUNGEN	72
3.2.1	Politisch-rechtliche Rahmenbedingungen.....	73
3.2.2	Ökonomische Rahmenbedingungen.....	75
3.2.3	Soziokulturelle Rahmenbedingungen	77
3.2.4	Technologische Rahmenbedingungen.....	78
3.3	ÄNDERUNGSPOTENZIALE IN DER VERSICHERUNGSPRODUKTGESTALTUNG	82
3.3.1	Individualisierung und Standardisierung von Versicherungsprodukten	82
3.3.1.1	Strategie der Individualisierung und Standardisierung.....	83
3.3.1.2	Kombination der Standardisierungs- und Individualisierungsstrategie	85
3.3.2	Änderungspotenziale im Bereich des Kernproduktes	87
3.3.2.1	Gestaltungsparameter des Versicherungsproduktes.....	87
3.3.2.1.1	Materielle Gestaltungsparameter	88
3.3.2.1.2	Formale Gestaltungsparameter.....	89
3.3.2.2	Gestaltungsmöglichkeiten des Kernproduktes.....	90
3.3.2.2.1	Veränderung bestehender Versicherungsprodukte.....	91

3.3.2.2.2	Bündel- und Kombinationsprodukte	93
3.3.2.2.3	Zielgruppenprodukte	94
3.3.2.2.4	All-Risk-Produkt.....	95
3.3.2.2.5	Modulare Versicherungsprodukte	96
3.3.3	Änderungspotenziale im Bereich der Kernfunktionen	98
3.3.4	Änderungspotenziale im Bereich der erweiterten Leistungen.....	101
3.3.5	Beispiel Kreditversicherung.....	103
3.3.5.1	Gegenstand der Kreditversicherung	103
3.3.5.2	Produktmodell in der Kreditversicherung	105
3.3.5.3	Ausgestaltungsmöglichkeiten des Versicherungsproduktes in der Kreditversicherung	108
3.4	KONSEQUENZEN FÜR DIE VERSICHERUNGSWIRTSCHAFT	113
3.4.1	Zusammenfassende Betrachtung zum Stand der Produktentwicklung.....	113
3.4.2	Ableiten des Handlungsbedarfes	116
4	VORGEHENSMODELL FÜR DAS SERVICE ENGINEERING IN VERSICHERUNGSUNTERNEHMEN	120
4.1	AUSWAHL EINES VORGEHENSMODELLS	120
4.1.1	Darstellen der Beurteilungskriterien	120
4.1.2	Vergleichen und Beurteilen der Vorgehensmodelle	122
4.2	ENTWICKLUNG EINES INNERBETRIEBLICHEN VORGEHENSMODELLS.....	128
4.2.1	Versicherungsspezifische Aspekte für die Vorgehensmodellentwicklung.....	128
4.2.1.1	Qualitätsmerkmale des Versicherungsproduktes.....	128
4.2.1.2	Versicherbarkeit von Risiken	132
4.2.1.2.1	Kriterien zur Versicherbarkeit.....	133
4.2.1.2.2	Möglichkeiten des alternativen Risikotransfers	136
4.2.1.3	Lebensphasenkonzept für Versicherungsprodukte.....	138
4.2.1.4	Plattformkonzept	140
4.2.1.4.1	Grundlegende Charakterisierung des Plattformkonzeptes.....	140
4.2.1.4.2	Serviceplattform	142
4.2.1.4.3	Vorgehensweisen zur Plattformentwicklung.....	144
4.2.1.5	Produktinnovationsmanagement.....	146
4.2.2	Adaption des Vorgehensmodells für die Versicherungswirtschaft	149

4.2.2.1	Eingrenzen des Betrachtungsgegenstandes	149
4.2.2.2	Phase der Ideenfindung und -bewertung	151
4.2.2.3	Phase der Aufnahme der Anforderungen	154
4.2.2.4	Phase des Service Designs	156
4.2.2.5	Phase der Implementierung	164
4.2.2.6	Phasen des Service Managements	166
4.2.2.7	Phasenübergreifende Betrachtung	168
4.2.2.8	Erweiterung um das Plattformkonzept	171
4.3	ERWEITERUNG DES VORGEHENSMODELLS UM UNTERNEHMENSÜBERGREIFENDE KOOPERATIONEN	175
4.3.1	Versicherungsspezifische Aspekte für die Vorgehensmodellentwicklung.....	176
4.3.1.1	Definition des Versicherungsnetzwerkes	176
4.3.1.2	Collaborative Service Engineering	179
4.3.1.3	Prozess der Netzwerkbildung	181
4.3.2	Adaption des Vorgehensmodells für die Versicherungswirtschaft	184
4.3.2.1	Eingrenzen des Betrachtungsgegenstandes	184
4.3.2.2	Vorgehensmodell zur Netzwerkentwicklung	186
4.3.2.3	Phase der Ideenfindung und -bewertung	187
4.3.2.4	Phase der Aufnahme der Anforderungen und Konzeption der Teilleistungen	189
4.3.2.5	Phase der Partnerauswahl und des Service Designs	191
4.3.2.6	Phase der Netzwerkkonstruktion und Implementierung.....	193
4.3.2.7	Phasen des Service-Netzwerk Managements	194
4.3.2.8	Phasenübergreifende Betrachtung	197
4.4	ZUSAMMENFASSUNG DER MERKMALE DES MODELLS	199
5	INTEGRATION EINER SERVICE ENGINEERING WORKBENCH.....	202
5.1	FUNKTIONEN DES PRODUKTENTWICKLERS.....	202
5.2	WERKZEUGE ZUR UNTERSTÜTZUNG DES ADAPTIERTEN VORGEHENSMODELLS.....	206
5.2.1	Werkzeuge in den Phasen des Service Engineering	207
5.2.1.1	Wissensmanagementsystem	207
5.2.1.2	Business Intelligence Systeme	211
5.2.1.3	Sonstige Systeme im Überblick	215

5.2.2	Werkzeuge in den Phasen des Service Managements	217
5.2.3	Ergänzende Werkzeuge für die Netzwerkentwicklung	220
5.3	KONZEPTION EINER SERVICE ENGINEERING WORKBENCH	222
5.3.1	Unterstützung des Produktentwicklers durch Informations- und Kommunikationstechnologien	222
5.3.2	Aufbau der Service Engineering Workbench	228
5.3.2.1	3-Ebenen-Architektur der Workbench	228
5.3.2.2	Werkzeuge der Anwendungsebene	231
6	ZUSAMMENFASSUNG UND AUSBLICK	233
	LITERATURVERZEICHNIS	237

