

P R E S S E M I T T E I L U N G

Digitalisierung in der Finanzbranche: etventure unterstützt die Wüstenrot & Württembergische-Gruppe (W&W) bei der digitalen Transformation

- **Das W&W-Startup „Digitale Werkstatt“ entwickelt innovative Geschäftsmodelle und soll diese umsetzen**
- **Die Digitale Werkstatt ist Teil der Konzernstrategie W&W@2020**

Berlin/ Stuttgart, 26. August 2015 – Digitalisierung als Wachstumsmotor und Grundvoraussetzung für ein zukunftsfähiges Geschäftsmodell: Der Finanzdienstleister Wüstenrot & Württembergische (W&W) sieht in der digitalen Optimierung von Prozessen und Services einen zentralen Bestandteil für die weitere Wachstumsstrategie des Konzerns. Für die Identifikation, Entwicklung und Umsetzung von neuen digitalen Geschäftsideen hat sich die W&W die Unterstützung der Digitalberatung etventure gesichert. Gemeinsam wurde ein konzerninternes Startup der W&W gegründet.

Die Digitale Werkstatt als Startup innerhalb des Unternehmens

Digitalisierungsprojekte lassen sich außerhalb der etablierten Konzernstruktur und losgelöst von der internen Kultur oder gewachsenen Hierarchien schneller und erfolgreicher umsetzen. Die Digitalisierung erfordert neue agile Arbeitsweisen und Denkansätze sowie eine neue Form der Dynamik, Ideen in einer Geschwindigkeit zu testen, zu entwickeln und umzusetzen. Die Digitale Werkstatt der W&W wurde daher nach dem Vorbild eines Startups gegründet, mit kleinen und wendigen Strukturen.

Nutzerzentrierte Entwicklung digitaler Geschäftsmodelle

Ziel der Digitalen Werkstatt ist die Entwicklung neuer innovativer Produkte und Services mit einem konsequenten Fokus auf den Kunden. Gemäß dem erfolgreichen etventure-Vorgehen wurden in einer ersten Phase zunächst intensive Nutzerbefragungen durchgeführt, um die Kundenwünsche und -bedürfnisse beziehungsweise die so genannten „Pain Points“ der Kunden zu ermitteln. Auf Basis dieser Analyse wurden bei W&W zunächst 50 konkrete Produktideen identifiziert, von denen aktuell zehn für einen weiteren Entwicklungsprozess priorisiert wurden. Die Produktentwicklung mit dem ausschließlichen Fokus auf die wesentlichen Funktionen inklusive kontinuierlicher Tests mit dem Kunden, ist wesentlich schneller, agiler, fokussierter sowie kosteneffizienter.

Startup-Mentalität soll Kulturwandel bringen

Die Workshops zu Methoden wie „Lean Startup“ oder „Design Thinking“ und regelmäßigen Berichten über die erfolgreichen Entwicklungsfortschritte der Digitalen Werkstatt sollen dazu beitragen, einen Kulturwandel im Unternehmen anzustoßen. Ziel ist es, die Startup-Mentalität aus dem geschützten Raum der Digitalen Werkstatt auch auf den W&W-Konzern zu übertragen.

Dr. Alexander Erdland, Vorstandsvorsitzender der Wüstenrot & Württembergische AG: „Als Teil des Konzernprogramms W&W@2020 ist die Digitale Werkstatt und die Investition in die Digitalisierung ein wichtiger Baustein unserer Wachstumsstrategie. Mit der von etventure angewandten Methodik und Philosophie haben wir den Entwicklungsprozess neuer digitaler Lösungen in einer Weise beschleunigen können, wie wir es unternehmensintern kaum geschafft hätten. Wenn wir die neue Arbeitsweise und Mentalität mit dem Bestehenden verknüpfen, entsteht eine Dynamik, welche die Verbindung besonders zu jungen Kundengruppen stärkt.“

Philipp Herrmann, Gründer und Geschäftsführer von etventure: „Im Zuge der Digitalisierung greifen neue Wettbewerber mit innovativen, digitalen Lösungen auch den traditionellen Finanzmarkt an. Für etablierte Unternehmen ist es wichtig, jetzt die Weichen zu stellen, bevor agile Startups in der Lage sind, substanziell Geschäftsvolumen zu übernehmen. Mit Methode, die wir aus dem Silicon Valley adaptiert haben und unserem Nutzer- und Umsetzungsfokus, bringen wir eine für digitale Innovationen wichtige Startup-Mentalität in das Unternehmen. Auf diese Weise entwickeln wir digitale Lösungen und Geschäftsmodelle, die absolut auf Anforderungen der Kunden zugeschnitten sind. Wichtig ist uns, die Unternehmensmitarbeiter in die Lage zu versetzen, diese Arbeitsweisen zu übernehmen und damit erfolgreich in die bestehende Unternehmenskultur zu integrieren. Mit der Unterstützung von Dr. Alexander Erdland und dem gesamten Vorstand sowie dem Team der Digitalen Werkstatt wurden bei W&W dafür ideale Voraussetzungen geschaffen.“

Über etventure:

Digitalberatung und Company Builder etventure identifiziert, entwickelt und testet branchenübergreifend digitale Geschäftsansätze im Auftrag von Unternehmen oder in Eigenregie. Verlaufen die Markttests positiv, wird aus der Idee ein neues Geschäftsmodell aufgebaut, entweder als Teil eines Unternehmens oder als eigenständiges Startup. Zu den Unternehmenskunden zählen unter anderem die Allianz, Wüstenrot & Württembergische Versicherungen, die Bonnier Medien-Gruppe, die Deutsche Bahn, Conrad Electronics, Schüco oder der MDAX Konzern Klöckner.

Darüber hinaus betreibt etventure außerdem die Berlin School of Digital Business und den EU-Accelerator „EuropeanPioneers“. etventure wurde 2010 gegründet und wird von den Founding Partnern Philipp Depiereux, Philipp Herrmann und Dr. Christian Lütke geleitet. Zum etventure Team gehören über 150 Spezialisten der Digitalbranche, darunter 125 feste Mitarbeiter an Standorten in Berlin, Hamburg, München, New York, Paris und Zürich. www.etventure.com.

Über Wüstenrot & Württembergische:

Die Wüstenrot & Württembergische-Gruppe ist „Der Vorsorge-Spezialist“ für die vier Bausteine moderner Vorsorge: Absicherung, Wohneigentum, Risikoschutz und Vermögensbildung. Im Jahr 1999

aus dem Zusammenschluss der Traditionsunternehmen Wüstenrot und Württembergische entstanden, verbindet der börsennotierte Konzern mit Sitz in Stuttgart die Geschäftsfelder BausparBank und Versicherung als gleichstarke Säulen und bietet auf diese Weise jedem Kunden die Vorsorgelösung, die zu ihm passt. Die rund sechs Millionen Kunden der W&W-Gruppe schätzen die Service-Qualität, die Kompetenz und die Kundennähe von rund 7.600 Innendienst-Mitarbeitern und 6.000 Außendienst-Partnern in Deutschland. Dank eines weiten Netzes aus Kooperations- und Partnervertrieben sowie Makler- und Direkt-Aktivitäten kann die W&W-Gruppe mehr als 40 Millionen Menschen in Deutschland erreichen. Die W&W-Gruppe setzt auch künftig auf Wachstum und hat sich bereits heute als größter unabhängiger und kundenstärkster Finanzdienstleister Baden-Württembergs etabliert.

Für weitere Presseinformationen, Interviewanfragen und Bildmaterial:

Christian van Alphen
Head of PR

etventure GmbH
Büro Nymphenburger Höfe, NY II
Nymphenburger Str. 4, 80335 München
+49 160 - 972 69 103
christian.vanalphen@etventure.com
www.etventure.com

Dr. Immo Dehnert
Leiter Kommunikation/Pressesprecher

Wüstenrot & Württembergische AG
Gutenbergstraße 30, 70176 Stuttgart
+49 711 662-721470
immo.dehnert@ww-ag.com
www.ww-ag.com