

Geleitwort

Unternehmen der Versicherungsbranche sehen sich aus vielfältigen Gründen (Globalisierung, fortschreitende Informationstechnologie, Deregulierung u. a.) einem verschärften Wettbewerb ausgesetzt. Kleinere Versicherungsgesellschaften, die Gegenstand der vorliegenden Untersuchung sind, spüren den zunehmenden Wettbewerbsdruck besonders stark. Von den beiden Ausweichstrategien „Größe“ oder „Nische“, also Kostensenkung durch Massenangebot oder Spezialisierung, bleibt ihnen nur die Nischenpolitik als Ausweg. Aber auch die Möglichkeiten der Nischenpolitik sind weitgehend ausgeschöpft, denn längst haben sich Nischenanbieter auf eine bestimmte Kundengruppe oder auf eine bestimmte Versicherungssparte spezialisiert.

Die gängige Einteilung des Versicherungsgeschäfts in Leistungssparten (Lebens-, Kranken-, Sachversicherung usw.) wird als horizontale Differenzierung bezeichnet. Dieser Einteilung kann die vertikale Differenzierung gegenübergestellt werden, wobei der Leistungsprozeß entlang der Wertschöpfungskette in Wertschöpfungsstufen (Vertragsverwaltung, Vertrieb, Schadenabwicklung usw.) eingeteilt wird.

Mit der vorgelegten Arbeit verfolgt Carsten Rahlfs das Ziel, mittelständischen Versicherungsunternehmen Handlungsempfehlungen zur Optimierung ihrer Wertschöpfungspolitik zu geben. Die Handlungsempfehlungen, die sich am Unternehmensziel der Steigerung des Shareholder Value orientieren, sind auf der strategischen und der operativen Ebene angesiedelt: In strategischer Hinsicht ist zu prüfen, ob die Beibehaltung einer Wertschöpfungsstufe einen Beitrag zur Steigerung des Shareholder Value leistet. Bei negativem Prüfungsergebnis sollte sich das Versicherungsunternehmen von dieser Wertschöpfungsstufe trennen (Disaggregation). In operativer Hinsicht sind alle verbleibenden Wertschöpfungsstufen durch Ausnutzung von Rationalisierungspotentialen zu einer höheren Profitabilität zu führen.

Mit seiner Arbeit unternimmt Carsten Rahlfs den verdienstvollen Versuch, die versicherungswirtschaftliche Literatur zur wertorientierten Unternehmensführung um eine Vertikalanalyse (entlang der Wertschöpfungskette) zu ergänzen und damit eine Forschungslücke zu schließen.