

AMC-Meeting Herbst 2018

22./23. November 2018, Park Inn, Innere Kanalstraße 15, Köln

Der Treffpunkt für Marketing und Vertrieb in der Assekuranz

Seit 1994 treffen sich Experten aus Marketing und Vertrieb der Assekuranz zweimal im Jahr bei den AMC-Meetings. Beim AMC-Herbstmeeting in Köln erwarten Sie wieder aktuelle Trends und Best Practices sowie viele Erfahrungsberichte aus der Praxis für die Praxis.

Traditionell beim Herbstmeeting werden wir neben einem abwechslungsreichen Tagungsprogramm wieder Unternehmen aus der Assekuranz für herausragende Leistungen auszeichnen. Wir vergeben die Awards zur Nachhaltigen Kundenorientierung in der Assekuranz und zur Assekuranz im Internet.

Donnerstag, 22. November 2018

Impulsvorträge und Diskussionsrunden

11.30 Get together mit Imbiss

12.15 Begrüßung / Neues aus dem AMC-Netzwerk

AMC-Geschäftsführung

12.30 Impuls & Diskussionsrunde: Neu, schlank, digital

Moderation: Stefan Raake, Geschäftsführer, AMC

Adam Riese und Die Dortmunder sind Versicherungsneugründungen, die den deutschen Versicherungsmarkt seit kurzem bereichern. Beide Unternehmen sind Töchter bekannter Konzerne. Kurze Impulsbeiträge geben einen Einblick in Gründungsmotivation, Geschäftsmodelle und Ziele der neuen Player. Anschließend wollen wir mit den Teilnehmern und den Referenten die Herausforderungen und die Chancen ihrer Ansätze diskutieren.

13.45 Pause

14.15 Impuls & Diskussionsrunde: Kundenmanagement

Moderation: Dr. Frank Kersten, Geschäftsführer, AMC

Vom Verwalter von "Risiken" zum Customer-Experience-Management: Das Kundenmanagement in der Assekuranz hat im Zeitverlauf eine deutliche Entwicklung genommen. Kurze Impulsbeiträge zeigen den aktuellen Stand des Kundenmanagements aus Sicht der Referenten. Anschließend wollen wir mit den Teilnehmern und den Referenten Entwicklungen und Trends diskutieren.

15.45 Pause

16.15 Impuls & Diskussionsrunde: Bots in der Assekuranz

Moderation: Edmund Weißbarth, Geschäftsführer, AMC

Bots treten an, die Dienstleistungen traditioneller Finanz- und Versicherungsberater zu digitalisieren und zu automatisieren. Einige Onlinemakler sind bereits aktiv, auch die ersten Versicherungen haben eigenständige Lösungen entwickelt und zur Marktreife gebracht. Wie weit ist die Branche? Und wohin geht die Reise? Mit anschließender Diskussion nach den Impulsbeiträgen.

17.45 Pause

18.00 Preisverleihung zu den AMC-Awards

Moderation: Désirée Schubert, Senior Consultant, AMC / AMC-Geschäftsführung

18.30 Check-in Hotel

19.00 Abendveranstaltung: Carlos Beatbox / Gemeinsames Abendessen
Dresscode: Smart Casual

Freitag, 23. November 2018

AMC-Forum: Berichte aus der Praxis für die Praxis

08.30 Get-together

09.00 Begrüßung
AMC-Geschäftsführung

09.15 Passt DELA zu Euch? Mehr als eine Risikolebensversicherung
Walter Capellmann, Hauptbevollmächtigter, DELA Zweigniederlassung Deutschland, Düsseldorf

Die niederländische DELA Lebensversicherung feierte am 28.02.2018 die Eröffnung des deutschen Standortes in Düsseldorf. Die Eröffnung des Büros markiert gleichzeitig den offiziellen Markteintritt der DELA Lebensversicherungen in Deutschland. DELA ist sehr erfolgreich gestartet. Warum und wieso stellen die Referenten heute vor.

09.45 Herausforderungen in der Lebensversicherung aus Sicht des Innovationsmanagement
Alexander Huth, Abteilungsleiter Bancassurance.digital, Talanx Deutschland, Hannover

Veränderungen im Kundenverhalten, neue technologische Möglichkeiten und Anforderungen aus der Regulatorik stellen auch deutsche Lebensversicherer vor immer neue Herausforderungen. Wie diese Herausforderungen aus Sicht eines Innovationsmanagements zu bewerten sind und welche strategischen Handlungsoptionen sich daraus für Lebensversicherer im Transformationsprozess ableiten, wird im Vortrag beleuchtet. Einen besonderen Schwerpunkt bildet der Blick auf Produktinnovationen.

10.15 Vergütung in der LV: Neue Modelle braucht das Land
Prof. Dr. Matthias Beenken, Mitglied des AMC-Beirates, Professur Betriebswirtschaftslehre, insb. Versicherungswirtschaft, Fachhochschule Dortmund, Fachbereich Wirtschaft

Vielen Vermittlern drohen künftig finanzielle Einbußen. Ein Provisionsdeckel in der Lebensversicherung, wie vom Bundesfinanzministerium vorgeschlagen, sorgt für Unruhe bei Maklerpools und Strukturvertrieben. Aber eine begrenzte Vergütung auf ein erfolgreiches Neugeschäft ist mehr wert als eine unbegrenzte Vergütung auf ein schlechtes Neugeschäft. Kunden wollen keine Verträge mehr, bei denen nicht einmal ein nominaler Kapitalerhalt in Aussicht gestellt wird.

10.45 Pause

11.15 Diskussionsrunde: Quo Vadis Lebensversicherung?
Referenten des Vormittags und Teilnehmer, Moderation: Prof. Dr. Matthias Beenken

11.45 Können Versicherungen Kunden glücklich machen? Neue Sichtweisen in der Assekuranz
Peter Georgi, Vorsitzender des Vorstandes, Europ Assistance Versicherungs-AG, München

In Zeiten der digitalen Transformation steht der Kunde im Fokus - oder sollte es zumindest. Die traditionelle Dienstleistung von Versicherungsgesellschaften, den Leistungsfall mit Geldzahlungen zu kompensieren, scheint hier eher altbacken und wenig kundenorientiert. Kunden wollen mehr als reine Geldzahlungen und neue Zugangskanäle. Und Versicherungen brauchen loyale Kunden. Herr Georgi stellt Wege vor, wie Versicherungen im Alltag der Kunden relevant und erlebbar werden. Und wie Versicherungen ihre Kunden auf neuen Wegen binden können – nicht nur im Schadenfall sondern einen ganzen Kundenlebenszyklus (ent)lang.

12.30 Mittagspause

13.15 Markenrelaunch: Ziele, Herausforderungen, Ergebnisse

Harry Holzhäuser, Abteilungsleiter Marketing/Unternehmenskommunikation, Die Haftpflichtkasse, Darmstadt

Im Juli 2017 hat die Haftpflichtkasse mit dem Markenrelaunch ein neues Kapitel ihrer Unternehmensgeschichte aufgeschlagen: von der Überarbeitung der bisherigen Wort-Bild-Marke über das optimierte Firmendesign bis hin zum Einsatz stimmungsvoller Bild- und Farbwelten – ein Stil, der ehrlich, einfach und einprägsam die Markenstärke auf den Punkt bringt. Im Juni 2018 wurde der neue Auftritt mit dem German Brand Award ausgezeichnet. Herr Holzhäuser stellt den neuen Markenauftritt vor.

14.00 Services und Produkte aus Kundensicht: der ERGO Kundenbeirat

Jörg Strube, Corporate Development / Head of Market Management, ERGO Group AG, Düsseldorf

2011 wurde der ERGO Kundenbeirat gegründet. Zweimal im Jahr treffen sich 25 Kunden, um mit ERGO-Vorständen, Führungskräften und Fachexperten auszutauschen. Dabei wird über alles diskutiert, was Kunden bewegt: Serviceleistungen, Kontaktmöglichkeiten, Produkte und Zukunftsthemen einer Versicherung. Was bringt der Kundenbeirat für die Kunden der ERGO – und für die ERGO selbst?

14.45 Ende des AMC-Meetings