

# AMC-Herbstmeeting 2019

27./28. November 2019

Park Inn, Innere Kanalstraße 15, Köln

<http://meeting.amc-forum.de>

Der **Treffpunkt für Marketing und Vertrieb in der Versicherungswirtschaft**. Seit 1994 treffen sich Experten aus Marketing und Vertrieb der Assekuranz zweimal im Jahr bei den AMC-Meetings. Beim AMC-Herbstmeeting am 27./28. November in Köln erwarten Sie wieder **aktuelle Trends** und **Best Practices** sowie viele **Erfahrungsberichte** aus der Praxis für die Praxis.

## Zwei parallele Projektforen am 27. November

Am 27.11. erwarten Sie zwei parallele Projektforen mit Best-Practice-Beispielen unserer Dienstleistungspartner und Gemeinschaftsvorträgen mit Versicherern. Außerdem diskutieren wir in einer Expertenrunde neue Wege der Vertriebspartnerkommunikation. Zum Ende des ersten Veranstaltungstages werden wir traditionell beim Herbstmeeting wieder Versicherungsunternehmen für herausragende Leistungen auszeichnen: Wir vergeben die AMC-Awards zur Nachhaltigen Kundenorientierung in der Assekuranz und zur Assekuranz im Internet. Beim anschließenden Abendprogramm zeigt uns Kirsten Mall kurzweilig, wie Stimme wirkt.



Dr. Frank Kersten, AMC - Stefan Raake, AMC - Heike de Luca, SIGNAL IDUNA - Torben Tietz, MSR Consulting Group - Carina Kauffmann, Provinzial Rheinland - Arne Westphal, ECON Application - Stefan Pöhr, BRANDAD Systems - Torsten Sentis, Novadoo - Timo Goldberg, Campaign - Lutz Göhler, Revenue Maker - Stefan Bratek, INTER - Matthias Heß, Pfefferminzia Medien - Jürgen Zäch, Digidor expertenhomepage - Sabrina Klicker, ARAG - Florian Ohldag, ARAG - Sascha Tombers, optimise-it - Dr Carsten Holtmann, IBM - Dustin Lichey, PBM Personal Business Machine - Sebastian Naderer, Target Agent Technologies - Jürgen Breiting, KANTAR - Dr. Rainer Demski, Newfinance - Bernd Roebers, AXA Generalvertretung - Patrick Hamacher, Versicherungsmakler - Dr. Claus Dethloff, ServiceValue - Désirée Schubert, AMC - Kirsten Mall, StimmConcept

## AMC-Forum am 28. November

Am 28.11. erleben Sie vier Vorträge sowie eine Diskussionsrunde aus der Praxis für die Praxis. Deutsche Bank, DFV Deutsche Familienversicherung, IDEAL zusammen mit b-tix sowie Lagadère berichten aus aktuellen Marketing- und Vertriebsprojekten. Themen sind "Marke", "Kommunikation", "Digitalisierung und KI" sowie "E-Sports Marketing". In der Diskussionsrunde erfahren Sie, welche Herausforderung auf das Personalmanagement der Zukunft zukommen.



Prof. Dr. Heinrich R. Schradin, Universität Köln - Oliver Steinmetz, Lagadère Sports - Stephan Schinnenburg, DFV Deutsche Familienversicherung - Udo Classen, Württembergische Versicherung - Peter Helmerichs, VPV Lebensversicherung - Axel Schwartz, Axel Schwartz People Management - Christian von Goeler, BEST Assekuranzmakler - Percy Wippler, IDEAL Lebensversicherung - Markus Heussen, b-tix - Christian Rummel, Deutsche Bank

## AMC-Herbstmeeting 2019

### Tagungsprogramm Mittwoch, 27.11 2019: Projektforen

	Projektforum 1	Projektforum 2
12:30	<b>Begrüßung</b>	<b>Begrüßung</b>
12:35	<p><b>Customer Journey Ruhestandsplanung – Potenziale für Vertrieb und Marketing</b> Heike De Luca, SIGNAL IDUNA / Torben Tietz, MSR Consulting Group</p> <p>Die Zielgruppe der über 50-jährigen bietet nicht unerhebliches Vertriebs-potenzial! Die SIGNAL IDUNA stellt ein Projekt vor, bei dem mit einem systematischen Vorgehen ermittelt wurde, wie und wo die Zielgruppe tickt. Auf dieser Basis werden nun Beratungs-, Betreuungs- und Ansprachekonzepte entwickelt.</p>	<p><b>Retrospektive zur Einführung einer Software für digitale Antragstrecken bei der Provinzial Rheinland</b> Carina Kauffmann, Provinzial Rheinland Versicherung AG / Arne Westphal, ECON Application</p> <p>Anders als üblich, ist das Projekt, über das berichtet wird, bei Erstellen dieses Vortragstitels noch nicht beendet. Es hat noch nicht einmal begonnen. Speziell für dieses AMC-Meeting wird parallel zur Einführung der ECON Software diese Retrospektive entstehen. Freuen Sie sich auf einen authentischen Praxisbericht vom ersten Workshop bis zum GoLive.</p>
13:20	<p><b>Vier Handlungsfelder, damit Marketing Ihren Vertriebspartnern wieder Spaß macht</b> Stefan Pohr, BRANDAD Systems</p> <p>Erfahren Sie vier strategische Handlungsfelder, mit denen Sie das lokale Marketing gemeinsam mit den Vertriebspartnern vor Ort verbessern können.</p>	<p><b>Der Schlüssel zur Kundeninteraktion - und zu Mehrumsatz</b> Torsten Sentis, Novadoo</p> <p>Wie können Versicherer durch starke Kundeninteraktion mehr Umsatz, aktive Kündigungsprävention und höhere Kundenloyalität realisieren? Torsten Sentis zeigt dies anhand aktueller Kundenbeispiele.</p>
13:40	<p><b>Automatisierte Ansprache via Direct Mail in der Neukundenkommunikation</b> Timo Goldberg, Campaign, Part Of Bertelsmann Printing Group</p> <p>Erfahren Sie, wie Sie unbekannte Websitebesucher postalisch ansprechen. Erhalten Sie gezielte Unterstützung, Ihr Retargeting-Budget noch gezielter und effektiver einzusetzen.</p>	<p><b>Game Changer sind gefragt: Kaffeekränzchen mit dem Kunden war gestern</b> Lutz Göhler, Revenue Maker</p> <p>Statt Produktverkauf und klassischer Einwandbehandlung hat künftig nur der Erfolg, der dem Kunden hilft, dessen eigenen internen &amp; externen, betrieblichen &amp; unternehmerischen Herausforderungen zu kennen und zu lösen.</p>
14:00	<b>Pause</b>	
14:30	<p><b>deshalb-versichern.de: Der Blog der INTER - Content für Vertriebspartner</b> Stefan Bratek, INTER Versicherungsgruppe / Matthias Heß, Pfefferminzia Medien / Jürgen Zäch, Digidor expertenhomepage</p> <p>Dem Kunden relevante Stories anbieten, ihn zum rechten Zeitpunkt abholen, nicht nervig sein ... das wollen alle, die mit Kunden interagieren. Allerdings müssen Inhalte, Technik und Zielgruppe(n) perfekt zusammenspielen, damit es für alle Beteiligten auch passt.</p>	<p><b>Praxisbericht: Erfolgreiche Implementierung und Optimierung eines Chatbots</b> Sabrina Klicker &amp; Florian Ohldag, ARAG / Sascha Tombers, optimise-it</p> <p>Am Beispiel der ARAG mit der Kommunikationsplattform Realperson® Chat Suite der optimise-it wird dargestellt, was bei der erfolgreichen Einführung eines Chatbots zu berücksichtigen ist, wie der Einsatz im Zeitablauf optimiert werden kann und wie das „richtige“ Zusammenspiel aus automatisierter und persönlicher Kommunikation aussieht.</p>

<b>15:15</b>	<b>Cloud: Chancen und Risiken für Versicherer</b> Dr Carsten Holtmann, IBM Hinter dem Thema "Cloud" steckt mehr, als viele öffentlich Diskussionen suggerieren. Welche Chancen und Risiken gibt es konkret für Versicherer beim Einsatz von Cloudlösungen? Wie werden Cloud Konzept / Technologien / Lösungen wichtige Hebel bei der Digitalisierung?	<b>Von der künstlichen Intelligenz zu echten Personas</b> Dustin Lichey, PBM Personal Business Machine Wie können aus großen Kundenbeständen anhand von Persönlichkeitsparametern (z.B. Alter, Geschlecht, Wohnort) automatisiert und sehr effizient hochrelevante Personas gebildet werden? Schwierig? Eigentlich nicht. Spannend? Auf jeden Fall.
<b>15:35</b>	<b>Leadgenerierung in Zeiten von Smart Data und KI</b> Sebastian Naderer, Target Agent Technologies Was ist von den Schlagwörtern #Robo-Advisory, #Big Data und #Künstliche Intelligenz im Kontext des Finanzvertriebs zu erwarten? Sebastian Naderer geht in seinem Vortrag auf die Möglichkeiten und auch Grenzen und Gefahren der neuen Schlüsseltechnologien ein.	<b>1:1-Kundenansprache - in Symbiose von Mensch und Maschine</b> Jürgen Breitinger, KANTAR Die 1:1-Ansprache von Zielgruppen in Marketing und Vertrieb wird dank " Mindset Targeting" immer einfacher. Das sogenannte "Enhanced Programmatic Advertising" ermöglicht eine bessere Angebots- und Vertriebssteuerung im Kundenstamm als auch bei der Ansprache von potenziellen Neukunden. Klingt kompliziert? Ja. Ist es aber nicht. Der Referent klärt auf.
<b>15:55</b>	<b>Pause</b>	
<b>16:25</b>	<b>Diskussionsrunde: Neue Wege der Vertriebspartnerkommunikation</b> Teilnehmer: Dr. Rainer Demski, Newfinance / Bernd Roebers, AXA Generalvertretung / Patrick Hamacher, Versicherungsmakler Moderation: Dr. Frank Kersten, AMC Messenger-Services, Instagram, You Tube & Co.: Die Kommunikationskanäle nehmen stetig zu und verändern die Art und Weise, wie sich Versicherer mit Kunden und Geschäftspartnern austauschen. Wie kommunizieren Versicherer heute mit ihren Vertriebspartnern? Welche neuen Ideen wurden bereits aufgegriffen? Was funktioniert, was nicht? Was ändert sich bzw. muss sich ändern?	
<b>17:10</b>	<b>Update: Neues im AMC-Netzwerk</b> Die AMC-Geschäftsführer stellen vor, wie sich das AMC-Netzwerk 2019 entwickelt hat, welche Neuigkeiten es gibt und was die AMC-Mitglieder in 2020 erwarten wird.	
<b>17:25</b>	<b>Preisverleihung zu den AMC-Awards: Nachhaltige Kundenorientierung / Die Assekuranz im Internet</b> Jährlich beim AMC-Herbstmeeting werden Versicherungsunternehmen ausgezeichnet, die bei den AMC-Awards „Nachhaltige Kundenorientierung in der Assekuranz“ und der „Assekuranz im Internet“ besonders gut abgeschnitten haben.	
<b>18:00</b>	<b>Einchecken im Hotel</b>	
<b>18:45</b>	<b>Übergang zur Abendveranstaltung: Stimme wirkt!</b> Stimme ist wichtig – und Stimme macht Spaß! Dies zeigt uns Kirsten Mall beim kurzweiligen Übergang zur Abendveranstaltung. Erleben Sie das Potenzial von Stimme, Klang und Resonanz und gestalten Sie mit vielen Tipps und Tricks Ihren stimmlichen Alltag neu!	
<b>19:45</b>	<b>Beginn der Abendveranstaltung (Dresscode: Casual)</b>	

## AMC-Herbstmeeting 2019

### Tagungsprogramm Donnerstag, 28.11 2019: AMC-Forum

<b>08:30</b>	<b>Get together</b>
<b>09:00</b>	<b>Begrüßung</b>
<b>09:15</b>	<p><b>E-Sports Marketing: Wie Marken erfolgreich im E-Sports werben</b> Oliver Steinmetz, Senior Director Premium Partnerships / E-Sports, Lagardère Sports</p> <p>Viele Marken testen Esports als eine neue Plattform, um junge Zielgruppen anzusprechen. In diesem Vortrag erklärt Oliver Steinmetz an praxisnahen Beispielen was erfolgreiche Kampagnen im Esports ausmachen.</p>
<b>10:00</b>	<p><b>Schnell nachgefragt, smart versichert: Trends in der Kundenkommunikation</b> Stephan Schinnenburg, Vertriebsvorstand, DFV Deutsche Familienversicherung</p> <p>Digital, mobil, schnell, persönlich: Die Deutsche Familienversicherung zeigt, wie digitale Transformation dem Kunden das Leben erleichtert. Das „erste börsennotierte Insurtech Europas“ hat der Herausforderung der veränderten Kundenkommunikation konsequent angenommen. Wie dies konkret umgesetzt wird, stellt Stephan Schinnenburg in seinem Beitrag vor.</p>
<b>10:45</b>	<b>Pause</b>
<b>11:15</b>	<p><b>Diskussionsrunde: Herausforderung Personal</b> Teilnehmer: Udo Classen, Leiter Regionaldirektion Rhein-Ruhr, Württembergische / Peter Helmerichs, Leiter der Landesdirektion West, VPV Lebensversicherung / Axel Schwartz, Geschäftsführer, Axel Schwartz People Management / Christian von Goeler, Vorstand, BEST Assekuranzmakler / Moderation: Stefan Raake, AMC</p> <p>Gutes Personal ist schwer zu finden: In der Versicherungsbranche gilt diese Aussage mehr denn je. Nur zwei Prozent der Uniabsolventen können sich vorstellen, bei einer Versicherung zu arbeiten (Quelle: Deloitte 2015). Dabei zahlt die Branche sehr gut. Die, die zu einer Versicherung gehen wollen, wollen nicht kreativ arbeiten und interessieren sich deutlich weniger für die Entwicklung neuer Produkte und Leistungen, bringt es die Wirtschaftswoche in einem Beitrag vom Dezember 2015 auf den Punkt. Was tun?</p>
<b>12:00</b>	<p><b>Digitalisierung und KI: Wie sprechende Computer die Welt verändern</b> Percy Wippler, Bereichsleiter IT, IDEAL Lebensversicherung / Markus Heussen, Geschäftsführer, b-tix</p> <p>Die Digitalisierung ist in aller Munde. Aber was bedeutet Digitalisierung eigentlich? Aktuell wird viel über Künstliche Intelligenz gesprochen. Aber wie funktioniert sie und welche Rolle spielt dabei die natürliche Sprache? In 45 Minuten von der Vision zur Realität am Praxisbeispiel.</p>
<b>12:45</b>	<b>Pause</b>
<b>13:15</b>	<p><b>Deutsche Bank: Eine starke Marke im Wandel</b> Christian Rummel, Deputy Global Head of Brand Communications &amp; CSR Deutsche Bank</p> <p>Banken und Versicherer haben in vielen Fällen mit ähnlichen Fragestellungen zu tun. Die Finanz- und Reputationskrise, die vor allem die Banken in den vergangenen Jahren intensiv beschäftigt hat, berührt auch die Versicherungen. Der Bank wieder einen Sinn geben, war und ist ein Ziel der Markenstrategie des Unternehmens. Welchen Weg die Deutsche Bank mit ihrer starken Marke eingeschlagen hat, um diese Krisen zu überwinden, wird der Referent in seinem Beitrag beleuchten.</p>
<b>14:00</b>	<b>Ausklang beim gemeinsamen Mittagessen</b>