

AMC

Ein starkes Netzwerk.



Der AMC im Überblick.
Veranstaltungen 2019

AMC Finanzmarkt GmbH
Stand Oktober 2018

Inhalte

| | |
|--|----|
| Grußwort | 3 |
| Der AMC | 4 |
| • Das Netzwerk | 5 |
| • Beirat und Projektrat | 6 |
| Das Netzwerk nutzen | 7 |
| • Das Auftaktgespräch | 8 |
| • Die AMC-Meetings | 9 |
| • Die Arbeitskreise | 10 |
| • Foren , Thementage und Webinare | 11 |
| • Die Studien | 12 |
| • Die Awards | 13 |
| • Die Projekte | 14 |
| Veranstaltungen 2019 | 15 |
| Netzwerkpartner werden | 40 |
| • Das Angebot für Versicherungen und Finanzdienstleister | 42 |
| • Das Angebot für Dienstleister | 43 |
| Ihre Ansprechpartner / Impressum | 44 |



Grußwort von Prof. Dr. Heinrich Schradin Herzlich Willkommen!

Die Gründung des AMC im Jahre 1994 fiel in die Zeit der ersten großen Harmonisierungswelle des europäischen Versicherungsmarktes.

Die damit verbundene Deregulierung des deutschen Versicherungsmarktes begründete die Erwartung zunehmender Differenzierung und Heterogenität der Versicherungsprodukte und -preise, aber auch der betrieblichen und vertrieblichen Strukturen und Prozesse. So wurde prognostiziert, dass die großen Versicherer ihre Marktmacht konsequent im eigenen Interesse ausüben werden und dass es insbesondere für mittlere und kleinere Versicherungsunternehmen eng und immer schwieriger werden wird, sich im Wettbewerb zu behaupten.

Die absehbare Entwicklung des deutschen Versicherungsmarktes und getragen von einem umfassenden Marketingverständnis, das über die bloße Distributions- und Kommunikationspolitik hinausreichend auch die Dimensionen der Produkt-, Programm- und Preisgestaltung beinhaltet, führte zur Konstituierung des AMC.

Die sich der Situation bewussten gleichermaßen konzeptionell weitsichtigen Gründer des AMC waren die Herren Gerhard May, Rüdiger Szallies, H.-Rüdiger Huly, jeweils als Geschäftsführer und Herrn Professor Dr. Elmar Helten als Vorsitzender des Beirats. Der AMC etablierte sich als ein Forum mit umfassendem (Vertrieb- und) Marketingfokus, wo Versicherungsunternehmen und Dienstleister zusammentreffen, zentrale Herausforderungen diskutieren und Lösungen entwickeln.

Seit August 2010 sind die Herren Dr. Frank Kersten, Stefan Raake und Edmund Weißbarth Geschäftsführer der AMC Finanzmarkt GmbH. Sie haben das Leistungsangebot des AMC konsequent weiter entwickelt und in zeitgemäße Strukturen eingebunden. Das breite Spektrum der AMC-Meetings, Veranstaltungen und Arbeitskreise über Projekte, Studien und Veröffentlichungen dokumentiert eindrucksvoll die erfolgreiche Arbeit des AMC.

Ich bin davon überzeugt, dass die Gründungsidee des AMC und ihre gegenwärtige Verwirklichung eine gesunde und solide Basis für seine künftige Arbeit darstellen.

Prof. Dr. Heinrich Schradin

Universität zu Köln, Institut für Versicherungswissenschaft
Beiratsvorsitzender des AMC



Der AMC

Das Netzwerk

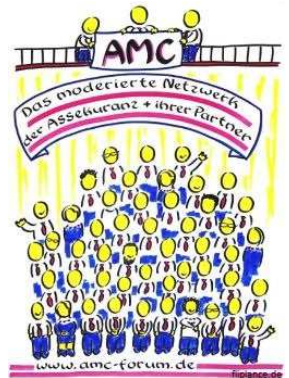
Der AMC ist das moderierte Netzwerk der Assekuranz und ihrer Partner. Der AMC bietet seinen über 150 Netzwerkpartnern Trends, Best Practices und Erfahrungen für Marketing, Vertrieb und mehr. Praxisorientiert und mit persönlichem Zugang für Fach- und Führungskräfte. Weiterbildung inklusive.

1994 wurde der AMC gegründet – ein bis heute einmaliges Netzwerk für Marketing und Vertrieb der Assekuranz und Ihrer Partner. Der offene Erfahrungsaustausch und die trendsetzenden Impulse stehen im Fokus der AMC-Begegnungen: Praxis-Beispiele, wissenschaftliche Erkenntnisse, fundierte Hintergrundinformationen und spannende Diskussionen für Fach- und Führungskräfte aus Marketing und Vertrieb.

Das Marketing in der Assekuranz hat sich seit 1994 stark gewandelt. War kurz nach Beginn der Deregulierung insbesondere ein spartenbehaftetes Silodenken zu finden, steht heute zunehmend der Kunde im Fokus. Marketing- und Vertriebsprozesse werden entlang der Kundenreise gestaltet, die Digitalisierung schreitet voran, neue Technologien bringen neue Chancen und Herausforderungen. Außerdem sind regulatorische Hürden zu bewältigen. Ein spannendes Umfeld, um sich beim AMC zu treffen und gegenseitig auszutauschen.

Unternehmen nutzen den AMC nach wie vor mit dem Ziel, ein Stück des Weges gemeinsam zu gehen und dann das gemeinsam Entwickelte ins eigene Unternehmen zu nehmen und dort effizient einzusetzen.

Netzwerkpartner des AMC sind Versicherungen und Finanzdienstleister, Produktanbieter und Dienstleister, wissenschaftliche Institutionen, Verbände, Studienanbieter und Trainer für die Versicherungsbranche. Seit 2010 betreut die AMC Finanzmarkt GmbH das bewährte Netzwerk.



„Neue Impulse, offener Erfahrungsaustausch sowie eine breite und zukunftsorientierte Themenvielfalt: Dafür steht der AMC. Ein Angebot, das in Zeiten einer wachsenden Marktdynamik gerade für den Marketingbereich immer wertvoller wird.“

Rudolf Lohaus, Key-Koordinator, VOLKSWOHL BUND Versicherungen

Beirat und Projektrat

Unterstützt wird die Arbeit des AMC durch den AMC-Beirat und den AMC-Projektrat.

Der AMC-Beirat setzt sich zusammen aus Vertretern der Wissenschaft sowie namhaften Mitgliedern von Aufsichts- und Vorstandsorganen der Assekuranz. Beiratsvorsitzender ist Prof. Heinrich R. Schradin von der Universität zu Köln.

Durch den Beirat erhält der AMC wertvolle Unterstützung aus Theorie und Praxis bei der weiteren Ausrichtung auf wichtige strategische Fragestellungen für die Finanzdienstleistungsbranche und bei der erfolgreichen Marktpositionierung.



V.l.n.r. Prof. Dr. Heinrich R. Schradin, Prof. Dr. Matthias Beenken, Prof. Dr. Elmar Helten, Dr. h. c. Josef Beutelmann, Dr. Mathias Bühring-Uhle, Wolfgang Hanssmann, Michael Johnigk, Dr. Alexander Schrader, Lars Georg Volkmann, Dr. Rolf Wiswesser

Der AMC-Projektrat setzt sich zusammen aus Marketingleitern von Versicherungsunternehmen. Er begleitet die operative Arbeit des AMC und trifft sich regelmäßig bei den halbjährlich stattfindenden AMC-Meetings.



V.l.n.r. Manfred Belz, Jürgen Brebach, Wolfgang Bussmann, Karl-Heinz Kindsvogel, Heike Rotermund, Christian Schröder, Egon Schuster

Das Netzwerk nutzen

Das Auftaktgespräch

Im Januar treffen sich Vorstände und Entscheidungsträger der Assekuranz regelmäßig beim AMC-Auftaktgespräch. Der Veränderungsdruck in der Branche ist nach wie vor hoch.

Regulatorische Anforderungen, neue Wettbewerber, demographische Entwicklungen und technologische Innovationen fordern die Branche täglich aufs Neue.

Das offene Format des AMC-Auftaktgesprächs garantiert den Dialog: Kurze Impulsvorträge, Diskussionen und Erfahrungsaustausch helfen bei der Einordnung und Positionierung der Zukunftsthemen.

Der AMC lädt zum Auftaktgespräch persönlich ein.

Das kommende Auftaktgespräch findet am **10.01.2019** in Köln statt.



„Zum Jahresbeginn - noch nicht gänzlich von den operativen Aufgabenstellungen vereinnahmt - bietet das AMC Auftaktgespräch die Möglichkeit mit Vertretern aus Wissenschaft und Entscheidern anderer Marktteilnehmer über die vor uns liegenden Herausforderungen zu diskutieren – manchmal kontrovers, aber immer konstruktiv. Für mich ist das AMC-Auftaktgespräch eine willkommene Veranstaltung, die gerade zum Jahresbeginn geeignet ist die Sinne für das eigene Handeln und die Zielsetzungen des eigenen Unternehmens zu schärfen.“

Lars Georg Volkmann, Mitglied der Vorstände,
VPV Lebensversicherungs-AG, Stuttgart

Die AMC-Meetings

Zweimal im Jahr lädt der AMC seine Netzwerkpartner zu den zweitägigen AMC-Meetings ein. Hier trifft sich die Branche zum Erfahrungsaustausch, zur Diskussion aktueller Themen und ganz allgemein zur Kontaktpflege.

Vor allem in den **Projektforen** bringen sich die Partner ein, berichten von ihren Projekten und Erfahrungen und stellen interessante Lösungen für die Branche vor. Die Partner des AMC bündeln eine riesige Wissensbasis.

Der AMC klärt vorab mit den Partnern, dass dieses Know-how problemorientiert und themenrelevant präsentiert wird – zum Vorteil der Versicherungsgesellschaften. Besonders spannend wird es, wenn die Netzwerkpartner gemeinsam mit ihren Kunden aus der Finanzbranche berichten – über Aufgabenstellung, Vorgehen, Nutzen für den Auftraggeber und den dabei gemachten Erfahrungen: **Best Practices** für die Praxis und aus der Praxis.

Am Abend des ersten Tages finden sich Zeit für Gespräche und für den Austausch unter Kollegen.

Ein Tag des AMC-Meetings wird von Prof. Dr. Schradin moderiert. Vorträge von Vorständen, Führungskräften, Keynotespeakern und Branchenkennern zu Marketing und Vertriebsthemen der Branche stehen im Mittelpunkt des Programms.

Begleitend zu den Meetings veröffentlichen wir zweimal jährlich das **AMC-Magazin** als Programmheft und Informationsmedium zu aktuellen Themen unserer Netzwerkpartner.



„Die AMC-Meetings sind Branchentreffen für Marketing-Praktiker und Marketing-Insider. Die Themen kommen aus der Branche für die Branche: Wissenschaftliche Fachbeiträge und viele Praxis- und Lösungsbeispiele aus den einzelnen Unternehmen.“

Manfred Belz, Abteilungsleiter Strategisches Marketing, SIGNAL IDUNA

Die Arbeitskreise

Während die AMC-Meetings zweimal jährlich Branchen- und Netzwerkpartnertreff zugleich sind, werden in den AMC-Arbeitskreisen einzelne Themen stärker herausgearbeitet.

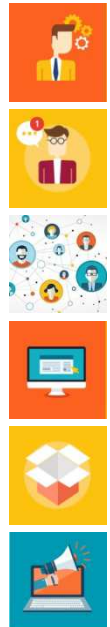
Arbeitskreise dienen der Vernetzung und dem fachlichen Austausch von Entscheidern und Experten für ausgewählte aktuelle oder grundsätzliche Themen der Branche. Erfahrene Anbieter liefern wichtigen Input, Wissen und Lösungsansätze.

Bereits seit 1996 gibt es die AMC-Arbeitskreise, die einen kontinuierlichen Austausch zu wichtigen Unternehmensfunktionen in der Versicherungswirtschaft leisten. Regelmäßig auf der Tagungsordnung: Der Wissenstransfer zwischen Fach- und Führungskräften aus der Assekuranz ergänzt um Vorträge von AMC-Partnern.

Aktuell bietet der AMC Arbeitskreise zu **Agenturführung, Internet, Kundendialog, Vertriebspartnermarketing, Produktmanagement** sowie **Werbung und Verkaufsförderung** an.

Besonders wichtig sind die Erfahrungsberichte der Versicherungsunternehmen, die regelmäßig in den Arbeitskreistreffen zu aktuellen Fragestellungen berichten.

Die Teilnehmer der Arbeitskreise können jährlich mindestens drei bis zu sechs Veranstaltungen nutzen, die im jeweiligen Arbeitskreispaket enthalten sind.



„Wir haben AMC-Arbeitskreisen schon oft Themen oder auch Dienstleister der Branche kennen gelernt, die für uns einen echten Mehrwert darstellen und die zum Teil auch zu einer Kooperation geführt haben. Das Treffen von Kollegen der Branche in ähnlichen Funktionen liefert uns Informationen und Erfahrungen aus erster Hand. Und nicht zuletzt: Wir schätzen einfach die gute Atmosphäre.“

Heike Rotermund, Bereichsleiterin Vertriebsmanagement,
Janitos Versicherung AG

Foren, Thementage und Webinare

Eine hohe Themenvielfalt gepaart mit ständigen Neuerungen erfordern besondere Formate. Dies sind AMC-Veranstaltungen wie Foren, Workshops, Businessstrainings oder Thementage. Seit einigen Jahren sind folgende Veranstaltungen fester Bestandteil des AMC-Programms:

- Forum Digitaler Vertrieb
- Markenforum
- Zukunftswerkstatt Assekuranz
- Forum Maklerversicherer
- Forum Werbung & Verkaufsförderung
- Forum Innovationen für Marketing und Vertrieb
- Forum Kundendialog
- Thementag Website-Check Assekuranz
- Forum Wiederanlagemanagement

Eine detaillierte Veranstaltungsübersicht finden Sie auf der der Startseite unseres Internetauftritts www.amc-forum.de (Aktuelle Termine) und auf den kommenden Seiten.

Außerdem führen wir seit 2016 im Rahmen der **AMC-Online-Akademie** kontinuierlich Webinare zu aktuellen Themen durch. Die Webinarinhalte werden gemeinsam mit unseren Netzwerkpartnern entwickelt.



„Danke für die interessante und informative Veranstaltung! Durch die professionellen Referenten und dem hohen fachlichen Austausch zum Thema Wiederanlagemanagement konnte ich einiges an neuen Erkenntnissen gewinnen. Solche hochwertigen Veranstaltungen sind auf jeden Fall weiterzuempfehlen.“

Torsten Richter, Leiter Vertriebsunterstützung, Swiss Life

Die Studien

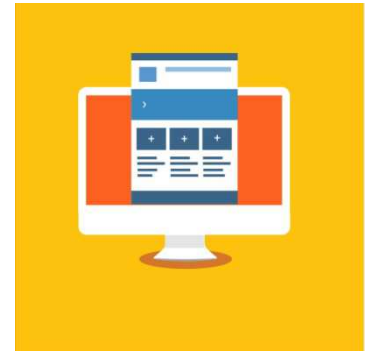
AMC-Studien analysieren und bewerten neue Entwicklungen der Branche. Umfragen und Interviews mit Experten geben Aufschluss über aktuelle Fragestellungen der Assekuranz. AMC-Studien bieten deutliche Kosten- und Informationsvorteile für die Teilnehmer.

Sowohl AMC-Netzwerkpartner auf Versichererseite als auch Dienstleister liefern immer wieder wertvollen Input zu spannenden Themen – sei es in Form von Interviews, der Teilnahme an Befragungen oder konkreten Erfahrungsberichten.

Einige Studien, die der AMC regelmäßig neu auflegt:

- Die Assekuranz im Internet
- Markenführung in der Versicherungswirtschaft
- Die Marketingfunktion in der Assekuranz
- Verständlichkeit in der Assekuranz
- CSR / Nachhaltigkeit

Zudem hat der AMC mit vielen renommierten Studienanbietern Sonderkonditionen vereinbart, von denen alle Mitglieder profitieren.



Die Awards

Seit einigen Jahren prämiiert der AMC besondere Leistungen seiner Netzwerkpartner.

Nachhaltige Kundenorientierung in der Assekuranz

Die Qualität der Kundenbeziehung ist ein wichtiges Merkmal bei der Beurteilung von Versicherungsunternehmen. Wie erfolgreich Versicherer in ihrem Bemühen sind, langfristige Kundenbeziehungen aufzubauen und zu halten, zeigt der jährlich gemeinsam mit ServiceValue durchgeführte AMC-Award.

Die Assekuranz im Internet

Mit gut 120 Versicherungen präsentiert der AMC jährlich seit 1996 die umfangreichste Studie zu den Internet-Trends der Branche. Praktisch alle Internet-Auftritte deutscher Erstversicherer werden analysiert, bewertet und gerankt.

Die bestplatzierten Versicherer werden bei den AMC-Meetings ausgezeichnet.

German Brand Award

Der German Brand Award macht Markenerfolge auf einzigartige Weise sichtbar. Die breite positive Resonanz unter Unternehmen, Agenturen und Dienstleistern mit über 1.200 Bewerbungen zeigen das große Interesse. Der AMC ist seit 2017 Partner des German Brand Awards.



„Über das Ergebnis der aktuellen AMC-Studie *Die Assekuranz im Internet* habe ich mich riesig gefreut, da sich die kontinuierliche Arbeit der vergangenen Jahre damit sehr gelohnt hat. Mit Ihrer Unterstützung konnten wir die Seite immer weiter optimieren, da Sie uns die Schwachstellen aufgezeigt haben, die man durch Betriebsblindheit nicht selber sieht. Vielen Dank dafür.“

Georg Klaus, Internet- und Regionalmarketing, ERGO AG

Die Projekte

Erfolgreiche Projekte für die Teilnehmer des Netzwerks sind ohne die tatkräftige Unterstützung starker Partner nicht möglich. Der AMC hat immer schon Projektideen gemeinsam mit Versicherern und Dienstleistern entwickelt – mit dem Ziel gemeinsam Zeit und Geld zu sparen.

Projekte stellen vorqualifizierte und in der Regel branchenexklusive Angebote der Netzwerkpartner dar oder es handelt sich um Ideen, die zunächst in einem Unternehmen aufgesetzt und einer breiteren Basis zugeführt werden sollen.

Der AMC initiiert, moderiert und/oder leitet Gemeinschaftsprojekte, in denen die Unternehmen ihren Bedarf bündeln oder gemeinsam Benchmarks erstellen können.

Außerdem werden bewährte Dienstleistungen und Produkte von Netzwerkpartnern vom AMC gezielt ausgewählt und den Teilnehmern des Netzwerks zu besonderen Konditionen angeboten.

Zwei AMC-Projektbeispiele:

Das **AMC-Marktreporting** bietet für Versicherer seit 1996 branchenspezifische Recherchen. Monatlich geben die Konkurrenzmonitore einen Überblick über die Aktivitäten der Marktteilnehmer in den Bereichen Strategie, Angebot, Vertrieb und Kommunikation sowie Ergebnissen aus aktuell veröffentlichten Studien. Mit der Market Navigator-Datenbank verfügt das Reporting über eine unübertroffene Informationsbasis mit jährlich rund 8.000 neuen, qualifizierten Meldungen zu Unternehmensaktivitäten und Marktentwicklungen. Die Nutzung durch über 20 Versicherer gewährleistet all dies zu einem günstigen Festpreis.

AMC-Online-Reporting. Regelmäßig getestet, bewertet und rankt der AMC die Internet-Auftritte der deutschen Versicherer. Seit 2010 sind alle Ergebnisse online verfügbar. Für viele Unternehmen ist die Studie ein wichtiges Instrument zur Identifizierung neuer Trends in der Branche geworden. Auch der Wettbewerb lässt sich über die Studie gut im Auge behalten. Mit der Online-Version können einzelne Versicherungswebsites detailliert gegenüber gestellt und verglichen werden. Jede Website wird anhand von rund 100 Einzelkriterien analysiert.



Veranstaltungen 2019

20.02.2019, Düsseldorf

AMC-Thementag: KI-Geschäftsmodelle in der Assekuranz

Die rasante Entwicklung neuer Technologien, allen voran die Künstliche Intelligenz, fordert von Führungskräften aktuelle und fundierte Kenntnisse: Wie funktioniert KI, welche Anwendungsfelder gibt es, welche neuen Geschäftsmodelle sind machbar und was bedeutet dies für die Umsetzung in der eigenen Organisation?

Mit diesen vier Fragen beschäftigen wir uns bei diesem AMC-Thementag. Ziel ist es, die teilnehmenden Fach- und Führungskräfte zum Thema Künstliche Intelligenz digital fit zu machen und davon ausgehend zu erarbeiten, welche neuen geschäftlichen Möglichkeiten die Nutzung von KI mit sich bringen.



Agenda und Referenten

- Crash-Kurs: Historie, Funktionsweise und Anwendungsfelder von KI
- KI in der Assekuranz: Was heute schon funktioniert
- Neue KI-Geschäftsmodelle entwickeln: Vorgehensweise, Checklisten und Tools
- KI und Mensch: Organisatorische Herausforderungen

Begleitet werden wir von **Dr. Götz Volkenandt**, promovierter Luft- und Raumfahrttechniker, Berater, Buchautor und Lehrender an der Berlin School of Economics and Law, der uns KI aus Sicht der Unternehmensentwicklung näher bringen wird. Den emotionalen Gegenpart wird sein Kompagnon **Dirk Niederhaus** einnehmen, kreativer Provokateur, People Enthusiast und Gefährte bei Unternehmensentwicklung und Strategieumsetzung. Die beiden Experten begleiten Unternehmen bei der digitalen Transformation.

Zielgruppen

Zielgruppen der Veranstaltung sind Fach- und Führungskräfte aus Marketing, Kommunikation, Innovationsmanagement und Digitalisierung der Versicherungsbranche.

Konditionen / Anmeldung

Die Teilnahmegebühr beträgt für AMC-Mitglieder 890,- € pro Person, für Nicht-AMC-Mitglieder 1.390,- € pro Person. Alle Preise zzgl. 19% USt.

Zur Anmeldung - mit weiteren, aktuellen Informationen zur Tagung:

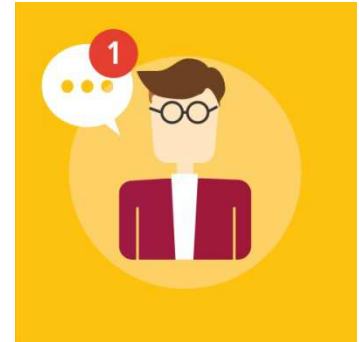
<http://www.amc-forum.de/?webcode=2063>

20.-21.02.2019, Hotel Drei Mohren, Augsburg

Partnerveranstaltung: Kongress für Corporate Language und Verständlichkeit 2019

Viele Versicherer haben erkannt, dass eine klare, einfache und verständliche Sprache beim Kunden Vertrauen schafft – und so zu einem echten Wettbewerbsvorteil wird. Verständlichkeit ist ein Konzept der Einfachheit, aber noch lange kein einfaches Konzept. Verständlichkeit bringt die Marke nach vorn, reduziert Kosten und bringt mehr Geschäft.

Der AMC-Partner Communication Lab veranstaltet den in Deutschland einzigartigen Kongress für Verständlichkeit bereits zum vierten Mal. Als AMC-Partner haben Sie die Möglichkeit, am Kongress zu besonderen AMC-Konditionen teilzunehmen. Bitte melden Sie sich frühzeitig an, da nur eine begrenzte Zahl an Plätzen zur Verfügung steht.



Veranstaltungsort / Inhalte

Der Kongress findet im Steigenberger Hotel Drei Mohren in Augsburg statt. Das Programm finden Sie hier: <https://cl-kongress.de>

Zielgruppen

Zielgruppen der Veranstaltung sind Fach- und Führungskräfte aus Marketing, Kundenmanagement, Kommunikation und Produktmanagement.

Konditionen / Anmeldung

Die Teilnahmegebühr beträgt für AMC-Mitglieder 890,- € pro Person, für Nicht-AMC-Mitglieder 1.390,- € pro Person. Alle Preise zzgl. 19% USt.

Zur Anmeldung - mit weiteren, aktuellen Informationen zur Tagung: <http://www.amc-forum.de/?webcode=2063>

26.02.2019

AMC-Werkstatt: Agentur 2025 - Strategien, Innovationen, Trends

Der Vertrieb von Finanzdienstleistungen ist im Umbruch – egal ob bei Banken, Maklern oder in der AO. Neben den zahlreichen gesetzlichen und regulatorischen Rahmenbedingungen führen auch Veränderungen wie die Digitalisierung, die Urbanisierung oder die Flexibilisierung der Arbeitswelt zu Anpassungsbedarf bei der strategischen Ausrichtung der Vertriebe.

Die AMC-Werkstatt kann als Grundlage für die Entwicklung einer unternehmensinternen Strategieentwicklung für die AO dienen. Dabei werden verschiedene äußere Einflussfaktoren betrachtet. Diese werden in kurzen Impulsvorträgen seitens der Moderatoren vorgestellt.



Inhalte

Zu den Themen, die in Impulsvorträgen vorgestellt werden, gehören:

- Smart Home (Vernetzte Produkte) & digitale Assistance-Services
- Echter Multikanal-Vertrieb / Real Time Multikanal-Vertrieb
- Lifetime Kunden-Cockpit
- Spezialisierung durch Digitalisierung (Ende des Regionalprinzips)
- Robo-Advisor (Freund & Feind)
- Beratungstechnologie 2025
- Agentur-Büro 2025

Die gemeinsame Arbeit an den strategischen Ansätzen erfolgt in der Werkstatt nach dem Prinzip des Design-Thinking. Die Arbeitsergebnisse werden den Teilnehmern zur Verfügung gestellt.

Moderieren werden die Werkstatt Ralf Pispers, Vorstand des AMC-Partners PBM Personal Business Machine und AMC-Geschäftsführer Stefan Raake.

Zielgruppen

Zielgruppen der Veranstaltung sind Fach- und Führungskräfte aus Vertrieb, Vertriebsunterstützung, Agenturführung und -beratung sowie Marketing der Versicherungsbranche. Die Teilnehmerzahl ist auf 18 Personen beschränkt.

Konditionen / Anmeldung

Die Teilnahmegebühr beträgt für AMC-Mitglieder 660,- € pro Person, für Nicht-AMC-Mitglieder 990,- € pro Person. Alle Preise zzgl. 19% USt.

Zur Anmeldung - mit weiteren, aktuellen Informationen zur Tagung:

<http://www.amc-forum.de/?webcode=2079>

12.03.2019, ARAG, Düsseldorf

AMC-Thementag Vertriebsführung 2019

Eine Vertriebsorganisation erfolgreich zu managen, ist in digitalen Zeiten noch anspruchsvoller als zuvor geworden. Märkte, Kunden und Gesetzgebung ändern sich wesentlich schneller als von manchem erwartet. Die richtigen Vertriebsmitarbeiter und -partner zu finden, zu halten und weiter zu fördern, bleibt eine spannende Herausforderung.

Gemeinsam mit AMC-Beirat Prof. Dr. Matthias Beenken wollen wir aktuelle, relevante Fragestellungen der Vertriebsführung herausarbeiten und näher beleuchten.

Prof. Beenken wird in Impulsvorträgen in das jeweilige Thema einführen, gemeinsam mit den Teilnehmern steigen wir dann in die Diskussion und den Erfahrungsaustausch ein. Moderieren werden den AMC-Thementag die AMC-Geschäftsführer Dr. Frank Kersten und Stefan Raake.

Inhalte

- Vertriebsstrategien: Vertriebswege und Vertriebsverfahren der Zukunft
- Regulierung des Vertriebs: Chancen der Umsetzung der IDD
- Recruiting: Zielgruppen, Anforderungen der Generations Y/Z, Kulturwandel im Vertrieb
- Moderne Vergütungs- und Anreizsysteme
- Diskussion und Erfahrungsaustausch

Ihr Experte

Prof. Dr. Matthias Beenken ist seit 2010 Professor für BWL, insbesondere Versicherungswirtschaft, an der Fachhochschule Dortmund. Er ist gelernter Versicherungskaufmann und verfügt über langjährige Berufspraxis.

Zielgruppen

Zielgruppen der Veranstaltung sind Fach- und Führungskräfte aus Vertrieb, Vertriebsunterstützung, Agenturführung und -beratung sowie Marketing der Versicherungsbranche.

Konditionen / Anmeldung

Die Teilnahmegebühr beträgt für AMC-Mitglieder 660,- € pro Person, für Nicht-AMC-Mitglieder 990,- € pro Person. Alle Preise zzgl. 19% USt.

Zur Anmeldung - mit weiteren, aktuellen Informationen zur Tagung:

<http://www.amc-forum.de/?webcode=2059>



13.03.2019, MSR, Köln

AMC-Thementag: Aktuelle Herausforderungen im Produktmanagement 2019

Bei diesem AMC-Thementag treffen sich die Produktmanager der Versicherungsbranche regelmäßig, um aktuelle Fragestellungen des Produktmanagements zu diskutieren. Die Arbeit des Produktmanagers ist entscheidend für den Produkterfolg.

Dabei müssen Produktmanager sich häufig völlig verschiedener Themen annehmen. Denn mit der reinen Produktentwicklung ist es noch nicht getan. Die Vermarktung und Positionierung des Produkts gegenüber Vertrieb, Kunde und Innendienst ist ausschlaggebend für den Erfolg.

Inhalte

Zugesagt als Referent hat bereits:

- **Think customer centric oder wie der Kunde zum Produkt wird**
Dirk Schallhorn, Geschäftsführer, .dotkomm GmbH, Köln

Moderieren wird die Veranstaltung AMC-Geschäftsführer Stefan Raake.

Zielgruppen

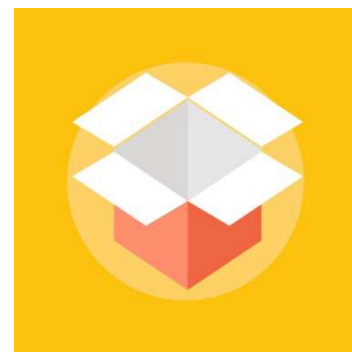
Zielgruppen der Veranstaltung sind Fach- und Führungskräfte aus Produktmanagement der Versicherungsunternehmen.

Konditionen / Anmeldung

Die Teilnahmegebühr beträgt für AMC-Mitglieder 660,- € pro Person, für Nicht-AMC-Mitglieder 990,- € pro Person. Alle Preise zzgl. 19% USt.

Zur Anmeldung - mit weiteren, aktuellen Informationen zur Tagung:

<http://www.amc-forum.de/?webcode=2061>



20.03.2019, Games Haus, Köln

AMC-Konferenz: #NextLevel - Games, Gaming & eSports im Versicherungsmarketing

Computerspiele sind schon lange nicht mehr nur etwas für Kinder. Sie sind mittlerweile in der gesamten Gesellschaft angekommen. Die technischen Möglichkeiten lassen immer ausgefeiltere Spiele zu - und bieten spannende Werbe- und Sponsoringchancen für die Versicherungsbranche.

Auf Deutschlands erster Konferenz erfahren und erleben Sie, wie Sie ihre Versicherungsmarke in Zukunft spielerisch inszenieren. Die Konferenz veranstalten der AMC und der Kölner Wissensdienstleister As im Ärmel gemeinsam.



Inhalte

- **Praxisbericht: Versicherungsmarketing trifft Gamer**
Dr. Jonas Bastian, Leiter Marketingstrategie und -steuerung, Cosmos Lebensversicherungs AG, Saarbrücken
- **eSports für Marketing und Vertrieb erfolgreich nutzen**
Jan Pommer, VP Sports Affairs, Turtle Entertainment GmbH, Köln
- **Praxisbericht: Die „Superhelden“ der Canada Life**
Jürgen Schwarz, Manager Marketing, Canada Life, Köln
- **Virtual Reality: Zum Stand der Dinge**
Sebastian Züger, Geschäftsführer, EDFVR e.V., Köln

Moderieren werden die Veranstaltung Marko Petersohn, Inhaber von As im Ärmel und AMC-Geschäftsführer Stefan Raake.

Zielgruppen

Zielgruppen der Veranstaltung sind Fach- und Führungskräfte aus Marketing, Werbung, Kommunikation, Verkaufs- und Vertriebsunterstützung, Innovationsmanagement und Digitalisierung der Versicherungsbranche.

Konditionen / Anmeldung

Die Teilnahmegebühr beträgt für AMC-Mitglieder 590,- € pro Person. Alle Preise zzgl. 19% USt.

Zur Anmeldung - mit weiteren, aktuellen Informationen zur Tagung:

<http://www.amc-forum.de/?webcode=2064>

27.03.2019, Gothaer, Köln

AMC-Forum Wiederanlagemanagement 2019

Das jährliche Event für Wiederanlageexperten.

Wiederanlagemanagement in der Lebensversicherung systematisch und mit nachhaltigem Erfolg zu betreiben, ist nach wie vor eine große Herausforderung. Die Mehrheit der Versicherer misst dem Thema höchste Bedeutung bei.

Einmal jährlich treffen sich beim AMC die Experten aus der Branche, um Lösungen für ein professionelles und systematisches Wiederanlagemanagement vorzustellen und zu diskutieren.

Inhalte

Das Programm wird aktuell vorbereitet. Moderieren werden die Veranstaltung die AMC-Geschäftsführer Dr. Frank Kersten und Stefan Raake.

Zielgruppen

Zielgruppen der Veranstaltung sind Fach- und Führungskräfte aus Wiederanlagemanagement, Marketing, Verkaufsunterstützung und Produktmanagement.

Konditionen / Anmeldung

Die Teilnahmegebühr beträgt für AMC-Mitglieder 660,- € pro Person. Alle Preise zzgl. 19% USt.

Zur Anmeldung - mit weiteren, aktuellen Informationen zur Tagung:
<http://www.amc-forum.de/?webcode=2060>



02.04.2019, AnalyticsIQ, Düsseldorf

AMC-Markenforum 2019

Reputation lässt sich steuern. Eine gut positionierte Marke, die konsistent über verschiedene Kontaktpunkte auftritt, zahlt auf die Glaubwürdigkeit kommunizierter Inhalte ein. Doch der Weg zu einer starken Marke ist nicht trivial.

Wie differenzieren Sie Ihre Marke nachhaltig vom Wettbewerb?
Wie kann Ihre Marke beim Kunden Begeisterung auslösen? Wie schaffen Sie in digitalen Zeiten an allen Kontaktpunkten homogene Markenerlebnisse?

Jährlich treffen sich beim AMC-Markenforum die Marken-, Marketing- und Kommunikationsexperten der Versicherer, um diese Fragen näher zu beleuchten.

Inhalte

Das Programm wird aktuell vorbereitet. Moderieren wird die Veranstaltung AMC-Geschäftsführer Stefan Raake.

Zielgruppen

Zielgruppen der Veranstaltung sind Fach- und Führungskräfte aus Marketing, Markenführung, Kommunikation, Werbung, Vertriebspartnerbetreuung und Vertriebsunterstützung der Versicherungsbranche.

Konditionen / Anmeldung

Die Teilnahmegebühr beträgt für AMC-Mitglieder 660,- € pro Person. Alle Preise zzgl. 19% USt.

Zur Anmeldung - mit weiteren, aktuellen Informationen zur Tagung:

<http://www.amc-forum.de/?webcode=2065>



04.04.2019, Trusted Shops, Köln

AMC-Thementag: Vertriebspartner-Websites und -Social-Media-Auftritte

Vertriebspartner präsentieren das Unternehmen vor Ort. Und das nicht nur im "richtigen" Leben, sondern auch in der digitalen Welt. Einerseits sollte der Auftritt des Vertriebspartners der Ausschließlichkeitsorganisation einheitlich und markenkonform sein. Andererseits sollte er möglichst individuell sein, um seine eigenen Stärken beim Kunden rüberbringen zu können.

Kein ganz einfacher Spagat für Versicherer und deren Vertriebspartner gleichermaßen. So unterschiedlich sehen die Websites der Vermittler aus: Von der reinen Web-Visitenkarte bis zu sehr eigenständigen Auftritten reicht die Bandbreite.



Inhalte

Der AMC hat sich die Websites der Vertriebspartner (AO) näher angeschaut und sie im Rahmen einer Studie analysiert und bewertet. Neben Praxisberichten der Versicherer werden Erkenntnisse der Untersuchung heute vorgestellt. Die Agenda wird aktuell vorbereitet.

Moderieren wird die Veranstaltung AMC-Geschäftsführer Stefan Raake.

Folgende Inhalte erwarten Sie u.a.

- **Der digitale Berater als Mittelpunkt des Universums?**
Ingo Gregus, Geschäftsführer, .dotkomm GmbH, Köln und N.N., VU
- **Vertriebspartner im Social Web: Praxisbeispiele und Trends**
Marko Petersohn, Inhaber, As im Ärmel, Köln
- **Vertriebspartner im Netz: Wohin geht die Reise?**
Eine Podiumsdiskussion mit Guerson Meyer, Sales Director, hearsay systems, den Referenten und weiteren Gästen

Zielgruppen

Zielgruppen der Veranstaltung sind Fach- und Führungskräfte aus Marketing, Kommunikation, Vertrieb, Vertriebsunterstützung, Innovationsmanagement und Digitalisierung der Versicherungsbranche.

Konditionen / Anmeldung

Die Teilnahmegebühr beträgt für AMC-Mitglieder 660,- € pro Person. Alle Preise zzgl. 19% USt.

Zur Anmeldung - mit weiteren, aktuellen Informationen zur Tagung:

<http://www.amc-forum.de/?webcode=2076>

09.04.2019, LVM, Münster

AMC-Zukunftswerkstatt Assekuranz 2019

Unsere Zukunft ist digital. Automatisierung, künstliche Intelligenz, Robotik, Chatbots: Wir werden gravierende Auswirkungen auf vorhandene Organisationsformen, Strukturen und Prozesse erleben. Jährlich bietet der AMC mit der AMC-Zukunftswerkstatt ein Format zum Querdenken.

In der Zukunftswerkstatt 2019 wollen wir untersuchen, wie sich der **Vertrieb der Zukunft** gestalten wird, wie Prozesse innovativ gestaltbar sind und wie die gewonnenen innovativen Ideen ins Unternehmen hineingetragen und umgesetzt werden können. Wie entwickelt sich die Zusammenarbeit mit den Vertriebsmitarbeitern und -partnern? Wie funktioniert Recruiting, Motivierung, Fortbildung und Vergütung künftig? Wie verändert sich die Unternehmenskultur mit der Digitalisierung?



Inhalte

Zusammen mit den Teilnehmern werden wir insbesondere folgende Fragen mit innovativen Methoden aus der Start-up-Szene behandeln:

- **Szenarien:** Wie wird sich der Versicherungsvertrieb in den nächsten zehn Jahren verändern?
- **Prozesse:** Wie werden sich die Prozesse im Vertrieb dann gestalten?
- **Umsetzung:** Wie können innovative Ideen in das Unternehmen getragen werden?

Moderieren wird die Veranstaltung Sven Poguntke.

Zielgruppen

Die Veranstaltung richtet sich an Fach- und Führungskräfte, die eingetretene Pfade verlassen wollen, unternehmerisch denken und Veränderungen als Chance zur Weiterentwicklung sehen.

Ihr Experte

Diplom-Kaufmann Sven Poguntke ist Buchautor, Innovationsberater und Hochschuldozent, er studierte BWL an den Universitäten Mannheim und North Carolina. In den USA setzte er sich vertiefend mit Innovationsmanagement und Kreativitätstechniken auseinander.

Konditionen / Anmeldung

Die Teilnahmegebühr beträgt für AMC-Mitglieder 660,- € pro Person. Alle Preise zzgl. 19% USt.

Zur Anmeldung - mit weiteren, aktuellen Informationen zur Tagung:

<http://www.amc-forum.de/?webcode=2052>

07.05.2019, SIGNAL IDUNA, Dortmund

AMC-Thementag: Tools und Konzepte zur Vertriebspartnerunterstützung 2019

Vertriebspartner nutzen auf vielfältige Weise den Support ihrer Versicherungspartnerunternehmen. Diese investieren nach wie vor große Summen zur Unterstützung ihrer Vertriebspartner. Neue Tools können die Zusammenarbeit erheblich vereinfachen. Ein Trend zu gemeinsamen Geschäftsstellen, wo mehrere Vertriebspartner zusammenarbeiten, wird als Konzept von mehreren Gesellschaften erfolgreich verfolgt.

Welche Lösungen sind besonders erfolgversprechend und leicht implementierbar? Und welche Tools nutzt der Vertriebspartner wirklich?



Inhalte

Zugesagt als Referenten haben bereits:

- **Trends, Tops und Flops bei neuen Vertriebspartnertools**
Ingo Gregus, Geschäftsführer, .dotkomm GmbH, Köln
- **Den Vertriebspartner vor Ort online unterstützen: So geht's**
Thomas Ötinger, Geschäftsführer, marcapo GmbH, Ebern

Moderieren wird die Veranstaltung AMC-Geschäftsführer Stefan Raake.

Zielgruppen

Zielgruppen der Veranstaltung sind Fach- und Führungskräfte aus Vertriebsunterstützung, Agenturberatung, Agenturführung, Digitalisierung und Organisationentwicklung der Versicherungsunternehmen.

Konditionen / Anmeldung

Die Teilnahmegebühr beträgt für AMC-Mitglieder 660,- € pro Person. Alle Preise zzgl. 19% USt.

Zur Anmeldung - mit weiteren, aktuellen Informationen zur Tagung:

<http://www.amc-forum.de/?webcode=2080>

15.05.2019, VOLKSWOHL BUND, Dortmund

AMC-Thementag: Digitale Kooperationen

Nachdem seit einigen Jahren Start-Ups mehr oder minder erfolgreich versuchen, den etablierten Versicherungsunternehmen Marktanteile abzunehmen, hat sich nun der Markt etwas konsolidiert. Zusammenarbeit ist wichtiger denn je. Denn nicht alles, was Start-Ups anfassen, funktioniert allein.

Teile der Wertschöpfungskette schneller und smarter anzubieten, ist zwar sehr spannend für Kunden und Geschäftspartner, aber bisher nicht so erfolgreich wie oft propagiert. Die Versicherungsunternehmen haben längst reagiert: Sie gründen selber Insurtechs bzw. Innovationslabore, kaufen Start-Ups oder beteiligen sich an Insurtechs.



Wie stellt sich die Situation heute dar? Welche Geschäftsmodelle funktionieren? Welche Kooperationen sind bereits erfolgreich? Ist make or buy der bessere Weg?

Der **AMC-Thementag: Digitale Kooperationen** wird Kooperationen von Versicherern und InsurTechs näher beleuchten und Erfahrungsberichte sowie Best-Practices mit den Teilnehmern diskutieren.

Inhalte

Die Agenda wird aktuell vorbereitet. Moderieren werden die Veranstaltung die AMC-Geschäftsführer Dr. Frank Kersten und Stefan Raake.

Zielgruppen

Zielgruppen der Veranstaltung sind Fach- und Führungskräfte aus Innovation, Kooperationen, Produktmanagement, Marketing, Online-Marketing, Websitemanagement und Digitalisierung der Versicherungsunternehmen.

Konditionen / Anmeldung

Die Teilnahmegebühr beträgt für AMC-Mitglieder 660,- € pro Person. Alle Preise zzgl. 19% USt.

Zur Anmeldung - mit weiteren, aktuellen Informationen zur Tagung:

<http://www.amc-forum.de/?webcode=2082>

07.05.2019 Quantum, Eventlocation des Phantasialandes, Brühl

AMC-Meeting Frühjahr 2018

Der Treffpunkt für Marketing und Vertrieb in der Assekuranz

25 Jahre AMC – feiern Sie mit uns! Seit 1994 treffen sich Experten aus Marketing und Vertrieb der Assekuranz zweimal im Jahr bei den AMC-Meetings. Beim AMC-Meeting erwarten Sie wieder aktuelle Trends und Best Practices sowie viele Erfahrungsberichte aus der Praxis für die Praxis.

Das AMC-Meeting ist die größte Veranstaltung für alle Mitglieder im AMC-Netzwerk - eingeladen sind über 100 Firmen aus und für die Assekuranz.

Wir freuen uns, wenn Sie diese besondere Gelegenheit wieder zum Informationsaustausch und Netzwerken nutzen.

Inhalte

Die Inhalte werden aktuell für Sie vorbereitet.

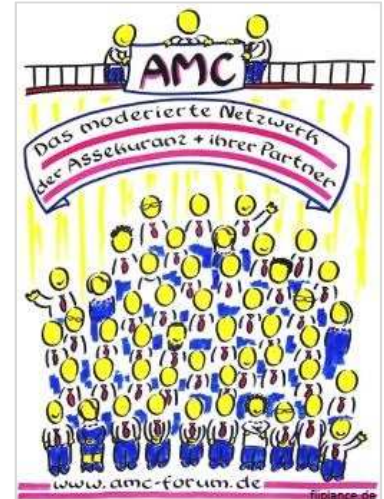
Moderieren werden die beiden Tage Prof. Dr. Heinrich R. Schradin und die AMC-Geschäftsführung.

Konditionen / Anmeldung

Für AMC-Netzwerkpartner ist die Teilnahme kostenfrei.

Zur Anmeldung (aktuelles Meeting Herbst 2019):

<http://www.amc-forum.de/?webcode=2039>



04.06.2019

Forum Maklerversicherer 2019

Welche aktuellen Entwicklungen gibt es im Maklermarkt? Wo liegen die Herausforderungen und insbesondere die Chancen für Versicherer?

Das Forum ist der jährliche Treffpunkt für Verantwortliche aus Marketing und Vertrieb im Vertriebsweg Unabhängige Vermittler. Neben den Fachvorträgen steht der Erfahrungsaustausch unter den teilnehmenden Experten im Mittelpunkt der Veranstaltung.

Inhalte

Die Agenda wird aktuell vorbereitet. Moderieren wird die Veranstaltung AMC-Geschäftsführer Dr. Frank Kersten.

Zielgruppen

Zielgruppen der Veranstaltung sind Fach- und Führungskräfte aus Marketing und Vertrieb im Vertriebsweg Unabhängige Vermittler.

Konditionen / Anmeldung

Die Teilnahmegebühr beträgt für AMC-Mitglieder 660,- € pro Person. Alle Preise zzgl. 19% USt.

Zur Anmeldung - mit weiteren, aktuellen Informationen zur Tagung:

<http://www.amc-forum.de/?webcode=2044>



12.06.2019, Barmenia Versicherungen, Wuppertal

AMC-Werkstatt: „Fit for future“ > Nachhaltig handeln

Wie wird Nachhaltigkeit zum Schlüssel für dauerhaften Unternehmenserfolg? Im Fokus stehen dabei Megatrends wie Klimawandel, Ressourcenknappheit, demografischer Wandel ebenso wie regulatorische Leitplanken. Aktuell zwingt das von der Bundesregierung verabschiedete CSR-Richtlinie-Umsetzungsgesetz die Versicherer zum Handeln.



Der AMC wird in regelmäßigen Treffen wertvolle Impulse aus Wissenschaft und Praxis zu Nachhaltigkeit und Zukunftsfähigkeit von Versicherern geben. Mit genügend Raum für einen fundierten Austausch wollen wir fachliche Anregungen geben und individuelle Lösungsansätze generieren.

Inhalte

Die Inhalte der Werkstatt (und der weiteren Treffen) können Sie durch Ihre Themenwünsche mitgestalten. Wir haben hier einige Anregungen für Sie:

- Nachhaltige Unternehmensführung – wie sich Top-Versicherer für die Zukunft aufstellen
- CSR-Bericht: Nur Pflicht oder lieber auch Kür?
- Praxischeck: So rechnet sich Nachhaltigkeit bei SAP
- Nachhaltige Versicherung: Ein Konstrukt mit Zukunft?
- Nachhaltige Produkte und Lösungen für den Vertrieb
- Nachhaltigkeit und Investorenerwartungen: Was Sie tun können
- Perspektivwechsel: Wie Banken Zukunft gestalten
- Wie spielen Megatrends wie Digitalisierung, Künstliche Intelligenz und Nachhaltigkeit zusammen?

Moderieren werden die Werkstatt Désirée Schubert, Geschäftsführerin des AMC-Partners Fährmann Unternehmensberatung und AMC-Geschäftsführer Stefan Raake.

Zielgruppen

Die Werkstatt richtet sich an Fach- und Führungskräfte aus den Bereichen Nachhaltigkeitsmanagement, Unternehmenskommunikation, Corporate Responsibility, Investor Relations, Gesundheits- und Umweltmanagement.

Konditionen / Anmeldung

Die Teilnahmegebühr beträgt für AMC-Mitglieder 660,- € pro Person. Alle Preise zzgl. 19% USt.

Zur Anmeldung - mit weiteren, aktuellen Informationen zur Tagung:

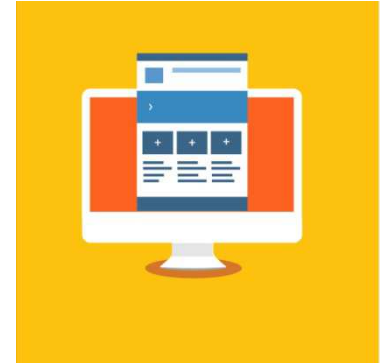
<http://www.amc-forum.de/?webcode=2091>

13.06.2019, AnalyticsIQ, Düsseldorf

AMC-Thementag: Kundenportale

Ob Kundenzufriedenheit, Kostenersparnis oder neue Vertriebsimpulse: Viele Versicherungen erhoffen sich durch die Einführung oder Optimierung von Kundenportalen Vorteile. Die Ergebnisse sind bisher eher durchwachsen: Hohe Investments, viel Aufwand und geringe Nutzung.

Die Potentiale andererseits sind enorm: Denn Kundenportale können Marketing-, Vertriebs- und Serviceinstrument zugleich sein. Wenn der Kunde sie denn nutzt. So entwickelt sich die Einreichung von Arztrechnungen per Smartphone zur "Killer-Applikation". Da schaut der Kunde auch gern mal ins Portal, wenn die Rückzahlung kommt.



Inhalte

Der AMC-Thementag zeigt aktuelle Anwendungen, diskutiert die Zielsetzungen von Portalen, hinterfragt den Mehrwert für den Kunden und schaut sich gelungene Produkt- und Prozessintegrationen ausgewählter Kundenportale an. Weitere Inhalte folgen.

Moderieren wird die Veranstaltung AMC-Geschäftsführer Stefan Raake.

Zielgruppen

Zielgruppen der Veranstaltung sind Fach- und Führungskräfte aus Internet, Digitalisierung, Marketing, Markenführung, Kommunikation, Werbung, Verkaufsförderung und Kundenmanagement der Versicherungsbranche.

Konditionen / Anmeldung

Die Teilnahmegebühr beträgt für AMC-Mitglieder 660,- € pro Person. Alle Preise zzgl. 19% USt.

Zur Anmeldung - mit weiteren, aktuellen Informationen zur Tagung:

<http://www.amc-forum.de/?webcode=2066>

18.09.2019

AMC-Forum Kundendialog 2019

Der Dialog mit Kunden und Interessenten ist eine der wesentlichen Aufgaben im Marketing von Versicherungsgesellschaften. Wie wird der Kundendialog in der Assekuranz erfolgreich gestaltet, welche Best Practices gibt es für den On- und Offline-Dialog?

Im AMC-Forum Kundendialog 2019 werden wir aktuelle Themen und Trends rund um die Kundenansprache und den anschließenden Dialog präsentieren und diskutieren:

- Über welche Kanäle erreichen wir die Kunden heute?
- Wie erkennen wir den aktuellen Bedarf der Kunden?
- Wie erkennen wir Trends in der Kommunikation?
- Wie können wir online und offline genau die Botschaften gestalten, die Response erzielen?
- Welche Best Practices gibt es, was können wir voneinander lernen?

Moderieren wird die Tagung AMC-Geschäftsführer Dr. Frank Kersten.

Inhalte

Die Agenda wird aktuell vorbereitet.

Zielgruppen

Zielgruppen der Veranstaltung sind Fach- und Führungskräfte aus Marketing, Markenführung, Kommunikation, Kundenmanagement und Vertriebsunterstützung der Versicherungsbranche.

Konditionen / Anmeldung

Die Teilnahmegebühr beträgt für AMC-Mitglieder 660,- € pro Person. Alle Preise zzgl. 19% USt.

Zur Anmeldung - mit weiteren, aktuellen Informationen zur Tagung:

<http://www.amc-forum.de/?webcode=2081>



24.09.2019, AnalyticsIQ, Düsseldorf

AMC-Forum Werbung & Verkaufsförderung 2019

„Während Werbung einen Kaufgrund gibt, bietet Verkaufsförderung einen Anreiz, den Kaufakt zu vollziehen oder voranzutreiben“ (Kotler/Bliemel: Marketing-Management, 2004).

Welche Anreize für Kunden und Vertriebspartner funktionieren und welche Kaufgründe es gibt, beleuchten wir alljährlich im AMC-Forum Werbung & Verkaufsförderung. Mit Erfahrungsberichten aus der Praxis, Trends, Ideen und Lösungen.

Inhalte

Zugesagt als Referent hat bereits Holger Holetzke, Leiter Verkaufsförderung Regionalmarketing, ERGO Group AG, Düsseldorf. Herr Holetzke wird aktuelle Themen, Trends & Tipps zur Vertriebspartner-Verkaufsförderung vorstellen. Moderieren wird die Tagung AMC-Geschäftsführer Stefan Raake.

Zielgruppen

Zielgruppen der Veranstaltung sind Fach- und Führungskräfte aus Marketing, Werbung und Verkaufsförderung der Versicherungsunternehmen.

Konditionen / Anmeldung

Die Teilnahmegebühr beträgt für AMC-Mitglieder 660,- € pro Person. Alle Preise zzgl. 19% USt.

Zur Anmeldung - mit weiteren, aktuellen Informationen zur Tagung:
<http://www.amc-forum.de/?webcode=2068>



25.09.2019

AMC-Werkstatt: Entwicklung digitaler Produkte und Services

Die meisten Versicherungsunternehmen arbeiten intensiv daran, ihr Geschäftsprozesse zu optimieren. Die Digitalisierung der internen Unternehmensabläufe spart in der Regel Kosten und Zeit. Noch erfolgversprechender ist die Digitalisierung der Produkte und Services für den Kunden. Hier ist das Produktmanagement gefragt.

Ging es bisher häufig um Modifikationen bestehender Produkte, wie z.B. die Entwicklung und Einführung eines neuen Haftpflichttarifs, ist es künftig notwendig, über die Entwicklung ganz neuer Produkte und Services nachzudenken.

Kundenzentrierung ist gefragt. In Innovationslaboren wird bei vielen Versicherungen bereits an diesen Themen gearbeitet. "Vom Kunden her denken" verändert die Branche zunehmend und zwingt die Produktmanager zum Umdenken: Was bieten wir unseren Kunden? Welchen Nutzen haben die Kunden aus unseren Produkten und Services? Wer genau sind unsere Kunden? Wie erreichen die Kunden uns - und wir sie? Digitalisierte Produkte sind beispielsweise Apps, sensor-, software- und datenbasierte oder vernetzte Produkte.

Inhalte

Die AMC-Werkstatt will gemeinsam mit den Teilnehmern Vorgehensweisen und Lösungsstrategien für die Entwicklung von digitalen Produkten und Services aufzeigen - und konkret anhand von Beispielen den Prototyp eines neuen Versicherungsprodukts bzw. eines -services umsetzen. Moderieren wird die Tagung AMC-Geschäftsführer Stefan Raake.

Zielgruppen

Zielgruppen der Veranstaltung sind Fach- und Führungskräfte aus Produktmanagement, Marketing, Kundenservice und Digitalisierung der Versicherungsunternehmen.

Konditionen / Anmeldung

Die Teilnahmegebühr beträgt für AMC-Mitglieder 660,- € pro Person. Alle Preise zzgl. 19% USt.

Zur Anmeldung - mit weiteren, aktuellen Informationen zur Tagung:

<http://www.amc-forum.de/?webcode=2077>



01.10.2019, Gothaer Versicherungen, Köln

AMC-Forum Digitaler Vertrieb 2019: Herausforderungen für das Marketing

Digitale Vertriebsunterstützung bleibt ein Top-Thema für Marketing und Vertrieb. Bereits im sechsten Jahr in Folge bietet der AMC gemeinsam mit seinem Partner .dotkomm dieses Forum an.

Wie kann das Versicherungsmarketing den Vertriebspartner erfolgreich bei seinem Weg in die neue digitale Welt begleiten und ihm entsprechende Unterstützung bereit stellen? Welche konkreten Lösungen zur Unterstützung des Direktvertriebs gibt es?

Im Forum behandeln wir konkrete Vorgehensweisen sowie Best-Practice-Beispiele der digitalen Vertriebswege.

Ablauf

Am Abend des 18.09.2019 treffen sich Teilnehmer und Referenten ab 18:00 Uhr zum gemeinsamen Essen und Austausch, der Ort wird rechtzeitig bekanntgegeben. Für uns ist ein Tisch reserviert. Das Forum am 19.09.2019 beginnt um 09:30 Uhr und endet gegen 17:00 Uhr.

Inhalte

Die Agenda wird aktuell vorbereitet. Moderieren werden die Veranstaltung Ralf Pispers, Vorstand des AMC-Partners PBM Personal Business Machine und AMC-Geschäftsführer Stefan Raake.

Zielgruppen

Zielgruppen der Veranstaltung sind Fach- und Führungskräfte aus Marketing, Kommunikation, Vertrieb, Vertriebsunterstützung, Innovationsmanagement und Digitalisierung der Versicherungsbranche.

Konditionen / Anmeldung

Die Teilnahmegebühr beträgt für AMC-Mitglieder 790,- € pro Person. Alle Preise zzgl. 19% USt.

Zur Anmeldung - mit weiteren, aktuellen Informationen zur Tagung:

<http://www.amc-forum.de/?webcode=2067>



09.10.2019

AMC-Forum Innovationen für Marketing und Vertrieb 2019

Die Digitalisierung macht neue Produkte und Dienstleistungen für verschiedenste Lebensbereiche möglich. Welche innovativen Ideen, Konzepte und Lösungen gibt es in der Assekuranz?

Mit der Foren-Reihe „Innovationen für Marketing und Vertrieb in der Assekuranz“ präsentiert der AMC regelmäßig neue spannende Konzepte und Lösungen für die Branche.

Inhalte

Die Inhalte erarbeiten wir zur Zeit für Sie. Moderieren werden die Tagung die AMC-Geschäftsführer Dr. Frank Kersten und Stefan Raake.

Zielgruppen

Zielgruppen der Veranstaltung sind Fach- und Führungskräfte aus Marketing, Kommunikation, Vertriebsunterstützung, Innovationsmanagement und Digitalisierung der Versicherungsbranche.

Konditionen / Anmeldung

Die Teilnahmegebühr beträgt für AMC-Mitglieder 660,- € pro Person. Alle Preise zzgl. 19% USt.

Zur Anmeldung - mit weiteren, aktuellen Informationen zur Tagung:

<http://www.amc-forum.de/?webcode=2092>



27./28.11.2019, Park Inn Hotel, Köln

AMC Herbstmeeting 2019

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-Meeting erwarten Sie aktuelle Trends und Best Practices sowie viele Erfahrungsberichte aus der Praxis für die Praxis.

Das AMC-Meeting ist die größte Veranstaltung für alle Mitglieder im AMC-Netzwerk - eingeladen sind über 100 Firmen aus und für die Assekuranz.

Wir freuen uns, wenn Sie diese besondere Gelegenheit wieder zum Informationsaustausch und Netzwerken nutzen.

Inhalte

Die Inhalte werden aktuell für Sie vorbereitet.

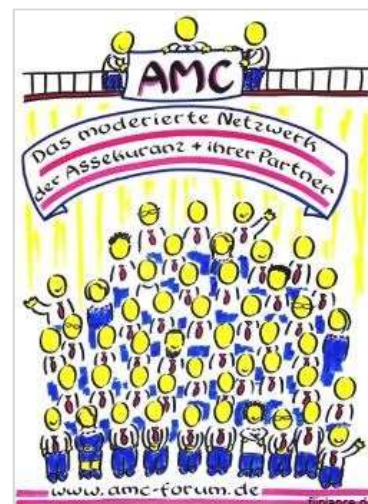
Moderieren werden die beiden Tage Prof. Dr. Heinrich R. Schradin und die AMC-Geschäftsführung.

Konditionen / Anmeldung

Für AMC-Netzwerkpartner ist die Teilnahme kostenfrei.

Zur Anmeldung (aktuelles Meeting Herbst 2019):

<http://www.amc-forum.de/?webcode=2039>



05.12.2019, Barmenia, Wuppertal

AMC-Thementag: Online-Check Assekuranz 2019

Ihre Website im Check: Ein Schwerpunkt dieses Treffens werden die Erkenntnisse der aktuellen Studienaufgabe „Die Assekuranz im Internet“ vom November 2019 bilden. Einmal mehr werden wir die Websites der Versicherer in einem aufwändigen Verfahren analysieren, bewerten und ranken. Besondere Umsetzungen und Erkenntnisse der 23. Auflage der Studie werden vorgestellt und besprochen.

Ein weiterer Schwerpunkt werden die Social-Media-Aktivitäten der Branche bilden. Welcher Versicherer macht was auf Facebook, Instagram, Twitter und Co. mit welchem Erfolg?



Inhalte

Die Studienleiterin Désirée Schubert stellt besondere Umsetzungen und Erkenntnisse der aktuellen 23. Auflage der Studie vom November 2019 vor. Wir wollen uns außerdem mit allen Teilnehmern zu Veränderungen und Neuerungen auf ihren Websites 2019 austauschen und mit Blick auf die 24. Auflage 2020 mögliche Anpassungen der Studie diskutieren.

Moderieren wird die Tagung AMC-Geschäftsführer Stefan Raake.

Zielgruppen

Zielgruppen der Veranstaltung sind Fach- und Führungskräfte aus Marketing, Online-Marketing, Websitemanagement, Social Media und Digitalisierung der Versicherungsunternehmen.

Konditionen / Anmeldung

Die Teilnahmegebühr beträgt für AMC-Mitglieder 660,- € pro Person. Alle Preise zzgl. 19% USt.

Zur Anmeldung - mit weiteren, aktuellen Informationen zur Tagung:

<http://www.amc-forum.de/?webcode=2093>

Netzwerkpartner werden

AMC-Netzwerkpartner werden

Warum sollte Ihr Unternehmen am AMC-Netzwerk teilnehmen?

Der Erfahrungsaustausch bei Meetings und Arbeitskreisen, die praxisrelevante Wissensvermittlung in allen AMC-Veranstaltungen und das frühzeitige Aufgreifen von relevanten Trends für Marketing und Vertrieb zu führt einem **besseren Branchenverständnis**. Das bringt Sie und Ihr Geschäft weiter.

Der AMC hilft **Versicherern**, bestimmte Produkte und Dienstleistungen kostengünstiger zu erhalten, indem er neue Produktanbieter und Dienstleister ‚entdeckt‘, erprobte Vorgehensweisen aus anderen Industrien oder aus dem Ausland für die Versicherungsbranche zugänglich macht.

Das hilft natürlich auch **Dienstleistern**, mit denen der AMC zusammenarbeitet. Mit allen Partnern wird eine mindestens zwölfmonatige Zusammenarbeit vereinbart. Zu Beginn der Kooperation werden relevante Leistungen des neuen Partners für die Branche herausgearbeitet und eine Maßnahmenplanung entwickelt. Danach wird gemeinsam entschieden, welche Themen für die Versicherer und Netzwerkpartner interessant sein können und wie diese am besten vermittelt werden können. So treffen Angebot und Nachfrage möglichst deckungsgleich aufeinander.

Gestalten und pflegen Sie Ihr eigenes Kontaktnetzwerk. Bringen Sie konkrete Projektansätze ein, nutzen Sie die Kostenvorteile gemeinschaftlicher Projekte und Studien und die Informationsvorteile durch Benchmarking mit anderen Netzwerkpartnern.

Beim AMC finden Sie schneller, einfacher und kostengünstiger Lösungen. Das führt letztlich zu **besseren Resultaten**.



„Als Partner des AMC sind die Veranstaltungen und Arbeitskreise für uns sehr interessant und äußerst wertvoll. Wir haben dadurch die Möglichkeit, direkt mit den relevanten Ansprechpartnern zu sprechen. Der intensive Austausch innerhalb der Expertenrunden hilft uns, unsere Lösungen noch besser auf die Branche anzupassen.“

Oliver Haug, Geschäftsführer, Communication Lab, AMC-Partner seit 2012

AMC-Netzwerkpartner werden Das Angebot für Versicherungen und Finanzdienstleister

Das haben Sie von einer Partnerschaft als Versicherungsunternehmen oder Finanzdienstleister im AMC-Netzwerk:

- Teilnahme an den halbjährlichen **AMC-Meetings** mit bis zu vier Personen
- Teilnahme am jährlichen Jahresauftaktgespräch für Vorstände und Entscheidungsträger der Assekuranz
- Einzigartige **Projekte und Angebote** für unsere Mitglieder, gemeinsam mit unseren Partnern und Mitgliedern entwickelt
- **Teilnahme** an Arbeitskreisen, Foren, Business-Trainings und Workshops zu AMC-Konditionen
- Möglichkeit zur **Initiierung gemeinsamer Studien** und Befragungen
- Einmalige, gesonderte Bewertung Ihrer **Website** gemäß den Kriterien der AMC-Studie „Die Assekuranz im Internet“
- Berücksichtigung beim jährlichen **Award** und der Studie „Nachhaltige Kundenorientierung“
- Teilnahmemöglichkeit an der Untersuchung „Die **Marketingfunktion** in der Assekuranz“
- Bezug ausgewählter **Studien**, auch von Drittanbietern, mit AMC-Rabatt
- Nutzung von **meinAMC**: Ihre AMC-Aktivitäten und -Kontakte auf einen Blick



„Der AMC liefert mit seinen Veranstaltungsinhalten interessante Anregungen für zukunftssträchtige Projekte und bietet darüber hinaus Kontakte zu den richtigen Dienstleistern.“

Nils Kulik, Vorstandsbeauftragter Marke, Barmenia Versicherungen

AMC-Netzwerkpartner werden Das Angebot für Dienstleister

Werden Sie als Branchenspezialist sichtbar. Das haben Sie von einer Partnerschaft als Dienstleister oder Produktanbieter im AMC-Netzwerk:

- Teilnahme an den halbjährlichen **AMC-Meetings** mit bis zu zwei Personen (ggf. mit Präsentationsstand)
- **Vorträge** im Rahmen der AMC-Meetings, bei Arbeitskreisen bzw. weiterer AMC-Veranstaltungen nach Absprache
- **Teilnahme** an Foren, Business-Trainings und Workshops zu AMC-Konditionen
- Aufbereitung und Darstellung des **Firmenprofils** mit Unternehmenslogo, Ansprechpartner und Link auf www.amc-forum.de, Möglichkeit der Recherche Ihrer Leistungen nach Kernkompetenzen auf der AMC-Website
- **AMC-Partner-Logo** für die Darstellung der Partnerschaft in anderen Medien
- Jährlicher **Review** des Firmenprofils
- Möglichkeit der Werbung / Beteiligung mit Beiträgen im halbjährlich erscheinenden **AMC-Magazin**
- **Gemeinsame Pressearbeit** bei gemeinsamen Themen (insb. Versicherungsfachpresse)
- Möglichkeit zur **Initiierung gemeinsamer Studien** und Befragungen
- Bezug ausgewählter **Studien**, auch von Drittanbietern, mit AMC-Rabatt
- Nutzung von **meinAMC**: AMC-Aktivitäten und -Kontakte auf einen Blick



Weitere Möglichkeiten (ggf. gesondert zu vereinbaren):

- **Initiierung gemeinsamer Studien** und Befragungen
- Entwicklung von Projektideen, Definition von **Projektangeboten**
- Initiierung von **Vertriebsprozessen** für Produkte, Leistungen und Projekte
- Durchführung individueller **Workshops**

„Wir sind nach wie vor begeistert von der unkomplizierten und fruchtbaren Zusammenarbeit. Die vielfältigen Kontaktmöglichkeiten - wie die Meetings, die Arbeitskreise und direkten Treffen mit den Marketing- und Online-Verantwortlichen - haben zu vielen erfolgreichen Projekten geführt. Wir sind durch die Mitgliedschaft im AMC immer über die strategischen Entwicklungen in der Branche informiert und können unser Leistungsspektrum frühzeitig justieren.“

Ralf Pispers, Geschäftsführer, .dotkomm, Köln, AMC-Partner seit 2004

Ihre Ansprechpartner

Dr. Frank Kersten, Diplom-Kaufmann., Jahrgang 1964. Studium der Wirtschaftswissenschaften an der Westfälischen Wilhelms-Universität Münster, Promotion am Institut für Wirtschaftsinformatik der WWU Münster. Seit 1996 für den AMC tätig, seit 2010 geschäftsführender Gesellschafter.

Tel. 0221 / 99 78 68-10, kersten@amc-forum.de



Stefan Raake, Diplom-Kaufmann, Jahrgang 1965. BWL-Studium an der Universität zu Köln mit den Schwerpunkten Marketing sowie Wirtschafts- und Sozialpsychologie. Seit 1995 für den AMC tätig, seit 2010 geschäftsführender Gesellschafter.

Tel. 0221 / 99 78 68-11, raake@amc-forum.de



Edmund Weißbarth, Diplom-Betriebswirt (FH), Jahrgang 1962. Studium der Betriebswirtschaftslehre an der Fachhochschule Landshut mit den Schwerpunkten Finanz- und Bankwirtschaft, Marketing und Organisation/EDV. Seit 2006 für den AMC tätig, seit 2010 geschäftsführender Gesellschafter.

Tel. 0221 / 99 78 68-12, weissbarth@amc-forum.de



Pressekontakt

Desirée Schubert, abgeschlossenes Studium der Germanistik und Erziehungswissenschaften an der Universität zu Köln, MBA sustainability Management an der Universität Lüneburg. Seit 2006 Senior Consultant, seit 2012 PR-Managerin und seit 2009 Ansprechpartnerin des AMC für Nachhaltigkeitsthemen.

Tel. 0221-398-5973, schubert@amc-forum.de



Impressum

AMC Finanzmarkt GmbH, Lützowstraße 35, 40476 Düsseldorf
 Geschäftsführer: Dr. Frank Kersten, Stefan Raake, Edmund Weißbarth
 Registergericht: Amtsgericht Köln, HRB 70236, Steuernummer: 214/5800/4416