

AMC-Meeting Frühjahr 2024: 30 Jahre AMC!

22.05.2024 - 23.05.2024, Quantum, Eventlocation des Phantasialandes, Brühl

Der Treffpunkt für Marketing und Vertrieb der Assekuranz

Seit 1994 treffen sich Expertinnen und Experten aus Marketing und Vertrieb der Versicherungsbranche zweimal jährlich bei den AMC-Meetings. Aktuelle Themen, Trends, Best Practices, Erfahrungsberichte aus der Praxis und der persönliche Erfahrungsaustausch sind die verlässlichen Zutaten für den regelmäßigen Branchentreff. An zwei Tagen erwarten Sie Keynotes, Best-Practices unserer Partner und Erfahrungsberichte von Versicherern.

Das AMC-Meeting startet am 22. Mai um 11:30 Uhr und wird am 23. Mai um 15:00 Uhr mit dem Besuch des Freizeitparks enden.

Moderation



Prof. Dr. Heinrich R. Schradin, Universität zu Köln, Dr. Frank Kersten & Stefan Raake, AMC

Mittwoch, 22.05.2024



Referenten (v.l.n.r.): Stefan Raake, Ralf Pispers, Torben Tietz, Martin Nitsche, Karsten Vogel, Tobias Hirte, Dirk Schallhorn, Cornelius Vogel, Meinert Jacobsen, Dr. Sami Charaf Eddine, Andreas Hohmann, Mirko Lauer, Siegfried Schallenmüller

11:30 Uhr **Get together**

12:00 Uhr **Dreißig Jahre AMC – eine phantastische Reise**
 Stefan Raake, Geschäftsführer, AMC
 Ralf Pispers, CEO, PBM Personal Business Machine AG
 Torben Tietz, Managing Partner, MSR Consulting Group

Die Versicherungsbranche, unendliche Weiten. Wir schreiben das Jahr 2024. Dies sind die Abenteuer des AMC, der seit 1994 unterwegs ist, um fremde Produkte und unbekannte Dienstleistungen zu erforschen - mit dem Ziel, innovative Lösungen zu finden. Mit kontinuierlichem Erfahrungsaustausch, unzähligen Veranstaltungen, Studien und Projekten dringt der AMC in Galaxien vor, die nicht alle Branchenexperten zuvor gesehen haben. Seit den Anfängen der Reise mit an Bord: Ralf Pispers und Torben Tietz, die immer wieder innovative Ideen und kreative Lösungen präsentierten. Gemeinsam mit Stefan Raake werfen sie den Blick zurück nach vorn.

12:35 Uhr **Marketing und KI: Wunschtraum, Albtraum, Traumhochzeit?**
 Martin Nitsche, Präsident, DDV Deutscher Dialogmarketing Verband

Künstliche Intelligenz hat das Potenzial, die Marketingeffizienz zu revolutionieren und personalisierte Kundenerlebnisse zu einem Bruchteil der bisherigen Kosten zu ermöglichen. Wie kann man Marketing und KI perfekt integrieren? Verlieren wir nicht die menschliche Note? Und welche ethischen Bedenken gibt es? Martin Nitsche regt wie gewohnt zum kritischen Nachdenken an.

13:05 Uhr **Diskussion**

13:15 Uhr **Gemeinsames Mittagessen**

- 14:15 Uhr** **Power2Transform: Wie die Uelzener sich kundenzentriert digital transformiert**
 Karsten Vogel, Abteilungsleiter Unternehmensentwicklung, Uelzener Versicherungen
 Tobias Hirte, Teamleiter Customer Experience Management, Uelzener Versicherungen
 Dirk Schallhorn, Kundenbegeisterer, BSI Software AG

Die Digitalisierung hat in der Versicherungsbranche deutliche Spuren hinterlassen. Dabei sind die digitale Transformation und die Umsetzung der Kundenzentrierung die bestimmenden Themen. Meist werden diese Prozesse auf Basis einzelner Use Cases gedacht. Die Uelzener sieht die Herausforderungen mehrdimensional und will die BSI Suite als eine ihrer Schlüsseltechnologien einsetzen. Wie die Uelzener dabei nicht nur den Vertrieb ganzheitlich betrachtet, dadurch bisher unbekannte Use Cases entdeckt und sich in vielen Bereichen transformiert, erfahren Sie im Vortrag.

- 14:45 Uhr** **Wie Generative KI den Vertrieb verändern wird - ein Blick über den Tellerrand**
 Cornelius Vogel, Insurance Industry Lead, Google Germany

Google ist bekannt als weltweiter Pionier in vielen Bereichen der Künstlichen Intelligenz. In dieser Keynote erfährst du unter anderem: Was ist Generative KI überhaupt und in welchen Unternehmensbereichen wird es eingesetzt? Wie wird Generative KI im Marketing und Vertrieb eingesetzt? Was können Versicherungen von anderen Industrien lernen? Worüber sollte ich als Unternehmen nachdenken, wenn ich Generative KI einsetzen will?

- 15:15 Uhr** **Diskussion**

- 15:25 Uhr** **Pause**

- 16:10 Uhr** **CRISP-DM: Datenanalyse für die Versicherungsbranche leicht gemacht**
 Meinert Jacobsen, CEO, DATAVANCE

CRISP-DM steht für Cross Industry Standard Process for Data Mining und ist ein standardisierter Prozess zur Durchführung von Data Mining. Er besteht aus sechs Phasen von dem Verstehen des Anwendungsfalls bis zur Operationalisierung des Machine Learning basierten Datenprodukts. Meinert Jacobsen, CEO sowie Analyse- und Datenevangelist bei DATAVANCE, gibt Einblicke, wie CRISP die Datenanalyse vereinfachen kann.

- 16:25 Uhr** **Die Macht des Augenblicks: Schadenbearbeitung im KI-Zeitalter**
 Dr. Sami Charaf Eddine, CEO, claimflow

Bis zum Schadeneintritt ist Versicherung nicht mehr als ein Versprechen. Doch die Erfüllung dieses Versprechens wird immer schwieriger: Mehr Schäden, anspruchsvollere Kunden und weniger Personal. Die alte Logik – mehr Schäden durch mehr Personal aufzufangen – ist überlebt. Sie funktioniert nicht mehr. Im Gegenteil: Die Erfahrung geht in Rente und der Nachwuchs kommt nicht nach. Die Personallücke klappt. Gleichzeitig erleben wir eine nie dagewesene Technologische Revolution durch KI. Ist das der Kipppunkt der Schadenbearbeitung?

- 16:40 Uhr** **Behavioral Product Design: Die Kundenpsychologie zieht ein ins Produktmanagement**
 Andreas Hohmann, Abteilungsleiter Produktmanagement Kranken- und Pflegeversicherung Union Krankenversicherung, Versicherungskammer Bayern
 Mirko Lauer, Lead Behavioral Design Unit, elaboratum

Verhaltensökonomische Ansätze werden schon seit Jahren erfolgreich im Marketing und Sales von Versicherungen genutzt. Lemonade hat hier mit dem „Chief Behavioral Officer“ Dan Ariely einen vielbeachteten frühen Akzent gesetzt - mittlerweile sind die praktischen Anwendungen deutlich vorangeschritten und haben es bis in die Produktentwicklung geschafft. Ein Plädoyer für neue Ansätze, die Produktinnovation und Kundenzentrierung voranbringen.

- 17:10 Uhr** **Customer Centricity - Working Backwards vom Kunden zur Lösung**
 Siegfried Schallmueller, EMEA Digital Innovation Leader, Amazon Web Services

Amazon Web Services ist der Cloud-Computing-Anbieter in der Amazon Gruppe. Zahlreiche populäre Dienste wie beispielsweise Dropbox, Netflix, Foursquare oder Reddit greifen auf die Dienste von Amazon Web Services zurück. Siegfried Schallmueller gibt heute Einblicke in die Arbeit des Unternehmens Amazon: Kundenorientierung als Organisationsprinzip / Voice Of The Customer als Basis für Prozess- und Servicedesign / AI als Enabler für Employee Experience sind die Stichworte, mit denen sich sein Impulsvortrag beschäftigen wird.

- 17:40 Uhr** **Diskussion**

- 18:00 Uhr** **Übergang zur Abendveranstaltung**

- 18:40 Uhr** **Gemeinsamer Gang zur Abendveranstaltung**

- 19:00 Uhr** **Gala-Dinner „Fantissima“**

Donnerstag, 23.05.2024



Referentinnen und Referenten (v.l.n.r.): Prof. Dr. Heinrich R. Schradin, Martin Aschoff, Dr. Dennis Voigt, Philipp Stumm, Marc Lüke, Christian Metten, Guido Land, Rolf Wiswesser, Jakob Muziol, Matthias Kaja, Jan Pohlschmidt, Christian Kothe

09:00 Uhr **Get together**

09:30 Uhr **Begrüßung**

Dr. Frank Kersten und Stefan Raake, AMC

09:40 Uhr **Die Versicherungsbranche im Kontext weitreichender Herausforderungen**

Prof. Heinrich R. Schradin, Universität zu Köln, Beiratsvorsitzender des AMC

Die aktuelle konjunkturelle Entwicklung ist geprägt von einer Vielzahl von Entwicklungen: Ernsthafte Herausforderungen und echte Krisen machen das Versicherungsgeschäft nicht einfacher. Prof. Heinrich R. Schradin zeigt auf, wo wir heute stehen und was uns möglicherweise künftig erwartet.

10:10 Uhr **Diskussion**

10:15 Uhr **Vertrauen schaffen, sicher kommunizieren**

Martin Aschoff, CEO, AGNITAS

E-Mail ist der bevorzugte Kommunikationskanal von Kundinnen und Kunden mit Unternehmen. Doch die Herausforderungen an die Sicherheit der E-Mail-Kommunikation wachsen: Einerseits sollen E-Mails zuverlässig und unverfälscht bei den Kundinnen und Kunden ankommen und nicht als Spam geblockt werden. Andererseits soll Missbrauch der eigenen E-Mail-Adressen durch Spammer und Phisher verhindert werden. Wie kann das gelingen? Und wie lässt sich in diesem Zusammenhang die Verfügbarkeit, Vertraulichkeit und Integrität der eigenen E-Mail-Infrastruktur sicherstellen?

10:30 Uhr **Dialogmarketing und Recht - gestern, heute, morgen**

Dr. Dennis Voigt, Rechtsanwalt und Partner, Melchers Rechtsanwälte

Ob Telefonverkauf, E-Mailing, Call-Center, WhatsApp oder Cookies ... seit es Dialogmarketing gibt, beschäftigen uns auch immer rechtliche Fragestellungen dazu: Was ist erlaubt, was nicht? Worauf müssen wir achten bei der Ausgestaltung unserer Marketing-Aktivitäten? Dr. Dennis Voigt zeigt auf, was sich in den letzten 30 Jahren getan hat – und worauf wir uns gegebenenfalls künftig einstellen müssen.

10:45 Uhr **Was tun beim Shitstorm? Und wie mit Hate Speech umgehen?**

Philipp Stumm, Digital Account Director, gkk DialogGroup GmbH

Soziale Medien und Online-Plattformen sind allgegenwärtig. Nicht nur Privatpersonen, sondern auch Unternehmen sind vermehrt mit Hate Speech und Shitstorms konfrontiert. Welche Empfehlungen gibt es für die Kommunikation? Was sollte getan und was sollte gelassen werden?

11:00 Uhr **Pause**

11:20 Uhr **Nachhaltigkeit im Vertrieb – machen Versicherer die gleichen Erfahrungen wie bei der Digitalisierung?**

Marc Lüke, CEO John Kent GmbH

Christian Metten, CEO REIMAGINE 2050 GmbH

Guido Land, Geschäftsführender Gesellschafter Regionalvertretung Land, Holschbach & Giebels OHG

Wird Nachhaltigkeit - vergleichbar wie die Digitalisierung in den 2000ern - unterschätzt? Welche Lernerfahrungen aus der digitalen Transformation des Vertriebs sind für einen glaubwürdigen und erfolgreichen Umsetzungsweg von Nachhaltigkeit im Vertrieb nützlich? Allein regulatorische Anforderungen umzusetzen ist aus Sicht der Referenten eine verpasste relevante Chance. Marc Lüke und Christian Metten geben Impulse und teilen Ihre Hypothesen. Abgerundet wird der Vortrag durch einen Praxisbericht von einer der größten und erfolgreichsten AXA Agenturen.

11:50 Uhr **Vertriebsmanagement im Wandel: Erkenntnisse aus drei Jahrzehnten**

Dr. Rolf Wiswesser, Mitglied des Vorstandes, Allianz Versicherungs-AG

AMC-Beirat Dr. Rolf Wiswesser ist seit fast 30 Jahren in der Versicherungsbranche tätig. Er war Vorstand bei Swiss Life Select und ERGO und ist nun seit acht Jahren Vorstand bei der Allianz, wo er einst seine berufliche Laufbahn begann. Wie hat sich seitdem der personengebundene Vertrieb gewandelt? Wie funktioniert Vertriebsmanagement und -führung heute? Was war früher selbstverständlich und was geht heute nicht mehr? Es erwarten uns kurzweilige Ein- und Rückblicke.

12:20 Uhr **Diskussion**

12:30 Uhr **Pause**

12:50 Uhr Diskussionsrunde Sportsponsoring: Themen, Trends und Potentiale

Mit Beiträgen von Jakob Muziol, ARAG
Matthias Kaja, Barmenia
Jan Pohlschmidt, SIGNAL IDUNA
Christian Kothe, Senior Vice President Sales, Sportfive

Sportsponsoring ist und bleibt ein spannendes Thema, um Markenbekanntheit zu schaffen bzw. auszubauen. Auch in diesem Jahr ist die Versicherungsbranche sehr aktiv. Vom Trikot des Dorfvereins über den Bundesliga-Club bis zur eigenen eSports-Mannschaft: Fast alle Sportarten werden in der ein oder anderen Form von Versicherungen unterstützt. Immer wieder stellt sich zu Recht die Frage: Was bringt das bisweilen millionenschwere Investment eigentlich? In kurzen Impulsen geben die Referenten einen Einblick in ihre aktuellen Aktivitäten und diskutieren gemeinsam mit den Teilnehmern künftige Entwicklungen des Sportsponsorings.

13:50 Uhr Verabschiedung**14:00 Uhr Gemeinsames Mittagessen****15:00 Uhr Ende des AMC-Meetings mit Besuch des Freizeitparks Phantasialand**