

# AMC-Meeting Frühjahr 2025

21.05.2025 - 22.05.2025, Hilton, Georg-Glock-Strasse 20, 40474 Düsseldorf

## 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-Practice-Beispiele unserer Dienstleistungspartner sowie Gemeinschaftsvorträge mit Versicherern.

### Moderation



Dr. Frank Kersten & Stefan Raake, AMC

### Mittwoch, 21.05.2025



Referenten (v.l.n.r.): Joachim Zech, Julian Wöhr, Dr. Robin Kiera, Michael Wietkamp, Christian Späth, Arno Kircher, Matthias Klumpe, Artur Kosch, André Schulz, Jana Moran, Christian Schröder, Professor Michael Hauer, Dr. Wolfgang Kuckertz, Marc Lücke, Christian Vorwerck, Michael Nenninger, Heiko Scholz

**11:30 Uhr**    **Get together**

**12:00 Uhr**    **Begrüßung**

Dr. Frank Kersten, Geschäftsführer, AMC Finanzmarkt GmbH  
Stefan Raake, Geschäftsführer, AMC Finanzmarkt GmbH

**12:15 Uhr**    **Praxisbericht: Wie Conversational AI die Kundeninteraktion transformiert**

Joachim Zech, Leiter Marketing / Geschäftsführer BOAM, Die Bayerische  
Julian Wöhr, Senior Prozessmanager - Marketing, Die Bayerische

Erfahren Sie, wie die Bayerische mithilfe von Conversational AI Produktfragen potenzieller Kunden direkt auf der Webseite automatisiert und individuell und effizient beantwortet. Ein Blick hinter die Kulissen erfolgreicher KI-gestützter Kundeninteraktion.

**12:45 Uhr**    **Wenn Sie nichts verkaufen wollen, machen Sie kein Social Media. Wenn doch, dann nutzen Sie fünf Wege viral zu gehen.**

Dr. Robin Kiera, Gründer und CEO, digitalscouting

So holen Sie das meiste aus Social Media in diesem Jahr heraus: Von LinkedIn über TikTok bis hin zu TV – entdecken Sie fünf erprobte Wege, wie Sie mit kreativen Tools und messbaren Strategien viral gehen können. Mit echten Beispielen aus eigenen erfolgreichen Kanälen und Kampagnen für Kunden liefert Dr. Robin Kiera einen Blick hinter die Kulissen der erfolgreichsten digitalen Projekte. Erfahren Sie, was funktioniert – und was nicht – in einer Welt, die sich ständig verändert.

**13:00 Uhr**    **Versicherungsverkauf auf Instagram – und es geht doch!**

Michael Wietkamp, CRO (Chief Revenue Officer), Stylink Social Media GmbH

Während viele Experten den Verkauf von Versicherungsprodukten über Social Media als nicht praktikabel einstufen, zeigt Stylink neue, erfolgversprechende Perspektiven auf. In diesem Vortrag erfahren Sie, wie der Vertriebskanal Instagram mit dem richtigen strategischen Ansatz effektiv für die Versicherungsbranche genutzt werden kann.

**13:15 Uhr**    **Die Zukunft der Kundenkommunikation: GenAI als Schlüssel zur Effizienzsteigerung für Versicherer**

Christian Späth, Enterprise Sales Manager CXM, Quadient CXM Germany GmbH

Wie können Versicherungsunternehmen ihre Kundenkommunikation schneller, effizienter und personalisierter gestalten? GenAI bietet hier völlig neue Möglichkeiten. Erfahren Sie, wie moderne KI-Technologien die Interaktion mit Kunden revolutionieren – für bessere Prozesse, höhere Kundenzufriedenheit und nachhaltige Wettbewerbsvorteile.

**13:30 Uhr**    **Gemeinsames Mittagessen**

- 14:15 Uhr Direkte E-Mail Kommunikation, zufriedene Kunden: ARAGs Weg zur Echtzeit-Interaktion und höherer Servicequalität**  
Arno Kircher, Abteilungsleiter IT-Koordination, ARAG SE  
Matthias Klumpe, Partner Manager, ELAINE technologies
- Kunden erwarten schnelle und verlässliche Informationen – besonders in sensiblen Momenten wie einem Schadensfall. ARAG setzt mit der Integration von ELAINE und der CCM-Lösung Serie M/ auf Echtzeit-Kommunikation, um Kunden sofort die benötigten Informationen bereitzustellen. Erfahren Sie, wie ARAG durch digitale Prozesse die Servicequalität verbessert und die Kundenzufriedenheit nachhaltig steigert.
- 14:45 Uhr Wie KI-Suchmaschinen den Entscheidungsprozess Ihrer Kunden verändern – und was Versicherer jetzt tun müssen, um in Zukunft relevant zu bleiben**  
Artur Kosch, CEO, KKP GmbH
- Die Suche nach Versicherungen verändert sich grundlegend: KI-Suchmaschinen wie ChatGPT, Perplexity und Google AI Overviews interpretieren Anfragen anders und beeinflussen den Entscheidungsprozess der Kunden. Klassische SEO-Strategien reichen nicht mehr aus – wer frühzeitig in KI-Suchmaschinen Präsenz aufbaut, sichert sich Wettbewerbsvorteile. Erfahren Sie, wie sich das Suchverhalten wandelt und welche Strategien Versicherer jetzt verfolgen sollten, um relevant zu bleiben.
- 15:00 Uhr ROPO messbar gemacht: Kundenverhalten besser verstehen und Umsatz steigern**  
André Schulz, Senior Managing Consultant, elaboratum GmbH  
Jana Moran, COO, Utiq Deutschland GmbH
- elaboratum und Utiq zeigen auf, wie der ROPO-Effekt (Research Online, Purchase Offline) messbar wird und welche strategischen Vorteile dies für Versicherer bietet. Verstehen Sie, wie Ihre Kunden von der Online-Recherche zum Offline-Abschluss navigieren – und nutzen Sie diese Insights, um Ihre Marketing- und Vertriebsmaßnahmen noch gezielter auszurichten.
- 15:15 Uhr Pause**
- 15:45 Uhr Digitale Verkaufunterstützung: Komplexe Inhalte verständlich erklären mit Softwarelösungen**  
Christian Schröder, Leiter Strategie, VOLKSWOHL BUND Versicherungen  
Professor Michael Hauer, Geschäftsführer, Institut für Vorsorge und Finanzplanung IVFP
- Wie lassen sich komplexe Inhalte so aufbereiten, dass sie Kunden verständlich und überzeugend präsentiert werden können? Erfahren Sie, wie moderne Softwarelösungen den Verkaufsprozess erleichtern und beratungsintensive Produkte greifbar machen. Einblicke in die digitale Zukunft der Verkaufunterstützung.
- 16:15 Uhr Von der Pflicht zur Chance: Digitale Weiterbildung in Zeiten neuer rechtlicher Anforderungen**  
Dr. Wolfgang Kuckertz, Vorstand, GOING PUBLIC! Akademie für Finanzberatung AG & Co. KG
- Gleich in zwei Bereichen werden die Anforderungen an Vermittler erhöht. So soll es einen neuen §34k GewO geben sowie eine permanente Weiterbildungspflicht für Anlagevermittler. Beides wird den Versicherungsbereich stark tangieren. Dabei liegen sowohl in der Regulierung als auch in der Lösung erhebliche Chancen. Diese schauen wir uns gemeinsam an.
- 16:30 Uhr Digitalisierung im Vertrieb: Warum ‚Premium‘ nicht immer Premium ist – und wie es gehen kann**  
Marc Lüke, Geschäftsführer, CEO, John Kent GmbH
- Versicherer investieren in digitale Lösungen – doch oft passen sie nicht zu den Bedürfnissen der Vertriebspartner. Standardlösungen sind unflexibel, echte Individualisierung fehlt. Das Ergebnis? Top-Vertriebspartner suchen eigene Wege und scheitern an branchenfremden Anbietern. Erfahren Sie, wie Versicherer mit dem richtigen Ansatz ihre Top-Agenturen und Makler stärken, statt sie ungewollt auszubremsen.
- 16:45 Uhr Pause**
- 17:00 Uhr Vermarktung mit modernen digitalen Plattformen und Tools: Schneller Vertrieb über alle Kanäle**  
Christian Vorwerck, Head of Marketing DACH, Sapiens Deutschland GmbH
- Neue Plattformen und Tools ermöglichen es Versicherern, digitale Vertriebsprozesse schnell und flexibel umzusetzen, ohne dabei Bestandssysteme verändern zu müssen. Produkte und Services können nahtlos über Portale für Kunden, Makler und Mitarbeiter angeboten werden, die Kundenerfahrung (CX) wird verbessert, Time-to-Market wird verkürzt und die Kundenansprache effizienter. Christian berichtet von aktuellen Use-Cases aus der Branche.
- 17:15 Uhr Customer Centricity: Begeistern Sie Ihre Kunden!**  
Michael Nenninger, Geschäftsbereichsleitung, msg systems ag
- In einer transparenten Welt wird eine kundenzentrierte Customer Experience zum Erfolgsfaktor. Das CX Score Ranking der Top 50 Versicherungen zeigt: Bei den häufig eher produktzentrierten Versicherern bleiben viele Potenziale ungenutzt. Erfahren Sie, wie Sie Kundenbedürfnisse besser verstehen, Ihre Position stärken und mit Best Practices aus anderen Branchen überzeugen. Entdecken Sie zudem, wie KI und die Generation Z das Kundenerlebnis der Zukunft prägen.
- 17:30 Uhr Sportsponsoring im Meisterschaftsjahr**  
Heiko Scholz, Bereichsleiter Marketing, BarmeniaGothaer
- Einfach „nur“ Glück gehabt oder vorausschauende Planung? Die Barmenia feierte in der letzten Saison unfassbare Erfolge mit dem Team des Jahres. Als Barmenia 2016 als Trikotsponsor bei Bayer Leverkusen einstieg, qualifizierte sich die Werkself zwar regelmäßig für den Europapokal, aber mit einer überragenden Saison wie der letzten war nicht zur rechnen. Die Story zum Coup bringt Heiko Scholz heute mit.

- 18:00 Uhr **Übergang zur Abendveranstaltung**
- 18:30 Uhr **Das AMC Escape-Game: Auf dem Weg zum Mond**
- 20:00 Uhr **Gemeinsames Abendveranstaltung**

## Donnerstag, 22.05.2025



Referentinnen und Referenten (v.l.n.r.): Prof. Dr. Heinrich R. Schradin, Prof. Dr. Roman Brylka, Stephan Schmidl, Jakob Muziol, Alexander Mühl, Richard Erbler, Patrick Pfefferkorn, Jens Köhler, Gregor Berg, Max Kratzke, Peter Helmerichs, Ralf Pispers

**08:30 Uhr Get together**

**09:00 Uhr Begrüßung**

Dr. Frank Kersten, Geschäftsführer, AMC Finanzmarkt GmbH  
Stefan Raake, Geschäftsführer, AMC Finanzmarkt GmbH

**09:15 Uhr Update: Aktuelle Herausforderungen der Versicherungsbranche**

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

Die aktuelle konjunkturelle Entwicklung bringt zahlreiche spannende Dynamiken mit sich. In einem herausfordernden Umfeld eröffnen sich auch neue Perspektiven und Chancen, das Versicherungsgeschäft zukunftssicher zu gestalten. Prof. Heinrich R. Schradin zeigt auf, wo wir heute stehen und was uns möglicherweise künftig erwartet.

**09:45 Uhr Standortentscheidungen auf Knopfdruck: Ein neue Ära der Geodatenanalyse**

Prof. Dr. Roman Brylka, Managing Partner, THE GREEN BRIDGE

Geodaten sind entscheidend für fundierte Geschäftsentscheidungen. Doch herkömmliche Geoinformationssysteme sind oft zu komplex und ineffizient für moderne Anwendungen. Die Technologie von The Green Bridge verarbeitet Geodaten in Echtzeit – ohne aufwendiges Preprocessing – und macht sie direkt für weiterverarbeitende Algorithmen nutzbar. Anhand praxisnaher Beispiele zeigt der Beitrag, wie diese Innovation Versicherungen effizienter macht und Wachstumspotenziale hebt - effizient, agil und in Echtzeit!

**10:00 Uhr Lokale Relevanz, globale Reichweite: So steuern Top-Marken ihre Kampagnen weltweit**

Stephan Schmidl, Geschäftsführer, gkk DialogGroup GmbH

Wie schaffen es Marken wie Coca-Cola, Milka und Nestlé, in Rekordzeit weltweit personalisierte Kampagnen auszurollen? Mit einer KI-Plattform, die Sprache, Bildwelt und lokale Feinheiten perfekt aufeinander abstimmt. Erleben Sie einen „Blick über den Tellerrand“ und erfahren Sie, wie auch Sie die neuen Möglichkeiten im Marketing Ihres Unternehmens nutzen können.

**10:15 Uhr Der Weg zum neuen Corporate Design der ARAG**

Jakob Muziol, Leiter Marketing, ARAG SE

Wie lassen sich Tradition und Innovation zeitgemäß miteinander verbinden? Die ARAG hat sich auf eine spannende Reise begeben: die Entwicklung eines neuen Corporate Designs. In diesem Vortrag gibt Jakob Muziol einen Einblick in die strategischen Überlegungen, die kreativen Prozesse und die Herausforderungen, die dieses Projekt geprägt haben.

**10:45 Uhr Pause**

**11:15 Uhr Echte Liebe: Marke und Marketingstrategie des BVB**

Alexander Mühl, Direktor Marketing & Digitalisierung, Borussia Dortmund

Fan-Kultur und Leidenschaft prägen die Identität des BVB. Die „Gelbe Wand“, die Südtribüne des SIGNAL IDUNA Parks, kennt jeder, der sich für Fußball interessiert. Der BVB kombiniert Tradition mit digitaler Innovation, nutzt soziale Medien gezielt, bleibt dabei authentisch und stärkt so seine globale Bekanntheit. Die konsequente Markenpositionierung, wie sie der BVB vorlebt, bietet auch allen Unternehmen wertvolle Lektionen - unabhängig von Branche oder Größe.

**11:45 Uhr Markenaufbau in der Versicherungsbranche: Erfolgsfaktoren und Potenziale**

Richard Erbler, Geschäftsführer, ROOTS Brand Strategy Consultants GmbH

Der Vortrag zeigt, was starke Marken auszeichnet und beleuchtet den Status Quo der Versicherungsbranche. Im Fokus stehen die ungenutzten Potenziale, die insbesondere durch eine klare Werteorientierung und die konsequente interne Verankerung der Marke erschlossen werden können. So wird Markenaufbau zum zentralen Erfolgsfaktor in einer komplexen Branche.

**12:00 Uhr Blaupause für Markenwachstum - wie wachsen Marken im Versicherungsbereich?**

Patrick Pfefferkorn, Director, KANTAR GmbH  
 Jens Köhler, Client Director Brand, KANTAR GmbH

In der dynamischen Welt der Versicherungen ist Markenwachstum keine Selbstverständlichkeit. Doch wie schaffen es einige Marken, sich erfolgreich zu behaupten und kontinuierlich zu wachsen? In unserem Vortrag präsentieren wir Ihnen die Blaupause für Markenwachstum, basierend auf den umfassenden Erkenntnissen aus der BrandZ Datenbank und dem Blueprint for Brand Growth. Erfahren Sie, wie bedeutende Marken durch gezielte Strategien und Maßnahmen ihre Marktpräsenz ausbauen und ihre Position stärken. Wir zeigen Ihnen die konkreten Schritte, die durchlaufen werden müssen, um nachhaltiges Wachstum zu erzielen.

**12:15 Uhr Pause****12:30 Uhr Aufstellung und Organisation des CX-Managements bei der Signal Iduna**

Gregor Berg, Customer Experience Specialist, SIGNAL IDUNA Gruppe  
 Max Kratzke, Center of Excellence Lead NPS, Customer Experience Management, SIGNAL IDUNA Gruppe

Best Practice Customer Experience: Gregor Berg und Max Kratzke zeigen uns, wie es bei der SIGNAL IDUNA gelingt, Kundenanliegen über verschiedenste Kanäle individualisiert und zeitnah zu bearbeiten.

**13:00 Uhr Wie aus personalisierter Customer Journey und smartem Lead-Management maximaler Vertriebs Erfolg wird**

Peter Helmerichs, Programm- und In-Force Manager Lebensversicherung, VPV Lebensversicherungs-AG  
 Ralf Pispers, Founder & CEO, PBM Personal Business Machine AG

Kunden bei der finanziellen Absicherung helfen, private Altersvorsorge ermöglichen und individuelle Lebenswünsche erfüllen - das ist die Zielsetzung der VPV Berater, die auch dann gilt, wenn die Renten- und Lebensversicherungsverträge fällig werden. Die VPV bietet ihren Kunden seit August 2024 eine personalisierte Kundenreise, die für jeden Kunden über alle Medien aufbereitet wird. Sie feiert in der Ansprache den Moment, informiert per Landingpage mit Video über den Ablauf und zeigt im Zukunfts-Check die Möglichkeiten zur Wiederanlage. Für die VPV Berater entstehen hochqualifizierte Leads und im Ergebnis massiv gesteigerte Conversion-Rates.

**13:30 Uhr Gemeinsames Mittagessen und Networking****15:00 Uhr Ende des AMC-Meetings**