

# AMC-Meeting Herbst 2024

27.11.2024 - 28.11.2024, Best Western Plus Hotel Köln City, Innere Kanalstraße 15, Köln

## 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



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

### Mittwoch, 27.11.2024



Referenten (v.l.n.r.): Dr. Christian Hahn, Ann-Kristin Johanning, Thorsten Harras, Marc Lüke, Luitgard Schmitt, Tobias Weber, Fynn Monshausen, Michael Wietkamp, Julia Kaiser, Dr. Sami Charaf Eddine, Ingo Gregus, Jan-Hendrik Diederich, Philipp Stumm, Oliver Haug, Evi Popp

**11:30 Uhr**    **Get together**

**12:00 Uhr**    **Begrüßung**

Dr. Frank Kersten & Stefan Raake, AMC

**12:05 Uhr**    **Purpose-Marketing: Die Deutsche Telekom und ihre Initiative #GegenHassImNetz**

Dr. Christian Hahn, VP Marketing Communications Strategy & Media, Deutsche Telekom AG

Haltung ist nicht nur eine Kampagne, sondern muss authentisch sein und gelebt werden. Die Telekom beweist dies durch zahlreiche Projekte und Krisenhilfen, stets getreu ihrem Leitsatz „we won't stop until everyone is connected“. Dr. Christian Hahn stellt vor, wie die Kampagne #GegenHassImNetz entstanden ist, welche Erfahrungen die Telekom gemacht hat und was wir von der Initiative in Zukunft erwarten dürfen.

**12:35 Uhr**    **Policen für den Planeten: Nachhaltige Versicherungsprodukte – der Stand der Dinge!**

Ann-Kristin Johanning, Managing Consultant, elaboratum

Warum gibt es sie nicht, die nachhaltigen Versicherungsprodukte? Welche Ansprüche müssten nachhaltige Policen an eine eventuell doch vorhandene Zielgruppe erfüllen? Diesen Fragen wollte elaboratum auf den Grund gehen und hat daher in Kooperation mit der Universität St. Gallen die Studienreihe „Policen für den Planeten“ gestartet. Ann-Kristin Johanning stellt Erkenntnisse zur Markt- und Kundenperspektive vor.

**12:50 Uhr**    **KI-analytierte Kundenstimmen: Insights für die Versicherungsbranche hat John Kent Kundenfeedback**

Marc Lüke, CEO, John Kent GmbH

Wie kundenorientiert sind die Versicherer tatsächlich? Mit Hilfe von KI haben wir Kundenfeedback aus Millionen von Rezensionen gesammelt, analysiert und wertvolle Erkenntnisse gewonnen. Erhalten Sie Insights und diskutieren Sie Potenziale für erlebbare Kundenorientierung, insbesondere im stationären Vertrieb.

**13:05 Uhr**    **Professionelle Markt- und Wettbewerbsbeobachtung der Versicherungsbranche**

Luitgard Schmitt, Senior Managerin & Tobias Weber, Head of Market Intelligence, Arix Business Intelligence

Welche Strategien verfolgen Ihre Wettbewerber und welche Produkte bringen sie auf den Markt? Was sind die wichtigen Kennzahlen aus der Versicherungsbranche und wie verändern sie sich? Antworten auf diese Fragen gibt der Market Navigator. Das Informationstool wird mit Anwendungsbeispielen anschaulich vorgestellt.

- 13:20 Uhr Diskussion**
- 13:30 Uhr Gemeinsames Mittagessen**
- 14:10 Uhr Digitalvertrieb: Der unfaire Wettbewerbsvorteil der Hyperindividualisierung**  
Fynn Monshausen, Head of Department Digital Sales, BarmeniaGothaer
- Die richtigen Kund:innen zum richtigen Preis gewinnen ist das Ziel jedes Marketeters. Dafür werden digitale Anwendungen konstruiert, die es Kund:innen besonders einfach machen sollen. Aber das reicht – auch bei hoher Mobile-Fähigkeit – nicht mehr aus, um im Markt besonders erfolgreich zu sein. Die Individualisierung ist nicht nur das Ende von linearen Webseiten, sondern auch der Anfang eines neuen Niveaus von Conversion-Rates.
- 14:40 Uhr Influencer Marketing – Geldverschwendung?**  
Michael Wietkamp, CRO & Julia Kaiser, Sales Managerin, Stylink Social Media GmbH
- Sind Influencer der Schlüssel zum Erfolg oder ein teurer Irrweg für Versicherungsunternehmen? In diesem Vortrag erhalten Sie Insight über Chancen und Risiken des Influencer Marketings in einer Branche, die auf Vertrauen und Seriosität baut.
- 14:55 Uhr Effizient durch Retrofitting: Moderne Workplaces für den Schadenservice**  
Dr. Sami Charaf Eddine, Geschäftsführer, ClaimFlow Technology GmbH
- Wer Kundenservice will, muss Schadenservice liefern. Doch während alle Welt betört ist von KI, zeigt sich auch hier: Ideen, Konzepte und neue Technologien können noch so schön sein – am Ende ist es die nahtlose Anbindung an die bestehenden Systeme, die über Erfolg und Misserfolg der digitalen KI-Transformation entscheidet. Genau hier setzt Retrofitting an.
- 15:10 Uhr Mehr Effizienz statt Frust. Wo KI in Marketing-Prozessen wirklich Mehrwerte schafft**  
Ingo Gregus, Director Business Development, adesso SE
- Generative KI wird von fast allen Versicherern derzeit mit mehr oder weniger Erfolg ausprobiert. Oft bleibt bei den Versuchen eher ein „auwAla“ statt Begeisterung. Wie das auch anders geht, zeigt der Impuls am Beispiel von automatisierten Redaktionsprozessen mit KI.
- 15:25 Uhr Diskussion**
- 15:35 Uhr Kaffeepause**
- 15:55 Uhr „Versicherungen sind Betrüger!!!!“ - oder: Wie man als Nicht-Lovebrand in einer Community bestehen kann**  
Jan-Hendrik Diederich, Abteilungsleitung Ganzheitliche Kommunikation, Concordia Versicherungen  
Philipp Stumm, Digital Account Manager, gkk Frankfurt
- Wenn sich ein Versicherer in Sozialen Netzwerken tummelt, kann er sich dieser Gruppen sicher sein: Hater und Trolle! Wie die Concordia damit umgegangen ist, erfahren Sie in diesem Vortrag über Community Fails, mutige Kommentare und den richtigen Content.
- 16:25 Uhr KI in der Kundenkommunikation**  
Oliver Haug, Direktor, Communication Lab
- Ist KI ein Enabler für bessere Texte? Und wie ist der Einsatz von KI im Unternehmen verankert? Oliver Haug stellt die Ergebnisse einer Expertenbefragung von Comlab und AMC vor und zeigt, wie in der täglichen Arbeit KI für verständliche und markentreue Texte sorgt.
- 16:40 Uhr Mehr Menschen erreichen mit immersiver Technik: Die Altersvorsorge-Kampagne der neue leben Versicherung**  
Evi Popp, Mitglied des Vorstands, neue leben Versicherungen
- Die Neue Leben Lebensversicherung startet mit „Triff dein Zukunfts-Ich“ eine interaktive Altersvorsorge-Kampagne. Über AI-Avatare in Sparkassen-Filialen erleben Nutzer ihr gealtertes Selbst. Evi Popp berichtet über die Kampagne und wie es gelingt, Altersvorsorge mit Emotionen zu belegen.
- 17:10 Uhr Diskussion**
- 17:20 Uhr Übergang zur Abendveranstaltung**
- 18:00 Uhr AMC-Masters: Das Bürogolfturnier**  
Spielerische Kommunikation statt Stehtisch und Schnittchen. Nehmen Sie teil an unserem Bürogolfturnier, das von unserem Partner SpielProViel organisiert wird. Networking einmal anders!
- 19:30 Uhr Gemeinsames Abendessen**  
Jetzt aber ... Schnittchen? Nicht doch. Feine Speisen und Getränke im Hotel-Restaurant :)

## Donnerstag, 28.11.2024



Referentinnen und Referenten (v.l.n.r.): Rainer Busch, Nina Henschel, Tido Meyer-Voelcker, Holger Hornik, Simon Moser, Diana Sprung, Anastasia Budaev, Franziska Weber, Christoph Jacob, Kevin Filz, Mariele Scheiba

**09:00 Uhr** **Get together**

**09:30 Uhr** **Begrüßung**

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

**09:35 Uhr** **Keynote: #LikeABosch - wenn's einfach klappt**

Rainer Busch, Director Brand Management, Bosch Home Comfort

Was vor Jahren im Web als „Like a Boss“ Meme begann, ist mittlerweile nicht nur zur bisher erfolgreichsten Kampagne von Bosch aller Zeiten gewachsen. #LikeABosch ist nun in der Werbelandschaft zur echten Ikone geworden und hinterlässt entsprechenden Eindruck. Wie konnte es dazu kommen – und wie geht es weiter? Der Vortrag bietet Ein- und Ausblicke mit einem „Blick über den Tellerrand“ und erläutert, wie einer der größten deutschen Technologiekonzerne mithilfe der mutigen #LikeABosch Kampagne die Transformation des Konzerns und die Verjüngung der Marke erreicht hat und wie einzelne Geschäftsbereiche - insbesondere Bosch Home Comfort - davon profitieren.

**10:05 Uhr** **Frauen in Führung: Wissenswertes und Erfolgsfaktoren**

Nina Henschel, Vorstand Partnervertriebe und Kollektivgeschäft Gesundheit, DKV Deutsche Krankenversicherung AG und ERGO Krankenversicherung AG

Die Arbeitswelt befindet sich in einem tiefgreifenden Wandel. Vermeintliche Sicherheiten wie feste Arbeitsplätze, langfristige Arbeitsverhältnisse und klar definierte Berufsfelder werden immer instabiler. Dass Frauen in diesem Umfeld in höchste Positionen der Wirtschaft vordringen, ist in vielen Unternehmen noch nicht selbstverständlich. Nina Henschel ist seit 2016 als Vorstand in der Versicherungsbranche tätig. Heute berichtet sie von ihrem Blick auf Frauen in Führung und ihrem persönlichen Erfolgsrezept.

**10:35 Uhr** **Anwendungsmöglichkeiten von KI zur Verbesserung der Maklerbetreuung**

Tido Meyer-Voelcker, Community Manager, BSI  
Holger Hornik, Head of Artificial Intelligence & Data Analytics, msg

Durch den Einsatz von AI und Voicebots zur Durchführung und Auswertung von Makleranfragen können Versicherungsunternehmen die Effizienz steigern, die Datenqualität verbessern und personalisierte Informationen live bereitstellen. Dies führt zu höherer Maklerzufriedenheit, optimierten Arbeitsabläufen und einem nachhaltigen Wettbewerbsvorteil.

**10:50 Uhr** **Conversational AI next level: Gemeinsam sind wir stark!**

Dr. Frank Kersten, Geschäftsführer, AMC  
Simon Moser, CEO, muffintech GmbH  
Diana Sprung, Prokuristin, Going Public! AG

Schöpfen Sie das Potenzial Ihrer Mitarbeitenden voll aus und bieten Sie Ihren Kund:innen eine einmalige User Experience. In einem vom AMC initiierten Gemeinschaftsprojekt haben muffintech und Going Public! einen KI-Bot geschaffen, der seinesgleichen sucht: Trainiert mit spezifischem Versicherungs-Know-How steht dieser ab sofort als KI-Mitarbeiter bereit. Was macht den Bot so einmalig? Und warum halluziniert er nicht?

**11:05 Uhr** **Diskussion**

**11:15 Uhr** **Kaffeepause**

**11:35 Uhr** **Bericht aus dem Maschinenraum: Wie Botschafter:innen der Kundensicht im Unternehmen Verbündete finden**

Anastasia Budaev, Prozessmanagerin mit Schwerpunkt CX, Süddeutsche Krankenversicherung  
Franziska Weber, Projektmanagerin, MSR Consulting Group

Welche Erfahrungen hat die SDK bei der Implementierung von Customer Experience Management (CEM) gemacht? Welche Best Practices in Bezug auf die zentrale Rolle der Kundenbotschafter\*innen konnten abgeleitet werden? Erfahren Sie von einer engagierten Kundenbotschafterin, wie die Umsetzung von gezielten Botschafterprogrammen gelingen kann und maßgeblich zum Erfolg des CEM beiträgt.

**12:05 Uhr** **Ideen, Inspiration und Erfolg mit der KI-Integration in die gesamte Customer Journey**

Christoph Jacob, Senior Manager, Wavestone

Steigender Kostendruck und zunehmender Fachkräftemangel: KI kommt gerade passend zur Unterstützung bei diesen und weiteren Herausforderungen. Anhand von Beispielen aus der Versicherungsbranche und anderen Bereichen erfahren Sie, wie Künstliche Intelligenz Ihnen dabei hilft, Ihren Kunden ein erstklassiges Erlebnis zu bieten – und das entlang der gesamten Customer Journey.

**12:20 Uhr Effizienter Kundenservice durch KI: Insights aus dem Benchmark für Versicherer**

Kevin Filz, Director Customer Success, Foundever

Erfahren Sie Best Practices aus einem Benchmark von 22 Versicherern. Wie ist die technologische Reife im Kundenservice? Welche Schwachstellen sind häufig anzutreffen? Und wie kann KI den Kundenservice unterstützen und effizienter machen?

**12:35 Uhr Digitale Kommunikation in der Versicherungsbranche: Präferenzen und Zufriedenheit der Kunden**

Mariele Scheiba, Industry Leader Finance &amp; Insurance, APPINIO GmbH

N. N., VU N. N.

Welche digitalen Wege nutzen Versicherte, um mit ihrer Versicherung in Kontakt zu treten? Und wie zufrieden sind die Kund:innen mit den aktuellen Angeboten zur digitalen Kommunikation? Der Vortrag präsentiert die Ergebnisse einer Befragung von 1.000 Endkund:innen und zeigt, was Versicherer tun können, um ihre Kund:innen besser zu erreichen.

**13:05 Uhr Diskussion****13:15 Uhr Verabschiedung****13:30 Uhr Gemeinsames Mittagessen****15:00 Uhr Ende des AMC-Herbstmeetings**