



Digitalisierung in der Versicherungsbranche

Neue Wege des internetorientierten Makler- und Endkundenvertriebs

Workshop am 14. und 15. September 2015

Inhalt und Ziele

Das Thema Digitalisierung ist in aller Munde. Die deutsche-versicherungsboerse.de und der „Berliner Arbeitskreis Maklerprozesse (BAM)“ beschäftigen sich seit 15 Jahren mit diesem Thema und begleiten die Branche dazu sehr eng. Dieser Workshop wird daher von beiden Organisationen gemeinsam durchgeführt.

In dem Workshop stellen wir Grundlagen vor, fassen die aktuelle Situation zusammen und zeigen mögliche (neue) Wege auf – sowohl für den Makler, als auch für den Endkundenvertrieb.

Gemeinsam stellen wir uns u.a. diese Fragen:

- Ist die Phantasie bei den Unternehmen groß genug, um alle Möglichkeiten zu berücksichtigen, die heute schon realisierbar sind?
- Wie schaffen wir es, dass der Kunde von allein auf uns zukommt und unser Produkt kauft, ohne dass wir verkäuferisch auf ihn zugegangen sind?
- Findet das Thema Big Data die Aufmerksamkeit, das es verdient oder springt der momentan umgesetzte bzw. geplante Ansatz zu kurz?
- Sind Anbieter im Ausland schon weiter als wir in Deutschland und was ist dort bereits im Einsatz?
- FinTecs sind der neue Hype im Bereich der Finanzdienstleistungen. Was bieten FinTecs und müssen sich auch Versicherungen damit auseinandersetzen und vergleichbare Wege gehen?

-
- Wie ausgereift sind die Endkundenportale der Versicherungsunternehmen?
 - Die Makler beginnen, sich mit der Digitalisierung zu beschäftigen. Welche Wünsche haben sie in diesem Zusammenhang und was nutzen sie bereits?
 - Welche Möglichkeiten bieten Endkundenportale und die eigene Webseite bei den Maklern? Was können die Anbieter tun, um die Makler zu unterstützen?
 - Ist die Digitalisierung eine Chance für die Honorarberatung?
 - Sind die Pools auf die Digitalisierung vorbereitet und welche Strategien verfolgen sie?
 - Letztendlich: Wie schaffen wir es, die eigene Organisation dazu zu bringen, neue Ideen in alte Strukturen zu implementieren.

Ablauf des Workshops

Wir beginnen mit den Grundlagen: In den USA ist Content Marketing bereits ein rasant wachsendes Geschäftsfeld und eine neue Philosophie auf der Suche nach Kunden. Der Schwerpunkt verlagert sich von klassischen Werbekampagnen hin zur Produktion relevanter Inhalte. Große Marken verhalten sich wie Medienhäuser und stellen ihren Interessenten Geschichten, Tipps, Grafiken, How-to-Videos oder Help-Apps zur Verfügung. Richtig geplant und dauerhaft bespielt, entwickeln Unternehmen so eine Reputation und ermöglichen Dialoge mit einem zunehmend kritisch werdenden Publikum. Harald Gasper von der Serviceplan-Gruppe gibt einen Einblick in die neue Disziplin und zeigt erfolgreiche Cases.

Anschließend hören wir, welche Möglichkeiten sich aus der Verwertung von Big Data ergeben. Was ist der konkrete Mehrwert von komplexen Datenarchitekturen, Reporting-Systemen und Analysemodellen für das Tagesgeschäft? Welche Vorteile bieten moderne Datenmanagement-Systeme für Marketing und Vertrieb? Wie können integrierte Reporting- und Analyse-Systeme zur Messbarkeits- und Effizienzsteigerung für das Marketing werden? Wie sieht ein ganzheitliches Return on Investment Instrumentarium aus und welche Potentiale zur Optimierung ergeben sich daraus?

Diverse Anbieter und Vermittler bieten Versicherungen bereits über das Internet an. Aber verhalten Sie sich dabei auch rechtskonform? Auf dieses Thema geht Michael Salzburg im Folgenden in seinem Vortrag ein.

FinTechs: Paypal kennt jeder, aber in den vergangenen Jahren haben sich auch viele andere Online-Pioniere daran gemacht, die Wertschöpfungsketten in der Finanzbranche aufzubrechen. Fast täglich entstehen neue solcher "FinTechs". In der Bankbranche stehen längst nicht mehr nur der Zahlungsverkehr, sondern auch das Kredit- und Anlagegeschäft im Wettbewerb mit diesen neuen Akteuren. Die Versicherungsbranche hat diese Entwicklung noch vor sich - doch auch hier greifen erste FinTechs mit neuen, kundenfreundlichen Angeboten an. Marco Habschick, Senior-Berater bei der Hamburger Beratungsgesellschaft evers & jung, gibt einen Überblick über die Entwicklung im FinTech-Sektor und diskutiert mit Ihnen die Chancen und Herausforderungen, die sie mit sich bringt.

Neue Geschäftsmodelle finden sich auch im Versicherungsbereich. Im Juni 2015 gründeten Dr. Christopher Oster und Steffen Glomb das neue Portal Clark. Clark ist das erste digitale Versicherungsportal für Berufseinsteiger, Studenten und junge Menschen, das nach Angaben des Startups transparent, fair und günstig optimalen Versicherungsschutz bietet. Die Plattform bündelt alle Versicherungen auf einen Blick und ermöglicht Vergleiche zu alternativen Versicherungen. Das Unternehmen wird vom Company Builder FinLeap aus Berlin unterstützt und arbeitet mit dem unabhängigen Institut für Transparenz (ITA) zusammen. Dieses neue Portal wollen wir uns natürlich anschauen und mit den Gründern darüber sprechen.

In einem separaten Block stellen wir Beispiele aus der holländischen Praxis vor. Sie erhalten einen Einblick in den Aufbau nachhaltiger Kundenbeziehungen durch Content Marketing und Marketing-Automatisierung. Ferner präsentiert der Referent Michiel Schoonhoven Beispiele zum Cross-Selling beim Online-Verkauf und zu online Content Programmen, um Kundenprofile anzureichern und Content zu personalisieren. Weiterhin geht er auf die Fragestellung ein, welche Ergebnisse eine Versicherungsgesellschaft erzielen kann, wenn Mitarbeiter, Makler, Kunden und andere Interessengruppen online verbunden sind, um in Echtzeit online zu kommunizieren und aktiv zusammen zu arbeiten. Erhalten Sie Einblicke in die soziale Unternehmenstransformation und in reale Praktiken, um die Nutzung von Social Business innerhalb und außerhalb Ihrer Organisation zu fördern. Dieser Block wird in englischer Sprache vorgetragen. Ein deutscher Host ist vor Ort.

Auch die ERGO hat ein Zukunftslabor eingerichtet. Sebastian Pitzler (?) vom Ergo Digital Lab wird über neuste Trends, Ideen und Möglichkeiten der Digitalisierung berichten.

Am Ende des ersten Tages spricht der renommierte Zukunftsforscher Prof. Dr. Eckard Minx mit Ihnen darüber, wessen es bedarf, neue Ideen in alte Strukturen zu implementieren („Überlebensprinzip Innovationsfähigkeit“). Das Neue, die Innovation, ist sowohl eine Metapher für den Prozess der Entstehung von Zukunft, als auch ein Synonym für erhofften Erfolg. Dies allerdings sollte nicht darüber hinwegtäuschen, dass hiermit vielfach für Missverständnisse und falsche Erwartungen gesorgt ist. Wir bedenken zu wenig, dass es bei weitem nicht ausreichend ist, das Thema Innovation auf die Agenda unternehmerischer Ziele zu setzen. Es braucht Kenntnisse über die Voraussetzungen dafür, dass das Neue im Kontext von bisherigen Routinen eine wirkliche Chance hat. Drei Aspekte stehen im Mittelpunkt des Vortrages:

1. Was ist bezogen auf heutige Herausforderungen insbesondere zu bedenken (Digitale Moderne)? Welche innerorganisationalen Voraussetzungen sind zu schaffen?
2. Welche Grenzüberschreitungen im Sinne strategischer Optionen sind erforderlich und welche Instrumente (Tools wie z.B. „Strukturierte Kommunikations- bzw. Szenario-Prozesse“) können unterstützend eingesetzt werden?
3. Wie ist letztlich ein erfolgsversprechender Innovationsprozess zu konzipieren?

Der zweite Tag beginnt mit einem Vortrag von Friedel Rohde über die Wünsche der Makler zum Thema Digitalisierung im Sinne der in diesem Workshop zu behandelnden Fragen. Seit Jahren befragt die deutsche-versicherungsboerse.de jährlich die Makler zu Thema „Technische Kommunikation zwi-

schen VU und Makler“ und hat in diesem Sommer entsprechende Fragen im Rahmen der Umfrage einfließen lassen. Anschließend kommentiert Michael Salzburg, Friedels Fairsicherungsbüro, Berlin, die Ergebnisse aus Sicht seiner täglichen Praxisarbeit.

Welche Strategien verfolgen die Pools? Hierüber wird Hannes Heilenkötter von blau direkt referieren. Welche Dienstleistungen werden angeboten, worauf verzichten die Pools in Zukunft, was wünschen sich die Makler von den Pools, welche Tools werden genutzt, welche eher nicht? Wie stellt sich blau direkt die Beratung von Kunden in 5 oder 10 Jahren vor?

Bietet die Digitalisierung Chancen für die Honorarberatung? Hierauf antwortet Volker Britt von der Honorarkonzept GmbH mit einem zweifachen „Ja“. In Abgrenzung zu dem zunehmend nach der Logik des digitalen Handelns geführten Versicherungsvertriebes wird die Honorarberatung bei allen Kunden, die nicht nur nach dem besten Preis-/ Leistungsverhältnis suchen, deutlich an Attraktivität gewinnen. Und obwohl in diesem Marktsegment der persönliche Kontakt die dominierende Schnittstelle zwischen Kunde und Makler sein wird, sind digitalisierte Prozesse im Hintergrund für den wirtschaftlichen Erfolg unerlässlich. Wie die Honorarkonzept GmbH Ihre Partner entsprechend unterstützen will, stellt er in diesem Vortrag dar.

Eine Onlineberatung bietet für den Vermittler die Chance, seine Abläufe schlanker und zeitsparend zu gestalten und trotzdem eine persönliche Beziehung zum Kunden aufzubauen. Wir wollen diesen Aspekt sowohl aus technischer als auch aus verkäuferischer Sicht betrachten. Damit Sie sich von dieser Beratungsform ein Bild machen können, werden die nachfolgenden beiden Vorträge online präsentiert.

Zunächst stellt Lena Jendritzko von der Firma Citrix die technischen Möglichkeiten einer Onlineberatung vor. Anschließend zeigt Jan Helmut Hönle auf, wie man Kundengespräche und den notwendigen Beziehungsaufbau über die Video- und Online-Beratung emotional, erlebnisorientiert, multimedial und abschlussorientiert führen kann. Zentrales Thema ist, wie man diesen Beziehungsaufbau in der Video- und Online-Beratung gestaltet. Jan Helmut Hönle hat sich darauf spezialisiert, Unternehmer und die Entscheider in den Unternehmen dabei zu unterstützen, die Video- und Online-Beratung in ihre Unternehmens- und Vertriebsstruktur zu integrieren. Ebenso zeigt Jan Helmut Hönle die verschiedenen und weitreichenden Nutzungsmöglichkeiten und Einsatzgebiete der Video- und Online-Beratung in der täglichen Kundenkommunikation auf.

Seit der Bekanntgabe der Digitalisierungsstrategie der Allianz mit dem Ausbau des Kundenportals „Meine Allianz“ ist das Thema „Kundenportal“ in der Breite angekommen – man rüstet sich gegen Google, Facebook und Co. Es ist Zeit für ein Zwischenfazit mit der Frage nach dem Reifegrad der Kundenportale: Werden diese in 10 Jahren den gefürchteten disruptiven Eingriff ins Geschäftsmodell darstellen? Ist der Business Case eines Portals heute rechenbar? Zielen Portale auf Umsatzwachstum oder Kostensenkung? Der Blick der Entscheider auf das Nutzungsverhalten der eigenen Kinder und Generation Y macht nervös – ist das ein stabiler Entwicklungstrend oder ein reiner Hype wie bei der App-Entwicklung? Diese Fragen sind differenziert nach den Aspekten Marketing, Vertrieb, Prozess, Sicherheit und Kommunikation von Versicherern u.a. von Allianz, Generali, ERGO, Alte Leipziger, Gothaer, Signal Iduna und R+V beantwortet worden. Sven Brose und Henning Plagemann, Sopra Stera Consulting, werden diese Antworten als Gesamtbild des Marktes anschaulich und praxisgerecht vor-

stellen, so dass jeder Teilnehmer eine eigene Positionsbestimmung vornehmen und Erkenntnisse für eigene Projekte mitnehmen kann.

Die Zukunft der Versicherung ist digital, der Makler bleibt aber wichtiger Partner. Wir wollen von Jürgen Zäch, Vorstand der TIGON AG hören, mit welchen Strategien und Lösungen die etablierten Akteure der Versicherungsbranche, die Versicherer und Makler sowie ihre Dienstleister auf den digitalen Wandel reagieren können. Herr Zäch zeigt mit ISiDOR digitale Wege auf, die Marketing- und Vertriebsanwendungen sowie Produkt- und Serviceangebote der Versicherer und Vertriebe bis zum Kunden bereitzustellen. Zentraler Knotenpunkt des Systems ist ein flexibler Homepage-Baukasten, über den der Makler mit einfachen Klicks den "digitalen Brückenschlag" zum Kunden für das Neu- und Bestandskundengeschäft herstellt.

Das zentrale Arbeitswerkzeug für den Makler ist sein Maklerverwaltungsprogramm. Wie ein hierauf basierendes Kundenportal eingesetzt werden kann, um Geschäftsvorfälle abzuwickeln – von der simplen Bereitstellung von Informationen bis zur automatisierten Verarbeitung von Dateneingaben zeigt Marc Rindermann, Vorstand der AssFINET AG.

Der Workflow im Vermittlerbüro ist noch sehr stark an Papier ausgerichtet. Der Berliner Arbeitskreis Maklerprozesse (BAM) arbeitet an einer Lösung, den Mitarbeiter im Vermittlerbüro bei der Bearbeitung von definierten Geschäftsvorfällen so zu führen, dass er die notwendigen Arbeitsschritte effizient und fehlerfrei durchführt. Ein erster Einblick.

Adressatenkreis

Die Veranstaltung richtet sich an

- Führungskräfte und Verantwortliche aller Unternehmen aus dem Bereich der Versicherungs- und Finanzbranche (Schwerpunkt Versicherungen), insbesondere aus dem IT- und Vertriebs und Marketingbereich.
- IT-Unternehmen

1. Tag

Top	Beschreibung	Referent	Zeit
1	Check-In		09:30 – 10:00
2	Begrüßung / Organisatorisches	Friedel Rohde	10:00 – 10:10
Content-Marketing und Big Data			
3	Content Marketing Wir suchen nicht den Kunden – der Kunde kommt zu uns.	Harald Gasper Serviceplan-Gruppe	10:10 – 11:00
	Kaffeepause		11.00 – 11:15
4	Big Data Welche Möglichkeiten aus der Verwertung von Big Data bieten sich schon heute den VU? Von der Bedürfnis-Analyse bis zur Content Distribution.	Marcus Ambrus plan.net (Serviceplan-Gruppe)	11.15 – 12:00
Rechtliche Bewertung der Beratung bei online Abschlüssen			
5	Beratungs- und Dokumentationspflicht im Online-Geschäft.	Michael Salzburg	12:00 – 12:15
	Mittagspause		12:15 – 13:15
Die Geschäftsmodelle der neuen Player			
6	FinTechs Überflieger oder Zauberlehrlinge der Digitalisierung?	Marco Habschick evers & jung	13:15 – 13:45
7	Clark Neues Geschäftsmodell für Versicherungsmakler	Dr. Christopher Oster / Dr. Mark Ortmann Clark	13:45 – 14:15
	Kaffeepause		14:15 – 14:30
Was macht das Ausland? (dieser Block wird in englischer Sprache vorgetragen)			
8	Aufbau nachhaltiger Kundenbeziehungen durch Content Marketing und Marketing-Automatisierung.	Michiel Schoonhoven relevanter.nl	14:30 – 15:00
9	Cross-Selling beim Online-Verkauf und zu online Content Programmen. Anreicherung von Kundenprofilen Personalisierung von Content.	Michiel Schoonhoven relevanter.nl	15:00 – 15:30

10	The Social Workspace Welche Ergebnisse können VU erzielen, wenn Mitarbeiter, Makler, Kunden und andere Interessengruppen online verbunden sind, um in Echtzeit online zu kommunizieren und aktiv zusammen zu arbeiten?	Michiel Schoonhoven relevanter.nl	15:30 – 16:00
	Kaffeepause		16:00 – 16:15
Forschung			
11	Neuste Trends und Möglichkeiten der Digitalisierung.	Sebastian Pitzler (?) Ergo Digital Lab	16:15 – 16:45
Unternehmensführung			
12	Wie kann man die Organisation dazu bringen, neue Ideen in alte Strukturen zu implementieren?	Prof. Dr. Eckard Minx Die Denkbank	16:45 – 17:15
	Austausch und gemeinsames Abendessen.		18:00 – 22:00

2. Tag

Top	Beschreibung	Referent	Zeit
Das Maklergeschäftsmodell der Zukunft			
1	Welche Anpassungen an sich ändernde Erwartungen der Kunden sind erforderlich? Welche Strategien verfolgen die Makler?	Friedel Rohde deutsche-versicherungsboerse.de (dvb) Michael Salzburg Friedels Fairsicherungsbüro	09:00 – 09:30
2	Welche Strategien verfolgen die Pools und welche Anpassungen an sich ändernde Erwartungen der Kunden / Vermittler sind erforderlich?	Hannes Heilenkötter blau direkt	09:30 – 10:00
3	Ist die Digitalisierung eine Chance für die Honorarberatung? (Honorar-) Beratung offline / Abschluss online?	Volker Britt Honorarkonzepte	10:00 – 10:30
	Kaffeepause		10:30 – 10:45

	Digitalisierte Beratung		
4	Onlineberatung Lösungen für mobile Arbeitsplätze.	Lena Jendritzko CITRIX	10:45 – 11:15
5	Online beraten und verkaufen.	Jan Helmut Hönle HÖNLE.training	11:15 – 11:45
	Kundenportale		
6	Aktueller Reifegrad von Endkundenportalen der Versicherer. Projekterfahrungen und aktueller Marktüberblick auf Basis einer Studie.	Sven Brose / Henning Plagemann Sopra Steria Consulting	11:45 – 12:15
	Mittagspause		12:15 – 13:15
7	Der digitale Brückenschlag zum Kunden im Neu- und Bestandsgeschäft über die Maklerhomepage.	Jürgen Zäch TIGON AG	13:15 – 13:45
	Softwaregestützte Abwicklung von Geschäftsvorfällen		
8	Abwicklung von Geschäftsvorfällen über Kundenportale – automatisierte Verarbeitung beim Versicherer.	Marc Rindermann AssFINET AG	13:45 – 14:15
	Kaffeepause		14:15 – 14:30
9	Vorstellung des Prototypen der BAM-Software zur automatisierten Abwicklung von Standard-Geschäftsvorfällen.	André Köhler Softwareforen Leipzig	14:30 – 15:00
10	Zusammenfassung und Abschlussdiskussion	Friedel Rohde / alle	15:00 – 15:15

Moderation: Friedel Rohde

Die Veranstalter

André Köhler

André Köhler ist Geschäftsführer der 2008 gegründeten Softwareforen Leipzig GmbH, einem Spin-Off aus der Universität Leipzig. Zuvor studierte er Wirtschaftsinformatik an den Universitäten in Leipzig und Marseille (Frankreich) sowie am Fraunhofer Institut für Software- und Systemtechnik (ISST) in Berlin. Von 2003 an war er als wissenschaftlicher Mitarbeiter an der Professur für Angewandte Telematik / e-Business an der Universität Leipzig tätig, wo er ab 2007 die Abteilung Prozesse leitete. In dieser Funktion war er verantwortlich für zahlreiche IT-Forschungs- und Industrieprojekte, insbesondere aus den Branchen Telekommunikation, Versicherungen, Energieversorger und Automotive. André Köhler ist Autor und Co-Autor von zahlreichen nationalen und internationalen Veröffentlichungen und Konferenzbeiträgen.

Friedel Rohde

Versicherungsfachwirt. War nach seinen Tätigkeiten bei der Concordia Versicherung und beim HDI rund 20 Jahre als Versicherungsmakler tätig (Gründer von Friedels Fairsicherungsbüro, Berlin). Heute ist er Geschäftsführer der www.deutsche-versicherungsboerse.de und Vorstand im Verband der Fairsicherungsmakler und berät Versicherungsunternehmen u.a. bei der Erstellung ihrer Makler-Extranets. Herr Rohde ist ferner Projektkoordinator des „Arbeitskreises Beratungsprozesse (vormals „Arbeitskreis EU-Vermittlerrichtlinie Dokumentation“), der von mehreren Berufsverbänden und -verbänden gegründet wurde.

Michael Salzburg

Versicherungskaufmann. Tätigkeit bei der Victoria und der Albingia VAG, zuletzt als Abteilungsleiter für das Privatkundengeschäft. Danach Geschäftsführer bei der Mehrfachagentur Otto Jass Versicherungen GmbH. Inzwischen geschäftsführender Gesellschafter der Maklerfirma Friedels Fairsicherungsbüro Langer & Salzburg GmbH, Berlin. Herr Salzburg gehört dem „Arbeitskreis Beratungsprozesse“ an, sitzt dort im Lenkungsausschuss und arbeitet unter anderem in den Expertengruppen Breitengeschäft und Gewerbe mit.

Hans-Ludger Sandkühler

Rechtsanwalt in der Kanzlei SANDKÜHLER SCHIRMER. Schwerpunkte Versicherungs- und Finanzvertriebsrecht, Bestandskauf und Unternehmensnachfolge. Geschäftsführer des Instituts für Verbraucherfinanzen, Berlin. Autor zahlreicher Veröffentlichungen, Referent bei vielen vertriebsrechtlichen Veranstaltungen und Moderator bei Podiumsdiskussionen zu branchenaktuellen Themen. Bis Juni 2013 Vorsitzender des Vorstands des Bundesverbandes mittelständischer Versicherungs- und Fi-

nanzmakler BMVF. Vorsitzender des Beirats und Mitglied im Aufsichtsrat der Deutschen Maklerakademie DMA. Mitglied im Arbeitskreis „Beratungsprozesse“. Lehrbeauftragter an der Bonner Akademie, Studiengang Financial Services Management (Bachelor of Arts B.A.), in Kooperation mit der Fachhochschule Köln. Lehrbeauftragter beim Berufsbildungswerk der Versicherungswirtschaft in Dortmund, Studiengang Bachelor of Insurance Management B. A, in Kooperation mit den Fachhochschulen Dortmund und Köln.

Unsere Gastreferenten und Diskussionspartner

Markus Ambrus

Marcus Ambrus ist Geschäftsführer der Plan.Net Media in München und leitet die Agenturbereiche Digitale Mediastategie und -planung, Content Marketing und Business Intelligence. Bis zu seinem Einstieg bei Plan.Net war Marcus Ambrus Geschäftsführer Digital bei der Mediaagentur Mindshare. Weitere Stationen des studierten Kaufmanns waren Yahoo! und Mediaplus. Er kombiniert seine Erfahrungen in der Digitalisierung der Marketingkommunikation mit einem umfassenden Wissen in den Bereichen Media-Mix Modelle, Technologie-Management und datenbasierte Entscheidungsfindung. Dabei unterstützte er Kunden wie Media Markt, Unilever, Reckitt Benckiser oder Ford in der effektiven Integration digitaler Medien in die Marketing- und Vertriebskommunikation.

Volker Britt

Volker Britt wurde am 25.10.1962 in Bielefeld geboren. Von 1983 bis 1986 absolvierte er im Rahmen seiner Offizierslaufbahn erfolgreich das Studium der Wirtschafts- und Organisationswissenschaften an der Helmut-Schmidt-Universität Hamburg, das er 1986 als Diplom-Kaufmann beendete. Der heute 52-Jährige gilt aufgrund seiner bisherigen Tätigkeiten als ausgewiesener Experte in der Finanzberatung. Von 2001 bis April 2010 wirkte er als Mitglied der Unternehmensleitung der Plansecur GmbH in wechselnden Funktionen bei der Marktdurchdringung und dem Beraterausbau maßgeblich mit. Davor war er von 1994 bis 2001 bei der Commerzbank AG unter anderem als Filialleiter und im Zentralen Stab Konzernentwicklung/Konzerncontrolling für das Privatkundengeschäft tätig. An der Frankfurt School of Finance and Management ist Volker Britt seit 17 Jahren Dozent im Rahmen des Management-Studiums. Seit dem 1. Mai 2010 ist Volker Britt Geschäftsführer der HonorarKonzept GmbH in Göttingen.

Sven Brose:

ist Experte für Portalprojekte. Der gelernte Fachinformatiker und Diplom-Wirtschaftsingenieur (TU) arbeitet als Berater für Sopra Steria Consulting und hat nach dem Portalprojekt bei der Allianz „Meine Allianz“ diverse Versicherer bei Portalprojekten begleitet und daraus ein Reifegradmodell für Kundenportale im Versicherungsbereich entwickelt. Auf Basis seiner aktuellen Umfrage bei Versicherungen gibt er einen praktischen Marktüberblick über Stand und Entwicklung und gibt wertvolle Hinweise für eigene Projektvorhaben, stets aus der Perspektive als Inhaber eines Lean Six Sigma Master Black Belts.

Harald Gasper

Leitet als Geschäftsführer Kreation und Partner die Agentur Serviceplan content Hamburg. Der Diplom-Kommunikationswirt gründete und führte nach Abschluss des Studiums an der Universität der Künste Berlin 1990 sein eigenes Start-Up. 1996 wechselte er nach Hamburg und entwickelte bei KNSK, BBDO Konzepte und Texte für die Weltausstellung EXPO 2000. Ab 2000 verantwortete er als Creative Director bei der Werbeagentur Jung von Matt Hamburg große Blue Chip Kunden wie BMW, Mercedes, Mini und BOSCH. Seit 2009 führt er mit seinem Partner die größte Unit am Hamburger Standort und spezialisierte sich auf die Entwicklung von Content Marketing Programmen. Langjährige Lehrtätigkeiten u.a. am Institut für Gesellschafts- und Wirtschaftskommunikation UdK Berlin und Texterschmiede Hamburg.

Marco Habschick

ist Experte für digitale Beratungsprozesse bei Finanzentscheidungen. Der gelernte Finanzjournalist (Dipl.-Journ.), Finanzanlagenfachmann (IHK) und Versicherungsfachmann (IHK) arbeitet als Senior-Berater bei evers & jung in Hamburg. Dort entwickelt er u.a. handlungsorientierte Entscheidungshilfen für das Deutsche Institut für Altersvorsorge, quirion oder die Sparkassen und beobachtet intensiv die FinTech-Branche.

Seit 2009 ist Marco Habschick berufenes Mitglied im Arbeitskreis Beratungsprozesse.

Hannes Heilenkötter

ist Fachinformatiker für Anwendungsentwicklung und arbeitet seit 2007 bei blau direkt in der IT, seit 2010 als Abteilungsleiter. Seit 2013 ist er Geschäftsführer der Dionera GmbH, einer IT-Tochter der blau direkt.

Jan Helmut Hönle

Jan Helmut Hönle ist seit über 25 Jahren erfolgreicher Unternehmer. Er ist Bestsellerautor und Spezialist für den Video- und Online-Verkauf von Finanzdienstleistungen. Mit den Methoden der KOKON-Strategie hat er bis zu 20 Millionen Euro Baufinanzierungssumme im Jahr vermittelt, ohne dabei seine Kunden persönlich zu sehen. Seit 2009 gibt er als Ideengeber, Redner und Umsetzungs-Coach sein Wissen über die Video-Beratung und den Online-Verkauf in Keynote-Reden, Seminaren, Webinaren und individuellen Einzelcoachings weiter. Mittlerweile ist er bei der Einführung der Video- und Online-Beratung bei großen Versicherungsgesellschaften, Banken und Sparkassen maßgeblich beteiligt. 2014 erhielt er einen Lehrauftrag des Landes Baden Württemberg und ist Dozent an der Dualen Hochschule Heidenheim.

Lena Jendritzko

Ist Magister der Germanistik, beschäftigt sich unter anderem mit Arbeits- und Organisationspsychologie und arbeitet als Corporate Sales Representative bei der Citrix Online Germany GmbH, München.

Prof. Dr. Eckard Minx

Ist von Hause aus Wirtschafts- und Rechtswissenschaftler. Er war von 1992 bis 2009 Leiter des Daimler Zukunftsforschungs-Instituts ›Gesellschaft und Technik‹ mit Sitz in Berlin, Palo Alto und Kyoto, sowie Vicepresident der Daimler Research and Technology North America, Inc. Seit 2008 ist er Sprecher des Vorstands der Daimler- und Benz-Stiftung, Ladenburg und Berlin. Er ist außerdem Honorarprofessor für Soziologie der Technik am Fachbereich Betriebswirtschaft der Hochschule für Technik und Wirtschaft Berlin und für Design an der HBK Braunschweig. Er beschäftigt sich forschend und lehrend mit Zukunftsentwicklungen in Wirtschaft und Gesellschaft und mit Methoden der Strategiefindung in Unternehmen und politischen Institutionen. Er gehört zu den angesehenen Zukunftsforschern im internationalen Raum. Er ist zusammen mit Prof. Lutz Engelke Gründer und Gesellschafter von „Engelke Minx Partner - DIE DENKBANK“. Verschiedene ehrenamtliche und Beiratsfunktionen u.a.: Kuratorium Einsteinforum und Stiftungsrat der Stiftung Wissenschaft und Politik, Berlin.

Dr. Mark Ortmann

Mark Ortmann ist seit Mai 2015 Venture Partner Insurance beim Berliner Company Builder FinLeap. Dort entwickelt er disruptive Geschäftsideen, um den Versicherungsmarkt zu digitalisieren. Als erstes Startup ging der digitale Versicherungsmakler Clark an den Start, bei dem Ortmann zu Beginn COO und Geschäftsführer war. Bekannt geworden ist Ortmann durch das ITA Institut für Transparenz, dessen Gründer und Gesellschafter-Geschäftsführer er bis heute ist. Das ITA hat die Transparenzbewegung im Versicherungsmarkt initiiert und berät Versicherungen und andere Produkthanbieter dabei, Produkte einfacher und verständlicher zu machen. Ortmann ist bekannt durch zahlreiche Vorträge, Gutachten und Veranstaltungen. Die Kombination aus mehr als 20 Jahren Erfahrung im Versicherungsmarkt, Gespür für Zukunftsthemen und seiner Tätigkeit als Venture Partner Insurance macht Ortmann zu einem der wichtigsten Vordenker und Change-Manager im deutschen Banken- und Versicherungsmarkt.

Dr. Christopher Oster

Christopher Oster ist Gründer und CEO des im Juni 2015 an den Start gegangenen Online-Versicherungsmaklers Clark.de. Der gebürtige Frankfurter war im Anschluss an sein Wirtschaftsstudium an der European Business School in Oestrich-Winkel, Grenoble und Göteborg mehrere Jahre bei der Boston Consulting Group als Berater für Unternehmen der Finanzbranche aktiv. Im April 2011 komplettierte Oster das Gründerteam der Online-Reiseplattform Wimdu und verantwortete dort als Chief Operating Officer bis Ende 2014 den operativen Geschäftsablauf. Christopher Oster hat an der Otto Beisheim School of Management (WHU) promoviert und gehört zu Deutschlands führenden Experten für digitale Transformationsprozesse im Finanz- und Versicherungssektor.

Henning Plagemann:

Ist Berater bei Sopra Steria mit Schwerpunkt auf digitale Vertriebsprozesse (BIPRO, TGIC und MVP-Systeme). Der Versicherungsbetriebswirt (DVA), -fachwirt und –kaufmann hat verschiedene Stationen bei Versicherungs- und Beratungsunternehmen durchlaufen und verfügt über gute Marktkenntnisse im Maklermarkt die er als Jurymitglied im jährlichen dvb-Makleraudit mit einbringt.

Marc Rindermann

ist diplomierter Wirtschaftsinformatiker und seit 2002 Mitglied des Vorstands und seit Februar 2012 Alleinvorstand der AssFINET AG. Seit seinem Eintritt in das Unternehmen in den neunziger Jahren ist er maßgeblich verantwortlich für die Entwicklung der AssFINET Systeme AMS.4 und con:center.

Michiel Schoonhoven:

Michiel Schoonhoven is an independent entrepreneur who helps companies to empower employees, partners and customers to work better together by improving the way they connect, communicate and collaborate. He has a passion for combining content marketing, social business and accountability to achieve better results for his clients.

Michiel has been working with professional services firms in the Netherlands for many years to help subject matter experts create customer engagement and deepen relationships through content marketing. He has over 12 years of marketing experience in the Financial Industry. Before he started his own business, he build a content marketing agency specialized in the financial industry.

Jürgen Zäch

Herr Jürgen Zäch leitet bei der TIGON AG das Ressort Vertrieb und Produktmanagement. Wichtige Meilensteine seiner beruflichen Laufbahn waren die Ausbildung zum Versicherungskaufmann (IHK) bei der Bayerischen Versicherungskammer in München und die anschließende mehrjährige Tätigkeit im Außendienst. Nach seinem Abschluss als Dipl.-Betriebswirt (FH) folgten mehrere Jahre als Makler im Vertrieb der IMPULS Finanzmanagement AG, wo er sehr erfolgreich im Personenversicherungsbe-
reich tätig war. Ab Juni 2010 war Herr Zäch bei TIGON als Vertriebsleiter für den Aufbau eines Exper-
tentteams im Personen- und Sachbereich sowie den Ausbau der TIGON-Partner verantwortlich. Zu-
dem wurden unter seiner Federführung das Serviceangebot ausgebaut und neue IT-gestützte Ver-
triebslösungen entwickelt. Im März 2014 wurde Herr Zäch zum Vorstand berufen.

So melden Sie sich an:

Ein Online-Anmeldeformular finden Sie auf den Internetseiten der deutsche-versicherungsboerse.de oder vom [Berliner Arbeitskreis Beratungsprozesse](http://BerlinerArbeitskreisBeratungsprozesse).

Bei Rückfragen wenden Sie sich bitte an Frau Marita Öztürk-Kussin unter der Telefonnummer 030-6098141-0 (E-Mail: Marita.Kussin@deutsche-versicherungsboerse.de)

Teilnahmegebühr: Die Teilnahmegebühr für die Konferenz beträgt 1.490,-- EUR € zzgl. MwSt. Für jeden weiteren Mitarbeiter eines Unternehmens wird ein Nachlass von 20% gewährt.

Tagungshotel:

Hollywood Media Hotel GmbH
Kurfürstendamm 202
10719 Berlin
Telefon: +49 (0)30 - 889 10-0
www.filmhotel.de

Es steht Ihnen bis vier Wochen vor Workshopbeginn im Tagungshotel ein begrenztes Zimmerkontingent zur Verfügung. Bitte nehmen Sie die Zimmerreservierung selbst im Hotel vor, Stichwort „Maklerprozesse“.

Teilnahmebedingungen:

Die Teilnahmekosten für die Veranstaltung einschließlich Pausenverpflegung und Mittagessen sowie den Pausengetränken betragen 1.490,-- Euro zuzüglich der gesetzlichen Mehrwertsteuer und sind nach Erhalt der Rechnung sofort fällig. Für jeden weiteren Mitarbeiter eines Unternehmens wird ein Nachlass von 20% gewährt.

Eine Stornierung ist bis zwei Wochen vor Veranstaltungsbeginn kostenlos möglich. Bei einer Stornierung von weniger als zwei Wochen vor Veranstaltungsbeginn gilt die folgende Regelung: Falls vom Veranstalter der Platz mit einer Ersatzperson (Warteliste) besetzt werden kann, erfolgt eine kostenlose Stornierung. Sollte dieses nicht möglich sein, wird der volle Betrag berechnet. Bei einer Stornierung oder Nichterscheinen am Veranstaltungstag werden ebenfalls die gesamten Teilnahmekosten erhoben. Sie können gern ohne zusätzliche Kosten einen Ersatzteilnehmer senden. Wir behalten uns Programmänderungen aus dringendem Anlass vor.

Ihre Daten werden von uns zur Organisation der Veranstaltung verwendet. Mit Ihrer Anmeldung geben Sie Ihre Einwilligung, dass wir Sie auch per Fax, E-Mail oder Telefon kontaktieren. Falls Sie uns diese Einwilligung nicht geben möchten, informieren Sie uns bitte entsprechend. Diese Einwilligung kann jederzeit widerrufen werden. Sie können der Verwendung Ihrer Daten zu den genannten Zwecken jederzeit widersprechen.