



Blogs im Versicherungsmarkt – dynamische Meinungsmacher mit Chancen und Risiken

Workshop am 16. und 17.06.2009

Diese Fragen werden in dem zweitägigen Workshop professionell beantwortet:

- Was sind Blogs überhaupt? Wer schreibt sie und was steckt medienwissenschaftlich dahinter?
- Welche Blogs beschäftigen sich mit dem Thema Versicherung? Welche Inhalte werden publiziert? Nutzt es dem Versicherer oder sind die Risiken höher?
- Wie reagiert ein Versicherungsunternehmen adäquat auf die Inhalte von Blogs?
- Welche Trends sind bei Blogs erkennbar?
- Was ist beim Betreiben eines Blogs zu beachten?
- Welche Technik wird genutzt und gibt es Regeln?
- Web 2.0, keine neue Software, aber neues Nutzerverhalten.

Alle Arbeitsergebnisse des Workshops werden als Mindmap zur Verfügung gestellt.

Berlin, 16.-17. Juni 2009

deutsche-versicherungsboerse.de

Inhalt und Ziel:

Blogs beschäftigen zunehmend auch die Versicherungswirtschaft. Viele Versicherer denken darüber nach, selbst Blogs zu betreiben oder sie zumindest im Internet zu lokalisieren, um sie auszuwerten.

Presse- oder Marketingabteilungen sind über Jahrzehnte eher „langsame“ Medien gewohnt. Überschaubar, berechenbar, kontrollierbar. Blogs sind hingegen schnell, dynamisch, verbreiten sich stark und können ebenso schnell verschwinden, wie sie aufgetreten sind.

Zu den herkömmlichen Printmedien sind Blogs ein weiteres Konkurrenzprodukt, aber im Gegensatz zu „normalen Printmedien“, die ihre Meldungen gleichfalls online publizieren, werden Blogs oft nicht von Profis geschrieben. Im Grunde schreibt jeder, was den Unterschied von Web 1.0 zu Web 2.0 ausmacht: Die Inhalte werden von den Anwendern selber eingestellt und Benutzer quasi vom Konsumenten zum Produktgestalter.

Stehen Unwahrheiten in einem Printmedium, können Sie zumindest eine Gegendarstellung verlangen. Doch wie verhält es sich bei Blogs? Können Sie von privaten Blogschreibern eine Richtigstellung verlangen, wenn sie falsche Darstellungen über Ihr Unternehmen verbreiten? Können Sie gegen den Blogbetreiber vorgehen? Eigentlich lautet die Kernfrage: Wäre das überhaupt die richtige Strategie? Gibt es eine richtige Strategie im Umgang mit nicht korrekten Darstellungen Ihres Unternehmens in Blogs? Es stellen sich viele Fragen.

Was also als Versicherungsunternehmen tun? In Weblogs werden häufig Themen diskutiert, die in den klassischen Medienformaten noch nicht auf der Tagesordnung stehen. Sie sehr früh auszuwerten, schafft also die Chance, rechtzeitig proaktiv die Kommunikation zu steuern. Die Häufung von spezifischen Aussagen und deren rechtzeitiges Bemerkten stellt ein interessantes „Frühwarnsystem“ dar. Die Zeit für eine angemessene Reaktion lässt sich so mitunter verlängern.

In unserem Workshop wollen wir gemeinsam mit den Teilnehmern Blogs verstehen lernen: sowohl inhaltlich, technisch, rechtlich und medienwissenschaftlich. Wir wollen ergründen, wie Versicherer zukünftig konkret mit diesem noch neuen Medium umgehen sollten.

Die Vorteile für Sie

- Sie erhalten einen umfassenden und vor allem unabhängigen Überblick zu Blogs sowie deren Trends und Rahmenbedingungen. Der Überblick umfasst sowohl das grundsätzliche Thema Blogs, als auch einen Einblick in versicherungsspezifische Blogs.
- Sie erfahren im Rahmen der Diskussionen und im Austausch mit Kollegen Markttendenzen und Informationen über die Erfahrungen Anderer mit Blogs.
- Sie nehmen aus dem Workshop Eindrücke aus Wissenschaft und Praxis mit, die Sie in die Lage versetzen, Ihre eigenen Planungen zu Blogs besser voran zu bringen und das Verhalten bei Blog-einträgen abschätzen zu können.

Adressatenkreis

Die Veranstaltung richtet sich an

- Führungskräfte, Verantwortliche und Mitarbeiter aus Versicherungsunternehmen für die Bereiche Kommunikation/Presse, Marketing und Vertrieb.

deutsche-versicherungsboerse.de

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, Vorstand im Verband der Fairsicherungsmakler und berät Versicherungsunternehmen u.a. bei der Erstellung ihrer Makler-Extranets. Friedel Rohde ist ferner Projektkoordinator des „Arbeitskreis EU-Vermittlerrichtlinie Dokumentation“, der von mehreren Berufsverbänden und -verbänden gegründet wurde.

Volker P. Andelfinger

Volker P. Andelfinger ist freiberuflicher Unternehmensberater. Der gelernte Versicherungskaufmann hat die klassischen Stationen Betrieb, Schaden und Vertrieb in fast 30 Jahren Berufsleben bei Nordstern, TRANS und R+V Allgemeine Versicherung AG durchlaufen. Die Jahre bei R+V waren geprägt von Vertriebstätigkeiten im Außendienst und über 15 Jahren konzeptioneller und strategischer Tätigkeit im Vertriebsressort des Direktionsbetriebes und der Vertriebsdirektion Makler. Schwerpunkte bilden die EDV-Unterstützung und Geschäftsprozesse in diesem dynamischen Vertriebsweg. Er arbeitet neben seiner freiberuflichen Tätigkeit bei der deutsche-versicherungsboerse.de mit namhaften Beratungshäusern und als Fachjournalist sowie im Berliner Arbeitskreis Maklerprozesse und Dozent an der BA Heidenheim.

Maciej Homziuk

Maciej Homziuk ist Diplomkaufmann, Geschäftsführer der deutschen-versicherungsboerse.de und verantwortlich für den technischen Bereich.

Gastreferenten

Klaus Eck

Der PR Blogger und selbstständige Kommunikationsberater & Reputation Manager Klaus Eck (44) hat sich auf die Themen Corporate Blogs, Social Media Marketing sowie Online Reputation Management spezialisiert und unterstützt darin viele namhafte Unternehmen. Außerdem ist der Münchner Mitglied von Imagecapital - einem Netzwerk aus Spezialisten, die in den Branchen Kommunikation, Journalismus, Public Relations und Kommunikationsdesign zu Hause sind. Imagecapital hilft Unternehmen beim Aufbau und bei der Pflege einer eindeutigen Positionierung im Internet, schärft Expertenprofile, baut Images auf und setzt dazu unter anderem die Möglichkeiten des Web 2.0 gezielt ein. Nach seinem Buch "Corporate Blogs - Unternehmen im Online-Dialog zum Kunden" ist vor Kurzem sein neues Werk „Karierefalle Internet“ zum Thema „Online Reputation Management“ erschienen.

Christian Katzenbach

ist wissenschaftlicher Mitarbeiter am Institut für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft der Freien Universität Berlin. In Forschung und Lehre beschäftigt er sich mit dem Wandel medialer Kommunikation – mit dem Schwerpunkt Online-Kommunikation. Aktuell befasst er sich mit dem Einfluss von Weblogs und anderen Web-2.0.-Formaten auf die Entstehung von Öffentlichkeiten.

André Köhler

ist Doktorand am Lehrstuhl für Angewandte Telematik /e-Business an der Universität Leipzig. Die Ausbildung zum Wirtschaftsinformatiker absolvierte er an der Universität Leipzig, an der ESC Marseille (Frankreich) sowie am Fraunhofer-Institut für Software- und Systemtechnik in Berlin. Seine Forschungsschwerpunkte sind Methoden und Verfahren zur Beschreibung und Analyse mobiler, verteilter Geschäftsprozesse. Er ist verantwortlich für zahlreiche Drittmittelprojekte in der Versicherungs- und Energiewirtschaft sowie der Telekommunikationsbranche, in denen diese Methoden und Verfahren zur Anwendung kommen.

Christoph Schultheis

Christoph Schultheis ist seit fünf Jahren verantwortlich für Deutschlands meistgelesenes Blog: das (mehrfach ausgezeichnete) BILD-kritische BILDblog.de. Bevor er sich -- gemeinsam mit seinem Kollegen Stefan Niggemeier und inzwischen Vollzeit -- der tagesaktuellen, journalistischen Auseinandersetzung mit Deutschlands größter Tageszeitung widmete, arbeitete er als Medienredakteur bei taz und netzeitung.de sowie als freier Autor für diverse Zeitungen, u.a. die Berliner Zeitung.

Anke Seeger

Anke Seeger ist seit 2001 als Chef-Redakteurin für das B2B-Portal bei Swiss Life verantwortlich; was nicht nur die Contenterstellung umfasst, sondern auch die Vermarktung und den Informationstransfer z.B. durch Podcasts und Blogs. Die Versicherungsbetriebswirtin war von Anfang an vom Internet fasziniert und setzt sich seitdem intensiv damit auseinander, insbesondere mit den Trends rund um Social Media und Web 2.0.

Dennis Sevriens

Dennis Sevriens ist seit sieben Jahren Rechtsanwalt für Gewerblichen Rechtsschutz. Als Rechtsanwalt im Wirtschaftsrecht ist er vorwiegend mit Marken, Medien- und Wettbewerbsrecht befasst. Seine Kanzlei, die er zusammen mit seinem Partner Sebastian Wolff-Marting unter der Marke SEWOMA® führt, ist Herausgeber des juristischen Informationsdienstes [BERLIN BLAWG](#), der in Form eines Blogs betrieben wird. Daneben betreibt er seinen privaten Blog [DPMS INFO](#).

Henry Steinhau

Henry Steinhau, Media-Journalist in Berlin und wissenschaftlicher Mitarbeiter am Institut für Medienforschung der Hochschule für Bildende Künste (HBK) Braunschweig. Er veröffentlicht regelmäßig in Zeitungen und Fach-Publikationen und ist zudem tätig als Online-Redakteur und Webmaster, Blogger und Live-Moderator. Derzeit ist er auch Lehrbeauftragter an der HBK Braunschweig. Er war viele Jahre technischer Redakteur bei *PAGE*, Chefredakteur *Screen Multimedia*, veröffentlicht(e) unter anderem in *Der Tagesspiegel*, *Brand Eins*, *Manager Magazin Online*, *Impulse*, *Wirtschaftswoche*, *eBusiness* und vielen weiteren Fach-/Zeitschriften. In der Abschlussarbeit seines kommunikationswissenschaftlichen Studiums an der Freien Universität Berlin setzte er sich 2004 mit „Weblogs als journalistische Gattung (?)“ auseinander und beschäftigt sich seitdem journalistisch und akademisch mit Online-Medien und Web-Kommunikation.

Moderation

Bianca Sommerfeld

Bianca Sommerfeld ist Inhaberin der PR-Agentur Profi-Kommunikation mit Sitz in Berlin-Wannsee. Sie steht für viele Jahre Praxiserfahrung in der Finanzdienstleistungsbranche. Die Auftraggeber der gelernten Journalistin und PR-Beraterin (DAPR) sind namhafte Unternehmen der Finanzbranche in Deutschland, Österreich und der Schweiz, darunter Versicherungen, Investmentgesellschaften, Banken und freie Vertriebe.

Im November 2002 veröffentlichte Bianca Sommerfeld ihr Fachbuch „PR für Finanzberater – Die besten Kommunikationsstrategien“ im Gabler Verlag.

Weitere Informationen finden Sie unter: www.deutsche-versicherungsboerse.de

16.06.2009

Top	Beschreibung	Referent	Zeit
1	Check-In mit Kaffee		10:00 – 10:30
2	Begrüßung / Organisatorisches	Friedel Rohde	10:30 – 10:40
3	Vorstellung deutsche-versicherungsboerse.de	Friedel Rohde	10:40 – 10:50
4	Was sind Blogs? Merkmale, Inhalte und wissenschaftliche Bewertung.	Henry Steinhau, Institut für Medienforschung	10:50 – 12:15
5	Mittagspause		12:15 – 13:15
6	Blogs in der Unternehmenskommunikation einsetzen - wie sieht die PR 2.0 aus?	Klaus Eck, Imagecapital	13:15 – 14:30
7	Feinde, Fans und Trolle: Blogs aus Sicht des Bloggers – Erfahrungen eines Blog-Betreibers.	Christoph Schultheis, bildblog	14:30 – 15:30
8	Kaffeepause		15:30 – 15:45
9	Welche Blogs gibt es im Versicherungsmarkt? Wer schreibt sie und was sind die Inhalte?	Friedel Rohde Volker P. Andelfinger	15:45 – 16:15
10	Pod-Cast, der Blog mit Bild und Ton	Anke Seeger, SwissLife	16:45 – 17:15
11	Gemeinsames Abendessen mit gemütlichem Zusammensein		ab 18:00

17.06.2009

Top	Beschreibung	Referent	Zeit
1	Von großen und kleinen Gesprächen. Weblog-Öffentlichkeiten aus kommunikationswissenschaftlicher Sicht.	Christian Katzenbach, Institut für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft, Berlin	09:00 – 09:45
2	Praxis des Blogs: Worauf sollten Unternehmen im Umgang mit Bloggern besonders achten? Wie promotet man ein Corporate Blog erfolgreich?	Klaus Eck, Imagecapital	09:45 – 10:30
3	Kaffeepause		10:30 – 10:45
4	Web 2.0 - vom Hype zur Realität.	André Köhler, Uni Leipzig	10:45 – 11:30
5	Blog Legal - Rechtssicher publizieren Grundzüge des Äußerungsrechtes im Internet mit Fallbeispielen.	Dennis Sevriens, RA-Kanzlei SEWOMA	11:30 – 12:30
6	Mittagessen		12:30 – 13:30
7	Workshop: Gemeinsame Diskussion auf Basis der Informationen, Ergebnisdokumentation	Alle	13:30 – 15:00

Moderation: Bianca Sommerfeld

So melden Sie sich an:

Ein Online-Anmeldeformular finden Sie auf unseren Internetseiten
<http://www.deutsche-versicherungsboerse.de> unter dem Menüpunkt „Veranstaltungen“

Bei Rückfragen wenden Sie sich bitte an Frau Marita Kussin unter der Telefonnummer
(030) 692083270 , (Email: Marita.Kussin@deutsche-versicherungsboerse.de)

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

Tagungshotel:

Hollywood
Kurfürstendamm 202, 10719 Berlin
Tel. (030) 88910-0
<http://www.filmhotel.de>

Es steht Ihnen **bis zum 16.05.2009** im Tagungshotel ein begrenztes Zimmerkontingent zu vergünstigten Preisen zur Verfügung. Bitte nehmen Sie die Zimmerreservierung selbst im Hotel vor, Stichwort „deutsche-versicherungsboerse“.

Teilnahmebedingungen:

Die Teilnahmekosten für die Veranstaltung einschließlich Pausenverpflegung und Mittagessen sowie Pausengetränke 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. Sie erhalten nach Ihrer Anmeldung eine Bestätigung.

Eine Stornierung ist bis zwei Wochen vor Veranstaltungsbeginn kostenlos möglich. Bei einer Stornierung weniger als zwei Wochen vor Veranstaltungsbeginn gilt die folgende Regelung: Falls der Veranstalter den Platz mit einer Ersatzperson (Warteliste) besetzen kann, ist die Stornierung kostenlos. Sollte dieses nicht möglich sein, wird der volle Betrag fällig. Bei Storno oder Nichterscheinen am Veranstaltungstag werden ebenfalls die vollen Teilnahmekosten erhoben. Ersatzteilnehmer können gern ohne zusätzliche Kosten teilnehmen.

Wir behalten uns Programmänderungen aus dringendem Anlass vor.

Wir verwenden Ihre Daten zur Organisation der Veranstaltung. Mit Ihrer Anmeldung geben Sie Ihre Einwilligung, dass wir Sie auch per Fax, Email oder Telefon kontaktieren. Falls Sie uns diese Einwilligung nicht geben möchten, informieren Sie uns bitte entsprechend. Diese Einwilligung kann jederzeit widerrufen werden.