

AMC: 20 Jahre Phantasie und Kreativität

Über 100 Teilnehmer aus der Assekuranz und den AMC-Partnerunternehmen trafen sich im Mai zum 40. AMC-Meeting. Fachvorträge, Diskussionsrunden und Best-Practices standen unter dem Motto „Mit Phantasie und Kreativität zu neuen Lösungen“.

Über 100 Teilnehmer aus der Assekuranz und den AMC-Partnerunternehmen trafen sich im Mai zum 40. AMC-Meeting. Fachvorträge, Diskussionsrunden und Best-Practices standen unter dem Motto „Mit Phantasie und Kreativität zu neuen Lösungen“.

Seit 1994 trifft sich die Assekuranz regelmäßig auf den Meetings des Branchen-Netzwerks AMC (www.amc-forum.de). Der offene Erfahrungsaustausch und die trendsetzenden Impulse stehen ganz im Fokus der AMC-Begegnungen. Beide Tage sind Best-Practice-Beispielen, wissenschaftlichen Erkenntnissen, fundierten Hintergrundinformationen und spannenden Diskussionen für Entscheidungsträger aus Marketing und Vertrieb gewidmet.

Welches Handy hatten Sie 1994? Welchen Social-Media-Account? Wie lautete Ihre eMail-Adresse? Am ersten Tag des Meetings gaben .dotkomm-Geschäftsführer Ralf Pispers und AMC-Geschäftsführer Stefan Raake unter dem Titel „20 Jahre AMC - 20 Jahre Medienwandel“ einen Rückblick auf die vergangenen 20 Jahre, die unser Leben privat und beruflich dramatisch verändert haben. Dazu passte der Beginn des zweiten Tages: Prof. Dr. Heinrich Schradin startete mit einem kurzen Rückblick zu 20 Jahren Deregulierung der Branche mit den zum Teil bahnbrechenden Veränderungen, die den einstmals ruhigen deutschen Versicherungsmarkt in Bewegung brachten.

Zum Image der Branche und zu den Herausforderungen, die eine zeitgemäße Kommunikation mit sich bringen, berichtete Christoph Hardt. Seit November 2013 leitet er den neuen Geschäftsbereich Kommunikation im Gesamtverband der Deutschen Versicherungswirtschaft (GDV) und verantwortet diesen als Geschäftsführer. Seinen Vortrag widmete er dem Image der Branche: Welche Herausforderungen ergeben sich hier für eine zeitgemäße Kommunikation? Das sind nicht wenige, wie auch die intensive Diskussion im Nachgang des Vortrags zeigte. Es gibt immer noch sehr viel zu tun. Gerade die neuen Kommunikationsmöglichkeiten und das damit einhergehende Kommunikationsverhalten beschleunigen diesen Wandel. Hier ist die Branche stärker denn je gefordert.

Neben den nervösen Finanzmärkten haben die rechtlichen und demografischen Veränderungen den Markt der Finanz- und Versicherungsvermittler bereits jetzt erheblich verändert. Noch sind wir allerdings erst am Anfang der Veränderungsprozesse. Was kommt noch auf uns zu? Unter der Überschrift „Der Vermittlermarkt 2025“ wagte Dr. Wolfgang Kuckertz, Vorstand der Going Public! AG, Berlin auf Basis aktueller Daten und Informationen einen Blick in die Glaskugel. Dabei nahm er sowohl den Markt der Kunden als auch die Anbieterseite in den Fokus.

Den Ausklang gestaltete Volker P. Andelfinger mit seinem Vortrag über „Das Internet der Dinge“. Im Nachgang bat der AMC Herr Andelfinger zum Gespräch (Das Interview finden Sie im Anhang dieser Presseerklärung).

Vormerken: Das 41. AMC Meeting findet am 19. und 20.11.2014 in Köln statt.

AMC-Interview mit Volker P. Andelfinger

Zum Ausklang des 40. AMC-Meetings schickte ein Vortrag über „Das Internet der Dinge“ die Teilnehmer auf eine Gedankenreise in die Zukunft. Im Nachgang bat der AMC den Referenten Herrn Andelfinger zum Gespräch.

AMC: Herr Andelfinger, Sie sagten, die Versicherungsbranche befinde sich im Dornröschenschlaf. Was meinen Sie damit?

Volker P. Andelfinger: „Aus meiner Sicht ist die weitgehende Bewegungslosigkeit der Assekuranz augenscheinlich. Die Branche bewegt sich nur langsam und in einem eng gesteckten Rahmen, meist auf Druck reagierend. Das Internet aber bewegt sich evolutionsartig, manchmal auch revolutionsartig und Neuerungen entstehen disruptiv. Es macht mir natürlich auch Spaß, ein wenig zu provozieren und ich möchte die Branche zum eigenen Wohl aus der Reserve locken und den Blick über den Tellerrand lenken. Wer sich zufrieden und satt fühlt, der bewegt sich nicht. Das ist gefährlich, denn wenn sich die Branche nicht bewegt, den richtigen Zeitpunkt verpasst, wird sie überrollt von den Ereignissen.“

AMC: Wer oder was droht denn die Branche zu überrollen?

VPA: „Rund um die Assekuranz herum sehe ich eine enorme Beschleunigung. Mit der rasanten Entwicklung des Internets sind bisherige Geschäftsmodelle in Gefahr von Dritten übernommen und in deren eigene Modelle integriert zu werden. Versicherungsleistungen können leicht kopiert und integriert werden. Plötzlich stehen Versicherer in Konkurrenz mit Google, Amazon, oder den Telekommunikationsunternehmen – und diese scheuen sich nicht attraktive Branchen anzugreifen. Darauf wirken Versicherer wenig vorbereitet.“

AMC: Können Sie uns ein Beispiel für die Gefahr der Bewegungslosigkeit geben?

VPA: „Nehmen Sie zum Beispiel das Thema E-Call und generell Telematik in der KFZ-Versicherung. Versicherer versuchen hier auszuharren und drohen damit von den KFZ-Herstellern abgehängt zu werden. Diese werden Geschäft daraus schöpfen - Versicherer wohl nach aktueller Einschätzung eher nicht. Prinzipiell haben Versicherer noch nicht verstanden, dass sie da sein müssen, wo sich das Leben ihrer (potenziellen) Kunden abspielt. Egal ob in ihrer realen oder virtuellen Welt.“

AMC: Sie sprachen in Ihrem Vortrag vom "Internet der Dinge". Was ist damit gemeint?

VPA: „Das Internet der Dinge (Internet of Things, IoT, oder auch Internet of Everything) stellt eine folgenreiche Weiterentwicklung des World Wide Web dar. Schätzungen gehen davon aus, dass im Jahr 2020 zwischen 30 und 100 Milliarden Dinge eine Verbindung zum Internet haben werden. Die totale Vernetzung von Menschen, Maschinen, Dingen beschert ein nie dagewesenes Datenvolumen und eröffnet völlig neue Möglichkeiten auf vielen Gebieten. Das Internet der Dinge wird unsere Lebens- und Arbeitswelt massiv verändern. Produkte und Dienstleistungen müssen hierauf ausgerichtet werden.“

AMC: Spielt das Internet der Dinge eine Rolle für die Versicherungswirtschaft?

VPA: „Derzeit leider noch viel zu wenig. Die Assekuranz scheint keine große Notiz davon zu nehmen, welche Veränderungen ihr ins Haus stehen. Dabei gibt es auch für die Versicherungswirtschaft viele spannende Ansätze, das Internet der Dinge zum eigenen und zum Kundenvorteil zu nutzen.“

Nehmen Sie nur einmal das Beispiel situative Versicherung. Ein Startup macht sich gerade einen guten Namen damit. Da braucht ein Kunde jetzt und für ein bis zwei Tage einen passgenauen Schutz zum Beispiel für eine Reise. Derzeit kann er nur die klassischen, unflexiblen Pakete mit einem Jahr Laufzeit buchen. Mal ganz zu schweigen davon, wie unkomfortabel das noch übers

Handy funktioniert.

Kleine Pakete on demand könnten hierfür eine Lösung sein: Zum Beispiel eine Skibruchversicherung, Auslandsreise-Krankenversicherung oder Flugunfallversicherung als „Beiwerk“ zu Urlaubs- oder Geschäftsreisen. Das birgt doch ein willkommenes Zusatzgeschäft. Doch dafür müssten Versicherer erst einmal aufhören Smartphone und Tablet als Lifestyle-Produkte zu betrachten."

AMC: Was empfehlen Sie Versicherern?

VPA: „Ergreifen Sie die Chancen, anstatt in alten Verhaltensmustern zu verharren. Blicken Sie über den Tellerrand, verlassen Sie gewohntes Terrain und gehen Sie proaktiv und phantasievoll in die Zukunft. Das geht allerdings nur, wenn Versicherer eine echte Innovationskultur entwickeln. Das lässt sich lernen, wir nutzen dazu die Methodik des Business Design. Und hier noch ein WM-Seitenhieb: Versicherer sollten sich fragen, ob Sie Spielball oder Spieler auf dem Rasen der Zukunft sein möchten."

AMC: Vielen Dank Herr Andelfinger, dann ist der AMC mit seinen Themen und Veranstaltungen rund um die „wiederentdeckte“ Digitalisierung in der Branche gut positioniert.

Volker P. Andelfinger arbeitet als Unternehmensberater, Dozent an mehreren Hochschulen, freier Fachjournalist, Buchautor und Redner. Als gelernter Versicherungskaufmann hat er zuvor die klassischen Stationen Berufsleben bei Nordstern, TRANS und R+V Allgemeine Versicherung AG durchlaufen.

Pressekontakt:

Désirée Schubert

Telefon: 0221 / 39 85 973

E-Mail: schubert@amc-forum.de

Unternehmen:

AMC Finanzmarkt GmbH

Georgstraße 5a

50676 Köln

Internet: www.amc-forum.de

Über AMC Finanzmarkt GmbH

Die AMC Finanzmarkt GmbH betreut über 100 Partnerunternehmen im AMC-Netzwerk und bietet Beratung, Arbeitskreise, Workshops, Tagungen, Studien und Seminare für Finanzdienstleister an.

amc logo