

AMC-Markenforum für die Versicherungsbranche - Eine starke Marke schafft Vertrauen

Reputation lässt sich steuern. Eine gut positionierte Marke, die konsistent über verschiedene Kontaktpunkte auftritt, zahlt auf die Glaubwürdigkeit kommunizierter Inhalte ein. Doch der Weg zu einer starken Marke ist nicht trivial. Wie differenzieren Versicherungsunternehmen ihre Marke nachhaltig vom Wettbewerb? Dies untersucht das AMC-Markenforum an zwei Tagen im Februar genauer. Der erste Tag betrachtet die Marke als Erfolgsfaktor. Hans Meier-Kortwig, Gründer und Inhaber der GMK Markenberatung wird in das Thema einführen. Seine Überzeugung: „Markenführung gewinnt im kompetitiven Marktumfeld der Versicherungsbranche an Bedeutung.“

Reputation lässt sich steuern. Eine gut positionierte Marke, die konsistent über verschiedene Kontaktpunkte auftritt, zahlt auf die Glaubwürdigkeit kommunizierter Inhalte ein. Doch der Weg zu einer starken Marke ist nicht trivial. Wie differenzieren Versicherungsunternehmen ihre Marke nachhaltig vom Wettbewerb? Dies untersucht das AMC-Markenforum an zwei Tagen im Februar genauer.

Der erste Tag betrachtet die Marke als **Erfolgsfaktor**. Hans Meier-Kortwig, Gründer und Inhaber der GMK Markenberatung wird in das Thema einführen. Seine Überzeugung: „Markenführung gewinnt im kompetitiven Marktumfeld der Versicherungsbranche an Bedeutung.“

Es folgen zwei Praxisvorträge von der LVM Versicherung und Die Bayerische. Die LVM hat 2014 einen Relaunch ihrer Marke durchgeführt. Was waren die konkreten Beweggründe, welche Meilensteine wurden gesetzt und wie wirkt das Ergebnis bei Vertrieb und Kunden? Georg Kaldewei, Bereichsleiter Marketing der LVM, wird dazu berichten. Konrad Häuslmeier, Marketingleiter Die Bayerische, beantwortet u.a. die Frage, wie das Reinheitsgebot als eines der ältesten „Verbraucherschutzgesetze“ der Welt neu interpretiert wird.

Im Anschluss zeigt Jürgen Breitinger von Icon Added Value am Beispiel der Migration von Dresdner Bank und Commerzbank markenstrategische Herausforderungen auf.

Am zweiten Tag steht die **Marke vor Ort** im Mittelpunkt. Marken entstehen nicht in Fabriken, sondern werden in den Köpfen der Konsumenten aufgebaut. Thomas Öttinger, Geschäftsführer von marcapo, erläutert, wie sich Versicherungsvermittler erfolgreich als lokale Marktführer positionieren.

Die Badischen Versicherungen sind in ihrer Region verwurzelt: Hier verbinden sich Tradition und Fortschritt zu einem eigenständigen Profil. Dies kommuniziert die BGV durch einen starken lokalen Markenauftritt zusammen mit den Vermittlern. „So lassen sich Schwellenängste bei den Kunden abbauen und bereits vor dem ersten Besuch ein Vertrauensverhältnis und Sympathie aufbauen“, davon ist Hans-Gerd Coenen, Abteilungsdirektor BGV / Badische Versicherungen, überzeugt.

Digitale Markenführung in der Versicherungsbranche hat viele Facetten. Wo steht die Branche heute? Wer macht was? Welche Inhalte werden vorangetrieben, wo hakt es noch? Und wie nehme ich meinen Vertriebspartner mit in die digitale Welt? Ralf Pispers, Geschäftsführer der Kölner Agentur .dotkomm, zeigt Status und Trends auf.

Zum Abschluss der Tagung stehen mit Internal und Employer Branding zwei häufig vernachlässigte Teilbereiche des Markenmanagements im Mittelpunkt. Wie informiert und interessiert das Unternehmen die eigenen Mitarbeiter für ihre Marke? Wie stellt sich das eigene

Unternehmen als attraktiver Arbeitgeber dar? Dr. Saskia Diehl, Managing Director der GMK Markenberatung, wird dies mit den Teilnehmern erörtern.

Das AMC-Markenforum findet am 24. und 25.02.2015 in Düsseldorf statt. Mehr Infos hier:
www.amc-forum.de/?webcode=1466

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