

## Neuer Leiter Marketing und Produktmanagement bei den InterRisk Versicherungen – Vienna Insurance Group



InterRisk Gebäude in Wiesbaden

© InterRisk

**Marco Englert ist seit dem 01.04.2023 neuer Abteilungsleiter Marketing und Produktmanagement bei den InterRisk Versicherungen in Wiesbaden. Er leitet in dieser Rolle das Marketing und Produktmanagement, welches für die Entwicklung und Umsetzung der wachstumsorientierten Unternehmensstrategie speziell durch die Weiterentwicklung der Vermarktung, des Produktportfolios und begleitender Services verantwortlich ist.**

Marco Englert war zuletzt Abteilungsleiter Unternehmensentwicklung und Projekt-Management-Office (PMO) der Haftpflichtkasse VVaG und verantwortete dort schwerpunktmäßig die übergeordnete strategische Ausrichtung, digitale Transformation und unternehmensweite Steuerung der strategischen und operativen Projekte des Versicherungsunternehmens mit Sitz in Roßdorf. Zuvor arbeitete er in mehreren leitenden Positionen als Chief Marketing Officer & Executive Director - Strategy & Digital Transformation und Director Strategy & Corporate Development in verschiedenen Branchen. Er studierte Wirtschaftsingenieurwesen und hält einen Master in Finance & Accounting sowie einen Executive MBA.

### **Mehr Vermarktungspower durch kundenzentrierte Marketingtechnologien und Produktmaschine**

„Es freut uns sehr, mit Herrn Englert einen ausgewiesenen Experten für diese wichtige Position gewonnen zu haben, er ist die ideale Besetzung für diese fordernde Aufgabe“, sagt Marcus Stephan, Vorstand Marketing und Vertrieb. „Mit seiner Tatkraft und seiner Erfahrung in den Bereichen Marketing, Unternehmensentwicklung, Digitalisierung und Nachhaltigkeit ist er ein echter Gewinn für unser Unternehmen.“

Das Marketing wird im Rahmen der Transformation zum Treiber einer exzellenten Unternehmens- und Geschäftsfeldentwicklung ausgebaut. Denn in seiner Funktion als Bindeglied zwischen den Kunden und der Wertschöpfung im Unternehmen wird das Marketing immer stärker zum Innovations- und Wachstumsmotor. Als Motor der Transformation wird es enger mit dem Produktmanagement und Business Development verzahnt, um weitere strategische Potenziale des Produktportfolios und der Digitalisierung zu nutzen. Verschiedene Marketingtechnologien werden für ein ganzheitliches und datenorientiertes Customer-Journey- und Customer-Relationship-Management eingesetzt. Diese übergreifende Datenintelligenz vom Marketing über Vertrieb und Service wird die Vermarktungspower weiter erhöhen. Gemeinsam mit seinem Team wird der erfahrene Marketing- und Strategie-Experte die Positionierung der InterRisk Versicherungen am Markt weiter gestalten, die Vermarktungskanäle enger verzahnen und in diesem Zusammenhang Innovations- und Digitalprojekte vorantreiben.

Im Rahmen der Implementierung der zukunftsfähigen und komponentenbasierten Architektur der in|sure Ecosphere der adesso-Tochter adesso insurance solutions, wird neben einem vollständig digitalisierten Betrieb mit kundenzentrierten Prozessen auch ein integriertes Produktmanagement verankert. Durch diese Produktmaschine werden deutlich kürzere Entwicklungszyklen sowie modulare und personalisierte Produkte möglich.

„Die grundlegenden Veränderungen des Versicherungsmarktes durch die digitale und nachhaltige Transformation möchte ich aktiv mitgestalten. Durch die Bündelung des strategischen Marketings und Produktmanagements in dem neu geschaffenen Bereich erhöhen wir die Schlagkraft mit mehr Kundennähe, Wertschöpfung und Effizienz“, sagt Englert. „Ich bin überzeugt, dass innovative und nachhaltige mittelständische Unternehmen wie die InterRisk Versicherungen als Teil der in den CEE-Ländern führenden VIG-Gruppe zu den Gewinnern zählen werden.“