

FTD-Versicherungstag 2012

Die große Chance – die Gewinner der Krise, ihre Produkte und ihre Vertriebswege

8. Februar 2012, Grandhotel Schloss Bensberg, Bergisch Gladbach

www.ftd.de/versicherungstag

- Neue Produkte in einem neuen Umfeld
- Welches Image hilft – und welches schadet
- Agentur, Struktur, Makler, Online – wer mit welchem Vertriebsweg gewinnt

Anmeldung unter
www.ftd.de/versicherungstag



Norbert Heinen,
Württembergische
Versicherungen



Stefan Lippe,
Swiss Re



Dr. Hartmut Nickel-Waninger,
Gothaer Konzern

FINANCIAL TIMES
DEUTSCHLAND

Wissen, was wichtig wird. Immer und überall.

FTD-Versicherungstag 2012

Für Fragen und weitere Informationen kontaktieren Sie bitte

FAKTOR 3 AG

Konferenzpartner der FINANCIAL TIMES DEUTSCHLAND

Annette Korst

Telefon: 040/67 94 46-6117

a.korst@faktor3.de

Veranstaltungsort: Grandhotel Schloss Bensberg, Kadettenstraße 1, 51429 Bergisch Gladbach

Anmeldemöglichkeiten und weitere Informationen finden Sie unter www.ftd.de/versicherungstag

Sponsor

SCHICKLER
Unternehmensberatung

SCHICKLER Unternehmensberatung GmbH

Große Bäckerstraße 10

20095 Hamburg

www.SCHICKLER.de

Dr. Stephan C. Maier

Telefon: 040/37 66 50-0

Telefax: 040/37 66 50-10

s.maier@SCHICKLER.de

Veranstalter

FINANCIAL TIMES
DEUTSCHLAND

FAKTOR 3



Zeit der Entscheidungen

Sehr geehrte Damen und Herren,

die Finanzkrise wirkt sich auch auf die Versicherungswirtschaft aus. Abschreibungsbedarf, Niedrigzinsen und Anlagenotstand sorgen für Handlungsbedarf. Doch in vielen Unternehmen geben sich die Vorstände nicht damit zufrieden, auf die Krisenfolgen zu reagieren. Sie denken intensiv darüber nach, wie ihre Gesellschaften

auf der Gewinnerseite aus den Turbulenzen herauskommen können. Über diese Frage wollen wir auf dem „Versicherungstag 2012“ der FINANCIAL TIMES DEUTSCHLAND diskutieren. Wer gewinnt, wer verliert in der schwersten Finanzkrise seit den 30-er Jahren? Mit welchen Produkten

ist der Versicherer der Zukunft erfolgreich? Welches Image braucht die Branche und jedes einzelne Unternehmen? Welche Vertriebswege sind zukunftsfest: Agentur, Struktur, Makler oder Online?

Wir erhoffen uns Anregungen für Sie und uns und freuen uns auf die Diskussion.

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Herbert Fromme'. The signature is fluid and cursive.

Herbert Fromme
FTD-Versicherungskorrespondent

FTD- Versicherungstag 2012

Agenda

8. Februar 2012 | Grandhotel Schloss Bensberg |
Bergisch Gladbach

9.30–9.45 Uhr Begrüßung und Moderation durch
FINANCIAL TIMES DEUTSCHLAND

- Herbert Fromme, FTD-Versicherungskorrespondent

9.45–10.15 Uhr **Keynote**

- Stefan Lippe, CEO, Swiss Re



Manfred Bauer,
MLP



Prof. Dr. Matthias Beenken,
FH Dortmund



Dr. Mathias Bühring-Uhle,
Asstel

Neue Produkte in einem neuen Umfeld

10.15–11.30 Uhr Podiumsdiskussion

Bunte, neue Produktwelt – welche Angebote sind erfolgreich?

Mit Impulsvortrag von

- Dr. Matthias Maslaton, Vorstandsmitglied, ARAG Allgemeine

Es diskutieren anschließend:

- Gerhard Frieg, Vorstandsmitglied, HDI-Gerling
- Lars Gatschke, Referent Versicherungen, Verbraucherzentrale Bundesverband Berlin
- Jens Lison, Mitglied des Vorstands, Allianz Versicherungs AG
- Dr. Matthias Maslaton, Vorstandsmitglied, ARAG Allgemeine

11.30–12.00 Uhr Pause mit Kaffee und Tee



Lars Gatschke,
Verbraucherzentrale
Bundesverband Berlin



Klaus-Jürgen Heitmann,
HUK-Coburg



Dr. Marcus Kremer,
Mannheimer

Welches Image hilft – und welches schadet

12.00–12.30 Uhr Vortrag

Überblick – wo stehen die Versicherer heute? Und wo sollten sie stehen?

- Jens Lönneker, Geschäftsführer, Rheingold

12.30–13.15 Uhr Podiumsdiskussion

Neue Positionierung – wie müssen sich Versicherer den geänderten Kundenanforderungen und Marktbedingungen anpassen?

- Manfred Bauer, Vorstandsmitglied, MLP
- Norbert Heinen, Vorstandsvorsitzender, Württembergische Versicherungen
- Dr. Marcus Kremer, Vorstandsvorsitzender, Mannheimer
- Dr. Hartmut Nickel-Waninger, Vorstandsmitglied, Gothaer Konzern

13.15–14.30 Uhr Gemeinsames Mittagessen

Studie

14.30–15.00 Uhr Vortrag

Leitbild und Positionierung als Schlüssel zum Vertriebs Erfolg: Ergebnisse einer aktuellen Studie

- Dr. Stephan C. Maier, Geschäftsführer,
Schickler Unternehmensberatung

Agentur, Struktur, Makler, Online – wer mit welchem Vertriebsweg gewinnt

15.00–15.20 Uhr Vortrag

Die Zukunft der Agentur- und Strukturvertriebe

- Prof. Dr. Matthias Beenken, Lehrstuhl BWL (Schwerpunkt
Versicherungswirtschaft), FH Dortmund

15.20–15.50 Uhr Pause mit Kaffee und Tee

15.50–16.10 Uhr Vortrag

Die Zukunft des Onlinevertriebs

- Dr. Mathias Bühring-Uhle, CEO, Asstel

16.10–17.00 Uhr Podiumsdiskussion

Künftige Vertriebsformen – wer mit welchem Vertriebsweg gewinnt

- Prof. Dr. Matthias Beenken, Lehrstuhl BWL (Schwerpunkt
Versicherungswirtschaft), FH Dortmund
- Dr. Mathias Bühring-Uhle, CEO, Asstel
- Peter M. Endres, Vorstandsvorsitzender, Ergo Direkt
- Klaus-Jürgen Heitmann, Vorstandsmitglied, HUK-Coburg

17.00 Uhr Ende des FTD-Versicherungstags 2012



Jens Lönneker,
Rheingold



Dr. Stephan C. Maier,
Schickler Unternehmensberatung



Dr. Hartmut Nickel-Waninger,
Gothaer Konzern

FTD- Versicherungstag 2012 Agenda

8. Februar 2012 | Grandhotel Schloss Bensberg |
Bergisch Gladbach

9.30–9.45 Uhr **Begrüßung und Moderation durch
FINANCIAL TIMES DEUTSCHLAND**

9.45–10.15 Uhr **Keynote**

Neue Produkte in einem neuen Umfeld

10.15–11.30 Uhr **Podiumsdiskussion** · Bunte, neue Produkt-
welt – Welche Angebote sind erfolgreich?

Welches Image hilft – und welches schadet

12.00–12.30 Uhr **Vortrag** · Überblick – Wo stehen die
Versicherer heute? Und wo sollten sie stehen?

12.30–13.15 Uhr **Podiumsdiskussion** · Neue Positionierung

Studie

14.30–15.00 Uhr **Vortrag** · Leitbild und Positionierung als
Schlüssel zum Vertriebs Erfolg: Ergebnisse einer
aktuellen Studie

Agentur, Struktur, Makler, Online – wer mit welchem Vertriebsweg gewinnt

15.00–15.20 Uhr **Vortrag** · Die Zukunft der Agentur- und
Strukturvertriebe

15.50–16.10 Uhr **Vortrag** · Die Zukunft des Onlinevertriebs

16.10–17.00 Uhr **Podiumsdiskussion** · Künftige Vertriebsformen

17.00 Uhr **Ende des FTD-Versicherungstags 2012**

FINANCIAL TIMES
DEUTSCHLAND

Wissen, was wichtig wird. Immer und überall.