

# Zukunftsforum Versicherungen

Mit Megatrends und Innovationen zum Geschäftserfolg!

Heute neue Impulse für  
das Geschäft von morgen!

Was für den Erfolg wichtig ist

- Trendmonitor – Was passiert in den kommenden 520 Wochen?
- Welche neuen Herausforderungen entstehen dadurch für Versicherer?
- In welche Geschäftsbereiche muss investiert werden?
- Erkennung neuer Risiken und Risikomanagement, Produktenwicklung und Vertrieb sowie Medien und Kundenkommunikation
- Innovationsmanagement beginnt im Unternehmen:  
Wie Sie gute Ideen fördern und nutzen können

Querdenken erlaubt!

Entwickeln und diskutieren Sie  
neue Ideen mit:

Nils-Stephan Helbing, ERGO Direkt Versicherungen  
Stefan Hentschel, Google Germany  
Frank Lamsfuss, Barmenia Krankenversicherung  
Hendrik Florian Löffler, Funk RMCE  
Dr. Marc Surminski, Zeitschrift für Versicherungswesen  
Christian Wiemann, Consileon Frankfurt



Diskutieren Sie mit dem Zukunftsforscher  
Axel Liebetrau, Partner, Zukunftsinstitut

# Wissen Sie, welche zukünftigen Entwicklungen für Sie und Ihr Unternehmen entscheidend sind?

Die Assekuranz ist ein langfristiges Geschäft – umso wichtiger ist es für Versicherer, voraus zu schauen und zu erkennen, welche Veränderungen das eigene Unternehmen in Zukunft beeinflussen werden. Neue Technologien, emerging risks und globale/ lokale Innovationen müssen von der Assekuranz erkannt und analysiert, bewertet und bepreist werden! Um langfristig erfolgreich zu sein, müssen auch Sie sich bereits jetzt mit folgenden Fragen beschäftigen:

- Welche Trends kommen kurz-, mittel- und langfristig auf Ihr Unternehmen zu? Sind diese positiv oder negativ zu beurteilen?
- Was für Chancen und Risiken ergeben sich dadurch für das gesamte Unternehmen, einzelne Bereiche oder Abteilungen?
- Welche Konsequenzen hat dies für Ihre (unternehmensweite) Strategie?
- Welche Ideen lassen sich dadurch für Produktentwicklung und Vertrieb ableiten?
- Welche Maßnahmen im Marketing und zur Neukundengewinnung sind erfolgversprechend?

Dieses Forum bietet Ihnen die Möglichkeit, sich aktiv auf zukünftige Entwicklungen vorzubereiten. Stellen Sie jetzt schon die Weichen für morgen! Setzen Sie sich jetzt mit konkreten Anregungen und Strategien und deren Implementierung auseinander, anstatt nur darüber zu sprechen. Referenten aus innovativen Unternehmen zeigen, wie's geht und diskutieren individuelle Lösungsansätze mit Ihnen. Wir freuen uns auf Sie in München oder Düsseldorf!

## Dieses Seminar ist konzipiert für:

Vorstandsmitglieder, Führungskräfte und leitende Mitarbeiter aus Erst- und Rückversicherung aus den Bereichen:

- Strategie
- Unternehmensentwicklung/-steuerung
- Business Development
- Produktentwicklung
- Risikomanagement/-steuerung
- Aktuariat
- Marketing/Vertrieb
- Kommunikation

sowie

- Unternehmensberater
- Rechtsanwälte
- Verbände
- IT-Anbieter

## Erster Seminartag:

25. Oktober 2010 | 30. November 2010

9.15–9.45

Empfang mit Kaffee und Tee,  
Ausgabe der Seminarunterlagen

9.45–10.00

### Eröffnung durch den Vorsitzenden

Dr. Marc Surminski, Chefredakteur,  
Zeitschrift für Versicherungswesen

## Der Blick in die Zukunft und Konsequenzen für Versicherer

10.00–11.00

### Trends und Innovationen –

#### Was bringen die nächsten 520 Wochen?

- Megatrends global – tipping points und wie sich die Welt verändern wird
- Megatrends lokal – Was heißt das für unsere Umgebung?

- Die Zukunftsfähigkeit der Versicherungswirtschaft – Wie werden Sie „fit für die Zukunft“?
- Die lernende Organisation – Auswirkungen auf Neustrukturierung und Unternehmensführung?  
Axel Liebetrau, Partner, Zukunftsinstitut GmbH

11.00–11.15 Zeit für Fragen und Diskussion

11.15–11.45 Pause mit Kaffee und Tee

11.45–12.45

### Mini-Workshop: Auswirkungen der Megatrends – Wie können sich Versicherer bereits jetzt vorbereiten?

- Neue Tätigkeitsfelder und -kompetenzen in der Assekuranz
- Zukunftsfähigkeit: Eine Frage des Managements
- Einbindung des Trendmonitorings in die Strategieentwicklung  
Axel Liebetrau

12.45–13.00 Zeit für Fragen und Diskussion

13.00–14.30 Gemeinsames Mittagessen

## Zukunftsmanagement im Versicherungsgeschäft Teil I – Neue Risiken erkennen und bewerten

14.30–15.15

### Emerging Risks: Trends und neue Risiken

- Unterschiede zwischen traditionellen Risiken und Emerging Risks
- Veränderungstreiber in der Risikolandschaft
- Früherkennung ist essentiell! Methoden zur Identifikation und Analyse
- Bewertung des Risikogrades und Integration in das Tagesgeschäft
- Risikoerkennung beginnt im Unternehmen!

Hendrik Florian Löffler, Geschäftsführer, Funk RMCE GmbH

15.15–16.15

### Praxisbericht: Emerging Risks in einem Versicherungsunternehmen – Risiken und Chancen

- Implementierung eines Früherkennungs- und -warnsystems im Unternehmen
- Kategorisierung und Bewertung von Risiken mit Bedrohungsszenarien
- Was bedeuten die individuellen Risiken für das Geschäft der Underwriter?

Der Referent befindet sich in Absprache

16.15–16.30 Pause mit Kaffee und Tee

16.30–17.45

### Mindmapping und Diskussion mit Referenten und Teilnehmern zu u.a. folgenden Fragen:

- Was bedeuten die beschriebenen Trends für das eigene Unternehmen?
- In welchen Zeiträumen werden sich die Entwicklungen auf Markt und Unternehmen auswirken?
- Welchen Einfluss haben die Trends auf Unternehmensziele und -strategie?
- Welche Bereiche des Unternehmens sind betroffen? Für wen bedeuten die Veränderungen Chancen, für wen Risiken?
- Wie lassen sich die Trends möglichst gewinnbringend im Unternehmen umsetzen?

17.45

Ende des ersten Seminartages

Im Anschluss an den ersten Seminartag sind Sie herzlich zu einem gemeinsamen Umtrunk eingeladen. Nutzen Sie die Gelegenheit zu vertiefenden Gesprächen mit Referenten und Teilnehmern und lassen Sie den Tag Revue passieren.

## Zweiter Seminartag:

26. Oktober 2010 | 1. Dezember 2010

9.00–9.15

### Begrüßung durch den Moderator

Dr. Marc Surminski

## Zukunftsmanagement im Versicherungsgeschäft Teil 2 – Produktentwicklung und Vertrieb neu ausrichten

9.15–9.45

### Zukunftstrends – Anforderungen und Chancen für Vertrieb und Produktentwicklung

- Zusammenfassung der Trends
- Veränderungen der Zielgruppen und ihrer Versicherungsnahe
- Einfluss veränderter Mediennutzung
- Auswirkungen auf das Vertriebswegeportfolio
- Ansätze zur Produktentwicklung
- Handlungsbedarf der Versicherer
- Beispiele aktueller Aktivitäten der Branche

Christian Wiemann, Principal, Consileon Frankfurt GmbH

9.45–10.45

### Praxisbericht: Prozesse und Kommunikation zwischen Vertrieb und VU bei der Barmenia

- Neuausrichtung interner Prozesse: Wie können VU die Kommunikation mit dem Vertrieb optimieren?
- Multikanal-Servicestrategie: Wie lassen sich Entwicklungskosten und Komplexitätsgrad minimieren?
- Der hybride Kunde – Wie verändern neue Medien und Prozesse das Verhalten der Kunden – und wo bleibt der Vertrieb?

Frank Lamsfuss, Hauptabteilungsleiter Außendienst Makler, Barmenia Krankenversicherung AG

10.45–11.15 Pause mit Kaffee und Tee

11.15–12.00

### Mindmapping und Diskussion mit Referenten und Teilnehmern zu u.a. folgenden Fragen:

- Was bedeuten die beschriebenen Trends für das eigene Unternehmen?
- In welchen Zeiträumen werden sich die Entwicklungen auf Markt und Unternehmen auswirken?
- Welchen Einfluss haben die Trends auf Unternehmensziele?
- Welche Bereiche des Unternehmens sind betroffen? Für wen bedeuten die Veränderungen Chancen, für wen Risiken?
- Wie lassen sich die Trends möglichst gewinnbringend im Unternehmen umsetzen?

12.00–13.00 Gemeinsames Mittagessen

## Zukunftsmanagement im Versicherungsgeschäft Teil 3 – Medien und Kommunikation den Kundenbedürfnissen anpassen

13.00–13.30

### Megatrend Medien und Kundenkommunikation

- Veränderte Kundenbedürfnisse verlangen veränderte Kommunikation!
- Neue Zielgruppen- und Kommunikationskulturen
- Was Versicherer bis jetzt für das Gespräch mit ihren Kunden tun – und was sie tun müssten
- Neue Wege zu intensiverer Kundenkommunikation und neuem Umsatzpotential

Stefan Hentschel, Industry Head Finance, Google Germany GmbH

13.30–14.30

### Praxisbericht: Einsatz von Online- und Kundenansprache im Versicherungsunternehmen

- Es gibt nicht den „Digitalen Kanal“ - alle Kanäle sind digital
- Willkommen im Zeitalter von Pull-Marketing
- Kundenkommunikation über den „3. Bildschirm“

Nils-Stephan Helbing, Leitung Online-Vertrieb, ERGO Direkt  
Versicherungen

14.30–14.45 Pause mit Kaffee und Tee

14.45–15.30

### Mindmapping und Diskussion mit Referenten und Teilnehmern zu u.a. folgenden Fragen:

- Was bedeuten die beschriebenen Trends für das eigene Unternehmen?
- In welchen Zeiträumen werden sich die Entwicklungen auf Markt und Unternehmen auswirken?
- Welchen Einfluss haben die Trends auf Unternehmensziele und -strategie?
- Welche Bereiche des Unternehmens sind betroffen?  
Für wen bedeuten die Veränderungen Chancen,  
für wen Risiken?
- Wie lassen sich die Trends möglichst gewinnbringend im Unternehmen umsetzen?

15.30 Zusammenfassung und Abschluss des Seminars

## 5 gute Gründe, warum Sie dieses Seminar besuchen müssen:

1. Einmaliger Wissensvorsprung:  
Werden Sie Vorreiter in der Branche!
2. Agieren statt reagieren: Erkennen und verstehen Sie Treiber, Merkmale und Konsequenzen des aktuellen Wandels.
3. Risiken erkennen: Verschaffen Sie sich den entscheidenden Wettbewerbsvorteil, um erfolgreich zu sein.
4. Praktische Impulse: Diskutieren und erarbeiten Sie konkrete Ideen und Anregungen für Ihre tägliche Arbeit.
5. Netzwerk stärken: Nehmen Sie Kontakt zu Kollegen auf und erfahren Sie mehr über Lösungen in führenden Versicherungsunternehmen.

### INFOLINE

Haben Sie Fragen zu dieser Veranstaltung?

Wir helfen Ihnen gerne weiter.

Konzeption und Inhalt:

**Christina Gerlach**

(Senior-Konferenz-Managerin Versicherungen)

Organisation:

**Mandy Lange**

(Senior-Konferenz-Koordinatorin)

E-Mail: [mandy.lange@euroforum.com](mailto:mandy.lange@euroforum.com)

Telefon: 02 11/96 86-34 62

### SPONSORING UND AUSSTELLUNGEN

Im Rahmen der Veranstaltung besteht die Möglichkeit, dem exklusiven Teilnehmerkreis Ihr Unternehmen und Ihre Produkte oder Dienstleistungen zu präsentieren. Ihre Fragen zu Sponsoring- und Ausstellungsmöglichkeiten sowie zur Zielgruppe beantwortet Ihnen gerne:

**Vera Nysetvold** (Sales-Managerin)

Telefon: 02 11/96 86-36 22

Fax: 02 11/96 86-46 22

E-Mail: [vera.nysetvold@euroforum.com](mailto:vera.nysetvold@euroforum.com)

### WEITERBILDUNG INDIVIDUELL GESTALTEN

## EUROFORUM Inhouse Academy

Buchen Sie unsere Konferenzen und Seminare auch als Inhouse-Programm. Wir beraten Sie gerne.

**Tanja Börner** (Leiterin Inhouse Academy)

Telefon: 02 11/96 86-36 32

E-Mail: [tanja.boerner@euroforum.com](mailto:tanja.boerner@euroforum.com)

[www.euroforum-inhouse-academy.de](http://www.euroforum-inhouse-academy.de)

[Kenn-Nummer]

# Zukunftsforum Versicherungen

Mit Megatrends und Innovationen zum Geschäftserfolg!

25. und 26. Oktober 2010, Hotel Königshof  
Karlsplatz 25, 80335 München, Telefon: +49(0)89/5 51 36-0

30. November und 1. Dezember 2010, Hilton Düsseldorf  
Georg-Glock-Straße 20, 40474 Düsseldorf, Telefon: +49(0)2 11/43 77-0

Bitte ausfüllen und faxen an: 02 11/96 86-40 40

Ja, ich nehme teil zum Preis von € 1.899,- zzgl. MwSt. p.P.

25. und 26. Oktober 2010 in München

30. November und 1. Dezember in Düsseldorf

[Ich kann jederzeit ohne zusätzliche Kosten einen Ersatzteilnehmer benennen.]

[Im Preis sind ausführliche Tagungsunterlagen enthalten.]

Ich interessiere mich für **Ausstellungs- und Sponsoringmöglichkeiten.**

Ich möchte **meine Adresse wie angegeben korrigieren** lassen.

[Wir nehmen Ihre Adressänderung auch gerne telefonisch auf: 02 11/96 86-33 33.]

[P1104465M012]

[P1104466M012]

**TEILNAHMEBEDINGUNGEN.** Der Teilnahmebetrag für diese Veranstaltung inklusive Tagungsunterlagen, Mittagessen und Pausengetränken pro Person zzgl. MwSt. ist nach Erhalt der Rechnung fällig. Nach Eingang Ihrer Anmeldung erhalten Sie eine Bestätigung. Die Stornierung (nur schriftlich) ist bis 14 Tage vor Veranstaltungsbeginn kostenlos möglich, danach wird die Hälfte des Teilnahmebetrages erhoben. Bei Nichterscheinen oder Stornierung am Veranstaltungstag wird der gesamte Teilnahmebetrag fällig. Gerne akzeptieren wir ohne zusätzliche Kosten einen Ersatzteilnehmer. Programmänderungen aus dringendem Anlass behält sich der Veranstalter vor.

**DATENSCHUTZINFORMATION.** Die EUROFORUM Deutschland SE verwendet die im Rahmen der Bestellung und Nutzung unseres Angebotes erhobenen Daten in den geltenden rechtlichen Grenzen zum Zweck der Durchführung unserer Leistungen und um Ihnen postalisch Informationen über weitere Angebote von uns sowie unseren Partner- oder Konzernunternehmen zukommen zu lassen. Wenn Sie unser Kunde sind, informieren wir Sie außerdem in den geltenden rechtlichen Grenzen per E-Mail über unsere Angebote, die den vorher von Ihnen genutzten Leistungen ähnlich sind. Soweit im Rahmen der Verwendung der Daten eine Übermittlung in Länder ohne angemessenes Datenschutzniveau erfolgt, schaffen wir ausreichende Garantien zum Schutz der Daten. Außerdem verwenden wir Ihre Daten, soweit Sie uns hierfür eine Einwilligung erteilt haben. Sie können der Nutzung Ihrer Daten für Zwecke der Werbung oder der Ansprache per E-Mail oder Telefax jederzeit gegenüber der EUROFORUM Deutschland SE, Postfach 11 12 34, 40512 Düsseldorf widersprechen.

**ZIMMERESEKRESERVIERUNG.** Im Tagungshotel steht Ihnen ein begrenztes Zimmerkontingent zum ermäßigten Preis zur Verfügung. **Bitte nehmen Sie die Zimmerreservierung direkt im Hotel unter dem Stichwort „EUROFORUM-Veranstaltung“ vor.**

**IHR TAGUNGSHOTEL.** Am Abend des ersten Veranstaltungstages lädt Sie das Hilton Düsseldorf herzlich zu einem Umtrunk ein.



**WIR ÜBER UNS.** EUROFORUM steht in Europa für hochwertige Kongresse, Seminare und Workshops. Ausgewählte, praxiserfahrene Referenten berichten zu aktuellen Themen aus Wirtschaft, Wissenschaft und Verwaltung. Darüber hinaus bieten wir Führungskräften ein erstklassiges Forum für Informations- und Erfahrungsaustausch. Unsere Muttergesellschaft, die Informa plc mit Hauptsitz in London, organisiert und konzipiert jährlich weltweit über 12.000 Veranstaltungen. Darüber hinaus verfügt Informa über ein umfangreiches Portfolio an Publikationen für die akademischen, wissenschaftlichen und wirtschaftlichen Märkte. Informa ist in über 80 Ländern tätig und beschäftigt mehr als 10.000 Mitarbeiter.

Name
Position/Abteilung
E-Mail
Firma
Ansprechpartner im Sekretariat
Anschrift
Telefon
Fax

Die EUROFORUM Deutschland SE darf mich über verschiedenste Angebote von sich, Konzern- und Partnerunternehmen wie folgt zu Werbezwecken informieren:

Zusendung per E-Mail:  Ja  Nein

Zusendung per Fax:  Ja  Nein

Datum, Unterschrift

Rechnung an (Name)
Abteilung
Anschrift

Wer entscheidet über Ihre Teilnahme?  Ich selbst oder  Name: \_\_\_\_\_ Position: \_\_\_\_\_

Beschäftigtenzahl an Ihrem Standort:  bis 20  21-50  51-100  101-250  251-500  501-1000  1001-5000  über 5000

## Anmeldung und Information

per Fax: +49(0)2 11/96 86-40 40  
 telefonisch: +49(0)2 11/96 86-34 62 [Mandy Lange]  
 Zentrale: +49(0)2 11/96 86-30 00  
 schriftlich: EUROFORUM Deutschland SE  
 Postfach 11 12 34, 40512 Düsseldorf

per E-Mail: [anmeldung@euroforum.com](mailto:anmeldung@euroforum.com)  
[info@euroforum.com](mailto:info@euroforum.com)  
 im Internet: [www.euroforum.de/p1104465](http://www.euroforum.de/p1104465) [München]  
[www.euroforum.de/p1104466](http://www.euroforum.de/p1104466) [Düsseldorf]