

## Veränderungsbereitschaft als „Kern-Skill“ für das Kundenmanagement der Zukunft

**Organisation vor Technik, Mensch vor Digitalisierung - das waren die zentralen Diskussionspunkte beim diesjährigen Messekongress Kundenmanagement in Versicherungen am 8. und 9. Dezember. An zwei Tagen sprachen die Teilnehmerinnen und Teilnehmer in verschiedenen Fachforen über die Zukunft des Kundenmanagements.**

„Die Branche muss Veränderungsbereitschaft als ‚Kern-Skill‘ etablieren, um die Zukunft zu gestalten, Kundenorientierung zu fördern und zu unterstützen“, fasst Kai Wedekind, fachlicher Leiter des Messekongresses zusammen. Er betont: „Die Themen sind in großen wie in kleinen, in alten wie in neuen, in regionalen als auch internationalen Unternehmen der Versicherungswirtschaft die gleichen. Deswegen ist es so mehrwertig und wichtig, dass wir uns austauschen und voneinander lernen.“

### Versicherer wie Netflix, Agilität und der OMGV Award: die Highlights am 8. Dezember

Den Auftakt zum Messekongress machte Dr. Melanie Kramp, Abteilungsleiterin Kundenberatung bei der CosmosDirekt. „Das Kundenmanagement der Zukunft besteht darin, zu wissen, was den Menschen aktuell bewegt. Wir müssen herausfinden, wie wir es schaffen, einen Platz im Ökosystem des Kunden zu bekommen“, sagte sie in ihrer Keynote.

Im Fachforum „Digitale Kommunikation & digitale Services“ gab unter anderem Pierangelo Campopiano von Smile einen Einblick in die Kundenansprache des jungen Versicherers. Bei Smile wird der Kunde per „Du“ angesprochen, zudem kann monatlich gekündigt werden. Abschluss und Vertragsverwaltung passieren via Smartphone, der Fernbedienung des Lebens. Campopiano appellierte an die Teilnehmer, dass versichern so einfach wie Netflix sein muss.

Rainer Wilmers von der AC Süppmayer GmbH betonte im Fachforum „Feedbackmanagement“, dass das Kundenerleben unheimlich wichtig ist. Das hat die Branche erfasst, handelt jedoch oft noch nicht entsprechend. Auch die kontinuierliche Messung der Kundenservice-Qualität ist wichtig – in Zeiten von Homeoffice mehr denn je.

Wie der digitale Transformationsprozess eines regionalen Versicherers aussehen kann, erläuterte Dirk Gronert, Vorstandsmitglied der Öffentlichen Versicherung Braunschweig, in der zweiten Keynote des Tages. Veränderungen richten sich an die gesamte Organisation: Agilität beschreibt die Fähigkeit, sich kontinuierlich an eine komplexe, dynamische und unsichere Umwelt anzupassen.

Zum ersten Mal haben die Versicherungsforen Leipzig und die Onlinemarketing Gesellschaft für Versicherungsvermittler die OMGV Awards für herausragende Onlinekommunikation an Agenturen verliehen. Insgesamt gab es für die vier Kategorien 27 Nominierungen. Die Gewinner des OMGV Awards 2020 für Versicherungsagenturen wurden im Rahmen des Messekongresses bekanntgegeben:

- Matthias W. Schlattmeier (DEVK) in der Kategorie „Social Media / Content Marketing“
- Anja Tylkowski (Gothaer) in der Kategorie „Zielgruppenstrategie“
- Alexander Wild (Gothaer) in der Kategorie „Kundenbewertungen“

- Volker Büscher (Allianz) in der Kategorie „Neue Medien. Neue Wege.“

## Kunde als Leitstern, emotionale Elemente und Blick über den Tellerrand: die Highlights am 9. Dezember

Tag zwei des Messekongresses startete mit einer Zoom-Session zur Zukunft des Kundenmanagements und der Vorstellung spannender neuer Start-up-Ideen.

Im Fachforum „Kundenmanagement“ gab Christopher Schmitt von der INTER Versicherungsgruppe einen Praxiseinblick zur Umsetzung von Customer-Experience-Management. Der Kunde dient als Leitstern, als zentrales Element, um das sich alles dreht. Er glaubt an die Wirksamkeit von CX, sieht aber Herausforderungen bei der Etablierung in der Fläche in den Bereichen Cultural Change, Ressourcen, Strategie- und Ziel-Landkarte, CX-Governance und Kommunikation.

Wie es gelingen kann, die Vorteile der digitalen Welt mit den Kompetenzen der persönlichen Kundenberatung zu verbinden, zeigte Sabine Musil (Generali Österreich) im Fachforum „Vertriebsmanagement“. „Digitale Errungenschaften sind leicht kopierbar. Die emotionalen Elemente sind das nicht. Aus diesem Grund fokussieren wir uns mehr auf die Bedürfnisse unserer Kunden und Berater“, so Musil. Unter dem Motto „phygital“ hat die Generali Österreich beispielsweise für die Vermittler persönliche Landingpages im Corporate Design des Versicherers eingerichtet. Diese werden präferiert über die Suchmaschinen gefunden.

In der Abschluss-Keynote gab Benedikt Dormann von der N26 Group einen Blick in die Bankenbranche und sprach über Serviceexzellenz für Start-ups im Hypergrowth. „Service ist das digitale Sprachrohr. Unsere Kunden haben keine Möglichkeit in eine Bank zu gehen, ausschließlich der Service fungiert als Sprachrohr“, sagte Dormann.

Der nächste Messekongress Kundenmanagement findet am 8./9. Juni 2021 statt. Mehr Informationen gibt es online unter [www.assekuranz-messekongress.de/mkk](http://www.assekuranz-messekongress.de/mkk).

### **Pressekontakt:**

Nadine Marquardt

### **Unternehmen**

Versicherungsforen Leipzig GmbH  
Hainstraße 16  
04109 Leipzig

Internet: [www.versicherungsforen.net](http://www.versicherungsforen.net)

### **Über Versicherungsforen Leipzig GmbH**

Die Versicherungsforen Leipzig verstehen sich als Dienstleister für Forschung und Entwicklung (F&E) in der Assekuranz. Als Impulsgeber für die Versicherungswirtschaft liegt ihre Kernkompetenz im Erkennen, Aufgreifen und Erforschen neuer Trends und Themen, zum Beispiel im Rahmen von Studien und Forschungsprojekten unter unmittelbarer Beteiligung von

Versicherern. Basierend auf aktuellen wissenschaftlichen und fachlichen Erkenntnissen entwickeln und implementieren sie zukunftsweisende Lösungen für die Branche.

Mit dem speziellen Wissen der Versicherungsbetriebslehre, der Versicherungsinformatik, der Versicherungsmathematik und des Versicherungsrechts schaffen die Versicherungsforen Leipzig die Basis für die Lösung anspruchsvoller neuer Fragestellungen innerhalb der Assekuranz. Zudem setzen sie in ihrer Arbeit auf wissenschaftliche Interdisziplinarität und hohen Praxisbezug.

Durch ihre langjährige Tätigkeit haben die Versicherungsforen Leipzig ein einzigartiges Netzwerk mit über 235 Partnerunternehmen innerhalb der Versicherungsbranche aufgebaut, das zum gegenseitigen Gedanken- und Erfahrungsaustausch und zur Kommunikation sowohl zwischen den Praktikern als auch zwischen Praxis und Wissenschaft anregt.

Die Versicherungsforen Leipzig sind als Unternehmen der LF Gruppe Teil ihres Innovationsökosystems. Zusammen mit den Energieforen, den Maklerforen, den Bankenforen und den Digital Impact Labs bieten sie eine einzigartige Verbindung von Branchenexpertise und Branchennetzwerk, Wissenschaft, Start-ups und Innovations-Know-how. In der LF Gruppe bündeln die Unternehmen ihre Kompetenzen und ermöglichen so Synergien sowie einen Blick über den Tellerrand.