

Versicherungs Vertrieb der Zukunft

– organisieren – kooperieren – vernetzen – digitalisieren –

12. und 13. April 2016 in Köln

- » Neue rechtliche und regulatorische Rahmenbedingungen für den Vertrieb – Transparenz, Dokumentation, Beratungsstandards
- » „Klassischer Vertrieb“ versus „Verkaufsroboter“ - Wie digital kann der Außendienstler werden?
- » Innovationen im Versicherungsvertrieb: laufen „Fintechs“ den klassischen Vertriebswegen den Rang ab?
- » Der Vertriebsvorstand als Dirigent im Orchester der klassischen und digitalen Vertriebswege
- » Welche Produktinnovationen braucht der Vertrieb/will der Kunde?
- » The Moment of Truth: „Kundenzufriedenheit“ versus „Unternehmensnutzen“
- » Vergleichsportale: zufriedene Kunden dank „Kundennutzen“ und „Beratungsqualität“?

Updated Version

Ihr Moderator:



Prof. Dr. Hans-Wilhelm Zeidler

Mit freundlicher Unterstützung von:



IHRE REFERENTEN:

Versicherungs Vertrieb der Zukunft



Dr. Alexander Beyer
RA, BLD
Rechtsanwälte
Partnerschaftsge-
sellschaft



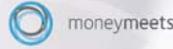
Dietmar Bläsing
Mgl. der Vorstän-
de, VOLKSWOHL-
BUND Versiche-
rungen



Peter Bochnia
Mgl. der
Vorstände, LVM
Versicherungen



Johannes Cremer
Geschäftsfüh-
rer, money-
meets GmbH



Dr. Oliver Gaedeke
Vorstand, YouGov
Deutschland AG



Jens Hasselbächer
Mgl. des Vor-
standes, AXA
Konzern AG



Robin von Hein
CEO, simplesu-
rance GmbH



Dr. Sebastian Herfurth
Geschäftsführer,
Alecto GmbH



Dr. Armin Höll-Steier
Geschäftsführer,
CHECK24 Ver-
gleichsportal GmbH



Stephan Hämmerl
Vorstand, iS2
Intelligent Solution
Services AG



Frank Kettner
Mgl. des Vorstands,
ALTE LEIPZIGER
- HALLESCHER
Konzern



Jan Klimaschka
Leiter Vertrieb,
MAIN-Finanz/Fair-
sichert24.de



Bernd Knof
Chief Operating
Officer, Aon Hol-
ding Deutsch-
land GmbH



Dr. Helge Lach
Mgl. des Vorstands,
Deutsche Vermö-
gensberatung AG



Michael Littig
Vorstand,
teckpro AG



Stephan Schinnenburg
Mgl. des Vorstandes,
ERGO Beratung und
Vertrieb AG



Paul Stein
Mgl. des Vor-
stands, Debeka
Versicherungen



Christoph Reichert
Abteilung Zentrale
Vertriebsunterstüt-
zung, Süddeutsche
Lebensversicherung



Götz Wenker
des. Geschäftsführer,
WKHH Wirtschafts-
kanzlei Hansestadt
Hamburg



Dr. Thomas Wiesemann
Vorstand Allianz Le-
bensversicherungs-
AG und Allianz
Private Krankenver-
sicherungs-AG



Sehr geehrte Damen und Herren,



allein das Spektrum der Themen für den 14. MCC-Kongress zeigen, wie vielfältig die Anforderungen an den Vertrieb heute und in Zukunft sind. Es drängeln sich Problemfelder, auf die die Vertriebsverantwortlichen in den Versicherungsunternehmen und die Akquisiteure selbst und/oder deren Organisationen Antworten finden müssen. Und das nicht irgendwann, sondern unter drückenden Zeithorizonten.

Helfen dabei können unter anderem Wissen, Erfahrungen und Planungen von Experten zu den virulenten Vertriebsthemen. Mit Spannung sehe ich

deren Beiträge während des Kongresses, den gemeinsamen Diskussionen und den Gesprächen im „ungeregelten Freiverkehr“ entgegen. Es würde mich sehr freuen, Sie zum Kongress in Köln begrüßen zu können.

Viele Grüße, Ihr



Prof. Dr. Hans-Wilhelm Zeidler

Meine sehr verehrten Damen und Herren, liebe MCC Teilnehmerinnen und Teilnehmer,



die Assekuranz wird momentan von der **Technologiewelle** förmlich überrollt. Die Digitalisierung beeinflusst nicht nur die Wertschöpfungskette der Versicherungsunternehmen, sondern verändert den gesamten **Wertschöpfungsprozess** in einer nie zuvor da gewesenen Art und Weise. Digitalisierung - als eindeutig disruptive Innovation - löst damit einen massiven Veränderungs-, wenn nicht sogar **Verdrängungswettbewerb** aus.

Nachdem bisher die Branche einigermaßen von digitaler Technik profitieren konnte, bewegt sie sich durch die **Digitalisierung** nun auf eine neue Phase zu. Jetzt stehen nicht mehr nur bessere Prozesse und neue Softwarelösungen im Mittelpunkt, sondern der Wandel des ganzen Geschäftsmodells.

Versicherungskunden wollen nicht länger Grenzen zwischen herkömmlichen und digitalen Kommunikationskanälen, sondern selbst über Zeitpunkt und Art der Kontaktaufnahme mit ihrer Versicherung entscheiden.

Für den Versicherungsvertrieb bedeutet dies eine Abkehr von tradierten Verkaufs- und Kommunikationsmethoden und -techniken. Wie sieht die Zukunft aus? Demnächst völlig ohne Außendienst wird es wohl auch nicht gehen, weil der **persönliche Kontakt am Point of Sale** in der letzten Konsequenz unschlagbar ist. Dennoch: „Wird der **Außen-**

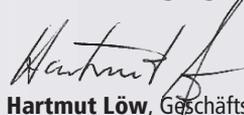
dienstmitarbeiter zum Verkaufsroboter?“

Laufen sogn. **FinTechs** dem klassischen Versicherungsvertrieb den Rang ab? Sind **FinTechs** nur ein großer Hype, der sich auch kurzfristig wieder abkühlt oder steckt mehr dahinter?

Geht die **Digitalisierung** nicht zuletzt doch zu Lasten der **Individualisierung** oder passiert sogar das Gegenteil? **Individuelle Versicherungslösungen für den Kunden in Echtzeit produziert, beantragt, geprüft und bestätigt?** Science-Fiction, oder bald schon Wirklichkeit in einer Welt der Industrie 4.0 oder 5.0? Auf **Versicherungsvertrieb der Zukunft** setzen wir uns mit - in diesen Moment alles beherrschenden - Themen für den Vertrieb der Assekuranz eingehend auseinander.

Zudem prüfen wir, welche Rolle der **Vertriebsvorstand im Orchester der klassischen und digitalen Vertriebswege** zukünftig spielt. Geht es um Entscheidungskompetenz oder um „Kopf und Kragen“? Und natürlich sind auch **Vergleichsportale** weiterhin ein heißes Thema.

Sichern Sie sich frühzeitig Ihre Teilnahme auf diesem hochrangig besetzten **Branchenhighlight in 2016**. Wir freuen uns auf Sie!



Hartmut Löw, Geschäftsf. Partner, MCC

SkenData

SkenData GmbH

Konrad-Zuse-Str. 1a | D-18184 Roggentin
Tel: 039602-183097 | Mobil: 0171-3314039

www.wert14direkt.de

Versicherungswertermittlung von Gebäuden – sekundenschnell.

SkenData liefert ein innovatives Werkzeug zur Digitalisierung von Gebäudeversicherungen. Unsere Gebäudewertermittlung erfolgt auf Basis von Katasteramtsdaten, modernster Geotechnologie und anerkannten Bewertungsmethoden. Wir reduzieren den Bewertungsaufwand für Versicherungen, Versicherungsmakler und Sachverständige. Direkt im Kundenkontakt liegt eine transparente und nachvollziehbare Versicherungssumme vor. Auch große Gebäudebestände können automatisch und plausibel geprüft werden.

Unsere Technologien eröffnen für die Wertermittlung völlig neue Möglichkeiten, die bisher nicht denkbar waren.



Die Intelligent Solution Services AG (iS2 AG) entwickelt POS-Lösungen für Versicherungen, Banken und Vertriebe. Dazu zählen Angebots- und Antragssysteme, Beratungssysteme, Vertriebsportal-Bausteine sowie Lösungen zur emotionalen Verkaufsunterstützung.

iS2 zeichnet sich durch bereichsübergreifendes Denken (Vertriebsorientierung – Fachlichkeit – Technik) aus. Die Dienstleistungen umfassen Konzeption und Consulting sowie Entwicklung, Qualitätssicherung, Test und Hosting.

Weitere Informationen erhalten Sie unter www.is2.de

1. Kongresstag Dienstag, 12. April 2016

8:30h **Check In der Teilnehmer und Quick-Breakfast**

9:30h **Begrüßung und Einführung in das Thema durch den Vorsitzenden**

 **Prof. Dr. Hans-Wilhelm Zeidler**

Neue rechtliche und regulatorische Rahmenbedingungen für den Vertrieb – Transparenz, Dokumentation, Beratungsstandards

9:45h **Aktuelle Herausforderungen im Finanzvertrieb**

 **Dr. Helge Lach**, Mitglied des Vorstands, Deutsche Vermögensberatung AG

- Antworten auf erodierende Vergütungssysteme
- Positionierung im digitalen Dschungel
- Orientierung im Regulierungschaos
- Auswege aus dem Negativimage
- Herausforderung Organisationsaufbau

10:15h **Veränderungen im Spannungsfeld „technische Innovationen - gesetzliche Rahmenbedingungen - Menschen“**

 **Michael Littig** Vorstand, teckpro AG

- Anforderungen als Folge der absehbaren strukturellen Veränderungen
- KISS – keep it simple stupid: geht es auch noch einfach für den Kunden?
- Digitalisierung: Fluch oder Segen für den Kunden?

10:45h **Die Reform des Versicherungsvermittlerrechts durch die IDD**

 **Dr. Alexander Beyer**, Rechtsanwalt, Bach, Langheid & Dallmayr Rechtsanwälte Partnerschaftsgesellschaft

- Beratungs- und Informationspflichten nach IDD
- Neuerungen bei der Provisionsvermittlung
- Besonderheiten bei PRIIPs

11:15h **Fragen und Diskussionen**

11:30h **Kaffeepause und Ausstellungsbesuch** 

Der Vertriebsvorstand als Dirigent im Orchester der klassischen und digitalen Vertriebswege

12:00h **Der Vertriebsvorstand als Dirigent im Orchester der klassischen und digitalen Vertriebswege**

 **Paul Stein**, Mitglied des Vorstands, Debeka Versicherungen

- Versicherungsvertrieb zwischen Regulierung und Digitalisierung
- Zukunft der Vertriebswege, insbesondere des Ausschließlichkeitsvertriebs
- Vertriebssteuerung als Management-Aufgabe

12:25h **Aufgaben des Versicherungsunternehmens im Spannungsfeld der Vertriebswegeentwicklung**

 **Frank Kettner**, Mitglied des Vorstands, ALTE LEIPZIGER - HALLESCHER Konzern

- Digitaler Vertrieb ist nicht gleich Direktversicherung
- Prämien an die Produktentwicklung
- Hat das klassische Risikokollektiv eine Zukunft

Vertriebsunterstützung – aktuelle Beispiele

12:50h **„VERplay: Durchgängige Verkaufunterstützung bei der SDK“**

 **Stephan Hämmerl**, Vorstand, iS2 Intelligent Solution Services AG

 **Christoph Reichert**, Abteilung Zentrale Vertriebsunterstützung, Süddeutsche Lebensversicherung

- Fallabschließender Prozess
- Mobile Touchanwendung
- Papierlos mit elektronischer Unterschrift
- Usability / Überzeugende User-Experience

13:15h **DISKUSSIONSRUNDE: Die Zukunft der Vertriebsvorstände**

Moderation: **Prof. Dr. Hans-Wilhelm Zeidler**



Stephan Hämmerl



Christoph Reichert



Paul Stein



Frank Kettner

13:35h **Gemeinsames Mittagessen und Ausstellungsbesuch** 

„FinTech“ steht für „Financial Tech“. Unter diesen Sammelbegriff fallen alle Technologien rund um Finanzdienstleistungen. Die FinTech-Unternehmen sind in der Regel IT-Start-ups mit Fokus auf Finanzdienstleistungen. Sie wildern meist in Geschäftsfeldern der alteingesessenen Banken und Versicherungen. Ihr Ziel ist es, diese zu revolutionieren. (www.deutsche-startups.de/tag/fintech/)

Stellen diese Unternehmen jedoch eine Bedrohung für die Versicherungsbranche dar?

Hans-Jürgen Bretzke, Vorstand des Maklerpools Fondskonzept verneint dies: „Jeder Vermittler mit einem durchschnittlichen Bestand und Netzwerk ist einem Fintech allein durch seine Kundenkontakte überlegen“. Der Wettbewerbsvorteil der Fintechs, „anwendungsauffine Klientel mit einem modernen Angebot anzusprechen“, hält er für kopier- und austauschbar. Weder würden Fintechs die bessere Beratung bieten, noch die besseren Produkte. (*Versicherungswirtschaft heute*, 5.11.2015)

Mark Ortmann, Geschäftsführer, Institut für Transparenz: Das Geschäftsmodell der Fintechs basiert auf modernster Technologie, die vor allem die junge Generation anspricht. Es gibt jedoch keinen Grund, vor den Fintechs Angst zu haben. Sie stellen eher eine Bereicherung für die Branche dar. Junge Leute werden zum Beispiel durch klassische Versicherer überhaupt nicht mehr erreicht und wollen mit Versicherungen nichts zu tun haben. Fintechs dagegen konzentrieren sich auf die junge Generation und öffnen so Weise den Weg für Versicherungen. Am Ende kommen wiederum die Versicherungsgesellschaften als Risikoträger ins Spiel. (*Versicherungswirtschaft heute*, 20.10.2015)

Doch Handlungsbedarf scheint zu bestehen, denn **Thomas Blunck**, Vorstand für Innovation der Munich Re sieht das klassische „Geschäftsmodell gefährdet“. Eine „rapide Veränderung von Technologien, Dienstleistungen, Vertriebskanälen und Nachfrageverhalten“ hat die Munich Re diagnostiziert und ist deshalb auch auf der Suche nach „neuen angemessenen Versicherungslösungen“. (*Versicherungswirtschaft heute*, 20.10.2015)

Genauso verhält es sich bei der Axa, die 100 Mio. Euro in die Gründung des Insurtech-Unternehmens Kamet investiert. Wie der Versicherer mitteilte, soll das neue Unternehmen dazu beitragen, disruptive Produkte und Dienstleistungen für die AXA zu entwickeln. Das Ziel der Axa: „disruptive Technologien frühzeitig zu erkennen und daraus gemeinsam mit kreativen Startups innovative Produkte und Dienstleistungen zu entwickeln.“ (*Versicherungswirtschaft heute*, 8.9.2015)

Innovationen im Versicherungsvertrieb: laufen Fintechs den klassischen Vertriebswegen den Rang ab?

14:45h **FinTechs in der Assekuranz – Welche disruptiven Geschäftsmodelle gibt es und was ist die Antwort der Versicherer?**



Jens Hasselbächer, Mitglied des Vorstandes, AXA Konzern AG

15:10h **Template im Warenkorb statt Fels in der Brandung - digitale Versicherungslösungen in traditionellen Märkten**



Robin von Hein, CEO, simplesurance GmbH

15:35h **Start-Ups in der Versicherungsbranche – Ein ernster Gegner?**



Jan Klimaschka, Leiter Vertrieb, MAIN-Finanz/Fair-sichert24.de

- Aktuelles Umfeld und Studie
- Mehrwert für den Kunden - Wer bietet mehr?
- Die Stellhebel der Digitalisierung

16:00h **Kaffeepause und Ausstellungsbesuch**

16:30h **Das „win-win-win-win-Prinzip“**



Götz Wenker, des. Geschäftsführer, WKHH Wirtschaftskanzlei Hansestadt Hamburg

- Es wurde Zeit: Digital meets Klassik
- Das Spannungsfeld: Kunde – Vermittler – Versicherer
- Fintechs im Wettbewerb

16:55h **Für mehr Fair - Zufriedene Versicherungskunden**



Dr. Sebastian Herfurth, Geschäftsführer, Alecto GmbH

17:20h DISKUSSIONSRUNDE: Innovationen im Versicherungsvertrieb



Moderation:
Prof. Dr. Hans-Wilhelm Zeidler



Jens Hasselbächer



Jan Klimaschka



Götz Wenker



Dr. Sebastian Herfurth



Robin von Hein

18:00h **Ende des ersten Kongresstages**



MCC lädt Sie ein zum



19:00h GEMEINSAMEN ABENDESSEN IM

Gaffel



2. Kongresstag

Mittwoch, 13. April 2016

9:00h **Begrüßung durch den Vorsitzenden**



Prof. Dr. Hans-Wilhelm Zeidler

Welche Innovationen braucht der Vertrieb/will der Kunde?

9:15h **Vorsorgevertrieb Quo Vadis? – Veränderungen aktiv gestalten.**



Dr. Thomas Wiesemann, Vorstand Allianz Lebensversicherungs-AG und Allianz Private Krankenversicherungs-AG

- Die wichtigsten Veränderungstreiber im Vorsorgevertrieb
- Fähigkeit zur Anpassung der Geschäftsmodelle als Stärke
- Wachstumfelder der Zukunft erschließen

9:40h **Die Lebensversicherung ist tot, hoch lebe die Lebensversicherung**



Dietmar Bläsing, Mitglied der Vorstände, VOLKSWOHLBUND Versicherungen

- „Wer zu spät kommt, den bestraft die Lebensversicherung“ – was wir von Kollektiven lernen können
- „Du lebst 7 Jahre länger, als Du denkst“ – wenn am Ende des Geldes noch Leben übrig ist
- „Gebühren essen Rendite auf“ – was ist dran an zu hohen Kosten

10:05h **Fragen und Diskussion**

Klassischer Vertrieb versus Verkaufsroboter - Wie digital kann der Außendienstler werden?

10:15h **Digitale Lösungen mit Kuschelkissen. Wie sich Versicherungsnehmer einen modernen Versicherungsvertrieb wünschen.**



Dr. Oliver Gaedeke, Vorstand, YouGov Deutschland AG

- Kundenmentalität im Versicherungsmarkt seit 2000
- Vertriebswegeakzeptanz und -nutzung, Produktabschlüsse im Internet
- Kundenerwartungen an die digitalen Touchpoints
- Empfehlungen für den Versicherungsvertrieb

10:40h **Digitale Transformation für einen deutschen Versicherungsmakler**



Bernd Knof, Chief Operating Officer, Aon Holding Deutschland GmbH

- Chancen und Risiken für den Versicherungsmakler im digitalen Versicherungsmarkt
- Das digitale Betriebsmodell eines Versicherungsmaklers
- Der Prozess der digitalen Transformation

11:05h **Kaffeepause und Ausstellungsbesuch**

11:35h **Digitale Finanzberatung - Risiko oder Chance für Versicherer?**



Johannes Cremer, Geschäftsführer, moneymeets GmbH

- Geschäftsmodell für digitale Beratung am Beispiel von moneymeets
- Operative Herausforderungen
- Regulierung digitaler Finanzberatung
- Bedarf der Kunden & Chancen für Versicherer

12:00h DISKUSSIONSRUNDE:
Ist „digital“ „fatal“ für den Außendienst?

Moderation:
Prof. Dr. Hans-Wilhelm Zeidler

Bernd Knof

Dietmar Blasing

Johannes Cremer

Dr. Oliver Gaedeke

12:20h Kaffeepause und Ausstellungsbesuch

The Moment of Truth: „Kundenzufriedenheit“ versus „Unternehmensnutzen“

12:40h Kundenzufriedenheit vs Unternehmensnutzen

Stephan Schinnenburg, Mitglied des Vorstandes, ERGO Beratung und Vertrieb AG

- Effizienz und Effektivität durch Steigerung der Kundenzufriedenheit

13:05h Vergleichsportale: zufriedene Kunden dank Kundennutzen und Beratungsqualität

Dr. Armin Höll-Steier, Geschäftsführer, CHECK24 Vergleichsportal GmbH

13:30h Betriebliches Gesundheitsmanagement als Bindungsinstrument für den selbstständigen Außendienst

Peter Bochnia, Mitglied der Vorstände, LVM Versicherungen

- Herausforderungen an den Vermittler in einer digitalisierten Welt
- Leistungsdruck und psychische Belastungen im Vertrieb
- Begleitung und Unterstützung der Vermittler durch ein betriebliches Gesundheitsmanagement als Erfolgsfaktor für den Vertrieb

13:55h DISKUSSIONSRUNDE:
The Moment of Truth: Kundenzufriedenheit versus Unternehmensnutzen

Moderation:
Prof. Dr. Hans-Wilhelm Zeidler

Dr. Armin Höll-Steier

Stephan Schinnenburg

Peter Bochnia

14:15h Gemeinsames Mittagessen und Ausstellungsbesuch

15:15h Ende des Kongresses

FinanceFox ist die ganzheitliche digitale Lösung in der Finanzdienstleistungsbranche. Wir verbinden die digitale Welt mit den Erfahrungen und Kompetenzen der klassischen Versicherungsberatung und -vertriebsorganisation. Von dieser Kombination profitiert der private Haushalt und der Vermittler. Ein Angebot mit allen Facetten des Zeitgeistes hinsichtlich Selbstbestimmung und Datenschutz. Wann und wo und wie Kunden und Vermittler es wollen! Im Web und als App. Für Endkunden! Für Vermittler! Für Versicherungsgesellschaften! Für die Branche! Das win-win-win-win-Prinzip: FinanceFox!

FinanceFox Germany GmbH | Berliner Str. 73 | 10713 Berlin | www.financefox.de
AP-Operations: kris.daebnitz@financefox.de | AP-Press/ Marketing: Willi.ruopp@financefox.com

finanzwelt – das Fachmagazin für Financial Intermediaries – berichtet seit mehr als 20 Jahren aktuell, fundiert und kompetent über alle wichtigen Themen der gesamten Finanzbranche und hat sich zu einer der führenden Publikationen etabliert. finanzwelt ist die Informationsquelle für praxisorientiertes Wissen und umfassende Darstellung des aktuellen Marktgeschehens. In exklusiven Berichten liefern renommierte Fachautoren gewissenhaft recherchierte Berichte über die unterschiedlichen Anlagemärkte, Produktneuheiten und die maßgeblichen Akteure der Finanzbranche. Mit den Rubriken Investmentfonds, Versicherungen, Sachwertanlagen, Immobilien und Assistance Vertrieb liefern wir Hintergrundwissen, das für den erfolgsorientierten Finanzdienstleister von nachhaltiger Relevanz ist.

Durch die Bündelung hoher fachlicher Expertise und umfassender IT-Kompetenz unterstützt die teckpro ihre Kunden mit anspruchsvollen Dienstleistungen: von der aktuariellen Beratung in der Produktentwicklung und Qualitätssicherung bis zur Prozess-, Fach- und IT-Architekturberatung. Zusätzlich bietet teckpro finanzmathematische Beratungssoftware und Module für alle Versicherungssparten – Kranken, Pflege, Vorsorge, BU, Komposit Privat und Gewerbe/Industrie -, sowie Portalösungen an. Kooperationen mit Forschungseinrichtungen, z.B. dem deutschen Forschungszentrum für künstliche Intelligenz - DFKI, dem Fraunhoferinstitut für Techno- und Wirtschaftsmathematik - ITWM, dem Europäischen Institut für Qualitätsmanagement finanzmathematischer Verfahren und Produkte - EI-QFM - und weiteren Brancheninitiativen sichern den Kunden innovative und qualitativ anspruchsvolle Lösungen. teckpro ist Softwarepartner der DATEV und zählt zahlreiche Versicherungskonzerne und Vertriebsorganisationen zu ihren Kunden.

teckpro AG | Spitalstraße 19-21 | 67659 Kaiserslautern | Germany | www.teckpro.de

- Ja, ich/wir nehme/n an dem Kongress am 12. und 13. April 2016 zum Preis von € 1.995,- teil.**
- Buy 2 - Get 3!** Ja, ich/wir melde(n) drei Personen aus einem Unternehmen an und erhalte(n) für die dritte Person eine Gratiskarte.
- Ich kann an obiger Veranstaltung leider nicht teilnehmen, aber ich möchte die Dokumentationsunterlagen zum Preis von € 395,- (zzgl. gesetzl. USt. u. Versand) bestellen.

Titel, Name	Vorname
Position	Abteilung
Titel, Name	Vorname
Position	Abteilung
Titel, Name	Vorname
Position	Abteilung
Firma	
Adresse	
PLZ, Ort, Land	
Telefon	Fax
E-Mail	
Datum	Unterschrift u. Firmenstempel

Teilnahmegebühr: (Alle Preise zzgl. gesetzl. USt.)
Die Teilnahmegebühr für die zweitägige Veranstaltung (inkl. Tagungsunterlagen, Einladung zum Abendessen, Mittagessen, Pausengetränken und kleinen Snacks) beträgt:
€ 1.895,- bei Anmeldung bis zum 15. Januar 2016 **Sie sparen € 100,-**
Danach **€ 1.995,-** Es gilt das Eingangsdatum bei MCC

Teilnahmebedingungen:
Bitte füllen Sie einfach die Anmeldung aus und faxen oder schicken Sie diese baldmöglichst an MCC zurück. Sie können sich auch per E-Mail (mcc@mcc-seminare.de) anmelden. Ihre schriftliche Anmeldung ist verbindlich. Nach Eingang Ihres ausgefüllten Anmeldebogens bei MCC erhalten Sie – sofern noch Plätze vorhanden sind – umgehend eine Bestätigung und eine Rechnung. Anderenfalls informieren wir Sie sofort. Sie können die Teilnahmegebühr entweder auf das in der Rechnung angegebene Konto überweisen oder uns einen Verrechnungsscheck zusenden.

Buy 2 - Get 3! Bei Anmeldung von drei Personen aus Ihrem Unternehmen erhalten Sie für die dritte Person eine Gratiskarte.
Bitte beachten Sie: Sie können an der Veranstaltung nur teilnehmen, wenn die Teilnahmegebühr bereits gezahlt ist oder auf der Veranstaltung gezahlt wird. Auch bei einer Nichtteilnahme wird die Tagungsgebühr nach Ablauf der Stornierungsfrist in vollem Umfang fällig. Gerichtsstand ist Düren. Eine Stornierung Ihrer Anmeldung muss schriftlich erfolgen. Sollten Sie Ihre Anmeldung stornieren, so erheben wir bis einschließlich 12. März 2016 lediglich eine einmalige Bearbeitungsgebühr in Höhe von € 150,- zzgl. gesetzl. USt. Ihre bereits gezahlte Teilnahmegebühr wird Ihnen abzüglich der Bearbeitungsgebühr voll erstattet. Sollten Sie nach dem 12. März 2016 Ihre Anmeldung stornieren, kann die Teilnahmegebühr nicht mehr erstattet werden. Eine Vertretung des Teilnehmers durch eine andere Person ist aber selbstverständlich möglich. Bitte teilen Sie uns den Namen des Ersatzteilnehmers mindestens drei Tage vor der Veranstaltung mit. Es gelten unsere Allgemeinen Geschäftsbedingungen, die Sie auf Anfrage erhalten.

Termin und Veranstaltungsort:
Der Kongress findet statt am 12. und 13. April 2016 im

Lindner Hotel City Plaza
Magnusstraße 20 · 50672 Köln · Telefon: +49 (0)221 2034-0
Telefax: +49 (0)221 2034-715 · E-Mail: info.cityplaza@lindner.de
Zimmerpreis: € 149,- (inkl. USt.) im Einzelzimmer inkl. Frühstück

Zimmerreservierung: Für die Veranstaltung steht ein begrenztes Zimmerabrufkontingent zur Verfügung. MCC-Teilnehmer erhalten Sonderkonditionen. Bitte buchen Sie daher Ihr Zimmer rechtzeitig unter dem Stichwort „MCC“.

Warum Sie an diesem Kongress teilnehmen sollten:

Erfahren Sie, welche aktuellen Entwicklungen Einfluss auf die Vertriebslandschaft nehmen (werden). Welche Strategien im dynamischen Wettbewerb nachhaltigen Erfolg versprechen und wie Sie sich und Ihr Unternehmen für die Zukunft fit machen. Zahlreiche renommierte Vertriebsprofis aus der Praxis stehen wieder für spannende Vorträge und interessante Diskussionen zur Verfügung. Sichern Sie sich daher jetzt Ihren Wissensvorsprung und melden Sie sich rechtzeitig an.

Wer diese Veranstaltung nicht verpassen darf:

Mitglieder des Vorstandes und der Geschäftsführung aller Versicherungen sowie Führungskräfte aus den Bereichen:

- Vertrieb • E-Commerce/Internet • Marketing

sowie:

- Unternehmensberater • Finanzdienstleister • Organisation und IT
- Kundenservice • Produktmanagement • IT-Dienstleister • Makler u. andere Versicherungsmittler

Informationen für Kooperationspartner

Als aktiver Kooperationspartner/Sponsor/Aussteller des Kongresses **MCC Versicherungsvertrieb der Zukunft** haben Sie die Möglichkeit, neue Kontakte im Management-Bereich zu generieren und bestehende auszubauen. Die massive Vorabbewerbung garantiert Ihnen eine nachhaltige Kommunikation mit Ihrer Zielgruppe über verschiedene Kommunikationskanäle.

Bitte setzen Sie sich mit uns in Verbindung und erfahren Sie mehr über Ihre Kooperationsmöglichkeiten.

Seien Sie mit dabei, wenn sich die Experten der Energiewirtschaft treffen.

Ja, ich möchte weitere Informationen zu den Ausstellungs- und Kooperationsmöglichkeiten.

Name
Vorname:
Funktion:
Bereich:
Firma:
Adresse:
PLZ / Ort:
Telefon:
Fax:
E-Mail:

Weitere Informationen und Anmeldung unter:
MCC - The Communication Company
Scharnhorststraße 67a
52351 Düren
Telefon: +49 (0)2421 12177-0
Telefax: +49 (0)2421 12177-27
E-Mail: mcc@mcc-seminare.de
Internet: www.mcc-seminare.de



Akkreditierungsnummer:
GB-BDL-20141105-30299



Find us on Facebook!
www.facebook.de/MCCseminare

Weitere Infos und Anmeldung mit QR-Code und Smartphone aufrufen.



Der Veranstalter behält sich inhaltliche, zeitliche und räumliche Programmänderungen aus dringendem Anlass vor. Für Druckfehler übernehmen wir keine Haftung!

Bitte reichen Sie diese Einladung auch an interessierte Kollegen/Innen weiter.