

Bis zu € 150,- \* Frühbucherbonus  
bei Anmeldung  
bis 24. Dezember 2011!

**9. BF21-Jahrestagung, vom 27. bis 29. Februar 2012, Renaissance Hotel Köln**

**Tag 1 + 2:** Strategien der Marktführer: Ertrags- und Wachstumsstrategien, Preis- & Produktpolitik, Tarifvielfalt und die neue SF-Staffel, Wettbewerb- bzw. Koexistenz der Vertriebskanäle, Vergleichsportale, Social Media, eCall – Wettbewerbsrelevante Faktoren, Mobilitätstrends, Schadenmanagement, Bonitätsprüfung und Kundenqualität  
**Tag 3:** Gewerbliche und industrielle Kraftversicherung: Ertragsorientierung vs. Preiswettbewerb im Firmenkundengeschäft, Leasing, Flottenmanagement – **Separat buchbar!**

# Kfz-Versicherung im Fokus

>> Trendwende vollzogen?! Profitables Wachstum als langfristige Strategie!



„In der **Kraftfahrtversicherung** scheint nun tatsächlich eine gewisse **Trendwende vollzogen**“, so Rolf-Peter Hoenen, GDV, 17.11.11. Und trotzdem: „Mit einem **Verlust von 1,3 Mrd. Euro** bleibt das **versicherungstechnische Ergebnis (...)** weiterhin tiefrot.“ „**Entscheidend sei allein profitables Wachstum**“ kommentiert die **strategische Vorgabe** von Dr. Markus Rieß, Vorstandsvorsitzendem der Allianz Deutschland AG das **VersicherungsJournal** am 01.12.11. **Diese Zielsetzung verfolgt derzeit die gesamte Kraftfahrt-Sparte.**

- > Trendwende vollzogen? Auf dem Weg zum **profitablen Wachstum in K**
- > Aktuelle **Preis-, Produkt- und Vertriebsstrategien der Marktführer**
- > Zauberformel „**Modul-Tarife**“?! – Pro und Contra
- > Neue Tarife und die neue **SF-Staffel**: Beitrag zur **Intransparenz** im Markt?
- > **Wettbewerb** oder **Koexistenz der Vertriebskanäle**?!
- > **Wechselkennzeichen, Mobilitätstrends, e-Call** – Eintagsfliegen oder **ernst zu nehmende Tendenzen**?!  
>>> Mit einer großen Podiumsdiskussion!
- Kfz-Versicherung:
  - **Premiumware** oder **Stangenware**?
  - **Service-Qualität** oder **Preiswettbewerb**?
  - **Klassischer Vertrieb** oder **Direktvertrieb**?
- > **eCall** – Relevanz für den **Vertrieb, Tarifierung, Preis- & Produktstrategie**, Schadenmanagement u. Kundenbindung der Autohersteller und Versicherer
- > **eCall** – Sicht der **EU-Kommission** sowie **kartellrechtliche Aspekte**
- > Die **Macht** und der **Wettbewerb** der **Online-Vergleichsportale**  
>>> Mit einer großen Podiumsdiskussion!
- > **Kundenqualität: Bonitätsprüfung** und **Bestandssanierung in K**
- > **Social Media**, Blogs, Videos, Facebook & Co. – Auswirkungen auf das Geschäftsmodell **verstehen oder untergehen**?!  
> Kooperationen mit Autoherstellern im Vertrieb und Schadengeschäft – Ein **Ass in der Hand der Versicherer!** Konzepte der Zukunft
- > „**Sorgenfreie Mobilität**“: Zukunftsszenario der Automobilhersteller
- > **Neue Versicherungslösungen für neue Mobilitätskonzepte?** **Car-Sharing, Elektromobilität, eCall, Total-Cost-of-Use** als Trends
- > **Gewerbliche** und **industrielle K-Versicherung** im Spagat zwischen Sanierungsmaßnahmen, Premienerhöhung und Preissensibilität
- > **Deckungskonzepte, Risiko- & Schadenmanagement** für Flotten
- > Erprobte und neue Wege zu mehr Wirtschaftlichkeit, **Profitabilität** und Effizienz im **Privat- und Firmenkundengeschäft**

**Ihre Referenten:**



**Jens Lison**, Mitglied des Vorstandes, Allianz Versicherungs-AG



**Wolfgang Hanssmann**, Mitglied des Vorstandes, AXA Konzern AG



**Dr. Norbert Rollinger**, Mitglied des Vorstandes, R+V Versicherung AG



**Ulrich Rieger**, Mitglied des Vorstandes, AachenMünchener Versicherung AG

**Dr. Michael Pickel**, E+S Rückversicherung AG

**Marco Morawetz**, General Reinsurance AG

**Peter Buchhler**, Allianz Versicherung AG

**Harald Seliger**, R+V Allgemeine Versicherung AG

**Dr. Sven Erichsen**, Aon Deutschland

**Rolf Lübke**, DB Rent GmbH / DB Fuhrparkservice GmbH

**Willi Loose**, Bundesverband CarSharing e.V.

**Andreas Nickel**, Ericsson GmbH

**Martin Benzing**, Arburg GmbH + Co KG

**Thomas O. Winkler**, Gothaer Allg. Versicherung AG

**Hans-Jörg Kurth**, ÖSA Versicherungen

**Rainer Weckbacher**, eh. Basler Versicherungen

**Björn Hinrichs**, informa Solutions GmbH

**Gerhard Künne**, Volkswagen Leasing GmbH

**Michael Harting**, Bundesministerium für Verkehr, Bau und Stadtentwicklung

**Dr. Thomas G. Funke, LL.M.**, Osborne Clarke

**Björn Weikert**, CHECK24

**Ralph Feldbauer**, RiskGuard GmbH/FCVD GmbH

**Dr. Hanns Martin Schindewolf**, Daimler Insurance Services GmbH

**Martin Nellen**, BMW Financial Services

**Hartmut P. Röhl**, GVA Gesamtverband Autoteile-Handel e.V.

**Ralf Kirschnick**, deutsche internet versicherung ag

**Stefan Hentschel, Tua Slöör**, Google Germany GmbH

**Thomas Bieber**, Horn & Company Financial Services GmbH

**Dr. Dirk Schmidt-Gallas**, SIMON-KUCHER & Partners

**Thorsten Rudnik**, Bund der Versicherten e.V.

**Prof. Dr. Klemens Skibicki**, Cologne Business School

**Prof. Dr. Fred Wagner**, Universität Leipzig



**Detlef Frank**, Mitglied des Vorstandes, HUK24 AG



**Wolfgang Schütz**, Mitglied des Vorstandes, Aspect Online AG, transparo.de



**Dr. Jürgen Cramer**, Mitglied des Vorstandes, Sparkassen Direktversicherung, autoversicherung.de



**Thomas R. Haub**, Pressereferent, Generaldirektion „Informationsgesellschaft und Medien“, Referat IKT für den Verkehr, Europäische Kommission



**Der Trend ist unverkennbar: Profitables Wachstum!** So lautet die **strategische Vorgabe** vieler Kfz-Versicherer, die es gilt, konsequent umzusetzen. Eine **Trendwende in K** war **bitter nötig**. Ein **Gebot der Vernunft** und eine **betriebswirtschaftliche Notwendigkeit** für die **preisgetriebene Sparte**. Ist die **Trendwende endlich vollzogen? Und ist sie von Dauer?** Hoffentlich...

„Die Sparte müsse endlich auf **profitablen Wachstumskurs** einschwenken“ so kündigt Markus Rieß, Deutschland-Chef der Allianz, den **Umbau des Kompositgeschäfts der Allianz** an (Handelsblatt, 30.11.2011). „Im Kfz-Geschäft wolle die Allianz wieder zulegen“ (VersicherungsJournal, 01.12.2011) und mit erneutem Umbau und neuen Produkten die Trendwende im Komposit schaffen. Das Ziel ist klar: **„Entscheidend sei allein profitables Wachstum“**.

Die **Rückkehr zu Profitabilität** ist für die Zukunft der gesamten Branche **entscheidend**. Mit Beitragseinnahmen von **20,2 Mrd. Euro** in 2010 ist die Kfz-Versicherung die **drittgrößte Sparte** der Assekuranz. Zwischen 2005 und 2010 sind die **Durchschnittsbeiträge um 14% gesunken**; im Durchschnitt aller Kfz-Versicherer die **CR von 95,1% (2005) auf 107,4% (2010)** gestiegen. Selbst unter Einbeziehung der **Kapitalerträge** war das **Kraftfahrt-Geschäft defizitär**. **Das muss sich ändern**.

„Allianz erhöht zum 01.01.2012 die **Preise für Autoversicherung** bei vielen Kunden **drastisch**“ (FTD, 25.10.2011). Das setzt ein **Zeichen für die gesamte Branche**. Viele der deutschen Kfz-Versicherer haben angekündigt, ihre **Tarife 2011 zu erhöhen**. Auch die HUK-COBURG hat **„Anpassungen in Teilen des Bestands“** geplant.

Einige stehen diesen **Absichtserklärungen** trotzdem **skeptisch** gegenüber. „Trotz vieler Ankündigungen, den Preiskampf zu beenden, scheinen einige Kfz-Versicherer den **Pfad der betriebswirtschaftlichen Tugend** schon wieder zu verlassen. Das Ergebnis sind **inhaltschwache Produkte**, versteckte Preiserhöhungen und **Billigtarife**, die allen Marktteilnehmern **schaden**“ schreibt Ulrich Rüter, Vorstandsvorsitzender der Provinzial Nordwest Holding (FTD, 19.08.2011). **Die Qualität in der Kfz-Versicherung hat ihren Preis**. Das ist richtig. Aber ist der **Kunde** tatsächlich bereit, diesen **Preis zu bezahlen?** Die **Ergebnisse** aktueller Bemühungen und die **ersten Zahlen für 2011** werden wir auf der BF21-Jahrestagung im Februar erfahren.

## Zauberformel „Modul-Tarife“?

Immer mehr **Serviceversprechen** und **Leistungsweiterungen** halten Einzug in die Welt der Kfz-Versicherung. Von **all-inclusive**, über **Rundum-Sorglos-Pakete** bis zur **Zufriedenheitsgarantie**. „Ein Tarif, der nach Beratung schreit“ (so Pressesprecher Christian Weishuber) ist das neue, modulare Produkt der Allianz, bei dem sich die Kunden „ihren **Kfz-Versicherungsschutz individuell zusammenstellen**“, betont Jens Lison, Mitglied des Vorstandes der Allianz Versicherung.

Die Tarifvielfalt, Leistungsweiterungen, Garantie-Zusatzbausteine (Generali), Kaufpreisschutz (VVD), neue Deckungskonzepte und komponentenbasierte, individuell zusammenstellbare Produkte (Allianz, HDI-Gerling) erhöhen die **Angebotskomplexität**. Darüber hinaus führen viele Versicherer die **neue Schadenfreiheitsstaffel** ein (Allianz, HUK-COBURG), was zur **Undurchsichtigkeit des Marktes** zusätzlich beiträgt. Ist das noch **kundengerecht**?

„Ein Vergleich der 100-Prozent-Beiträge erlaubt nun **keine Aussagen** mehr über das Tarifniveau der jeweiligen Anbieter“, so Klaus-Jürgen Heitmann, Vorstand der HUK-COBURG (VersicherungsJournal, 16.09.11). Die **Beitragsvergleiche** werden schwieriger.

## Macht und Wettbewerb der Vergleichsportale - Vertriebskanäle - Social Media

Das **umstrittenste Kind der Branche** sind derzeit die Vergleichsportale. „KFZ-Versicherer streiten um Onlinekunden“ heißt es in der FTD, 11.11.11. „Das Internet ist aus dem Verkauf von KFZ-Policen nicht mehr wegzudenken. (...) Fast 80 Prozent der Verbraucher informieren sich vorab **im Internet** und auch für den **Vertragsabschluss** wird zunehmend der digitale Weg gewählt.“ Neue Vergleichsportale verschärfen den Wettbewerb.

**transparo.de** (mit den Produktgebern HUK-COBURG, Talanx, GWV) und **autoversicherung.de** (Sparkassen-Versicherer) machen den bereits etablierten Portalen wie **CHECK24** Konkurrenz. Hier ist der **Preiswettbewerb in vollem Gange**.

>>> „2010 war ein **schlechtes Jahr für die deutsche Kraftfahrt-Versicherung**, aber 2011 wird spürbar **bessere Ergebnisse** liefern“, so die Ankündigung von vielen Marktteilnehmern zu Beginn des Jahres. **Und nun?** Fast ein Jahr später muss die gesamte Branche feststellen, dass eine **signifikante Ergebnisverbesserung ausgeblieben** ist. Obwohl erstmals seit 2004 wieder ein **Anstieg der Durchschnittsprämien** in einer Sparte zwischen 1,5% und 2% erfolgte, wird die **Schaden-/Kostenquote im Jahr 2011** voraussichtlich nur einen Prozentpunkt besser ausfallen und damit immer noch bei **ca. 107%** (auf Anfalljahrbasis berechnet) liegen. **Haupttreiber** dieses schlechten Ergebnisses ist nicht die Kraftfahrt-Haftpflichtversicherung, die sich gegenüber 2010 voraussichtlich um über 3%

Die vom Verbraucher erhoffte Transparenz bei angebotenen Tarifen und Preisen ist jedoch nach wie vor Mangelware. „**Null Transparenz bei Vergleichsportalen**“ – lautet die berechtigte Frage. **Wer vergleicht eigentlich die Vergleichsportale?** Die bisherigen Versuche zeigen: Ein echter Vergleich ist wegen unterschiedlich abgefragter Kriterien und Leistungsmerkmale **kaum möglich**. Und trotzdem muss die Anforderung stets lauten: **Transparenz, Neutralität und Verbraucherorientierung** – und das ohne Rücksicht auf **Provisionsinteressen** (Thorsten Rudnik, BdV).

## Strategien im Social Media-Zeitalter

„Internetboom treibt Autoversicherer“, so die FTD, 22.09.2011. Welche **Kernkompetenzen** brauchen **Versicherer im Online-Zeitalter?** Werden **YouTube, Twitter & Co.** zu **Vertriebsdrehkreisläufen der Zukunft?** Was ist notwendig, um sie als ein **Zugangstor** zum Kunden erfolgreich zu nutzen?

## Kfz-Versicherung – Premiumware oder Stangenware?

Kfz-Versicherung – **Premiumware** oder **Stangenware? Service-Qualität** oder **Preiswettbewerb? Klassischer Vertrieb** oder **Direktvertrieb?** – Das sind Fragen, die sich angesichts aktueller Bemühungen um einen Prämienanstieg stellen und beantwortet werden müssen.

## „Sorgenfreie Mobilität“ – Nachhaltiger Trend oder kurzfristiger Hype?!

Kein Wunder, dass sich der Kunde nach einem **Rundum-Sorglos-Paket** sehnt. „Sorgenfreie Mobilität“ bieten ihm mit großem Erfolg die **Automobilhersteller**. **Convenience, Mobilitätsbedürfnis, Nutzen-statt-Besitzen**-Trend scheinen einen **Siegeszug über die Preissensibilität** zu feiern. Der **Königsweg der Zukunft** ist für die Autohersteller klar definiert. Und auch viele Versicherer profitieren davon. **„Allianz stockt Auto-Team auf“** und will „ihre **Kooperationen mit Auto-Herstellern** weiter ausbauen“ (Handelsblatt, 15.11.2011). Sie hat die „weltweite Zusammenarbeit mit Auto-Herstellern zu einer ihrer **Prioritäten gemacht**“. Der Wettbewerb zwischen den mit der Automobilindustrie kooperierenden und den schadensteuernden Versicherern wird sich wohl weiter verstärken.

## eCall – Wettbewerbsvorteil im Markt?!

Hinzu kommt der **Sicherheitsfaktor Nr.1 im Auto – eCall**. Die **Automobilindustrie** steht hier auf der **Pole-Position**. Versicherer und weitere Marktakteure fürchten bei eCall mögliche **Monopolisierungstendenzen** und die **Verschiebung der Kräfteverhältnisse „zu Gunsten der Automobilindustrie“** (Daniel Thomas, HUK-COBURG auf dem BF21-Schadenkongress, Nov. 2011). Was genau sind die **wettbewerbs- und kartellrechtlichen Dimensionen** beim Thema eCall? Wie sehen die **Pläne der EU-Kommission**, die aktuellen Initiativen und der **Stand der Umsetzung des eCall** aus? Genau wie bei den Themen **Wechselkennzeichen, Car-Sharing, Elektromobilität** und weiteren Entwicklungen, muss die Branche bei **eCall / Telematik** jetzt schon die **strategischen Weichen für die Zukunft** stellen.

## Zukunftskonzepte im Privat- und Firmenkundengeschäft

Im **Firmenkundengeschäft** versuchen die Versicherer die fortschreitende **Ertragserosion** und den **Preisverfall** zu stoppen. „**Die Flottenversicherung ist defizitär**“ und befindet sich **„Tief in der Verlustzone“**, schreibt die FTD am 20.20.2011. **„Prämienerhöhungen** und Sanierungsmaßnahmen sollen es richten. „Es mehrten sich Anzeichen, dass die **Preise steigen** werden“, meint Johannes Kronen, Willis. „Wir werden **breitflächige Sanierungsforderungen** erleben“ sagt AON-Manager und VDVM-Vorstand Sven Erichsen (FTD, 29.09.2011). „**Ob die immer durchsetzbar sind, werden wir sehen**“, sagt er. Gelingt der **Spagat** zwischen der **Notwendigkeit der Sanierungsmaßnahmen**, der **Prämienerhöhung** und der **Preissensibilität der Flottenkunden?**

>>> Die 3-tägige BF21-Jahrestagung **„Kfz-Versicherung im Fokus“** ist die **größte Konferenz rund um die K-Themen** für die Kfz-Versicherer, Automobilindustrie, Kfz-Schadendienstleister und andere Kfz-nahen Branchen im deutschsprachigen Raum. Sichern Sie sich einen **Wettbewerbsvorsprung** durch die aktuellsten Informationen der Branche, die Sie vor Ort erhalten. Wir freuen uns, Sie vom **27. bis 29. Februar 2012** in Köln auf der Konferenz zu begrüßen!  
**Seien Sie dabei!** **Anna Bergmann, BusinessForum21**

verbessern wird, sondern die **Kaskoversicherung**. Hier reichte alleine das Eintreten von Elementarschäden in **Höhe des langfristigen Erwartungswertes** zu einer nochmaligen **Verschlechterung**. Die reine Schadenquote der Kaskoversicherung wird **2011 voraussichtlich bei ca. 90% liegen – das schlechteste Ergebnis seit 18 Jahren!**

Wie geht es nun im Jahr 2012 weiter? **Kräftigere Sanierungsmaßnahmen?** Weitere **Preiserosionen** bedingt durch **Tarifwechsler?** Zuspitzung des Wettbewerbes um neue Kunden getrieben durch den **Wettbewerb der Internetportale?** Fragen über Fragen, die sich im Rahmen der **BusinessForum21-Jahrestagung** zu Beginn des nächsten Jahres sehr gut aufarbeiten lassen. **Marco Morawetz, General Reinsurance AG**

# 1. Konferenztag, Montag, 27. Februar 2012



**Vorsitz und fachliche Leitung:**

**Marco Morawetz,**  
Abteilungsdirektor, Leiter Gen Re Consulting,  
General Reinsurance AG

**08.30 Begrüßungsempfang, Anmeldung, Ausgabe der Tagungsunterlagen**

**09.00 Begrüßung durch BusinessForum21 und den Vorsitzenden**

## Wie war das Jahr? Die ersten Zahlen 2011 – Ausblick auf 2012

**09.10 Aktuelle Marktentwicklungen und Trends in der Kfz-Versicherung aus Sicht eines Rückversicherers, Ausblick auf das Jahr 2012**

- Kennzahlen und Situation im K-Markt im Jahr 2011
- Erträge aus Schadenreserven  
vs. versicherungstechnisches Ergebnis
- Aktuelle Markttrends und zukünftige Entwicklungen
- Hagelschäden und deren Auswirkungen
- Ausblick auf das Jahr 2012



**Dr. Michael Pickel,** Mitglied des Vorstandes,  
E+S Rückversicherung AG

## Produkt-, Preis- und Vertriebsstrategien der Marktführer

**09.30 „MeinAuto“ – Innovationsstärke und Produktoffensive der Allianz für profitables Wachstum in der privaten Kfz-Versicherung**

- Modulares Produktkonzept: Grundschatz plus Zusatzbausteine
- Bedarfsgerechte Flexibilität in Leistung und Preis
- Unterstützung der Beratungsstärke der Vermittler
- Verkaufs- und Beratungsprozess
- Veränderung der Tarifierung für profitables Wachstum, wie z. B. stärkere Belohnung unfallfreien Fahrens durch verlängerte SF-Staffel
- Retail-Strategie: Standardisierung und Verschlinkung



**Jens Lison,** Mitglied des Vorstandes,  
Allianz Versicherungs-AG

**10.10 Erfolgreich im Internet-Vertrieb! – Chancen, Erfolgsfaktoren, Fallen und Tücken im Online-Vertrieb, Handlungsoptionen und Zukunftsaussichten aus Sicht der HUK24**

- Ohne Internet geht es nicht mehr: Jeder Kfz-Versicherer braucht seine spezifische Online-Strategie
- Technik und Mediennutzung verändern sich immer schneller: Für Kfz-Versicherer birgt dies Chancen und Risiken
- Wie reif sind wir für den „König Kunde“? – Konformität bzw. Änderungsbedarf etablierter Geschäftsmodelle angesichts sich wandelnder Kundenwünsche



**Detlef Frank,** Mitglied des Vorstandes,  
HUK24 AG

**10.50 Pause mit Kaffee und Tee**

## Wettbewerb bzw. Koexistenz verschiedener Vertriebskanäle

**11.20 Zusammenspiel von Internet und Ausschließlichkeitsorganisationen im Vertrieb**

- Erfolgshebel der AXA-AO-Strategie
- Einfluss des Internets auf den Vertrieb von Versicherungen
- Vorteile eines Multikanalvertriebs



**Wolfgang Hanssmann,** Mitglied des Vorstandes,  
AXA Konzern AG

**12.00 Zukunftsstrategien bei der AachenMünchener durch Produktinnovation im Kfz-Versicherungsmarkt**

- Kfz-Versicherung als Einstiegs- oder Ausstiegssparte?
- Produkte passend zum Vertriebsweg
- Junge Leute – Perspektiven im Kfz-Markt
- Erfolgsstrategien im hart umkämpften Kfz-Markt
- Wer ist der Adressat von Innovationen?
- Wie schaffe ich Nachhaltigkeit?
- Kann ein Ausbau von Kundenbeziehungen und deren Bindung durch innovative Produkte gelingen?



**Ulrich Rieger,** Mitglied des Vorstandes,  
AachenMünchener Versicherung AG

## Straßenverkehrsrecht und Wechselkennzeichen – Perspektiven

**12.40 Wechselkennzeichen und andere straßenverkehrsrechtliche Neuerungen – Die Zukunft und die Verkehrssicherheit fördern**

- Rechtliche Konzeption
- Wesentliche Inhalte
- Rahmenbedingungen und Ziele



**Ministerialdirektor Michael Harting,**  
Abteilungsleiter Landverkehr,  
Bundesministerium für Verkehr, Bau und Stadtentwicklung

**13.10 Podiumsdiskussion: Die Zukunft der Kfz-Versicherung**

**>> Wettbewerb der Vertriebskanäle und Produktkonzepte, Vergleichsportale, Wechselkennzeichen, Hauptfälligkeit, Mobilitätstrends, eCall – Eintagsfliegen oder ernst zu nehmende Tendenzen für die Zukunft des Kfz-Versicherungsmarktes?! Chancen und Herausforderungen**



**Jens Lison,**  
Allianz



**Detlef Frank,**  
HUK24



**Wolfgang Hanssmann,**  
AXA



**Ulrich Rieger,**  
Aachen  
Münchener



**Michael Harting,**  
BMVBS

**Marco Morawetz,** General Reinsurance AG (Moderation)

**13.40 Gemeinsames Mittagessen mit Referenten und Teilnehmern**

## eCall – Status Quo, Relevanz für den Vertrieb, Produkt-/Preispolitik, Schadenmanagement und Kundenbindung

**15.00 Perspektiven von eCall – Sicht der EU Kommission**

- Grundbausteine und Funktionen
- Entwicklung
- Gesetzgebung
- Umsetzung



**Thomas R. Haub,** Referent für Presse und Medien,  
Generaldirektion Informationsgesellschaft und Medien,  
Referat „Informations- und Kommunikationstechnologien (IKT) für den Verkehr“, Europäische Kommission

**15.30 Der eCall als Treiber für telematische Systeme in Europa – Fluch oder Segen für die Autoversicherer?**

- eCall kommt sicher! Mögliche Folgen für Autoversicherer
- Auswirkungen telematischer Systeme auf die Tarifgestaltung
- Autoversicherungsprodukte mit telematischen Systemen in Deutschland und Europa



**Hans-Jörg Kurth,** Abteilungsdirektor Kraftfahrt-Betrieb  
und Haftpflicht-Kraftfahrt-Schaden, ÖSA Versicherungen

## eCall: Positionen, Strategien, wettbewerbsrelevante Aspekte

16.00

**eCall, Schadenmanagement und der Wettbewerb im After Sales-Markt – Unabhängige Aftermarket-Interessen im Kontext aktueller Strategien der Kfz-Versicherer, Autohersteller, Kfz-Betriebe und des Autoteilehandels**



**Hartmut P. Röhl**, 1. Vorsitzender,  
GVA Gesamtverband Autoteile-Handel e.V.

16.30 **eCall und Kartellrecht**

- Vom eCall zum bCall und sCall: Wettbewerbsrechtliche Leitplanken
- Datenerhebung und Datennutzung in der rechtlichen Perspektive
- Monopolisierungstendenzen im Aftermarket?
- Offene Standards und Plattformlösungen in der Fallpraxis



**Dr. Thomas G. Funke, LL.M.** (Virginia),  
Rechtsanwalt/Partner, Osborne Clarke

17.00 **Fragen und Diskussion**

17.15 **Pause mit Kaffee und Tee**

## Kooperation statt Konfrontation! Strategien der Autohersteller

17.45 **Automobile Versicherungsstrategie – Nachhaltige Wachstumschancen durch intelligente Versicherungslösungen**



- Globale Wachstumspfade
- Automobile Produktstrategie
- Integriertes Versicherungsmanagement

**Dr. Hanns Martin Schindewolf**, CEO and Chairman,  
Daimler Insurance Services GmbH

## Die Zukunft hat schon begonnen! Unterwegs im Web...

18.15 **Wandel in der Kommunikation – Blogs, Videos, Facebook & Co. Überblick und Praxisbericht**



- Social Media – und nun?
- Versicherung 2.0 – Was macht die Branche?
- Social Media bei der deutsche internet versicherung
- Fazit und Zukunftsausblick

**Ralf Kirschnick**, Prokurist,  
deutsche internet versicherung ag

18.45 **Sektempfang auf Einladung von BusinessForum21**

Ab 19.30 Uhr

**Get-Together im HAMMERSTEIN'S Köln – Erlebnis für Augen und Gaumen!**



**BusinessForum21** lädt alle Referenten, Teilnehmer und Aussteller zur gemeinsamen Abendveranstaltung im **HAMMERSTEIN'S Köln** ein. Nutzen Sie diesen informellen Rahmen für Kontaktpflege, Erfahrungsaustausch und vertiefende Gespräche!

Das Hammerstein's in der Ehrenstrasse 43

liegt in Köln's trendigem Ausgehviertel und bietet von morgens bis nachts ein vielfältiges gastronomisches Erlebnis. Die Innenarchitektur des Gründerzeit-Hauses ist eine gelungene Symbiose aus warmen Farbtönen, extravaganter Beleuchtung und ausgesuchtem Mobiliar, das zum Wohlfühlen einlädt. "Ob in Jeans oder im Abendkleid – jeder soll sich hier wohlfühlen".

**Wir freuen uns auf einen anregenden Abend mit Ihnen!**

## 2. Konferenztag, Dienstag, 28. Februar 2012

08.30

**Empfang mit Kaffee und Tee**

09.00

**Begrüßung und Einführung in die Themen des Tages durch den Vorsitzenden**



**Thomas Bieber**,  
Associate Partner,  
Horn & Company Financial Services GmbH

## Neuausrichtung der Automobilwertschöpfungskette

09.10 **Verzahnung des Automobilgeschäftes mit dem Kfz-Versicherungsgeschäft entlang der Automobilwertschöpfungskette**

„Die Kooperation zwischen Automobilwirtschaft und Versicherung steht vor einer Neuaufstellung: Eine tiefere Zusammenarbeit entlang der gesamten Automobilwertschöpfungskette ist unabdingbar.“

- Welche Möglichkeiten ergeben sich in der Kooperation zwischen der Automobilindustrie und der Versicherungswirtschaft außerhalb des gemeinsamen Vertriebs von Kfz-Policen?
- Zu welchen Zeitpunkten innerhalb der Automobilwertschöpfungskette macht eine Zusammenarbeit bereits Sinn? Insbesondere bei neuen Fahrzeugtechnologien?
- Welche zusätzlichen Maßnahmen können durch eine Kooperation das Aftersales-Geschäft optimieren?



**Martin Nellen**, Vice President Business Lines and Strategy,  
BMW Financial Services

## Versicherer und Social Media – Wie passt das zusammen?

09.40 **Die Social Media Revolution auch in der Versicherungsbranche – Auswirkungen auf das Geschäftsmodell verstehen oder untergehen!?**

„Die Tiefe des grundlegenden Strukturwandels durch Social Media und die überlebenswichtigen Anpassungen sind auf Vorstandsebene erschreckend wenig verstanden und folgerichtig werden bisher nicht die richtigen Maßnahmen ergriffen.“

- Social Media: Strukturwandel in der Kommunikation!
- Funktion und treibende Faktoren in Social Media
- Klassische Werbung und Werbedruck verpuffen zunehmend
- Unternehmen müssen ihre DNA – Unternehmensstruktur und Kultur – radikal umstellen, um zu überleben
- Grundlegende strategische Schritte
- Wie schlägt sich die Versicherungsbranche bisher?

- Was ist denn durch Social Media so grundlegend anders?
- Funktioniert „klassisches“ Pr- und Marketing-Denken noch?
- Ist das Ganze nicht nur ein Hype oder Randerscheinung?!
- Was müssen speziell Versicherungsunternehmen machen?
- Was passiert, wenn wir nichts tun?



**Prof. Dr. Klemens Skibicki**, Gründer, Brain Injection,  
Direktor, Deutsches Institut für Kommunikation und  
Recht im Internet, Cologne Business School

10.20

**The No-Line Effekt – Wie die mobile (R)evolution die Wertschöpfung in der Assekuranz verändert**

- Status Quo Mobile Markt international und Deutschland
- Wie nutzen Versicherungskunden und Unternehmen die neue mobile Welt?
- Was sollten Kfz-Versicherer tun, um für das Mobile Marketing vorbereitet zu sein?



**Stefan Hentschel**, Head of Mobile Advertising DACH,  
**Tua Slöör**, Industry Head Insurance,



Google Germany GmbH

10.50 Fragen und Diskussion

11.00 Pause mit Kaffee und Tee

„Das ist alles nur gekauft...???“

– Die Macht und der Wettbewerb der Vergleichsportale

11.30 Direktvertrieb – nur noch über Vergleichsportale?



- Vertriebswegemix eines Direktversicherers
- Social Media – Hype oder Hysterie?
- Ideen abseits des Mainstreams: „Was würde Google tun?“

**Dr. Jürgen Cramer**, Mitglied des Vorstandes,  
Sparkassen Direktversicherung AG /  
autoversicherung.de

12.00 Effiziente Neukundengewinnung über Vergleichsportale



- Geschäftsmodell Vergleichsportal
- Kundenzugang und Wachstumspotenzial
- Optionen und Mehrwert für Versicherer
- Aktuelle Entwicklungen am Vergleichsportalmarkt

**Björn Weikert**, Vorstand,  
CHECK24 Vergleichsportal Versicherungen AG

12.30 Null Transparenz bei Vergleichsportalen?!

– Weitere Statements, Meinungen und Positionen  
zu dem umstrittensten Kind der Branche



>> Vergleichbarkeit, Qualität und Anforderungen  
an die Vergleichsportale unter der Lupe

**Prof. Dr. Fred Wagner**,  
Vorstand, Institut für Versicherungswissenschaften e.V.,  
Universität Leipzig



>> **transparo.de**  
– Motivation, Strategie, Zukunftsperspektiven

**Wolfgang Schütz**, Mitglied des Vorstandes,  
Aspect Online AG / [transparo.de](http://transparo.de)



>> **Transparenz, Neutralität und Verbraucher-  
orientierung ohne Provisionsinteressen**  
– Nur ein Wunschdenken?!

**Thorsten Rudnik**, Mitglied des Vorstandes,  
Bund der Versicherten e.V.

12.40 Podiumsdiskussion:

>> Die Macht und der Wettbewerb der Vergleichsportale –  
Positionen & Strategien im Spiegel aktueller Marktentwicklungen



**Wolfgang  
Schütz**,

[transparo.de](http://transparo.de)



**Björn  
Weikert**,

CHECK24



**Dr. Jürgen  
Cramer**,

[autoversicherung.de](http://autoversicherung.de)



**Thorsten  
Rudnik**,

Bund der  
Versicherten



**Prof. Dr. Fred  
Wagner**,

Universität  
Leipzig  
(Moderation)

13.20 Gemeinsames Mittagessen mit Referenten und Teilnehmern

**Bonitätsprüfung & Bestandssanierung – Unausweichlich?**

14.40 Bonitätsprüfung und Kundenqualität im Zeitalter  
der Internetportale oder... „Beeinflussen Vertriebswege  
(Vergleichsportale) die Kundenqualität?“



- Entwicklung der Nutzung von Bonitätsdaten  
im eVB-Prozess in den letzten Jahren
- Durchschn. Belegung von Negativdaten je Vertriebsweg
- Daraus resultierende Konsequenzen für den  
Markt der Vergleichsportale

**Björn Hinrichs**, Vertriebsleiter Versicherungen,  
informa Solutions GmbH

**K-Sparte im Jahre 2012 – Trendwende vollzogen?!**

15.10 Die Kraftfahrt-Versicherung im Jahr 2012:  
„Jetzt aber – oder doch nicht?“



- Ergebnisschätzung Anfalljahr 2011
- Ausblick auf das Jahr 2012
- Pkw-Tariflandschaft im Überblick
- Auswirkungen der neuesten GDV-Tarifempfehlung  
inkl. neuer SF-Staffel

**Marco Morawetz**, Abteilungsdirektor,  
Leiter Gen Re Consulting, General Reinsurance AG

15.40 Pause mit Kaffee und Tee

16.10 KFZ 2020 – Trends und Perspektiven



- Können wir auf den Zyklus vertrauen?
- Bestimmt das Nutzerverhalten die künftige  
Produktentwicklung?
- Welche Vertriebswege gewinnen?
- Bedrohung oder Chance: Stirbt die Autoversicherung?

**Dr. Norbert Rollinger**, Mitglied des Vorstandes,  
R+V Versicherung AG

16.50 Führung des Kfz-Geschäftes unter Ertragsgesichtspunkten  
– Lässt sich das mit dem gleichzeitigen Wachstumsbegehren  
überhaupt vereinbaren?



- Korrekte Anwendung von Tarifmerkmalen
- Inhaltlich sichere Versicherungsbedingungen  
und Rahmenverträge
- Erfolgreiche Umsetzung von Sanierungsmaßnahmen  
im Einzel- und Flottengeschäft

**Rainer Weckbacher**, eh. Spartenleiter Kfz,  
Basler Versicherungen

17.20 Kfz-Versicherung – Premiumware oder Stangenware?  
Service-Qualität oder Preiswettbewerb? Klassischer Vertrieb  
oder Direktvertrieb? Herausforderungen und Erfolgsfaktoren  
für erfolgreiche Positionierung im Kfz-Versicherungsmarkt



- Warum die Produktarchitektur mindestens  
genauso wichtig ist wie die Produktinhalte
- Welche Produktarchitektur wofür am besten geeignet ist
- Wie Produkte den Weg aus dem Preiskrieg zeigen
- Was das für eine echte Multikanalstrategie bedeutet

**Dr. Dirk Schmidt-Gallas**,  
Partner, Global Head of Insurance,  
Simon-Kucher & Partners Strategy & Marketing Consultants

17.50 Fragen und Diskussion

18.00 Ende des zweiten Konferenztages

### 3. Konferenztag, Mittwoch, 29. Februar 2012



Vorsitz und fachliche Leitung:

**Thomas O. Winkler**,  
Chief Underwriter Krafffahrt,  
Gothaer Allgemeine Versicherung AG

08.30 Empfang mit Kaffee und Tee

09.00 Begrüßung durch BusinessForum21 und den Vorsitzenden

#### Neue Versicherungslösungen für neue Mobilitätskonzepte

09.10 Die Kaskoversicherung im Wandel zukünftiger Mobilitätsanforderungen

- Anforderungen im automobilen Finanzdienstleistungsbereich
- KaskoSchutz statt Kaskoversicherung
- Die Kaskoversicherung: Kritisches Geschäftsfeld oder Markt mit Wachstumspotenzial?
- Wie wirken neue Mobilitätsanforderungen auf bestehende Produkte?
- Was lernen wir aus der Entwicklung der Schadenquoten?
- Wollen Kunden und Vermittler wirklich ausdifferenzierte Tarife?
- Dienstleistung statt Versicherung? Vorteile für den Kunden
- Wie kann eine intelligente Infrastruktur helfen, die Kosten im Griff zu behalten?



**Gerhard Künne**, Geschäftsführer,  
Volkswagen Leasing GmbH

09.50 Zukunftsorientierte Versicherungslösungen für Flotten – Anforderungen, Rahmenbedingungen und Zukunftskonzepte

- Elektromobilität und Car-Sharing – Neue Mobilitätstrends
- Telematik-Lösungen / Assistenzsysteme / eCall
- Versicherbarkeit neuer Mobilitätslösungen
- Anforderungen an Risiko- und Schadenmanagement



**Rolf Lübke**, Geschäftsführer,  
DB Rent GmbH / DB Fuhrparkservice GmbH

10.20 CarSharing für Fahrzeugflotten – Flexibilität, Effizienz und Kostenvorteile im Kontext aktueller Anforderungen und Projekte



**Willi Loose**, Geschäftsführer,  
Bundesverband CarSharing e. V.

10.50 Fragen und Diskussion

11.00 Pause mit Kaffee und Tee

#### Anforderungen an marktgerechte Versicherungslösungen

11.30 K-Flottenversicherung 2011 zwischen der Notwendigkeit der Sanierungsmaßnahmen, Prämienhöhung und Preissensibilität der Flottenkunden – Kritische Bestandsaufnahme der Marktlage und des Verhaltens der Marktteilnehmer



**Dr. Sven Erichsen**, Chief Broking Officer,  
Aon Versicherungsmakler Deutschland GmbH

#### Versicherungslösungen vs. Kosten & Prozesse im Fuhrpark

12.00 Kosten und Prozessoptimierung im Fuhrpark im Kontext der Versicherungsgestaltung



- Reduzierung von Schäden – Vorbeugung und Prävention
- Motivation oder Demotivation von Mitarbeitern
- Auswahl der richtigen Fahrzeuge für den Fuhrpark
- Gestaltung der Versicherungsverträge unter Berücksichtigung kosten- und leistungsrelevanter Aspekte

**Andreas Nickel**, Fleet Manager, Ericsson GmbH

#### Angewandtes Riskmanagement in der Fuhrparkpraxis

12.30 Erfahrungen einer partnerschaftlichen Zusammenarbeit zwischen Fuhrparkmanager, externem Riskmanager und Industrieversicherungsmakler im 7. Jahr!

„Praktisch angewandtes Riskmanagement weicht von vielen Theorieansätzen ab. Dies erfordert eine enge, vertrauensvolle Zusammenarbeit, damit die Zielstellung und der Erfolg auch tatsächlich nachhaltig sind.“ R. Feldbauer

„Den Fuhrparkleiter als Partner sehen und schon profitiert auch der Versicherer des Unfallgegners.“ M. Benzing

- Angewandtes Riskmanagement in der Fuhrparkpraxis
- Externe Fachexpertise ergänzt um Inhouse-Praxis – Eine Idealkombination im Sinne der Sache?
- Einbindung von allen Beteiligten im RM-Prozess – Mehr als eine Herausforderung oder Strategie
- Wirkungsinstrumente im RM von Ansprache bis Zieltraining
- Schadenmanagement – Eigenregie oder (über-)bezahlte Dienstleistung?
- RM als Zukunftsoption?! – Zukunftsnutzwerte bei Fuhrpark-Entscheidungen
- Wahrnehmung des Versicherungsmarktes 2012



**Ralph Feldbauer**,  
Riskmanager und geschäftsführender Gesellschafter,  
RiskGuard GmbH / FCVD GmbH



**Martin Benzing**,  
Gruppenleiter Fuhrpark- und Travelmanagement,  
Arburg GmbH + Co KG

13.10 Mittagessen mit Referenten und Teilnehmern

#### Gewerbliche und industrielle Kraftversicherung: Prämienkalkulation, Deckungskonzepte, Risikoanalyse

14.30 Der deutsche Flottenmarkt nach dem Renewal 2011/2012

- Trends und Entwicklungen
- Auswirkungen der Finanzkrise
- Status quo und Zukunftsausblick



**Peter Buchhierl**,  
Direktor, Fachbereichsleiter Firmen Kraftversicherung,  
Allianz Versicherung AG

15.10 Gewerbliche Kraffahrtversicherung – Aktuelle Marktlage, Prämienkalkulation, Deckungskonzepte, Rahmenbedingungen

- Aktuelle Rahmenbedingungen, Trends, Entwicklungen
- Prämienkalkulation
- Deckungskonzepte
- Antworten auf aktuelle Anforderungen, Markt- & Kundenbedürfnisse und gesetzliche Vorgaben



**Harald Seliger**,  
Abteilungsleiter Kraffahrt Betrieb-Vertrag,  
R+V Allgemeine Versicherung AG

## 15.50 Versicherungslösungen im Kontext neuer Rahmenbedingungen und Anforderungen der Flottenkunden, der Leasinggesellschaften und des Gesetzgebers



- Aktuelle Fragen zum K-Flottengeschäft
- Haftungsteilung bei Fahrzeuggespannen: Wie geht es weiter?
- Konsequenzen des BGH-Urteils für die Tarifierung, Preis- und Produktgestaltung
- Selbstbehalte in der Kraftfahrt-Haftpflicht

**Thomas O. Winkler**, Chief Underwriter Kraftfahrt, Gothaer Allgemeine Versicherung AG

## 16.20 Fragen und Diskussion

## 16.30 Ende der Konferenz

## > Aussteller:



**RA Andreas Marc Riedl**  
**Fachanwalt für Transport- und Speditionsrecht**  
Entdecken Sie das neue Einsparpotenzial im aktiven Schaden-Management.

Nutzen Sie unseren Kostensenkungshebel bei der zukünftigen Anforderung von Ermittlungsakten.

Die effiziente Bearbeitung eines Schadenfalles ist nur sichergestellt, wenn die für die Beurteilung der Haftungsfrage relevanten Unterlagen schnell, komplett und in guter Qualität zur Verfügung stehen.

Wir entlasten Ihre Schadenmitarbeiter, indem wir sämtliche Aufgaben übernehmen, die nötig sind, um die Ermittlungs- bzw. Polizeiunfallakten einzusehen. Dies setzt Ressourcen bei Ihren Mitarbeitern frei.

Die Akte wird dem Sachbearbeiter als verschlüsselte E-Mail zur Verfügung gestellt. Der Sachbearbeiter erhält eine 1:1 Kopie der Akte. Die Auflösung beträgt 300 dpi, bis zu 600 dpi sind möglich. Der Scan erfolgt in Farbe und stellt somit eine 1:1 Reproduktion der Originalakte dar.

**Andreas Marc Riedl**  
Fachanwalt für Transport- und Speditionsrecht  
Neß 1 – Alte Bankhalle –  
20457 Hamburg

Tel.: +49 (0) 40 / 60 94 65 - 33  
Fax: +49 (0) 40 / 60 94 65- 34  
andreas.riedl@riedl-law.com  
Internet: www.riedl-law.com

## arvato infoscore – Geschäftsbereich Risk Management

arvato infoscore ist ein Tochterunternehmen der arvato AG, des international vernetzten Medien- und Kommunikationsdienstleisters der Bertelsmann AG. arvato infoscore steht für die integrierte kaufmännische Betreuung von Kundenbeziehungen über den gesamten Kundenlebenszyklus. Der Geschäftsbereich Risk Management unterstützt alle risikoorientierten Entscheidungen im Kundenlebenszyklus durch Bonitätsdaten, die Entwicklung von Scorekarten und die Automatisierung von Kundenmanagementprozessen.

**informa Solutions GmbH** Ihr Ansprechpartner: Tel.: 06 11 / 97 85 - 47  
Kreuzberger Ring 68 Björn Hinrichs, Fax: 06 11 / 97 85 - 39  
65205 Wiesbaden Vertriebsleiter Versicherungen  
www.arvato-infoscore.de E-Mail: bjorn.hinrichs@bertelsmann.de



**Combi-Connect GmbH** – Als Provider einer Business ProcessPlatform bieten wir das Outsourcing interaktiver Prozesse und die Kommunikation zwischen allen Beteiligten am K-Schadenfall auf elektronischem Wege. Voraussetzungen dafür sind das Know-how zu den technischen Anforderungen des GDV-Format- und Transportstandards der Daten, Schnittstellentechnologien, das Wissen über die Prozesse in den Versicherungsunternehmen und den Dienstleister am K-Schadenfall.

Als unabhängiger IT-Dienstleister integrieren wir alle weiteren Dienstleister mit ihren Services, die Versicherungsunternehmen ihrem Ziel näher bringen:

- Erhöhung der Automatisierung der Prozesse im K-Schadenfall
- Reduzierung der manuellen Bearbeitung bis zur Dunkelverarbeitung
- Beschleunigung der Regulierungsprozesse
- Erhöhung der Sofortregulierung durch Mitarbeiter der VU
- Steigerung der Leistungsfähigkeit
- Sicherung der Wettbewerbsfähigkeit

Unser Markt sind die Versicherungsunternehmen und Dienstleistungspartner des GDV-Kfz-Schaden-Service, Dienstleister im K-Schadenfall, Sachverständige, Sachverständigen-Organisationen, Werkstätten und deren Organisationen.

**Combi-Connect GmbH** Ihr Ansprechpartner: Tel.: +49 (0) 71 95 / 58 90 40  
Friedrich-List-Str. 9 Sebastian Grimm Fax: +49 (0) 71 95 / 58 90 59  
D-71364 Winnenden E-Mail: sebastian.grimm@combi-connect.de  
Internet: www.combi-connect.de

## > Treffen Sie auf dieser Konferenz:

Mitglieder der Vorstände, der Geschäftsführung sowie Leiter und leitende Mitarbeiter aus den Versicherungsbereichen:

- Kfz-Versicherung / Schaden- und Unfallversicherung
- Strategie, Unternehmensplanung, Business Development
- Kooperationen, strategische Partnerschaften, Netzwerkmanagement
- Schadenmanagement, -bearbeitung und -regulierung
- Organisation und IT
- Kundenservice, Call Center
- Vertriebscontrolling und Schadencontrolling
- Rückversicherung
- Privat- und Firmenkundengeschäft
- Haftpflichtversicherung
- Flottenmanagement / Leasing
- Vertrieb und Außendienst
- Underwriting, Tarifentwicklung, Aktuariat
- Produktentwicklung und -management

sowie

- Automobilhersteller, Autohäuser, Automobilvertrieb
- Autobanken und Finanzierungsabgeber der Automobilindustrie
- Hersteller-Captives / Versicherungsservices der Automobilhersteller
- Assistanceunternehmen / Assistance-Dienstleister
- Schadensachverständige und Schadenzentren
- Kfz-Servicebetriebe und Kfz-Werkstätten
- Einzelhandel / Online-Service-Anbieter
- Leasinggesellschaften und Leasingnehmer / Flotten-Full-Service-Anbieter
- Flottenbetreiber / Fuhrparkmanager
- Hard- und Softwareunternehmen, IT-Dienstleister
- Risk-Management-Berater und -Dienstleister
- Unternehmensberater

## > Haben Sie noch Fragen?

Ihr persönlicher Ansprechpartner bei allen Fragen zu dieser Konferenz:

**Anna Bergmann**

Tel.: 02 31 / 95 00 - 751. Fax: 02 31 / 95 00 - 752  
E-Mail: anna.bergmann@bf21.com



## > Wir schenken Ihnen Wissen!

**Frankfurter Allgemeine**  
ZEITUNG FÜR DEUTSCHLAND

**6-Wochen-Abonnement der Frankfurter Allgemeine Zeitung (Mo. bis Sa.)**

Die Frankfurter Allgemeine Zeitung wird immer wieder zu den besten Zeitungen der Welt gezählt. Holen Sie sich hervorragende Business-News täglich ins Haus!

Als **Dankeschön** für Ihre Konferenzteilnahme **schenkt Ihnen BusinessForum21 ein 6-Wochen-Abonnement der Frankfurter Allgemeinen Zeitung.**

Die Kosten Ihres Abonnements übernimmt für Sie BusinessForum21. Das Abonnement wird Ihnen über den Zustelldienst der F.A.Z. an Ihre Wunschadresse geliefert. Die Lieferung endet automatisch.

## > Sponsoring und Ausstellung:

Im Rahmen dieser Konferenz bieten wir Ihnen die Möglichkeit an, dem exklusiven Fachpublikum Ihr Unternehmen vorzustellen, sowie Ihre Expertise, Dienstleistungen oder Produkte zu präsentieren. So können Sie direkt vor Ort mit Entscheidungsträgern und Führungskräften in Kontakt treten.

Kontaktieren Sie uns bezüglich möglicher Sponsoring- und Ausstellungsaktivitäten, der adressierten Zielgruppe sowie der Entwicklung eines individuellen, auf die Bedürfnisse Ihres Unternehmens zugeschnittenen Sponsoring-Konzeptes.

Tel.: 02 31 / 95 00 - 751 E-Mail: sponsoring@bf21.com

# Kfz-Versicherung im Fokus

vom 27. bis 29. Februar 2012, Renaissance Köln Hotel



BusinessForum21 - Hohle Eiche 4 - D-44229 Dortmund

## Ihr Anmeldeformular

### Ja, ich/wir nehme(n) teil:

- vom 27. bis 29. Februar 2012 zum Preis von € 2.295,- zzgl. 19% MwSt. p. P. \*
  - am 27. und 28. Februar 2012 zum Preis von € 1.895,- zzgl. 19% MwSt. p. P. \*
  - am 29. Februar 2012 zum Preis von € 1.195,- zzgl. 19% MwSt. p. P. \*
- \*Bei Anmeldung bis zum 24.12.11 gilt ein Frühbucherbonus in Höhe von € 50,- p.P. pro Konferenztag
- Pay 2 - Get 3!** – Ja, ich/wir melde(n) 3 Personen aus einem Unternehmen an und erhalte(n) für die dritte Person eine **Teilnehmerkarte gratis** (bei gleich gebuchten Tagen).
  - Für **Sachverständigen-Organisationen, freie Gutachter, Kfz-Werkstätten und Autohäuser** bieten wir eine vergünstigte Teilnahmegebühr in Höhe von € 1.195,- zzgl. 19% MwSt. p. P. an (für 1.+ 2. Tag).
  - Ich möchte als Dankeschön für meine Teilnahme die **FAZ kostenlos für 6 Wochen** erhalten.
  - Ich kann leider nicht teilnehmen. Senden Sie mir bitte nach der Veranstaltung die **Tagungsunterlagen** zum Preis von € 399,- zzgl. 19% MwSt.
  - Ich bin an den **Ausstellungs- und Sponsoringmöglichkeiten** interessiert.
  - Meine aktuelle Adresse** lautet wie folgt:  
Wir können Ihre Adressangaben bzw. Ihre Adressänderung auch telefonisch entgegennehmen: 02 31 / 95 00 - 7 51

### TEILNEHMER 1

Name: \_\_\_\_\_

Funktion: \_\_\_\_\_

Abteilung: \_\_\_\_\_

E-Mail: \_\_\_\_\_

Tel. / Fax: \_\_\_\_\_

### ANSCHRIFT

Firma: \_\_\_\_\_

Adresse: \_\_\_\_\_

### ANSPRECHPARTNER IM SEKRETARIAT

Name, Tel. / Fax: \_\_\_\_\_

Adresse: \_\_\_\_\_

### TEILNEHMER 2 / TEILNEHMER 3

Name: \_\_\_\_\_

Funktion: \_\_\_\_\_

Abteilung: \_\_\_\_\_

E-Mail: \_\_\_\_\_

Tel. / Fax: \_\_\_\_\_

### RECHNUNG AN

Name, Tel. / Fax: \_\_\_\_\_

Adresse: \_\_\_\_\_

### VERBINDLICHE ANMELDUNG

Datum / Unterschrift: \_\_\_\_\_

Ich bin damit einverstanden, dass BusinessForum21, die Frankfurter Allgemeine Zeitung und die an der Konferenz beteiligten Partnerunternehmen meine Daten zur Organisation der Veranstaltung und der damit zusammenhängenden Dienstleistungen verwenden. Mit meiner Unterschrift willige ich ein, dass ich in der Zukunft über geplante BF21-Veranstaltungen sowie Angebote und Dienstleistungen der F.A.Z. per Post, Fax, E-Mail sowie telefonisch informiert werde (wenn Sie nicht einwilligen, streichen Sie bitte entsprechende Satzteile). Die uns von Ihnen erteilte Einwilligung kann jederzeit widerrufen werden über [info@bf21.com](mailto:info@bf21.com) bzw. [vertrieb@faz.de](mailto:vertrieb@faz.de).

### WER ENTSCHIEDET ÜBER IHRE TEILNAHME?

Ich selbst (oder)  Name/Position: \_\_\_\_\_

### TEILNAHMEBEDINGUNGEN

Die in dem Anmeldeformular angegebene Teilnahmegebühr für diese Konferenz inklusive Tagungsunterlagen, Mittagessen, Erfrischungsgetränken und Abendveranstaltung ist direkt nach Erhalt der Rechnung fällig. Nach Eingang Ihrer Anmeldung erhalten Sie von uns eine Anmeldebestätigung sowie die Rechnung. Bei Stornierung bis 21 Tage vor Veranstaltungsbeginn erheben wir eine Bearbeitungsgebühr in Höhe von € 120,- zzgl. MwSt. Bis 14 Tage vor Veranstaltungsbeginn wird die Hälfte der Teilnahmegebühr erhoben. Bei Stornierung, die später erfolgt oder bei Nichterscheinen auf der Konferenz ist die gesamte Teilnahmegebühr fällig. Die Stornierung bedarf der Schriftform. Gerne können Sie uns einen Ersatzteilnehmer benennen, dem wir ohne zusätzliche Kosten Ihren Teilnehmerplatz zur Verfügung stellen. Etwaige Programmänderungen aus dringendem Anlass behält sich der Veranstalter vor.

## So erreichen Sie uns

TELEFONISCH: 00 49 (0) 2 31 / 95 00 - 7 51

PER FAX: 00 49 (0) 2 31 / 95 00 - 7 52

PER E-MAIL: [info@bf21.com](mailto:info@bf21.com)  
[anmeldung@bf21.com](mailto:anmeldung@bf21.com)

SCHRIFTLICH: BusinessForum21  
Hohle Eiche 4  
D-44229 Dortmund

## Termin und Ort

vom 27. bis 29. Februar 2012

Renaissance Köln Hotel  
Magnusstrasse 20  
D-50672 Köln

Telefon: 02 21 / 20 34 - 7 00

## Zimmerreservierung

Im Tagungshotel steht Ihnen ein begrenztes Hotelzimmerkontingent zum ermäßigten Preis zur Verfügung. Bitte nehmen Sie Ihre Zimmerreservierung im Hotel unter dem Stichwort BusinessForum21 rechtzeitig, möglichst direkt nach Ihrer Anmeldung zur Konferenz, vor.

Reichen Sie diese Broschüre bitte auch an Ihre interessierten Kollegen/-innen weiter!

Der schnellste Weg zu uns  
per Fax an: 02 31 / 95 00 - 7 52