



24. MCC-Kongress

Pfefferminzia

proontra

expertenReport

Versicherungswirtschaft

finanzwelt

Versicherungs-Vertrieb der Zukunft

UPDATED VERSION

organisieren – kooperieren – vernetzen – *digitalisieren*

11. und 12. März 2026, Köln

Moderation:



Prof. Dr. Hans-Wilhelm Zeidler



Dr. Jutta Krienke

Mit freundlicher Unterstützung von:



Vorsorge. Einfach. Besser.



Aktiengesellschaft

www.mcc-seminare.de



Ihre ExpertenInnen:

Moderation



Prof. Dr. Hans-Wilhelm Zeidler



Dr. Jutta Krienke

Ihre ExpertenInnen



Dr. Oliver Gaedeke

Geschäftsf.,
Sirius Campus GmbH



Michael Heinz

Präsident, BVK



Oliver-Alexander Elter

Ltr. Partner- und Kooperationsvertrieb,
HDI AG - HDI Deutschland Vertrieb



Alexandra Markovic-Sobau

Vorständin Vertrieb, Marketing,
Signal Iduna Gruppe



Christian Nuschele

Head of Distribution,
Standard Life
International DAC



Frank Kettner

Mgl. d. Vorstands,
ALH Gruppe



Melanie Schlünder

Direktorin,
PwC Germany



Dr. Florian Sallmann

Vorstandsvors.,
InterRisk Versicherungen



Matthias Janotta

Vertriebslfr. f. Personalent-
wicklung in Agenturen,
LVM Versicherung



Volker Bohn

Generalbevollm. unabh.
Vertriebspartner,
Stuttgarter LV a.G.



Silke Zander

Ltr. Maklervertrieb,
AXA Konzern AG



Albert Kolb

Partner,
Strategy& Germany



Axel Schwartz

Geschäftsf., Axel Schwartz
People Management GmbH



Dr. Ramona Evens

COO, JDC Group AG



Dr. Christian Gründl

Vorstandsvors., ERGO
Beratung und Vertrieb AG



Michael Littig

Vorstand, teckpro AG



Olaf Keller

Chief Commercial
Officer, Marsh GmbH



Sandra Mekler

Managing Partner,
MRH Trowe Benefits
Brokers GmbH



Martin Gattung

Gründer u. Geschäftsf.,
Aeiforia GmbH



Maximilian Beck

Vorstandsvors.,
IDEAL LV a.G.



Carolin Rudelbach

COO, Allianz Beratungs-
und Vertriebs-AG



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



herzlich willkommen zum **24. Versicherungsvertrieb der Zukunft** am 11. und 12. März 2026 in Köln. **Versicherungsvertrieb** ist nach wie vor die Speerspitze des Unternehmens, jedoch verändert sich auch kaum ein Bereich derzeit so rasant.

Neue **regulatorische Vorgaben, Technologie-Sprünge, veränderte Kundenwelten und eine wachsende Plattformökonomie** verschieben die Spielregeln – und zwar schneller, als viele VU nachjustieren können. Genau deshalb ist es so wichtig, jetzt informiert, strategisch und vorausschauend zu handeln.

Die politischen und aufsichtsrechtlichen Entwicklungen in **Brüssel** und **Berlin** zeigen klar, wohin die Reise geht: Der Vertrieb wird **digitaler, transparenter, nachhaltiger** – und anspruchsvoller in seiner Governance. Wir werden Ihnen diese Entwicklungen nicht nur vorstellen, sondern einordnen und konkrete Auswirkungen auf Ihre tägliche Vertriebsarbeit sichtbar machen. **Wer hier up to date ist, hat im Wettbewerb einen spürbaren Vorsprung.**

Gleichzeitig stehen viele bisherige Erfolgsmodelle auf dem Prüfstand. Wie lassen sich **Serviceorientierung**, Effizienz und Effektivität in Einklang bringen? Wie gelingt **maßgeschneiderte Beratung** unter Beibehaltung von Standardprozessen? Und wie verändern Plattformen, **Maklerpools** und **digitale Marktplätze** die Kräfteverhältnisse im Vertrieb? Auf **Versicherungsvertrieb der Zukunft²⁰²⁶** erfahren Sie, wo die Reise hingehet und wie Sie sich am besten aufstellen, um die Zukunft Ihres eigenen Unternehmens intelligent zu gestalten.

Die zunehmende **Fragmentierung von Vertriebskanälen** erfordert darüber hinaus neues Können: die Kunst, klassische Bera-

tungswege mit **digitalen Touchpoints, Social Media, E-Commerce** und **Partnerökosystemen** zu einem **konsistenten Erlebnis** zu verknüpfen. Die Führungskraft wird zum **Dirigenten einer komplexen Vertriebsarchitektur**.

Der Blick auf die Kunden zeigt: Bis 2036 wird sich ihr Verhalten stärker verändern als in den beiden Jahrzehnten zuvor. **Werte, Erwartungen und digitale Interaktion prägen die Vertriebslandschaft grundlegend.** Parallel verschieben **KI, Automatisierung** und **prädiktive Analytik** die Grenzen dessen, was möglich – und was notwendig – ist.

Auch **Nachhaltigkeit** und der zunehmende Wettbewerb um qualifizierte Vertriebskräfte werden die Zukunft prägen. Wer hier frühzeitig versteht, hat entscheidende Vorteile im Markt.

Versicherungsvertrieb der Zukunft²⁰²⁶ bietet Ihnen die Chance, diese Entwicklungen nicht nur zu beobachten, sondern aktiv mit voranzugehen.

Nutzen Sie die Gelegenheit, Ihr Wissen zu schärfen, alte Kontakte zu stärken, neue zu generieren und Impulse mitzunehmen, die Ihre Organisation unmittelbar weiterbringen.

Ich freue mich darauf, Sie in Köln begrüßen zu dürfen.

Hartmut Löw
Geschäftsf. Partner, MCC

Sehr geehrte Damen und Herren,



da sind wir wieder:

Eine große Schar an Referentinnen und Referenten, die wissen, wovon sie sprechen. Dieses Wissen zu teilen und zu diskutieren ist auch dieses Jahr wieder Ziel der Tagung. Das ist der offizielle Teil.

Nicht zu vergessen die Grüppchenbildung in den Kaffeepausen oder dem begleitenden Beisammensein zum direkten Austausch über „Dit un Dat“.

Zukunft gestaltet sich auch über Austausch. Und dazu wollen wir ein wenig beitragen im Sinne der Entwicklung der **Zukunft im Versicherungsvertrieb**.

Ich freue mich darauf und grüße Sie herzlich
Ihr

Prof. Dr. Hans-Wilhelm Zeidler

Herzlich willkommen zum MCC-Kongress Versicherungsvertrieb!



Die Welt des Versicherungsvertriebs ist in Bewegung. Vertriebskolleginnen und -kollegen spüren dies jeden Tag: **Digitalisierung, hohe Komplexität, wachsender Wettbewerbs- und Kostendruck, demografischer Wandel** und **regulatorische Anforderungen** verändern ihr Spielfeld.

Besonders spürbar ist der Wandel für:

- **Ausschließlichkeitsvertriebe**, die auf hohen Kundenbeständen „sitzen“, diese aber nicht mehr aktiv betreuen, sie nicht ausreichend verjüngen und diversifizieren.
- **Strukturvertriebe und Maklerbetriebe**, die durch Nachfolgeprobleme vor existenziellen Entscheidungen stehen – wie begegnen sie dem Rückgang der aktiven Maklerinnen und Makler?
- **Bankenvertriebe**, die auf digitale Plattformen und hybride Kundenansprache umschwenken, aber gleichzeitig ihre Stärke in Regionalität und persönlicher Betreuung verteidigen wollen.

Aber wo Herausforderungen wachsen, entstehen auch neue Chancen für:

- Versicherer und Vermittler, die für die kommenden 30 Jahre handeln, indem sie **jüngere, weibliche, spezifische Zielgruppen** erschließen und die Daten, **KI** und **digitale Tools** geschickt für ihnen passgenaue Angebote zum richtigen Zeitpunkt nutzen.

- **Pools, Verbände** und **Vertriebssteuerungen**, die die Zukunftsfähigkeit der Vermittlerbetriebe sichern, z. B. durch **Transformationsberatung** und **Nachfolge-Matching**, durch Unterstützung bei Abläufen, Datenqualität und Dokumentation.

- **Banking und Bankassurance**, die ihre hohe Präsenz nutzen können, um jungen Menschen die Furcht vor falschen Entscheidungen zu nehmen und ihnen eine souveräne Finanzplanung zu ermöglichen.

Versicherungsvertrieb der Zukunft ist deshalb ein Katalysator. Gemeinsam wollen wir diskutieren, wie Vertrieb, Beratung und Technologie immer wieder neu gedacht werden. Wir wollen gestalten, nicht reagieren.

Ich lade Sie ein, mit uns die Zukunft des Vertriebs zu entwerfen – klug, digital, menschlich.

Herzliche Grüße Ihre

Dr. Jutta Krienke

Buy Get
2 = 3

Bei Anmeldung von 3 Personen aus Ihrem Unternehmen erhalten Sie für die 3. Person **eine Gratiskarte.** (gilt nur für die Präsenzveranstaltung)

Get in Contact!

MCC steht seit über 25 Jahren für professionelles Veranstaltungsmanagement. Wir konzipieren, organisieren und führen Veranstaltungen in unternehmerischer Eigenregie wie auch für andere Unternehmen durch. Dabei überlassen wir nichts dem Zufall. Egal ob Sie eine Mitarbeiter-, Vertriebs- oder Kundenveranstaltung planen, MCC ist der richtige Partner für Sie, denn bei uns bekommen Sie alles aus einer Hand. Wir fertigen Ihnen Ihr maßgeschneidertes Kommunikations- und Veranstaltungskonzept.

MCC bewegt Menschen für Sie – mit Herz und Verstand!

Management Center of Competence
The Communication Company



● **Vertriebsstrategien auf dem Prüfstand**

●● Serviceführerschaft und Kostenführerschaft – Die Quadratur des Kreises? ●● Standardisierung der Individualisierung – Maßgeschneiderte Produkte und Services als Standardprozess ●● Portale, Pools und Plattformen – Quo vadis?! ●● Machtverschiebungen im Vertriebsbereich ●● Zukunft der AO ●● Embedded Insurance – Neue Zugänge zum Kunden nutzen

● **Digital auf dem Weg in die Zukunft?!**

●● Digitale Innovation – (Wann) Wird Kollege Roboter den klassischen Außendienst ablösen? ●● KI, Chat-Bots und Co. – Chancen, Risiken und konkrete Einsatzfelder ●● Optimale Gesamtsteuerung aller Vertriebsaktivitäten (Kundendaten, Akquisition, Antragswesen) durch KI? ●● Wie bringt die Digitalisierung auch den gewerblichen Vertrieb voran? ●● Was leistet prädiktive Versicherungsanalytik für das Kundengespräch konkret?

● **Kumentypologien und -verhalten unter der Lupe**

●● Wertewandel, demographische und gesellschaftliche Entwicklungen – Wie sieht der Kunde (und der Vertrieb) im Jahr 2036 aus? ●● Kundenbedürfnisse und Kundenerwartungen erkennen und bedienen ●● Management von Transparenz und Vergleichbarkeit ●● Vollständige digitale Transformation: Nahtlose Interaktion mit dem Kunden

● **Altersversorgung als Erfolgsfaktor für den Vertrieb?!**

● **Versicherungsvertrieb und Nachhaltigkeit – Die Quadratur des Kreises oder echte Chance?**

●● Neue Regelungen und aktuelle Trends ●● Druck durch die Zivilgesellschaft? ●● Nachhaltigkeit jenseits des ESG-Ansatzes ●● Vertrieb – Wirklich Green oder Green washed?

● **Neue politische, rechtliche und regulatorische Rahmenbedingungen**

●● Tagesaktuelle Entwicklungen (März 2026) der vertriebsrelevanten Regulatorik ●● Übersicht und Vertiefungen aus erster Hand ●● Trends und Ausblick von Regulatorik und Aufsicht aus Brüssel und Berlin

● **Vertriebskanal-Fragmentierung & Hybrid-/Omnichannel-Modelle**

●● Neue Möglichkeiten durch Kombination traditioneller mit digitalen Kanälen wie Online-Portalen, E-Commerce und Social Media ●● Erfolgreiche Orchestrierung neuer Kombinationen ●● Steigende Bedeutung der Plattform-ökonomie ●● Omni-Channel-Management – Der Vertriebsvorstand als innovativer Dirigent im Kontext hybrider Vertriebswege

● **Personalnotstand im Vertrieb – Vertriebspower gesucht**

●● Zielgruppen für Nachwuchskräfte-Gewinnung ●● Image des Berufs: Mythos oder Realität ●● Die Transformation vom Verkäufer zum Risikomanager: Neue Ansätze im Recruiting und in der Führung des Vertriebs

8:30h

Check In der Teilnehmer, Quick-Breakfast und „Meet & Greet“

9:15h

Begrüßung und Einführung in das Thema durch den Vorsitzenden**Prof. Dr. Hans-Wilhelm Zeidler**

Vertriebsstrategien auf dem Prüfstand

9:30h

Neue Zielgruppen – Neue Vertriebsansätze**Maximilian Beck**, Vorstandsvors., IDEAL Lebensversicherung a.G.

- Zielgruppe Babyboomer
- Status Quo Altersvorsorge
- Comeback der klassischen Lebensversicherungsprodukte



9:55h

Sales Excellence: Vom Betreuer zum Berater**Dr. Christian Gründl**, Vorstandsvors., ERGO Beratung und Vertrieb AG

- Digitalisierung vs. physischer Vertrieb und die Rolle der KI
- Demographischer Wandel zwingt Versicherer den Vertrieb neu zu denken
- Die Transformation vom Bestandsbetreuer zum KI-unterstützten Berater
- Fazit: KI ergänzt und unterstützt Vermittler, ersetzt sie aber nicht



10:20h

Fragen an Herrn Gründl

10:25h

Zwischen Konsolidierung und Wachstum, Wohlfühlen und Kosten – Zukunftsperspektiven der Zusammenarbeit mit Finanzvertrieben & Maklerpools**Oliver-Alexander Elter**, Leiter Partner- und Kooperationsvertrieb, HDI AG - HDI Deutschland Vertrieb

- Konsolidierung im Vertrieb
- Wohlfühlen als Leitplanke
- Kosten und Skalierung
- Zukunftsperspektiven



10:50h

Gemeinsame Kaffeepause und Ausstellungsbesuch

11:20h

Embedded Insurance: Chancen & Herausforderungen der nahtlos integrierten Absicherung in einer digital vernetzten Welt**Albert Kolb**, Partner, Strategy& Germany**Melanie Schlünder**, Direktorin, PwC Germany

- Grundlagen und Entwicklung von Embedded Insurance
- Marktpotenziale, Treiber und Praxisbeispiele
- Chancen durch FiDA
- Erfolgsfaktoren



11:45h

DISKUSSIONSRUNDE:**Versicherungsvertrieb 2030 – Sind wir auf dem richtigen Weg?****Maximilian Beck**IDEAL
Versicherung**Oliver-Alexander Elter**

HDI

**Albert Kolb**
strategy&
Part of the PwC network**Melanie Schlünder**

pwc

Moderation: Prof. Dr. Hans-Wilhelm Zeidler

Digital auf dem Weg in die Zukunft?!

12:05h

**Digitalisierung, KI und AI****– Berater die darauf setzen, ersetzen traditionelle Berater****Dr. Ramona Evens**, COO, JDC Group AG

- Automatisierung als Enabler für profitabler Wachstum von Beratern
- KI und AI Agenten für einen effizienteren Makleralltag
- Praxiseinsatz: KI und AI Tools für Makler



12:30h

**Ein „Transparenzcockpit Finance&Risk“ für Bürger und Berater****Michael Littig**, Vorstand, teckpro AG

- Domänenübergreifender Status u. Szenariensimulation für Bürger, Berater und Politiker
- ... Als Grundlage zur Finanzbildung und ...
- ... Basiskonzept für FIDA – Financial Data Access (EU-Verordnung)



12:55h

Gemeinsames Mittagessen und Ausstellungsbesuch

14:00h

**Versicherungsvertrieb der Zukunft****– Erfolgsstrategien mit der InterRisk****Dr. Florian Sallmann**, Vorstandsvors., InterRisk Versicherungen

- Erfolgreicher Vertrieb heute und morgen
- Kunden im Blick, InterRisk im Überblick
- Herausforderungen und Chancen
- Hybrider Vertrieb
- Zukunft des Verkaufs

nur die **richtige**
Lösung zählt.

Experten und Lösungen: 100 Spezialisten - Aktuare, Informatiker, Business-Analysten – beraten und unterstützen von der Produktentwicklung bis zur Entwicklung und dem Betrieb innovativer digitaler Lösungen. In über 25 Jahren und mehr als 500 Projekten hat die teckpro-Gruppe, auch in Kooperation mit zahlreichen Partnern aus Wissenschaft und Forschung, beispielsweise dem Fraunhofer-Institut für Techno- und Wirtschaftsmathematik (ITWM) und dem Deutschen Forschungszentrum für künstliche Intelligenz (DFKI), ein umfangreiches IT-Produktportfolio entwickelt. Der Lösungsraum umfasst sowohl komplette Portallösungen als auch servierte Fachkomponenten: vom Steuer- und Sozialversicherungsrechner für nahezu alle Fragestellungen in der privaten und betrieblichen Altersvorsorge bis zum Industrietarifrechner.

14:25h **DISKUSSIONSRUNDE: Digitalisierung – Die Lösung für Alle und Alles?**

Dr. Ramona Evens



Michael Littig



Dr. Florian Sallmann



Moderation: Prof. Dr. Hans-Wilhelm Zeidler

Kundentypologien und -verhalten unter der Lupe

14:40h

Effizienzsteigerung durch Kundentypen im Versicherungsvertrieb



Dr. Oliver Gaedeke, Geschäftsf., Sirius Campus GmbH

- Erfolgreiche Zielgruppenorientierungen im Versicherungsvertrieb
- Stabilität und Wandel im Entscheidungsverhalten beim Abschluss
- Zielgruppenorientierte Qualitäts- und Preiskommunikation
- Praktische Ansätze beim Einsatz von Kundentypen und Hebeleffekt: KI + Kundentypen



15:05h

Fragen an den Referenten

Altersversorgung als Erfolgsfaktor für den Vertrieb?!

15:10h

Ruhestandsplanung: Zukunftsmarkt f. den unabhängigen Vertrieb



Christian Nuschele, Head of Distribution, Standard Life International DAC

- Demografischer Wandel bringt großes Potenzial
- Einstellung der Kunden zur Ruhestandsplanung
- Produktlösung: Rente oder Auszahlplan?
- Vermögensübertragung an nachfolgende Generationen



15:35h

Gemeinsame Kaffeepause und Ausstellungsbesuch



16:05h

Betriebliche Versorgung: Der Vertriebsfaktor, der Unternehmen wirklich weiterbringt



Martin Gattung, Gründer u. Geschäftsf., Aeforia GmbH

- Warum betriebliche Versorgung zum zentralen Wachstums- und Relevanzfaktor wird
- Wie moderner Vertrieb heute funktioniert
- Welche Chancen sich jetzt für Vermittler und Unternehmen eröffnen



16:30h

Fünf Trends in der betrieblichen Altersversorgung: Warum sie den Vertrieb grundlegend verändern – Trends verändern Gespräche, nicht Tarife



Sandra Mekler, Managing Partner, MRH Trowe Benefits Brokers GmbH



16:55h **DISKUSSIONSRUNDE: bAV als neue Cash-Cow für den Vertrieb?**

**Christian
Nuschele**

Standard Life
Teil der Phoenix Group



**Martin
Gattung**

Aeiforia
Versicherung. Einblicke. Wissen.



**Sandra
Mekler**

MRH
TROWE

Moderation: Prof. Dr. Hans-Wilhelm Zeidler

Versicherungsvertrieb und Nachhaltigkeit – Die Quadratur des Kreises oder echte Chance?

17:10h



Versicherungsvertrieb und Nachhaltigkeit – Die Quadratur des Kreises oder echte Chance?

Volker Bohn, Generalbevollmächtigter unabhängige Vertriebspartner,
Stuttgarter Lebensversicherung a.G.

- Die Vielfalt der Erwartungen
- Eine Bestandsaufnahme
- Bedeutende Handlungsfelder
- Bewertung und Ausblick

Die Stuttgarter
Der Vorsorge-Versicherer

17:35h

Fragen an den Referenten

17:40h

Ende des 1. Kongresstages

19:15h  **LÄDT SIE EIN ZUM GEMEINSAMEN ABENDEVENT**

Die gemeinsame Abendveranstaltung am 1. Kongresstag ist bei MCC immer etwas Besonderes!

Nicht nur erfrischende Getränke und leckere Speisen stehen im Vordergrund, sondern das gesellige und informative Beisammensein!

In gehobener und ungezwungener Atmosphäre können Sie unbeschwert „networken“ und sich von vielen Ideen und Meinungen inspirieren lassen.

Die genaue Location teilen wir unseren angemeldeten TeilnehmerInnen zeitnah mit.

Lassen Sie sich überraschen!

**WIR FREUEN UNS MIT IHNEN AUF EINEN
„BOMBASTISCHEN KÖLSCHEN“ ABEND.**



8:30h Check In der Teilnehmer und „Meet & Greet“

9:15h

Begrüßung und Einführung in das Thema durch die Vorsitzende**Dr. Jutta Krienke****Neue politische, rechtliche und regulatorische Rahmenbedingungen**

9:30h

Akutes und Chronisches aus Brüssel und Berlin**Michael Heinz**, Präsident, Bundesverband Deutscher Versicherungskaufleute

- Anmerkungen zur tagesaktuellen (berufs-)politischen Lage
- Regulatorik und deren Folgen für den Versicherungsvertrieb
- Kurz- und langfristige Muster politischer Rahmensetzung



9:55h

Vertriebswegestrategien auf dem Prüfstand – Analyse der Faktoren rund um die Kundenerwartung und Verbraucherschutz (Regulierung) – Spannungsfeld und Zukunftschance zugleich?**Alexandra Markovic-Sobau**, Vorständin Vertrieb, Marketing, Signal Iduna Gruppe

SIGNAL IDUNA

10:20h

DISKUSSIONSRUNDE: Rechtliche und regulatorische Rahmenbedingungen – Mehr Herausforderung oder mehr Chance?**Michael Heinz****Alexandra Markovic-Sobau**

SIGNAL IDUNA

Moderation: Dr. Jutta Krienke**Vertriebskanal-Fragmentierung & Hybrid-/Omnichannel-Modelle**

10:30h

Schicksalsfrage Vertriebswegemix: Wie wir jetzt die Weichen für die Zukunft stellen**Frank Kettner**, Mgl. d. Vorstands, ALH Gruppe

10:55h



Vertriebskanal-Fragmentierung & Hybrid-/Omnichannel-Modelle Vertriebschancen erhöhen im digitalen Ökosystem – Optimale Customer Journeys im digital-persönlichen Zeitalter

Carolin Rudelbach, COO, Allianz Beratungs- und Vertriebs-AG

- Optimierte Conversions entlang der Customer Journey
- Datenbasierte Vertriebssteuerung als digitaler Dirigent
- Optimierte ökonomische Steuerung im Abschlusskanal



11:20h

Gemeinsame Kaffeepause und Ausstellungsbesuch



11:50h



Die Rolle des Maklervertriebs für die Versicherungswirtschaft der Zukunft

Silke Zander, Ltr. Maklervertrieb, AXA Konzern AG

- Aktuelle Herausforderungen
- Chancen des Maklervertriebs



12:15h

Vertrieb des Industrierversicherungsmaklers



Olaf Keller, Chief Commercial Officer, Marsh GmbH

- Wettbewerbssituation (Maklerkonsolidierung)
- Kundenspezifische Ausrichtung des Vertriebs
 - Einkaufsverhalten
 - Vertriebsprozess
 - Value Proposition
 - Services



12:40h **DISKUSSIONSRUNDE:** Das Orchester spielt – Aber auch nach dem Dirigenten?



Moderation: Dr. Jutta Krienke

Beste Bildung für den Vertrieb.
Die Versicherungswirtschaft

2026

**gut
beraten**

MCC -
Management Center of Competence

Zertifizierter Bildungsdienstleister

Sammeln Sie Bildungszeit!

MCC ist akkreditierter Bildungsdienstleister bei **gut beraten**. Die Inhalte unserer Veranstaltungen werden auf Ihr Bildungskonto gutgeschrieben.

Bei Besuch der beiden Veranstaltungstage werden Ihnen 585 Minuten gutgeschrieben. Senden Sie dafür bitte Ihre Identifikationsnummer an mcc@mcc-seminare.de.



Personalnotstand im Vertrieb – Vertriebspower gesucht

13:00h



Talente gewinnen, Vertrieb stärken Erfolgsmodelle für den Personalausbau im Vertrieb

Matthias Janotta, Vertriebslfr. f. Personalentwicklung in Agenturen, LVM Versicherung

- Ausbau der Vertriebskapazitäten als Erfolgsfaktor im Vertrieb
- Recruiting Ansätze im Zeitalter von Social Media
- Impulse, die AgenturinhaberInnen zum Personalausbau bewegen
- Erfolgsfaktoren für nachhaltige Mitarbeiterbindung



13:25h DISKUSSIONSRUNDE: Personalnotstand als Dauerthema – Warum?



Matthias Janotta
LVM Versicherungen



Axel Schwartz
Geschäftsf., Axel Schwartz
People Management GmbH



Moderation: Dr. Jutta Krienke

13:40h

Gemeinsames Mittagessen und Ausstellungsbesuch 

14:30h

Ende des Kongresses



Aeiforia

Vorsorge. Einfach. Besser.

Wir sind das Beratungshaus für Finanzdienstleistungsunternehmen und Anbieter von Vorsorgeprodukten sowie deren Vertriebspartner.

**Unsere Motivation und Zielsetzung:
Vorsorge einfach und besser zu machen
– für Verbraucher, Anbieter und das Government.**

Aeiforia GmbH · Kaiserstraße 1 · 56410 Montabaur · Tel. 02602 99983-0 · mail@aeiforia.de

AXEL SCHWARTZ
People Management



„Genau die Fach- & Führungskräfte,
die Sie nach vorne bringen.“

Axel Schwartz People Management GmbH · Ehrenstraße 79 · 50672 Köln · Telefon: 0221 828 238 80 · E-Mail: service@axel-schwartz.de

27. MCC-KONGRESS

Zukunftsmarkt 2026 ALTERSVORSORGE

Aktuelle Entwicklungen in einem dynamischen Markt

17. und 18. März 2026 in Berlin



www.zukunftsmarkt-altersvorsorge.info

Anmeldung zum 24. MCC-Kongress:

(Alle Preise zzgl. gesetzl. USt.)

- Ja**, ich/wir nehme/n an dem Kongress am 11. und 12. März 2026 zum Preis von € 1.995,- pro Person teil.
- Ja**, ich/wir melden uns hiermit zur **Online-Veranstaltung** zum Preis von € 1.495,- an und erhalte(n) einige Tage vor dem Kongress die Zugangsdaten.
- Buy 2 - Get 3!** Ja, ich/wir melde(n) drei Personen aus einem Unternehmen an und erhalte(n) für die dritte Person eine Gratiskarte. (Angebot gilt nur für die Präsenzveranstaltung.)
- Ich kann an obiger Veranstaltung leider nicht teilnehmen, aber ich möchte die Dokumentationsunterlagen zum Preis von € 395,- zzgl. Versand bestellen. (Vorträge, sofern durch die Referenten freigegeben).

1	
Titel, Name	Vorname
Position	Abteilung
2	
Titel, Name	Vorname
Position	Abteilung
3	
Titel, Name	Vorname
Position	Abteilung
Firma	
Adresse	
PLZ, Ort, Land	
Telefon	Fax
E-Mail	
Datum	Unterschrift u. Firmenstempel

Teilnahmegebühr Präsenz: (Alle Preise zzgl. gesetzl. USt.)

Die Teilnahmegebühr pro Person für den zweitägigen Kongress inkl. Tagungsunterlagen, Einladung zum Abendessen, Mittagessen, Pausengetränken und kleinen Snacks beträgt: € 1.995,-

Teilnahmegebühr Online: (Alle Preise zzgl. gesetzl. USt.)

Die Teilnahmegebühr für den zweitägigen Livestream inkl. Tagungsunterlagen beträgt: € 1.495,-

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.

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 Ihnen 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:
- UnternehmensberaterInnen • FinanzdienstleisterInnen • Organisation und IT • KundenInnenservice • Produktmanagement • IT-DienstleisterInnen • MaklerInnen u. andere VersicherungsmittlerInnen

Buy 2 - Get 3! Bei Anmeldung von drei Personen aus Ihrem Unternehmen erhalten Sie für die dritte Person eine Gratiskarte. (Angebot gilt nur für die Präsenzveranstaltung.)

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 11. Februar 2026 lediglich eine einmalige Bearbeitungsgebühr in Höhe von € 180,- zzgl. gesetzl. USt. Ihre bereits gezahlte Teilnahmegebühr wird Ihnen abzüglich der Bearbeitungsgebühr voll erstattet. Sollten Sie nach dem 11. Februar 2026 Ihre Anmeldung stornieren, kann die Teilnahmegebühr nicht mehr erstattet werden. Eine Vertretung des/der TeilnehmersIn durch eine andere Person ist aber selbstverständlich möglich. Bitte teilen Sie uns den Namen des/der ErsatzteilnehmersIn mindestens drei Tage vor der Veranstaltung mit.

MCC führt die Veranstaltung nach bestem Wissen und Gewissen sowie mit den allgemein gebräuchlichen technischen Standards durch. Hin und wieder kann es bei InternetprovidernInnen oder anderen ServiceanbieterInnen leider zu kurzfristigen und nicht vorhersehbaren Störungen kommen. Wir bitten, dies in diesem Falle zu entschuldigen und werden sofort einschreiten und zeitnah Abhilfe schaffen.

Es gelten unsere AGB, die Sie auf Anfrage erhalten. Ihre unternehmensbezogenen Daten werden grundsätzlich nicht an fremde Dritte weitergegeben. KooperationspartnerInnen, TeilnehmerInnen und AusstellerInnen gelten nicht als Dritte. Soweit von Ihnen nicht anders angegeben, werden wir Sie zukünftig über unsere Produkte und Veranstaltungen auch per Fax/E-Mail kontaktieren. Ihre Einwilligung können Sie jederzeit widerrufen. Mit der Anmeldung erkennen Sie die Teilnahmebedingungen an und erklären sich damit einverstanden, dass Ihre veranstaltungsrelevanten Daten sowie die Daten zu Ihrem Unternehmen im TeilnehmerInnenverzeichnis und auf dem Namensschild für diese Veranstaltung allen VeranstaltungsteilnehmerInnen gezeigt werden, oder bei einer Online-Veranstaltung sichtbar sind.

Termin und Veranstaltungsort:

Der Kongress findet statt am 11. und 12. März 2026 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,- vom 10.3. auf den 11.3. und € 169,- vom 11.3. auf den 12.3.

(inkl. USt.) im Einzelzimmer inkl. Frühstück

Zimmerreservierung:

Für die Veranstaltung steht ein begrenztes Zimmerabrufkontingent zur Verfügung. MCC-TeilnehmerInnen erhalten Sonderkonditionen. Bitte buchen Sie daher Ihr Zimmer rechtzeitig unter dem Stichwort „G-M342“.

Datenschutz:

Detaillierte Informationen zum Datenschutz und zum Umgang mit personenbezogenen Daten finden Sie in der allgemeinen Datenschutzerklärung auf unserer Webseite www.mcc-seminare.de/datenschutz/.

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



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 KollegenInnen weiter.