



Versicherungskammer richtet Marketing neu aus

Michael Fiedler

Die Versicherungskammer treibt ihre umfassende Modernisierung im Vertrieb und Marketing weiter voran. Zwei neu zugeschnittene Hauptabteilungen, geführt von Annika Bäcker und Stefan Weller, sollen den Konzern künftig stärker auf digitale Kanäle, datenbasierte Entscheidungen und innovative Marketingtechnologien ausrichten. Der Umbau ist Teil eines größeren Transformationsprozesses im Ressort Vertrieb und Marketing.

Neue Führungsrollen und veränderte Verantwortlichkeiten

Zum 1. Januar 2026 übernimmt Annika Bäcker die Leitung der neu geschaffenen Hauptabteilung Marketing Performance & Online Sales. Bäcker kommt von BBL Brockdorf und war zuvor acht Jahre in leitenden Marketingfunktionen bei der Zurich Gruppe tätig, unter anderem als Chief Marketing Officer. Besonders dort prägte sie digitale Geschäftsmodelle und moderne Vertriebsstrategien.

Stefan Weller, der seit vielen Jahren verschiedene leitende Funktionen im Marketing der Versicherungskammer innehat, verantwortet künftig die Hauptabteilung Marketing Planning & Analytics. Er soll insbesondere die Nutzung von Kundenwert-Analysen und datenbasierter Steuerung im Bestand vorantreiben.

Digitalisierung als Leitprinzip der neuen Marketingorganisation

Mit der Reorganisation setzt der Konzern auf Technologien, die das Marketing grundlegend verändern. Dazu gehören KI-basierte Automatisierung, personalisierte Content-Ausspielung, intelligente Zielgruppenansprache und Predictive Analytics. Die Versicherungskammer plant, Marketingprozesse stärker zu standardisieren und Kampagnen datenbasiert zu optimieren. Content-Automation und Data-Driven Marketing sollen Effizienz und Präzision weiter erhöhen.

Ein Baustein der größeren Vertriebs- und Marketingtransformation

Die Marketingmodernisierung ist Teil einer umfassenderen Transformation des Ressorts Vertrieb und Marketing. Ziel ist es, Kundenerlebnisse zu verbessern und die Marke Versicherungskammer in einem dynamischen Wettbewerbsumfeld zu stärken. Vorständin Katharina Jessel unterstreicht die strategische Bedeutung des Umbaus: „Durch neue Technologien ist die Dynamik im Markt enorm – wir wollen diese nutzen, um immer der erste Ansprechpartner für unsere Kundinnen und Kunden zu sein – egal ob stationär,

digital oder auch remote.“ Zur Personalentscheidung sagt sie weiter: „Mit der Neuausrichtung unseres Marketings setzen wir gezielt auf Kundenzentrierung, digitale Exzellenz und datenbasierte Entscheidungen. Ich freue mich sehr, dass wir mit Annika Bäcker eine Top-Expertin gewinnen konnten (...) Ich danke auch Stefan Weller für seinen unermüdlichen Einsatz und seine tiefe Marktkenntnis.“

Versicherungs- und Finanznachrichten

expertenReport



<https://www.experten.de/id/4947327/Versicherungskammer-richtet-Marketing-neu-aus/>