

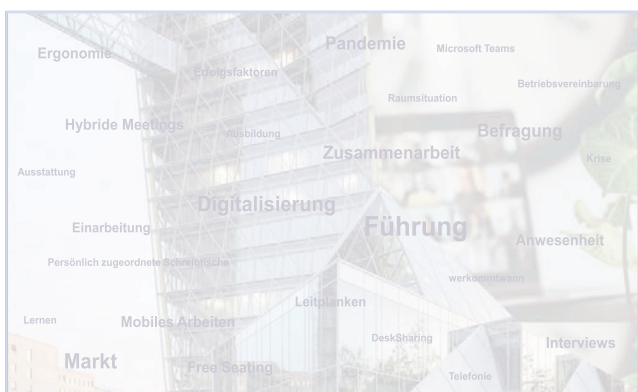
Fragen der Vermögensbildung und der Alterssicherung sowie zur persönlichen Beratung in die politische Diskussion eingebracht. Auf unserer Homepage haben wir eine zusätzliche Seite für das DIVA eingerichtet, wo Sie sich regelmäßig über die aktuellen Erkenntnisse des Instituts informieren können. Persönlich ist es mir eine große Freude, im Wissenschaftlichen Beirat des Instituts mitarbeiten zu dürfen.

Wie schon erwähnt, erhalten Sie jetzt gleich weitere Informationen aus den unterschiedlichen Netzwerken des VGA, neben den Kollegen **Kaube** und **Weiß** noch aus dem Arbeitskreis Frauen & Führung, von **Klaus Woschei** aus dem Forum Zukunft. Digitalisierung. Führung und von **Marcus Götte** aus unserem Netzwerk Vermittler und Maklervertriebe. Mir bleibt noch, Ihnen Dank zu sagen, dass Sie als Mitglieder des VGA sich in besonderer Weise für die Verbandsarbeit interessieren und einbringen; denn dies ist durch Ihre Teilnahme hier an unserer Mitgliederversammlung in Münster eindeutig belegt.

Nach der Vorstellung des neuen Angebots des Verbandes, der *VGA-Standortbestimmung*, durch **Dr. Michael Conrad** und **Axel Schwartz** und dem angekündigten Update der Mitglieder aus den verschiedenen Netzwerken des VGA hatte VGA-Präsident Michael Walter die Freude, **Klaus-Dieter Rabe** mit der VGA-Ehrendnadel in Gold für seine langjährige Treue zum und sein Engagement für den Verband zu ehren.



Im Anschluss folgte der traditionelle Vortrag des Gastgebers, bei dem **Beate Bündler**, Bereichsleiterin Personalmarketing, einen Einblick in das *Projekt Flexibles Arbeiten* bei der LVM gab. Nachdem man schon seit dem Jahr 1996 Erfahrungen zunächst mit Telearbeit machen konnten, war der Ausbruch der Corona-Pandemie eine disruptive Situation, der man sich zu stellen hatte. Relativ schnell sei dabei die Multiperspektivität von Flexiblen Arbeiten klar geworden:



Beim weiteren Vorgehen habe man sich von fünf Fragen leiten lassen:

Was, wenn die Krise zum dauerhaften Modus der Organisation wird?

Was, wenn Homeoffice die Bedeutung von Unternehmenskultur und Bindung noch mehr in den Fokus rückt?

Was, wenn ein Führungsverständnis nicht mehr ausreicht?

Was, wenn die digitale Zusammenarbeit gerade erst in den Kinderschuhen steckt?

Was, wenn die Generation Z heute die Entscheidungen über Arbeitsbedingungen trifft?

Bünder arbeitete auch die Herausforderungen für die Führungskräfte heraus, wie beispielsweise der zu leistende Spagat zwischen Vertrauen und Kontrolle, aber auch der erhöhte Organisationsaufwand, um den Kontakt zu allen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zu halten, also alle Mitarbeitenden im Blick zu behalten. Außerdem müsse man Ansprechbarkeit signalisieren und digitale Skills aufbauen.

Mit ihrem Vortrag, der zu einer angeregten Diskussion führte, gab **Beate Bündler** einen pragmatischen Einblick in die Komplexität der Thematik.



Nach einem gemeinsamen Abend im A2 am Aasee fand am 29. Juni die Öffentliche Veranstaltung statt, über die wir in unserer nächsten Ausgabe berichten werden.

Plattform AO – Ein Forum des VGA

Die Versicherungskammer Bayern in München war am 04. Mai dieses Jahres Gastgeber der ersten Präsenzausgabe nach der pandemiebedingten Pause der Veranstaltungsreihe *Plattform AO – Ein Forum des VGA* des Bundesverbandes der Assekuranzführungskräfte. Für das Haus begrüßte **Klaus Schneider**, Leiter des Agenturvertriebs der VKB, die zahlreichen Teilnehmer der Veranstaltung. Nach einem Grußwort von **Katharina Jessel**, Vorstandsmitglied für Vertrieb und Marketing der Kranken- und Reiseversicherer im Konzern, führte das langjährige Mitglied des geschäftsführenden Präsidiums des VGA, **Bernhard Weiß**, in die Tagung ein und gab eingangs einen Überblick über die kurze Historie dieser erfolgreichen VGA-Veranstaltungsreihe.

Erster Referent der Veranstaltung war **Dr. Helge Lach**, Vorsitzender des Bundesverbandes Deutscher Vermögensberater (BDV) und Vorstandsmitglied der Deutsche Vermögensberatung AG (DVAG), der zunächst



Katharina Jessel

auf die langjährige, vertrauensvolle Zusammenarbeit zwischen BDV und VGA hinwies. Mit seinem Vortrag zum Thema *Regulatorik und politische Arbeit im Versicherungsvertrieb* gab **Dr. Lach** den Teilnehmern einen praxisnahen Einblick, insbesondere zu der Diskussion über ein Provisionsverbot, in die dringend notwendige Lobbyarbeit. Auch, weil der Gesamtverband nicht immer an der Seite des Vertriebes stehen könne, sei die Zusammenarbeit der anderen Verbände wie beispielsweise BDV und VGA sehr wichtig. Um bei den handelnden Personen in Politik und Verwaltung im Zusammenhang mit den zu behandelnden Themenbereichen Verständnis für die Situation der Vertriebe zu entwickeln, müsse mehr für das Berufsbild des Vermittlers geworben werden. Auch empfahl er den Anwesenden, ihre Geschäftspartner in den Agenturen zu ermuntern, den direkten Kontakt zu ihren jeweiligen Abgeordneten vor Ort zu suchen.



Dr. Helge Lach, Bernhard Weiß

Im Anschluss referierte **Dr. Marika Thiersch**, Generalbevollmächtigte des Provinzial Konzerns, zum Thema *Ausschließlichkeit – Zukunft oder Vergangenheit?* Zunächst stellte sie fest, dass trotz der Tatsache der vermehrt online unterwegs seienden jungen Leute, der Versicherungsvertreter im Nutzungsverhalten nach wie vor eine wichtige Rolle einnehme. Mit der Fusion der Provinzial-Gesellschaften bündele man zahlreiche Kräfte und biete beispielsweise für viele Jahre strategische Sicherheit und setze viele Synergien um. So sei man im Markt sowohl für Kunden und die Vertriebspartner attraktiv als auch für Mitarbeiter, Spezialisten und den Nachwuchs. Dank des dezentral organisierten Vertriebs mit rund 1.300 Agenturen in den Regionen und der Kooperation mit 120 Sparkassen sei die Provinzial so nah am Kunden wie kaum ein anderer Versicherer, so **Dr. Thiersch**. Wenngleich die Ausschließlichkeit auch Vergangenheit bedeute, bedeute sie aber ebenso Zukunft. Empathie lasse sich nun einmal nicht digitalisieren. Der Vermittler „zum Anfassen“ sei weiterhin von zentraler Bedeutung.



Dr. Marika Thiersch

Gastgeber **Klaus Schneider**, Leiter Agenturvertrieb der Versicherungskammer Bayern, stellte in seinem Vortrag den Teilnehmern *Das neue Betreuungskonzept im Agenturvertrieb der VKB* vor. Dies sei in 1 ½ Jahren mit höchster Vertraulichkeit der Beteiligten entwickelt worden, um zu einer bedarfsgerechten Gruppierung der Agenturen zu kommen. Voraussetzung hierfür sei selbstverständlich, dass man den Mut haben müsse, alte und eingefahrene Dinge über Bord zu werfen. So ermöglichen das Smart Working und die Digitalisierung, die Regionalität und damit die geographische Zuordnung zu überwinden. So habe man mittels eines ausgefeilten Datenmodells gruppiert und könne nun zielgerichtet unterstützen, so **Schneider**. Dabei gebe es nun drei Gruppen von Agenturen: Blue Star, Blue Power und Blue Challenger. So sei bei ersterer die Potenzialausschöpfung auf einem hohen Niveau und es sei eine Professionalisierung des Unternehmertums erfolgt. Hier könne man auch von digitalen Innovationsschmieden sprechen. Bei der zweiten Gruppe sei eine Weiterentwicklung der kernkompetenz Vertrieb nötig und es müsse eine Potenzialausschöpfung im eigenen Bestand und in neuen Beständen erfolgen. Bei der letzten Gruppe stehe die Bestandskundenausschöpfung im Vordergrund und es müssten die Kernkompetenzen Vertrieb auf- und ausgebaut werden. So würden die Agenturen zukünftig bedarfsgerecht gefördert und bedient werden. Hierzu hätten sich aber die Mitarbeitenden weiterentwickeln müssen, um neue Rollen zur bedarfsgerechten Unterstützung und persönlichen Entfaltung einnehmen zu können. Eine neue funktionale Organisationsstruktur ermögliche somit eine neue Art der Zusammenarbeit im Agenturvertrieb und mit den Partnern im Konzern, so **Klaus Schneider**.



Klaus Schneider

Den abschließenden Vortrag hielt **John-Paul Pieper**, Mitglied des Vorstands der ERGO Beratung und Vertrieb AG, zum Thema *Omni-*

kanal-Vertrieb: Paradigmenwechsel und Erfolgsfaktoren aus der Praxis. Dabei hielt er eingangs fest, dass es nicht leichter werde, Aufmerksamkeit zu bekommen, um über das wichtige Thema Versicherung zu sprechen. Hierbei müsse klar sein, dass Marketing und Vertrieb eine Einheit seien. **Pieper** berichtete, dass ERGO ein signifikanter Werbetreibender am Markt sei und schon früh auf den Omnikanal gesetzt habe. So steigere man mit einem effektiven Werbekosteneinsatz das Neugeschäft über Vermittler und Direkt gleichermaßen. So näherten sich zwei generische Vertriebsmodelle (Flächenvertriebe und Prozessvertriebe) an, um wirtschaftliches Wachstum sicherzustellen. Für den ERGO-Vorstand sind fünf harte Erfolgsfaktoren für den Omnikanal-Vertrieb wichtig, um Wachstumspotenziale zu heben: Die Produkte müssen auf den Aufmerksamkeitswettbewerb ausgerichtet sein, die Prozesse müssen für einen wirksamen, skalierbaren und wirtschaftlichen Omnikanal-Vertrieb vorhanden sein, die Werbepotentiale müssen rechtssicher, datenseitig vollständig und nutzbar entlang aller Kundenkontaktpunkte sein. Außerdem müssen die Bestandsausschöpfung und die Neukundenakquise in Balance sein, und es muss die Steuerung der Werbeimpulse am Kundenwert über den Lebenszyklus orientiert sein.



Bernhard Weiß, Michael Walter, Klaus Schneider, Axel Schwartz, Oliver Mathais, Dr. Marika Thiersch

Den Schlusspunkt der Veranstaltung setzte VGA-Präsident **Michael Walter**, der die Teilnehmer der Veranstaltung darüber informierte, dass die Veranstaltungsreihe zukünftig von **René Pech**, Außendienstleiter der LVM Versicherungen, geleitet wird, der in bewährter Weise mit **Axel Schwartz**, Geschäftsführer der Axel Schwartz People Management GmbH, und mit VGA-Verbandsdirektor **Oliver Mathais** zusammen arbeiten wird. Der VGA-Präsident würdigte das langjährige Engagement von **Martin Söhne**, der durch einen beruflichen Wechsel nicht mehr in der Ausschließlichkeit tätig ist und sich daher anderen Aufgaben im Verband zugewendet hat.

VGA-Netzwerk Vermittler und Maklervertriebe

Der neue Campus der Wüstenrot & Württembergische Gruppe in Kornwestheim war am 08. Mai Schauplatz für das jüngste Treffen des Netzwerks Vermittler und Maklervertriebe des Bundesverbandes der Assekuranzführungskräfte (VGA), zu dem die Teilnehmer von **Eric Sauerborn**, Geschäftsführer der Württembergische Vertriebspartner GmbH, begrüßt wurden. Nach einer Einführung in die Tagung durch die Verantwortlichen des Netzwerks, **Yasser Bassal** von der Württembergischen und **Marcus Götte** von der Götte Gruppe,



Marcus Götte, Yasser Bassal

stellte VGA-Mitglied **Robin Drenth**, Direktor von Risk Explorer International aus den Niederlanden, die gleichnamige Risiko- und Versicherungsmanagement-Software seines Hauses für professionelle Versicherungsberater vor.

Im Anschluss daran informierten **Christian Reddig**, Chief Insurance Officer der Finlex GmbH, und **Sascha Ruckes**, Produktmanager Cyber bei der Württembergischen, die Teilnehmer über die Finlex-Plattform, die für Gewerbe- und Industriekunden einen digitalen, transparenten und schnellen Marktvergleich, bis hin zum Vertragsabschluss bietet. VGA-Präsidiumsmitglied **Marcus Götte** und **Stan Patzschke**, Manager bei der PPI AG, gaben dann einen Einblick in die digitale Hanseatische Versicherungsbörse, die aus der Hamburger Versicherungsbörse entstanden ist. Man habe hier zunächst einen eingetragenen Verein gegründet und danach ein digitales Ökosystem geschaffen, das einen elektronischen Marktplatz für Schiffs- und Transportversicherungen und für Abdeckungen von weiteren Risiken aus der Industrie- und Sachversicherung bietet; auf der Plattform finde kein Underwriting statt. Börse-Vorstandsmitglied **Marcus Götte** betonte, dass man als Non-Profit-Organisation unbedingt neutral bleiben wolle.



Die Vorstandsvorsitzende der Württembergische Versicherung AG, **Zeliha Hanning**, berichtete, dass die Planungen für den W&W-Campus als neuen gemeinsamen Firmensitz der W&W-Gruppe bereits vor über zehn Jahren gestartet sind. Die Vorstände seien die Ersten gewesen, die ab Ende Januar 2023 in die neuen Räumlichkeiten am Standort Kornwestheim eingezogen sind, gefolgt von den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern der Gruppe. Das Unternehmen befinde sich in der digitalen Transformation und beschleunige Projekte, die den Digitalisierungskurs flankieren. Ein Baustein sei hierbei die Digitalmarke **Adam Riese**, die seit 2017 am Markt ist und