

Dieser Newsletter des BWL-Studiengangs "Versicherung - Versicherungsvertrieb und Finanzberatung" der Berufsakademie Heidenheim ist in erster Linie für Duale Partner, Dozenten und Studenten bestimmt. Weitere Interessenten sind als Leser willkommen.

Wir präsentieren Ihnen in diesem Newsletter folgende Themen:

#### Aus der Branche

1. Bildung als Antwort auf Finanzkrise ..... 2
2. Finanzsystem im Umbruch ..... 2
3. Vermittlerrecht praktisch ..... 2

#### In eigener Sache

4. Service-Katalog online..... 3
5. Zusatzfach "Vermittler-Etikette"..... 3
6. Haftungsrisiken für Vermittler vermeiden ..... 3
7. Desktop-Sharing für Studienberatung..... 3

#### Unsere Ausbildungspartner und ihre Studierenden

8. Kreissparkasse Heidenheim ..... 4

#### Unsere Lehrbeauftragten

9. Markus Drews, Lehrbeauftragter für "Financial Consulting - Vertrieb" ..... 4

#### Impressum:

<http://www.ba-heidenheim.de/uploads/media/nl-0811.pdf>

#### Redaktion:

Prof. Dr. Hans Jürgen Ott

ott@ba-heidenheim.de

Tel. +49 (7321) 38-1912

<http://www.experten.de/NET/website/159592.website>

Herausgeber (V. i. S. d. P.):

Berufsakademie Heidenheim

BWL-Studiengang Versicherung –

Versicherungsvertrieb und Finanzberatung

Schmelzofenvorstadt 33/2

89520 Heidenheim

Fax. +49 (7321) 38-1915

<http://www.ba-heidenheim.de/vers>

Hat Ihnen dieser Newsletter gefallen?

Waren die Themen für Sie interessant?

Wussten Sie die News bereits? Wenn ja: Welche?

Sollen wir den Newsletter auch an KollegInnen aus Ihrem Unternehmen weitergeben?

Möchten Sie selbst eigene Informationen an die anderen Empfänger (Makler, Vertriebs- bzw. Personalverantwortliche in Versicherungs- und Finanzdienstleistungsunternehmen bzw. deren Vertriebsstrukturen) weitergeben? Dann beziehen Sie uns doch in Ihren eigenen Newsletter-Versand ein. Wollen Sie den Newsletter abbestellen?

Wir freuen uns über Ihr Feedback an

<mailto:versicherung@ba-heidenheim.de>

#### Editorial

**„Wer gerne Kaltadressen abtelefoniert, lässt sich auch nachts auspeitschen!“**



Dieser Ausspruch des Verkaufstrainers Peter Arndt weist darauf hin, dass man schon sehr masochistisch veranlagt sein muss, um an einer Kaltakquise Vergnügen zu finden. Aber solche Versuche, Umsätze zu generieren, sind nicht nur im Allgemeinen frustrierend für die Ausführenden. Sie sind auch für deren Unternehmen - zumindest auf längere Sicht - äußerst kontraproduktiv: Sie sind bei Privatpersonen wettbewerbsrechtlich (§ 7 UWG) grundsätzlich verboten. Sie sind beim Angerufenen unerwünscht und sie führen letztlich zum Krieg mit demjenigen Wettbewerber, dem auf diese Weise Kunden abgeworben werden. Und bei einem Krieg gewinnen bekanntlich nie die Kriegsparteien, sondern immer nur die Waffenhändler.

Selbstverständlich darf man bei aller CRM-Euphorie und der Konzentration auf Kundenbindung statt Kundengewinnung die Neukundengewinnung nicht vernachlässigen. Aber es gibt dafür wirksamere Möglichkeiten als die Kaltakquise; dazu 2 Beispiele:

- Über soziale Netzwerke wie XING und die dortigen Möglichkeiten, Kontakte zu knüpfen, erhält man potenzielle Ansprechpartner. Und zwar solche, die Interesse an einer Kontaktaufnahme haben - denn das steht in deren Profil.

- Die Königsklasse der Neukundengewinnung ist, Empfehlungsgeber zu produzieren. Voraussetzung ist allerdings, dass Services geboten werden, die den Kunden zufrieden stellen und ihn zum Empfehlungsgeber machen. Voraussetzung dafür wiederum ist ein Kundenwertmanagement, damit man Services gezielt und ökonomisch denjenigen Kunden bieten kann, bei denen sich das auch lohnt. Welche Services ein Versicherungs- und Finanzvertrieb bieten kann, haben wir in einem Service-Argumentarium veröffentlicht (siehe Punkt 4).

Ein hochwertiges Serviceangebot eignet sich sicherlich nicht, den schnellen Euro zu machen, da es zunächst hart erarbeitet und den Kunden auch bewusst gemacht werden muss. Wenn man jedoch auf nachhaltiges Geschäft setzt, dann geht das nur über Service.

Vor den Preis haben die Götter den Schweiß gesetzt!

Ihr

Prof. Dr. Hans Jürgen Ott

## Aus der Branche

### 1. Bildung als Antwort auf Finanzkrise

Als Folge der Finanzkrise reagieren viele Anleger, aber auch Versicherungsnehmer verunsichert, welchen Finanz- und Versicherungsprodukten sie vertrauen können. Mangelnde Kenntnisse erleichtern die Täuschung von Kleinanlegern und unfaire Beratung durch unseriöse Verkäufer von Finanzprodukten. Die bulgarische EU-Abgeordnete Iliana Iotova (SPE) fordert daher eine bildungspolitische Initiative in Sachen Finanzbildung; so sollen beispielsweise schon Grundschüler besser im Umgang mit Geld geschult werden.

Iotova strebt mit ihrer Fraktion an, den Vorschlag mit einer spezifischen Linie im EU-Haushalt zu unterfüttern. Sie nennt dafür ein Budget von 1,5 Millionen Euro für 2009, das zum Aufbau spezifischer Trainingsprogramme dienen sollte - wobei die Umsetzung den einzelnen Mitgliedsstaaten überlassen werden soll.

Dies könnte ein interessantes Signal für die Versicherungs- und Finanzbranche sein. Sie könnte bereits in den Grundschulen die Aufmerksamkeit auf Risiko- und Finanzfragen lenken, was den (seriösen) Vermittlern entgegen kommt, was zu einer Umschichtung von Konsumausgaben auf die Risiko- und Altersvorsorge führen kann und letztlich zu einer entscheidenden Imageverbesserung des Vermittler-Berufsbildes führt.

[http://www.europarl.europa.eu/pdfs/news/public/story/20081013STO39304/20081013STO39304\\_de.pdf](http://www.europarl.europa.eu/pdfs/news/public/story/20081013STO39304/20081013STO39304_de.pdf)

### 2. Finanzsystem im Umbruch

Im Moment überbieten sich die Regierungen der marktwirtschaftlichen Staaten Europas gegenseitig im Aktionismus, durch Hineinpumpen von Geld in den Finanzsektor einen weltweiten Finanzkollaps zu vermeiden.

Was zur gegenwärtigen Krise geführt hat, ist mittlerweile relativ klar erkennbar, wenn auch diese Diagnose für viele Akteure unbequem ist: Der Realitätsverlust amerikanischer Bauherren, die glauben, mit Geld, das sie nicht haben, Eigentum schaffen zu können. Die Lust an kurzfristigen hohen Zinseinnahmen amerikanischer Hypothekenbanken. Die Raffinesse von Investment-Banken, die Risiken zu bündeln und in Zertifikate zu verpacken, die Risiken nur schwer erkennbar machen. Die von Provisionsgier getriebene Unverfrorenheit auch staatlicher Banker, mit dem Geld ihrer Anleger zu spekulieren. Und sicher auch die Unfähigkeit von Aufsichts- und Verwaltungsräten der betroffenen Banken, ihre Manager im Sinne der Anleger zu kontrollieren.

War es „Pech“ oder ein Zusammenkommen dieser unglücklichen Umstände, was sich jetzt zur Mega-Krise auswächst? Oder steckt gar eine **Absicht**, ein System hinter dieser Entwicklung? Und wenn ja: Wer sind die Gewinner und wer die Verlierer? Dieser Frage geht PD Dr. Dirk Solte, Ökonom des BWA – Bundesverband für Wirtschaftsförderung und Außenwirtschaft und

stellvertretender Vorstand des Forschungsinstitutes für anwendungsorientierte Wissensverarbeitung (FAW/n) in einem Papier „**Die Reise nach Jerusalem. Gewinner und Verlierer der Finanzmarktkrise**“ auf den Grund.

Solte geht es dabei um die Verdeutlichung „systemischer Probleme“, die ihre Ursache in ungenügenden Regulierungen auf globaler Ebene und in Disharmonien nationaler Regelsetzungen haben. Die Akteure sind derzeit häufig dazu verleitet oder sogar gezwungen, das Falsche zu tun, weil das Richtige nicht über Gesetze eingefordert, sondern ganz im Gegenteil – in dem System – bestraft wird. Um dies deutlich zu machen, werden problematische Wirkungsketten analysiert. Weiter wird aufgezeigt, mit welchen Lösungsansätzen zielführendes politisches Handeln möglich werden kann, um mittelfristig in den Zustand einer „balancierten Welt“ zu kommen. Wenn dieser Weg nicht beschritten wird, steigt nach Solte die Wahrscheinlichkeit für die Verfestigung einer immer weiter auseinander driftenden „Zwei-Klassen-Welt“, die – weil sie kaum friedensfähig ist – aber auch im Kollaps enden kann.

***Diese Zusammenhänge stellt Solte auch im Rahmen unserer Vorlesungsreihe „Vermittlerhaftungsrisiken vermeiden“ Studenten und externen Gästen am 10. März 2009 vor (siehe 6.). Jeder Vermittler sollte diese Überlegungen berücksichtigen, wenn er seinen Kunden langfristige Versicherungs- und Finanzprodukte empfiehlt.***

<http://www.ba-heidenheim.de/fileadmin/studiengang/wirtschaft/versicherung/Newsletter/das-spiel-der-spiele.pdf>

### 3. Vermittlerrecht praktisch

An dieser Stelle beantwortet Rechtsanwalt Dr. Johannes Fiala, Lehrbeauftragter im Studiengang, Ihre Fragen. Fragen können Sie stellen über eine Mail an <mailto:ott@ba-heidenheim.de>.

**„Seit 1. Juli gilt das neue Rechtsdienstleistungsgesetz. Worauf müssen Vermittler besonders aufpassen?“**

Rechts- und Steuerberatung ist dem Finanzdienstleister bzw. Vermittler von Kapitalanlagen und Versicherungen "in einfachen Fällen" gestattet. Sobald in irgendeinem Punkt eine vertiefte Rechtsprüfung erwartet wird oder notwendig ist, muss eine Person mit Rechtsberatungserlaubnis (z.B. Versicherungsberater, StB, WP, RA, Rentenberater) eingeschaltet werden.

Auch wenn keine Einschaltung bzw. Delegation an einen Rechtsberater erfolgen muss, hat die Beratung des Finanzdienstleisters bzw. Versicherungsvermittlers korrekt zu sein. Bisher deckt keine VSH-Versicherung, auch nicht beim Unternehmensberater, die Haftung für falsche Rechts- und Steuerberatung. Außergerichtliche Versicherungsrechtsberatung ist dem Versicherungsmakler gestattet - eine Schadensabwicklung jedoch nur gegenüber dem Versicherer, bei welchem er den Versicherungsschutz für den Kunden eingedeckt hat. Befindet sich der Vertrag nicht (mehr) im Bestand des Maklers, besteht regelmäßig ebenfalls keine VSH-Deckung.

## In eigener Sache

---

### 4. Service-Katalog online

Wir haben unter <http://www.ba-heidenheim.de/service> eine Liste von 123 Services veröffentlicht, die Versicherungs- und Finanzvertriebe ihren Kunden anbieten können. Die öffentlich zugängliche Website ist zunächst selbst ein kostenloses Service-Angebot an Vermittler, sich diejenigen Services zusammenzustellen, die von ihnen selbst angeboten werden.

Dieser Service-Katalog soll gleichzeitig Anregungen für Vermittler geben, zusätzliche Services anzubieten. Damit können sie die Zufriedenheit ihrer Kunden erhöhen und zur allgemeinen Aufwertung des Vermittler-Berufsbildes beitragen. Die Service-Liste soll auch Druck auf diejenigen Vermittler ausüben, die sich bisher ausschließlich als Verkäufer verstanden haben und nicht als Service-Lieferanten. Schließlich können mit diesen ausformulierten Serviceargumenten Abschlussprovisionen wesentlich besser argumentiert werden, als mit Kostenargumenten.

*Ausbildungsbetriebe im Studiengang Versicherung der BA Heidenheim haben die Möglichkeit, eine Liste derjenigen Services, die sie selbst anbieten, in ihre eigene Website einzubinden; sie erhalten die der Website zugrunde liegende Datenbank kostenfrei zur Verfügung gestellt. Bitte wenden Sie sich an die Studiengangsleitung, wenn Sie Hilfe zum Einbinden in Ihre Homepage benötigen.*

### 5. Zusatzfach „Vermittler-Etikette“

Wir bieten unseren Studenten im 6. Semester ein Zusatzfach "Vermittler-Etikette" an. Unsere Studenten sollen als angehende Versicherungs- und Finanzvermittler bzw. -vertriebsorganisatoren Hinweise auf "GOs" und "No-GOs" im Umgang mit Kunden erhalten. Ihnen soll bewusst werden, wie wichtig solche "weichen" Faktoren für den Verkaufserfolg sein können. Als Lehrbeauftragter wurde Heinz G. Bader verpflichtet; er führt mit seiner Firma Heinz G. Bader Sales Consulting schon seit Jahren erfolgreich solche Seminare für Unternehmen durch.

Da es sich um ein Zusatzfach handelt, ist die Teilnahme an der Vorlesung für die Studenten freiwillig. Den Ausbildungsbetrieben wird aber empfohlen, ihren Studenten die Teilnahme nahe zu legen - sofern diese nicht ohnehin aus eigenem Interesse die Vorlesung besuchen wollen.

<http://www.heinzbader.de>

### 6. Haftungsrisiken für Vermittler vermeiden

Unsere Vorlesungsreihe „Haftungsrisiken für Vermittler“ soll unseren Studierenden diese Haftungsrisiken im Vertrieb von Versicherungs- und Finanzprodukten bewusst machen und gleichzeitig Hinweise liefern, wie diese Risiken erfolgreich reduziert bzw. vermieden werden können. In jedem Semester werden jeweils zu einer Sparte an vier Nachmittagen durch ausgewiesene Experten praxisbewährte Tipps gegeben. **Zu diesen Vorlesungen laden wir Sie ganz herzlich ein!**

Die Teilnahme ist kostenlos. Bitte melden Sie sich aber rechtzeitig vorher an (Anmeldevorlage auf dem Einladungs-Prospekt). Bitte geben Sie diese Information auch an Vermittler aus Ihrem Bekanntenkreis weiter.

Die kommende Vorlesungsreihe steht unter dem Motto „Haftungsrisiken in der Finanzanlageberatung“; sie findet im Februar und März 2009 statt. In dieser Reihe konnten wieder ausgewiesene Experten wie beispielsweise der bekannte Anlegerschützer Heinz Gerlach, der Kredit- Sachverständige Jens Leschmann, der Finanzexperte Jürgen Schulz sowie der Kapitalmarktexperte Dr. Dirk Solte gewonnen werden.

Einladungsprospekt:

<http://www.ba-heidenheim.de/uploads/media/vorlesungsreihe-07-4.pdf>

### 7. Desktop-Sharing macht Studienberatung einfacher

Was tun, wenn bei Ausbildungsbetrieben, Interessenten und Studierenden plötzlich Fragen über das Studium auftauchen? Und zwar Fragen, die es erfordern, dass Pläne, Richtlinien, Präsentationen oder andere Dokumente gemeinsam mit der Studiengangsleitung besprochen werden müssen? Wer fährt dann zu wem hin?

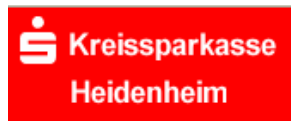
Niemand! Jeder bleibt an seinem Schreibtisch und setzt unsere Desktop-Sharing-Lösung ein. Die Besprechung läuft so ab, dass wir uns über Telefon unterhalten und wir Ihnen parallel dazu an Ihrem Bildschirm das Dokument zeigen. Technisch funktioniert das so, dass Sie von Ihrem PC aus Zugriff auf unseren Bildschirminhalt haben; alles, was wir auf unserem Bildschirm sehen (auch den Mauszeiger), sehen Sie ebenfalls auf Ihrem Bildschirm. Die Konferenz ist für Sie sicher; von Ihrem PC aus werden keine Daten außer der Zugangs-PIN übertragen - und die ändert sich bei der nächsten Konferenz.

***Wenn Sie Interesse an einer solchen Besprechung haben, dann kommen Sie bitte auf uns zu. Wir erklären Ihnen dann das - relativ einfache - Procedere.***

## Unsere Ausbildungspartner und ihre Studierenden

### 8. Kreissparkasse Heidenheim

Seit mehr als 150 Jahren ist die Kreissparkasse Heidenheim als öffentlich-rechtliches Kreditinstitut im Landkreis fest verwurzelt. Als Allfinanzdienstleister im



**Gut für den Landkreis.  
Gut für Heidenheim.**

Verbund der Sparkassen-Finanzgruppe stellt sie die Bedürfnisse und Wünsche der Kunden in den Mittelpunkt des Denkens und Handelns.

Die Kreissparkasse Heidenheim beschäftigt ca. 400 Mitarbeiter. Dabei wird ein besonderes Augenmerk auf die eigenen Nachwuchskräfte gelegt. Derzeit sind es 45 Bankauszubildende und BA-Studenten. Darunter wurde erstmals im Jahr 2007 Andreas Wild als BA-Student im Studiengang BWL-Versicherung eingestellt. Andreas Wild: "In der Finanzdienstleistungsbranche und speziell im Versicherungsvertrieb finde ich es sehr wichtig, auf dem neuesten Stand sowie praxisnah ausgebildet zu sein. Damit wird es erst möglich, nachhaltig sowie mit einer hohen Beratungsqualität unsere Kunden zu beraten und Neukunden zu akquirieren".



In den Praxisphasen lernte Wild (Bildmitte) zuerst die Theorie beim Verbundpartner Sparkassenversicherung kennen. Die praktische Anwendung folgte beim Einsatz in der SV-Geschäftsstelle in Heidenheim. Bei der Kreissparkasse lernt Wild neben dem reinen Versicherungsgeschäft die Vielschichtigkeit der Finanzberatung auch im Sparkassenbetrieb kennen - dafür bildet der BWL-Studiengang mit der Vertiefung Versicherungsvertrieb und Finanzberatung gezielt aus.

„Zusammenfassend“, so Wild, „zeigen mir die Aspekte Praxisnähe, kleine Lerngruppen, guter Kontakt zu den Dozenten sowie die hervorragende Planung für die Praxisphasen seitens der Kreissparkasse, dass ich mit diesem Studium eine gute Wahl getroffen habe“. Auch der Personalleiter, Armin Kaprano (im Bild links) sowie Ausbilderin Beate Nipp (rechts) sind überzeugt, dass der Studiengang bestens geeignet ist, qualifizierte Mitarbeiter für den Vertrieb zu entwickeln.

<http://www.ksk-heidenheim.de>

## Unsere Lehrbeauftragten

### 9. Markus Drews, Lehrbeauftragter für "Financial Consulting - Vertrieb"

"Erfolg ist nicht das Ergebnis eines Zufalls" - dieses Motto hat Markus Drews schon sehr früh von seinen Ausbildern gelernt. Und dieser Spruch dient ihm bis heute als Leitsatz - besonders für den Vertrieb in Sachen Finanzdienstleistung und Assekuranz. Gerade in dieser Branche ist der Vertrieb doch inzwischen zur Spezialisten-Disziplin geworden. "Immer wichtiger wird dabei die Ausbildung des Nachwuchses. Erstklassig ausgebildete Leute haben erstklassige berufliche Chancen. Schließlich ist bereits heute die Vertriebskapazität der Engpassfaktor der Branche. Und die Demografie macht auch vor den Vermittlern nicht halt!" so der Lehrbeauftragte für das Fach „Einführung in den Versicherungs- und Finanzvertrieb“, eines der wichtigsten Fächer überhaupt in diesem Studiengang.



Wenngleich Markus Drews (41) inzwischen mit seinem Unternehmen, der SMARTcompagnie GmbH, erfolgreich in der Managementberatung tätig ist, so hat er seine Wurzeln und seinen Erfahrungsschatz aus dem Versicherungs- und Finanzvertrieb: Ausbildung zum Versicherungskaufmann sowie Bezirksleiter bei der Debeka, Fachberater und Gruppenleiter Vertriebsunterstützung Deutsche Bank bei dbleben/Deutscher Herold, Leiter Produktmanagement und Vertriebsunterstützung Deutschland der Deutsche Bank AG, Direktor Vertrieb Finanzmakler Deutschland bei DWS Investments, Geschäftsbereichsleiter Vertriebsunterstützung Vorsorge AXA Deutschland - sämtlich Top-Adressen der deutschen Finanzwirtschaft. Schließlich hat er die Deutsche Maklerakademie aufgebaut und anfangs geleitet. Sein Unternehmen, die SMARTcompagnie GmbH, berät zahlreiche Versicherer, Banken, KAGen, Vertriebe und Pools speziell in Fragen des Vertriebs- und des Produktmanagements. Marktforschung, Training und Entwicklung von Tools für die Vertriebspraxis sind weitere Standbeine des Unternehmens.

Als Lehrbeauftragter der BA bringt Markus Drews damit die richtige Mischung aus Erfahrung, betriebswirtschaftlicher Methodik, Fachwissen und Begeisterung für den Vertrieb mit. "Die Idee dieses Studienganges finde ich gleichermaßen faszinierend wie zukunftsweisend. Deshalb trage ich sehr gerne meinen Teil zur fundierten Lehre der jungen Leute bei. Und: nächstes Jahr möchte ich den ersten BA-Studenten aus meiner Firma in Heidenheim starten lassen. Ich wünsche den jungen Leuten hier an der BA, dass sie die Chancen, die das Studium bietet, auch nutzen. Es gibt schließlich kaum Schöneres als die Arbeit im Vertrieb - wenn man das nötige Rüstzeug mitbringt".

<http://www.smartcompagnie.com>