

Newsletter "Versicherungsvertrieb und Finanzberatung" vom August 2009

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

Wir präsentieren Ihnen in diesem Newsletter:

Aus der Branche	2
1. Brancheninitiativen zur Qualität der Beratung: Tue Gutes und rede darüber!	2
2. Ralf W. Barth: Neue Beratungstechnologie	2
3. Vermittlerrecht praktisch.....	2
In eigener Sache	3
4. DHBW wird sichtbar.....	3
5. Vorlesungsreihe Vermittlerhaftung	3
Unsere Ausbildungspartner und ihre Studierenden.3	
6. Süddeutsche Krankenversicherung a.G. SDK: Qualitätsanbieter im Versicherungsmarkt	3
Unsere Lehrbeauftragten	4
7. Volker P. Andelfinger, Lehrbeauftragter für "Versicherungsverwaltungssysteme"	4
zu guter Letzt: Vertriebserfolg durch Hormone.....	4

Impressum:

<http://www.dhbw-heidenheim.de/uploads/media/nl-0908.pdf>

Redaktion:

Prof. Dr. Hans Jürgen Ott
ott@dhbw-heidenheim.de
Tel. +49 (7321) 38-1912

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

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

Duale Hochschule Baden-Württemberg Heidenheim
Studiengang BWL-Versicherung –
Versicherungsvertrieb und Finanzberatung
Schmelzofenvorstadt 33
89520 Heidenheim
Fax. +49 (7321) 38-1915

<http://www.dhbw-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

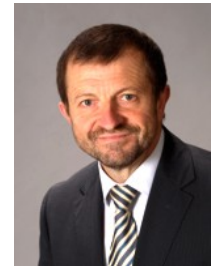
<mailto:versicherung@dhbw-heidenheim.de>

Im vorliegenden Newsletter wird der Einfachheit und Lesbarkeit halber meist die männliche Redeform benutzt. Selbstverständlich sind immer beide Geschlechter gemeint, es sei denn dies ist im Text-Zusammenhang auszuschließen.

Editorial

Begeistern!

Die Qualifikationsstrategien vieler Vertriebsunternehmen lassen sich gegenwärtig in 4 Kategorien einteilen:



1. „Wir brauchen Verkäufer und keine Berater“. Verkäufer wiederum müssen nicht besonders geschult werden und wenn, dann genügt eine firmeninterne Schulung. Oder es wird die Verkaufskompetenz nach kurzer Einführung schlichtweg vorausgesetzt. Diese Strategie verkennet, dass Kunden keinen Verkauf wollen, sondern eine Lösung für ihren individuellen Bedarf - und den kann ein reiner Verkäufer weder erkennen noch decken. Die Kunden werden jedenfalls nicht begeistert sein.

2. „Wir holen uns Hochschulabsolventen ins Haus; da wird dann schon einer im Vertrieb landen“. Diese werden vorwiegend über Stellenanzeigen in Hochschulmagazinen angesprochen. Die Strategie scheitert ebenso: Bereits Konrad Lorenz hat den Begriff der Prägung geschaffen; High Potentials, die nicht von Beginn ihres Studiums auf den Vertrieb eingeschworen werden, entwickeln nie Begeisterung dafür.

3. „Wir holen uns Abiturienten in duale Studiengänge, in deren Praxisphasen wir vertriebliche Inhalte schulen“. Auch diese Strategie scheitert: „Dual“ heißt nicht „nebeneinander“, sondern „aufeinander bezogen“; vertriebliche Inhalte müssen sich sowohl in der Praxis als auch in der Theorie gleichwertig wieder finden.

4. „Wir qualifizieren nicht, sondern holen uns qualifizierte Leute“. Einmal abgesehen davon, dass dies keine Strategie ist, sondern eine Notlösung: Solche Mitarbeiter gewinnt man nur mit Geld - vorausgesetzt, man findet sie überhaupt. Diejenigen Mitarbeiter aber, die man über Geld gewinnt, verliert man auch recht schnell über Geld.

Die einzige nachhaltige und erfolgreiche Personalstrategie für den Vertrieb ist, hochbegabte Schulabgänger für eine berufliche Zukunft im Vertrieb zu begeistern. Ja: Begeistern! Es ist schon seltsam: Gerade die Branche, die ihren Mitarbeitern in unzähligen Seminaren beibringt, wie man Kunden begeistert, tut sich schwer, junge Leute für eine Tätigkeit im Vertrieb zu begeistern - trotz der hochinteressanten, lukrativen und krisensicheren Berufsperspektiven. Und nicht nur der Branche täte dies gut, sondern insbesondere ihren Kunden.

Prof. Dr. Hans Jürgen Ott

Aus der Branche

1. Brancheninitiativen Beratungsqualität: Tue Gutes und rede darüber!

Das Image der Finanz- und Versicherungsberatung in der Bevölkerung ist wesentlich schlechter als gerechtfertigt, das belegen aktuelle Umfragen und auch die täglichen Erfahrungen im Vertrieb. Qualität durch professionelle Aus- und Weiterbildung ist hier ein wichtiger Faktor, um die Zukunft der Beratung sowohl von Agenturen als auch Maklerunternehmen zu verbessern. Doch gut sein reicht nicht aus; die Branche braucht auch eine effektive Kommunikation, die ein positiveres Image transportiert und für Aufklärung bei Kunden und Geschäftspartnern sorgt.

Um speziell bei Maklerunternehmen für Aufklärung und Information zur Finanz- und Versicherungsberatung, Nachwuchsgewinnung für den Maklerberuf und mehr Nachfrage nach Maklerberatung zu sorgen, wurde jetzt die Brancheninitiative "Traumberuf Makler - Pro Maklerberatung" ins Leben gerufen. Die Initiative ist auf breite Unterstützung angewiesen; Interessierte schicken eine kurze E-Mail mit Namen, Kontaktdaten (werden nicht veröffentlicht) sowie Webadresse an redaktion@traumberuf-makler.de, gerne mit einem Statement oder Grußwort.

Bereits seit längerer Zeit aktiv ist die Initiative "Qualität formt Zukunft". Die Gründer der Initiative, Eugen Bucher (bis 2006 MLP, seit 2007 FORMAXX AG), Jörg Jacob (ehemals AWD) und Ralf Steinmeister (früher DVAG, seit 2007 FORMAXX AG), fordern eine qualitativ hochwertige und ganzheitliche Finanzberatung, die den Kunden mit seinen individuellen Bedürfnissen und Zielen in den Mittelpunkt stellt und das gesamte Finanzspektrum von Versicherungen, Finanzierungen und Finanzanlagen abdeckt.

Bundesverbraucherministerin Ilse Aigner hat am 10. März 2009 den Startschuss für eine "Qualitätsoffensive Verbraucherfinanzen" gegeben. Das BMELV gibt im ersten Schritt den Verbrauchern eine Checkliste für ein Bankberatungsgespräch an die Hand.

Die BundesInitiative der Honorarberater wurde in unmittelbarer Folge der Qualitätsoffensive Verbraucherfinanzen im März 2009 gegründet. Ziel ist es u.a., eine besonders hohe Qualität in der Honorarberatung sicherzustellen.

<http://www.traumberuf-makler.de>

<http://www.qfz-initiative.de>

<http://www.bmelv.de>

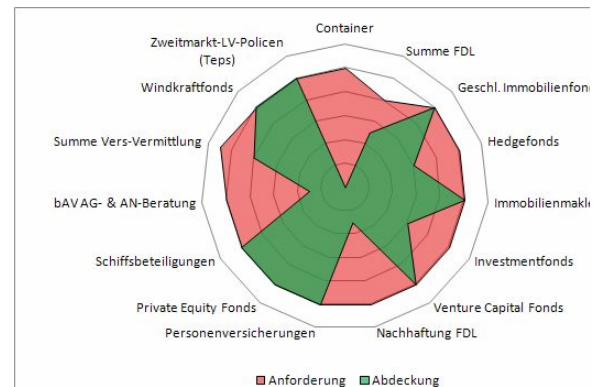
<http://honorarberatergipfel.de/die-initiative/>

2. Ralf W. Barth: Neue Beratungstechnologie

Der auf Vermögensschaden-Haftpflichtversicherung spezialisierte unabhängige Makler Ralf W. Barth hat ein Beratungs-Tool entwickelt, welches auch für ande-

re Versicherungssparten interessant sein könnte. Das Tool schlägt aufgrund typischer Risikoprofile sehr schnell adäquate Deckungskonzeptionen vor.

Zunächst wird dabei das Risikoprofil des Kunden anhand der angegebenen Daten in einem Polardiagramm graphisch abgebildet. In einem weiteren Schritt werden mögliche Tarife in die Graphik eingefügt, genauer gesagt, darüber gelegt. Der Kunde kann anhand der Graphik sofort erkennen, wie gut der vorgeschlagene Versicherungsschutz zu seinem Risiko passt.



Die Inhalte werden ganz individuell dem Verlauf der jeweiligen Beratung angepasst. Auf Knopfdruck kann der Fachberater noch weitere Graphiken zu separaten Themen generieren.

Ralf W. Barth rechnet mit einer großen Nachfrage aus der Versicherungswirtschaft und hat daher ein Joint-Venture mit einer Software-Firma gegründet.

<http://www.rwb-finanz.de>

3. Vermittlerrecht praktisch

An dieser Stelle beantwortet Rechtsanwalt Dr. Johannes Fiala, <http://www.fiala.de>, Ihre Fragen. Fragen können Sie stellen über eine E-Mail an <mailto:ott@dhw-heidenheim.de>.

„Dürfen Versicherungsberater auch vermitteln?“

Nein, denn Versicherungsberater (VB) dürfen z.B. nur bestehende Verträge untersuchen. Auch ist es dem VB gestattet, dem Kunden bei der Entscheidung zwischen mehreren Angeboten zu helfen, indem etwa wesentliche Unterschiede in den Deckungen bzw. Bedingungen herausgearbeitet werden. Schließlich darf der VB auch Deckungskonzepte und Bedingungsverbesserungen aushandeln, sowie außergerichtlich Schadensfälle bearbeiten (ähnlich einem Anwalt).

Mithin darf der VB alle Arten von Beratung und außergerichtlicher Interessenvertretung im Bereich der privaten Versicherungen erledigen. Verboten ist eine Beratung in dem Sinne, dass der VB den Kunden zu einer bestimmten Produktentscheidung "hinführt", also als Verkäufer/Vermittler agiert. Weiterhin ist die Rechtsberatung verboten, soweit es sich nicht um ein bloßes Nebengeschäft zur Versicherungs(rechts)beratung handelt. Zu denken ist beispielsweise an komplexe Fragen im Insolvenz- oder Arbeitsrecht.

In eigener Sache

4. DHBW wird sichtbar

Nach und nach wird der Übergang der Berufsakademie in die Duale Hochschule Baden-Württemberg auch optisch sichtbar. Leider lässt aber das „Tagesgeschäft“, das ja weiter gehen muss, nicht zu, dass wir sofort alle unsere Veröffentlichungen dem neuen Corporate Design anpassen. Wenn Ihnen also auffällt, dass eine Publikation noch im alten Design vorliegt, dann teilen Sie es uns bitte mit und erhöhen so den (heilsamen) Druck, auch diese Publikation anzupassen.

5. Vorlesungsreihe Vermittlerhaftung

Sie sind herzlich eingeladen, an den aktuell laufenden Vorlesungen der Reihe „Haftungsrisiken in der Krankenversicherungs-Beratung“ teilzunehmen. Bitte sprechen Sie auch interessierte Vermittler aus Ihrem privaten und beruflichen Umfeld auf diese Vorlesungsreihe an, bei der hoch qualifizierte Referenten vortragen und die Teilnahme dennoch kostenlos ist.

Bei Interesse sind wir Ihnen sehr dankbar, wenn Sie sich möglichst frühzeitig anmelden.

<http://www.dhbw-heidenheim.de/uploads/media/vorlesungsreihe-08-3.pdf>

Unsere Ausbildungspartner und ihre Studierenden

6. Süddeutsche Krankenversicherung a.G. SDK



Als Spezialist für private Kranken-, Lebens- und Unfallversicherung steht bei der SDK der Mensch im Mittelpunkt. Der Personenversicherer mit Sitz in Fellbach bei Stuttgart ist organisatorisch überwiegend auf den süddeutschen Raum ausgerichtet. Rund 540.000 Versicherte bauen beim Thema Gesundheitsvorsorge auf die SDK. Für kompetente Beratung und Hilfe sorgen etwa 700 Beschäftigte - davon rund 30 in Ausbildung. Die intensive Zusammenarbeit mit den Volksbanken und Raiffeisenbanken macht die SDK mit über 600 Millionen Euro Beitragseinnahmen zum erfolgreichsten privaten Krankenversicherer im Südwesten. Die SDK Lebensversicherung verfügt - gemessen an der Versicherungssumme - über einen Versichertenbestand von 1,3 Mrd. Euro. Seit Jahren erhalten SDK Kranken und Leben das Assekurata-Gütesiegel "Sehr gut" (A+) und sind damit ununterbrochen in der höchsten Rating-Kategorie eingestuft. Auch im erstmals durchgeführten Assekurata-Karriere-Rating für den Ausschließlichkeitsvertrieb erhielt die SDK auf Anhieb das Qualitätsurteil "Sehr gut".

Um die hohe Qualität in der Beratung zu sichern, bildet die SDK seit Oktober 2006 Studenten in Zusammenarbeit mit der Dualen Hochschule in Heidenheim im Studienschwerpunkt Versicherungsvertrieb und Finanzberatung aus. Die SDK war damit das erste Versicherungsunternehmen aus dem Raum Stuttgart, welches sich für diesen Studiengang entschied. "Wesentlichen Vorteil sehen wir dabei besonders in der stark vertriebsorientierten Ausrichtung, an der sich sowohl die Studieninhalte als auch die Ausbildung in den Praxisphasen bei der SDK orientieren", so Patricia Williger (Bild), Ausbildungsleiterin der SDK. Die Studenten werden bereits in der Ausbildung optimal auf eine spätere Tätigkeit im Vertrieb vorbereitet.



Die beiden Studenten Maximilian Held (im Bild rechts) und Andreas Lerch (links) sehen ebenfalls viele positive Aspekte. "Durch die theoretische Ausbildung an der Dualen Hochschule in Heidenheim und der praktischen Umsetzung des Gelernten in den Praxisphasen bei der SDK hatten wir die Möglichkeit, während unseres Studiums zu Spezialisten auf den Gebieten der Krankenversicherung, Unfallversicherung und der Altersvorsorge zu werden", so Maximilian Held. "Außerdem wurde es uns ermöglicht, nicht nur den Außendienst kennen zu lernen, sondern auch im Innendienst aktiv mitzuarbeiten. Diese Einblicke stellen einen unbezahlbaren Vorteil in der späteren Arbeit im Außendienst dar", führt Andreas Lerch weiter aus. Beide Studenten sind sich einig: "Wir haben es nicht eine Minute bereut, uns für ein Studium bei der SDK und der DHBW in Heidenheim entschieden zu haben."



"Auch das durchweg positive Feedback unserer Außendienstmitarbeiter und Kunden über die Qualität der Ausbildung und die dadurch erlangten Kompetenzen der Studenten, bringt uns zu der Überzeugung, mit dem Studiengang Versicherungsvertrieb und Finanzberatung den richtigen Weg eingeschlagen zu haben" sagt Jürgen Brandelik, Personalleiter der SDK. Im Oktober 2009 beginnen wieder zwei Studenten der SDK ihr Studium an der Dualen Hochschule in Heidenheim.

<http://www.sdk.de>

Unsere Lehrbeauftragten

7. Volker P. Andelfinger, Lehrbeauftragter für "Versicherungsverwaltungssysteme"



Volker P. Andelfinger ist freiberuflicher Unternehmensberater. Der gelernte Versicherungskaufmann hat die klassischen Stationen Betrieb, Schaden und Vertrieb in fast 30 Jahren Berufsleben bei Nordstern, TRANS und R+V Allgemeine Versicherung AG durchlaufen. Die Jahre bei

R+V waren geprägt von Vertriebstätigkeiten im Außendienst und über 15 Jahren konzeptioneller und strategischer Tätigkeit im Vertriebsressort des Direktionsbetriebes und der Vertriebsdirektion Makler. Schwerpunkte bilden die EDV-Unterstützung und Geschäftsprozesse in diesem dynamischen Vertriebsweg.

Immer wieder neue Konzepte für die Zusammenarbeit mit den Volks- und Raiffeisenbanken führten dazu, dass die R+V Andelfinger in die Direktion versetzt hat. "Das Ziel war, die Praxiserfahrungen in die Vertriebsunterstützung und damit in Konzepte für Bezahlungssysteme, Aus- und Weiterbildung der Spezialisten im Firmengeschäft, in die Produktentwicklung und schließlich in die IT-Unterstützung einfließen zu lassen". Als sehr technikaffiner Mensch war für den Harley-Fahrer der Weg klar: "Auf Dauer konzentrierte ich mich immer stärker auf die Konzeption und Entwicklung von Software, zunächst für das Firmengeschäft, später bis Ende 2008 für das Maklergeschäft".

In Zusammenarbeit mit der IT entstanden so spezielle Software-Anwendungen für das komplizierte Firmengeschäft und dabei - zusammen mit einem externen Partner - eine Anwendung, die den kompletten Haftpflicht-Tarif abbildete. Dabei ging es nicht nur um die Tarifierung, sondern die Anwendungen beinhalteten u.a. Druckmöglichkeiten und Wissensdatenbanken, waren also geeignet, den Anwender rundum zu unterstützen.

"Im Management von Vertriebsprozessen ist immer etwas los, die Anforderungen sind hoch und bunt, die Geschäftsprozesse bieten noch erhebliches Potenzial". Dies versucht er auch, den Studenten nahe zu bringen; er will bei ihnen das Bewusstsein schärfen, dass Vertriebsunternehmen - ob Makler oder Agenturen - nur eine Zukunft haben, wenn sie ihre Prozesse optimieren und schlank halten - und dabei insbesondere die Zusammenarbeit mit Produktgebern. "Meine Erfahrungen möchte ich auch denen zugänglich machen, die noch am Anfang stehen, z.B. den Studenten hier in Heidenheim. Ich freue mich auf die nächsten Vorlesungen, auf rege Diskussionen und viele Fragen"

Seit Januar 2009 ist Volker P. Andelfinger selbstständig. Er arbeitet in Projekten u.a. mit der deutschen-versicherungsboerse.de zusammen, wo jedes Jahr ein neues Makler-Audit entsteht. Hier steht die technische und organisatorische Zusammenarbeit zwischen Versicherer und Makler im Fokus. Aus der Maklerbefragung werden umfangreiche Studien erstellt, die den Versicherern helfen sollen, die Zusammenarbeit mit den Maklern zu optimieren, die Prozesse auf deren Belange auszurichten. In dieselbe Richtung geht die Arbeit des Berliner Arbeitskreis Maklerprozesse. Dort wurden die Geschäftsprozesse in den Maklerbüros mit einer technischen Beschreibungssprache dargestellt, die wiederum themenbezogen in Workshops mit Versicherern zur Verbesserung der firmenübergreifenden Geschäftsprozesse beitragen.

Weitere Projekte, die die IT-Integration VU-Makler deutlich vorantreiben sollen, werden mit MORGEN&MORGEN durchgeführt. Und diese IT-Integration ist auch der Tenor des Buches, das er derzeit zusammen mit Prof. Dr. Ott und Prof. Hänisch vorbereitet: "Das Maklerverwaltungsprogramm der Zukunft".

Ist da noch Platz für Hobbies? "Die nehme ich mir. Das muss sein". Motorrad, sehr viel Sport, Fotografieren und Reisen stehen dabei an erster Stelle.

zu guter Letzt: Vertriebs Erfolg durch Hormone

In unserer letzten Ausgabe berichteten wir über die vertrauensbildende Wirkung des Hormons Oxytocin. Jetzt ist sogar ein Oxytocin-haltiges Körperspray (Liquid Trust) auf den Markt gekommen - und die Anwender sind voll des Lobes. Ist damit ein neues Zeitalter der Beeinflussung von Menschen angebrochen: Nicht über psychologische Mechanismen, sondern ohne Umwege und direkt durch externe Zuführung von Hormonen? Müssen der Vertrieb, die Vertriebs- und Verkaufstrainer sowie die gesamte Vertriebswissenschaft umdenken?

Liquid Trust - Oxytocin 7,5 ml.

[PPULS01]



Bewertungen



Das ist das beste Produkt, was ich jemals ausprobiert habe. ...

★★★★★

<http://www.verolabs.com>