Plattform AO – Ein Forum des VGA

Die Baloise Deutschland in Bad Homburg war am 12. Juni Gastgeberin der diesjährigen Ausgabe der Veranstaltungsreihe *Plattform AO – Ein Forum des VGA* des Bundesverbandes der Assekuranzführungskräfte. Für das Haus begrüßte **Thomas Winkenbach**, Leiter des Exklusivvertriebs, die zahlreichen Teilnehmer der Veranstaltung. Es sei sehr gut, dass man auch bei dieser Veranstaltung des VGA einen offenen Austausch pflege, wozu es ja darüber hinaus nicht so viele Möglichkeiten gebe. **René Pech**, der Leiter der Veranstaltungsreihe, führte in die Tagung ein und unterstrich den besonderen Stellenwert dieses Forums für den Verband.



Thomas Winkenbach

Markus Eppenstein, Leiter Vergütung und Vertrag, hielt den ersten Vortrag zum Thema *BarmeniaGothaer: Chancen und Herausforderungen für zwei bedeutende AO-Vertriebe* und berichtete sozusagen aus dem Maschinenraum des frisch fusionierten Versicherers. Noch gebe es bis zum Ende des Jahres 10 Regionaldirektionen der Gothaer und 27 Vertriebszentren der Barmenia parallel in der Ausschließlichkeit. Man habe das Ziel, ab dem nächsten Jahr einen gemeinsamen ertragsstarken Exklusivvertrieb gebildet zu haben mit einer starken Vertriebs- und Führungskultur, mit unternehmerisch agierenden Agenturen, die der Dreh- und Angelpunkt der Beziehungen zu den Privat- und KMU-Kunden sind. Dazu müsse man nicht nur zusammenwachsen und eine Vertriebs- und Betreuungsstruktur aufbauen, sondern auch eine Vergütungsstruktur. Nicht verwunderlich war, dass deutlich wurde, dass es durchaus Diskrepanzen zwischen der aktuellen Story und der Realität gibt.



Thomas Winkenbach, Axel Schwartz, Oliver Mathais, René Pech

Axel Schwartz, neben **René Pech** und VGA-Verbandsdirektor **Oliver Mathais** Mitglied des Orga-Teams von Plattform AO, kündigte dann **Jacqueline Schüttler**, Bereichsleiterin Akademie der ERGO Group AG, an, die zum Thema *Modernes Recruiting in der AO – Herausforderungen und Lösungsansätze* sprach. Sie berichtete, dass es heute darum gehe, nicht nur zu recruiten, sondern auch onzuboarden. Hierbei müsse man um jeden einzelnen kämpfen; die größte Herausforderung seien die Änderungen im Mindset. Es sei so, dass man 40 Prozent der Branchenfremden, die in der AO anfingen, im ersten Jahr wieder verliere. Wenngleich der Recruiting-Prozess nunmehr zentral durchgeführt werde, träfen die Leiter der Regionaldirektionen die finalen Entscheidungen.



Axel Schwartz

Gastgeber **Thomas Winkenbach** beschäftigte sich in seinem Vortrag mit der *Ausschließlichkeit* seines Unternehmens *im Umfeld hoher Markttransparenz und verändertem Kundenverhalten*. Dabei rief er eingangs in Erinnerung, dass die Ausschließlichkeitsorganisation der Baloise ihre Ursprünge in vier Vertrieben hat, nämlich der Basler, der Securitas, dem Deutschen Ring und bei Zeus. Wichtig sei es, dass sich der traditionelle, stationäre Vertrieb den geänderten Rahmenbedingungen anpassen und durch weitere Beratungskapazitäten ergänzt werden müsste. Dem versuche man im Unternehmen mit der Umsetzung von vier Fokusthemen gerecht zu werden, der Fokussierung bei Produkten, in der Betreuung und in den Fachthemen.

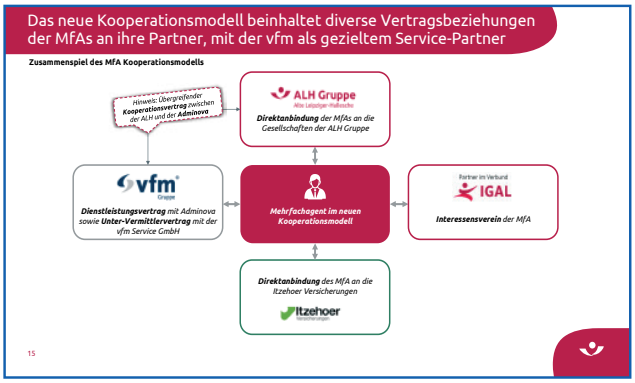
Darüber hinaus spiele die Organisationsentwicklung und der damit verbundene Ausbau eine wichtige Rolle. Weiterhin kümmere man



Dirk Hergesell

sich um das Leadmanagement und die Unterstützung durch das Vertriebs- und Beratungscenter (VBC), so **Winkenbach**.

Schließlich gab **Dirk Hergesell**, Leiter Vertriebsorganisation und -entwicklung der ALH Gruppe, einen *Erfahrungsbericht* aus seinem Haus, in dem man *vom AO- zum MfA-Modell* gewechselt sei. Hintergrund sei gewesen, dass man dem Vertriebsweg AO nicht mehr gerecht geworden sei; die Kultur für die AO sei nicht da gewesen. So habe man sich mit verschiedenen Optionen beschäftigt und nach einem langen Prozess die Entscheidung getroffen, die Ausschließlichkeitsbindung aufzuheben und die Empfehlung auszusprechen, mit vfm im Mehrfachagenturstatus in Form einer Kooperation zusammenzuarbeiten.



VGA-Forum Zukunft. Digitalisierung. Führung

Am 06. November fand in Wuppertal im Hause der BarmeniaGothaer die diesjährige dritte Ausgabe des Forums *Zukunft. Digitalisierung. Führung* des Bundesverbandes der Assekuranzführungskräfte (VGA) unter Leitung von VGA-Vizepräsident **Klaus Woschei** statt. Mit diesem Format bietet der Verband Entscheidern von Versicherungsunternehmen im Bereich Digitalisierung eine Plattform, auf der aktuelle Fragen bei der Umsetzung von Digitalisierungsstrategien behandelt werden und ein Austausch auf hohem fachlichen Niveau gewährleistet ist. Zielsetzung des Forums, bei dem Praxisfragen auf Augenhöhe diskutiert werden, ist es, dass jeder Teilnehmer aus den Meetings sofort umsetzbare Erkenntnisse in sein Unternehmen mit nimmt.



Gastgeber der Veranstaltung waren **Klaus Woschei** und **Christoph Moll** von der BarmeniaGothaer, für die **Gregor Mandt**, Inhaber von RSR Mindworks, gewonnen werden konnte, der den Teilnehmern zu Beginn einen fundierten Impuls zum Thema Embedded Insurance gab. An der Veranstaltung nahmen außerdem Kolleginnen und Kollegen aus den Häusern Debeka, DEVK, Concordia, DMB Rechtsschutz, HDI, Helvetia, HUK-COBURG, Provinzial, Versicherungskammer Bayern sowie Verbandsdirektor **Oliver Mathais** teil.

BWV UND VGA

Weiterbildungsumfrage2025:
Weiterbildung mit System
Versicherer setzen auf strategische Bildungsplanung

Ungebrochen hohes Engagement für Weiterbildung in der Versicherungswirtschaft

Rund 90 Prozent der Innendienst-Mitarbeitenden in der Versicherungswirtschaft haben in 2024 von Weiterbildungsangeboten Gebrauch gemacht und dafür, wie schon im Vorjahr, im Mittel jeweils 3,1 Kalendertage investiert. Die Unternehmen gehen mit Weiterbildung planvoll um – Bildungscontrolling und Fördermaßnahmen richten sich nach der jeweiligen Unternehmensstrategie.

Lebenslanges Lernen ist das Motto, zielgerichtete Weiterbildung die Praxis, zeigt die aktuelle Weiterbildungsumfrage von Arbeitgeberverband der Versicherungsunternehmen in Deutschland (AGV) und Berufsbildungswerk der Deutschen Versicherungswirtschaft (BWV). 95 Prozent der befragten Unternehmen arbeiten mit Bildungscontrolling als Instrument zur Steuerung und Überprüfung ihrer Weiterbildungsaktivitäten. Die individuellen Weiterbildungsbedarfe werden im direkten Gespräch mit den Mitarbeitenden bzw. durch Befragung der Führungskräfte ermittelt (93 Prozent bzw. 86 Prozent der Angaben*). Aber auch Kund:innenfeedbacks und Kund:innenzufriedensheitsumfragen (56 Prozent der Angaben*) sind Anhaltspunkte, um Weiterbildungsbedarfe zu identifizieren.

Die für Weiterbildung geplanten Ausgaben in den Unternehmen orientieren sich stark an den strategischen Zielen (74 Prozent der Angaben*) bzw. abteilungsspezifischen und gesetzlichen Anforderungen (67 Prozent bzw. 63 Prozent der Angaben*). Bei der Auswahl von Weiterbildungsmaßnahmen stützen sich die Unternehmen, mit unterschiedlicher Gewichtung, vor allem auf drei zentrale Kriterien: auf die Ergebnisse einer Kosten-Nutzen-Analyse, auf die Passgenauigkeit zu den identifizierten Kompetenzlücken und auf den Grad der Übereinstimmung mit den Unternehmenszielen (jeweils 100 Prozent der Angaben*). In puncto Durchführung und Gestaltung stehen solche Maßnahmen besonders hoch im Kurs, die flexibel anpassbar und in den Arbeitsalltag integrierbar sind.

„Ein wirksames Controlling bildet die Grundlage für bedarfsgerechte und passgenaue Weiterbildung in den Unternehmen. Harte Fakten sind dabei das eine, doch ebenso unverzichtbar ist der Blick auf den einzelnen Mitarbeiter bzw. die Mitarbeiterin und genau darauf legt die Versicherungswirtschaft Wert", erklärt **Wolfgang Roth**, Mitglied der Geschäftsleitung im BWV Bildungsverband. Dementsprechend sind individuelle Regelungen mit den Mitarbeitenden (86 Prozent der Angaben) und Karriereentwicklungs-pläne (58 Prozent der Angaben*) Grundlage für die Förderung von Weiterbildungs-abschlüssen.

Die finanziellen Kosten für Abschlüsse werden vollständig oder zumindest teilweise von den Unternehmen übernommen (100 Prozent