

# Kreativität



## KUNDEN ORIENTIERUNG

Von Da Vinci  
bis Steve Jobs

Kunden finden  
und binden

Urlaub ohne  
Unterbrechung

# FLOTTE FLITZER



Seit Juli 2024 steht Ihnen in Elvis.one (Startseite) unser exklusives Leasingportal zur Verfügung. Hier können Sie Neufahrzeuge zu Vorzugskonditionen leasen und eine neue mobile Welt entdecken. Die Angebote auf der Website werden sukzessive erweitert und unterliegen einem ständigen Wandel. Sollte das passende Mobil nicht dabei sein, können Sie Ihr Wunschfahrzeug ganz einfach anfragen. Sie erhalten zeitnah eine entsprechende Rückmeldung.

**KLEINE BESONDERHEIT:**

Jeweils zum Quartalsende werden die Leasingverträge und damit auch unsere Angebote überarbeitet. Da sich Herstellerkonditionen oder auch Restwerte und Zinssätze ändern nimmt dies einige Zeit in Anspruch. Während dieser Überprüfung finden Sie keine Autos im Portal.



**HIER GEHT'S  
ZUR WEBSITE.**

[pma:]

# Liebe Leserinnen und Leser,

„Kreativität ist Intelligenz, die Spaß hat.“ – Dieser Gedanke von Albert Einstein fasst treffend zusammen, worum es in dieser Ausgabe geht: es geht um kreatives Denken, es geht um Lösungen und darum, diese auf eine Art und Weise zu präsentieren, die Sie begeistert. Kreativität und Kundenorientierung sind damit nicht nur die zentralen Säulen dieser Ausgabe, sondern auch die treibende Kraft hinter dem, was und wie wir etwas tun.

Doch wie entfaltet sich eigentlich unsere Kreativität? Kann man Sie füttern, befeuern oder trainieren? In dieser Ausgabe finden Sie es heraus. Unser Gehirn besitzt z.B. die erstaunliche Fähigkeit, seine Struktur und Funktion im Laufe des Lebens zu verändern (man nennt das Neuroplastizität). Ebenso verbraucht es rund 20 Prozent der Energie, die unserem Körper zu Verfügung stehen, weshalb u.a. Zink, Aminosäuren und Antioxidantien wichtige Nährstoffe (neudeutsch: Brainfood) sind, die für die Aufrechterhaltung einer optimalen Leistungsfähigkeit notwendig sind.

Um wirklich erfolgreich zu sein, reicht Kreativität aber allein nicht aus. Wir müssen die Bedürfnisse unserer Kunden verstehen und darauf eingehen. Nicht zu vergessen die Tatsache, dass es fünf bis zwanzig Mal mehr kostet, einen neuen Kunden zu gewinnen, als einen bestehenden zu halten (mehr Fakten zu Kreativität und Kundenorientierung auf S. 66-68).

In diesem Zusammenhang betrachten wir das Zusammenspiel von Strategie und Kreativität und widmen uns der Frage, wie Sie als Makler langfristig Kunden finden und binden können. Und da wir als Unternehmen ständig nach innovativen Wegen zur Verbesserung unseres Service-Ökosystems sind, zeigt unsere jüngste Entwicklung, wie die Nutzung von Daten und künstlicher Intelligenz nicht nur Vertriebsprozesse vereinfacht, sondern auch wertvolle Wettbewerbsvorteile schafft.

Daten spielen aber nicht nur im Rahmen der Vertriebsunterstützung eine Rolle. Sie sind der primäre Schlüssel dafür, die Wünsche und Bedürfnisse unserer Kunden besser zu verstehen und maßgeschneiderte Lösungen zu finden. Vor diesem Hintergrund freuen wir uns sehr, Ihnen unseren neuen Data Scientist(en) Fabien Kameta vorstellen zu können. Seit kurzem ist er dafür verantwortlich, mit seinen Analysen die Grundlagen für die Entwicklung neuer Angebote zu schaffen, Vertriebschancen zu identifizieren und Verkaufsstrategien zu entwickeln.

Den richtigen Weg in Sachen bAV finden wir aber auch – oder besser noch Sie. Da für einige von Ihnen die betriebliche Altersvorsorge einem undurchdringlichen und unübersichtlichen Dschungel gleicht, stellen wir Ihnen einen erfahrenen Kollegen (Uwe Löffeld) zur Seite, der Schritt für Schritt dabei hilft, dieses unwegsame Gelände zu meistern.

Hürden ganz anderer Art, so etwa die telefonische Erreichbarkeit während eines Termines, während man krank im Bett oder ganz entspannt in der Sonne liegt, lösen wir auch. Ab sofort können Sie nämlich Ihr Telefon auf eine andere Rufnummer umstellen, wenn Sie nicht erreichbar sind – oder sein wollen (mehr dazu auf Seite 80-81).

Zum Thema Sonne fallen uns aber noch ein paar andere Dinge ein. So etwa die Frage nach besonderen Eissorten oder dem Umgang mit dem Sommerloch. Und natürlich haben wir auch hier keine Kosten und Mühen gescheut und fleißig Eisdielen und Eissorten sowie einen E-Mail-Marketing-Ansatz recherchiert, der dabei hilft, Kunden auch in der ruhigeren Jahreszeit zielgerichtet anzusprechen. Sie wollen Ihre Kunden im Urlaub nicht stören, hätten aber nichts dagegen, Neue zu finden? Dann schauen Sie doch einmal in unsere Checkliste für Makler-homepages. Hier gibt es noch jede Menge Potenzial, aber auch ein paar Risiken, die es zu beachten gilt.

Beachtenswert sind aber vor allem Ihre ganz persönlichen Kundenerfahrungen. Denn genau diese machen unseren turbulenten Alltag und unseren Beruf so spannend und herausfordernd zugleich. Daher fragen wir Sie: Welche kreativen Lösungen haben Sie gefunden, die einen/Ihre Kunden beeindruckt hat/haben? In unserer neuen Best-Practice-Serie haben Sie die Möglichkeit, Ihre Erfahrungen mit uns zu teilen. (Schreiben Sie an [partnermagazin@pma.de](mailto:partnermagazin@pma.de)).

Bis dahin lassen Sie sich gern von den folgenden Seiten inspirieren und entdecken Sie das Potenzial, das in kreativen Ideen und einem kundenorientierten Ansatz steckt.



Ihr Dr. Bernward Maasjost

## [ Schwerpunkt: Kreativität & Kundenorientierung ]

---

- 6** Zwei Tage. Ein Fokus: IHR ERFOLG! \_[pma:]
- 8** Kundenorientierte und konzeptionelle Beratungsleistung \_[pma:]
- 10** Von Da Vinci bis Steve Jobs: \_[pma:]
- 12** Daten enthüllen Kundenwünsche \_[pma:]
- 14** Von der Blockade zur Brillanz \_[pma:]
- 16** Zahlen, Daten, Fakten – Kreativität & Kundenorientierung \_[pma:]
- 18** Kreativität entfesseln \_[pma:]
- 22** Der Mann für alle b AV-Fälle \_[pma:] Team Gesundheit und Vorsorge
- 26** Denksport deluxe \_[pma:]
- 30** Boost Your Brain \_[pma:]
- 34** Heiss auf Eis! \_[pma:]
- 38** Ein Muss für moderne Makler: Das Kundenportal \_[pma:] Vertriebstechnik

## [ Lebensversicherung ]

---

- 52** Wie Sie aus der BU für Ihre Kunden das beste herausholen... \_[pma:] Team Gesundheit und Vorsorge
- 54** Canada Life feiert und beschenkt Kundinnen und Kunden \_[pma:] Canada Life
- 56** Aller Anfang ist leicht – mit der Dialog BU \_[pma:] Dialog
- 58** Weil "immer funktionieren" nicht immer funktioniert \_[pma:] Allianz
- 60** Nürnberger Kindervorsorge: flexibel für die Zukunft absichern \_[pma:] Nürnberger
- 61** Die neue Fondsrente "JustInvest" von AXA! \_[pma:] AXA

## [ Editorial ]

---

- 04** Inhaltsverzeichnis
- 96** Impressum

## [ Sachversicherung ]

---

- 46** Darum ist die Alte Leipziger #Gewerbeversicherer \_[pma:] Alte Leipziger
- 48** Kravag für alle \_[pma:] Kravag
- 50** Kundenzufriedenheit auf vier Pfoten \_[pma:] Team Sach

## [ Vertrieb ]

---

- 62** ELVIS.REDesign: Logbuch-Eintrag: Sternzeit 2024.08 \_[pma:] Vertriebstechnik
- 64** Unsere Mitarbeiter über uns \_[pma:]
- 66** Kunden finden und binden \_[pma:]
- 69** VOLKSWOHL BUND-Service vor Ort: „Wir bleiben in den Regionen“ \_[pma:] VOLKSWOHL BUND
- 70** Weil wir alle nur das Beste verdienen \_[pma:]
- 72** Vom Glücksbringer mit der kostenlosen Versorgungsanalyse bis zur ausgelagerten Versicherungsabteilung \_[pma:] Klaus Bode, Geschäftsführer der \_[pma:] Assekuranzmakler GmbH
- 74** Die ultimative Checkliste für Makler-Homepages \_[pma:]
- 77** Umsatz wird einfach \_[pma:]
- 78** Vertriebstage im Herbst \_[pma:]
- 80** Urlaub ohne Unterbrechung \_[pma:]

## [ Kapitalanlagen ]

---

- 82** Von Zweifel zu Zuversicht, der Weg zu Financial Wellness \_[pma:] Team Vermögen
- 84** Konzept vor Produkt und ein Schritt nach dem anderen – Die BPS ETFplus-Strategie \_[pma:] BPS Fondsvermögensverwaltung
- 88** Sicherheit und Rendite dank Pflegeimmobilien \_[pma:] Team Vermögen

## [ pma:panorama ]

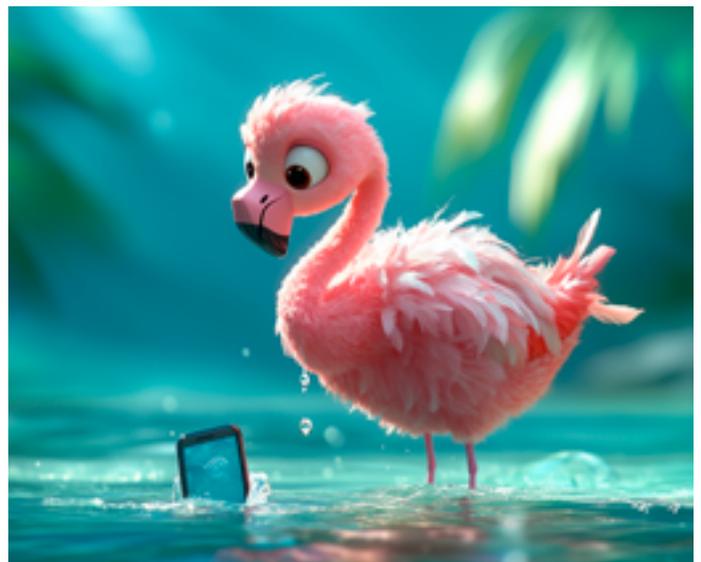
---

- 39** Kraftplatz mit Aussicht – BERGKRISTALL – mein Resort im Allgäu [\\_www.bergkristall.de](http://www.bergkristall.de)
- 42** Mentale Gesundheit und Kundenservice... [\\_\[pma:\]](#)
- 44** Der Sommer für alle: Wie das Sommerloch zur strategischen Stärke im E-Mail-Marketing wird [\\_CleverReach](#)

## [ Krankenversicherung ]

---

- 92** Zurück auf Los (und in die GKV)? [\\_\[pma:\] Team](#) Gesundheit und Vorsorge
- 94** Gut versichert und entspannt in die Zukunft sehen [\\_Barmenia](#)



[Schwerpunkt: Kreativität & Kundenorientierung]

# Zwei Tage. Ein Fokus:

## Tag I: Messe & Mission

06. Februar 2025

Messe und Congress Centrum Halle Münsterland

11:00 Uhr bis 18:00 Uhr\* Messe und Miteinander  
19:00 Uhr Grill und Gespräche

**Mehr Messezeit. Mehr Austausch. Mehr Innovationen.**

\*inkl. Eintreffen, Begrüßung, Mittagessen [pma.] Programm

## Kreativ & Kundenorientiert:

# IHR ERFOLG!

## SAVE THE DATES

06. + 07.  
Februar  
2025

- **Mehr Zeit für das Wesentliche:** Zwei „halbe“ Tage, die mehr bieten als ein ganzer.
- **Effiziente Planung:** angenehme Anreise, kein Feierabendverkehr, und das Wochenende gehört Ihnen.
- **Flexibilität:** Messezeit und Weiterbildung auf zwei Tage verteilt – damit Sie sich nicht entscheiden müssen.

## Tag II: Weiter geht's mit Weiterbildung

07. Februar 2025

### Hotel Münster Kongresscenter

09:00 Uhr – 13:30 Uhr Workshops und Weiterbildung  
13:30 Uhr Lunch2gether oder Lunch2Go

**Kompakt. Informativ. Effizient.**

[pma:]

Unsere Jahresauftakttagung 2025



MIT  
DER DIN 77230  
SICHERHEIT GEBEN  
UND VERTRAUEN  
ERHALTEN.

## KUNDENORIENTIERTE UND KONZEPTIONELLE BERATUNGSLEISTUNG

Es ist kein Geheimnis – auch heute noch genießt die Finanzdienstleistungsbranche nicht den besten Ruf bei Verbrauchern. Seit 2007 werden regelmäßig im Auftrag des Deutschen Beamtenbundes Umfragen zum Ansehen verschiedener Berufsgruppen durchgeführt. Den letzten Platz haben durchweg die Versicherungsvertreter inne. Das ist auch das Ergebnis der aktuellen Forsa-Umfrage. Doch warum ist das so und was können wir dagegen tun? Das fragten wir unseren Geschäftsführer Dr. Bernward Maasjost und trafen ihn zum Gespräch.

**[partner:]** Woody Allen scherzte in einem seiner Filme „Es gibt Schlimmeres als den Tod. Wer schon einmal einen Abend mit einem Versicherungsvertreter verbracht hat, weiß was ich meine“, und hatte die Lacher auf seiner Seite. Deutlicher kann der Ansehensverlust einer Berufsgruppe nicht gemacht werden. Woran liegt das Ihrer Meinung nach?

**[Maasjost]** Wenn es um die Verunglimpfung einer ganzen Berufsgruppe geht, hilft uns der Hinweis auf unseren Status als Makler und damit als Interessenvertreter des Kunden nicht wirklich weiter als Makler.

Wir müssen uns diesem Thema stellen und durch gute und nachvollziehbare Arbeit das Vertrauen der Kunden und der Öffentlichkeit gewinnen. Die Fehler der Vergangenheit zu beklagen, das Vorurteil nicht anzugehen, ist keine Lösung. Jammern hilft hier nicht weiter, sondern aktives Handeln und gute Arbeit schon.

Pflicht- und Verantwortungsbewusstsein, Zuverlässigkeit und Kompetenz sind Eigenschaften, welche in der öffentlichen Wahrnehmung eher Feuerwehrmännern, Krankenpflegern und Polizisten zugeschrieben werden.

**[partner:]** Wie könnte dem entgegen gewirkt werden?

**[Maasjost]** Entgegenwirken können wir dadurch, dass wir unseren Kunden klar machen, dass wir seine Interessen vertreten, dass wir verpflichtet sind und das auch gegebenenfalls nachweisen müssen, die Kundeninteressen und nicht die Versichererinteressen zu vertreten. Selbstverständlich ist auch gute und transparente, für unsere Kunden nachvollziehbare und bedarfsgerechte Beratung notwendig.

Für die Stärkung dieses Vertrauens hilft die „Basis-Finanzanalyse für Privathaushalte“, die DIN-77230. Diese Norm definiert einen einheitlichen und transparenten Rahmen zur Durchführung einer objektiven und unabhängigen Finanzanalyse für Privathaushalte. Sie stellt sicher, dass die Beratung auf nachprüfbar und nachvollziehbaren Kriterien basiert, was das Vertrauen der Kunden in die Empfehlungen eines entsprechend zertifizierten Maklers stärkt.

**[partner:]** Also nimmt der Makler mit der Analyse Maß und sorgt für maßgeschneiderte Lösungen?

**[Maasjost]** Sozusagen. Das Ergebnis der objektiven Finanzanalyse sind ausschließlich am individuellen Bedarf des Kunden ausgerichtete Empfehlungen. Diese haben Dank DIN-Standard zudem immer auch die Gewissheit, dass das Ergebnis einer jeden Analyse stets vergleichbar ist – ganz egal, welcher Berater die Analyse vorgenommen hat.

**[partner:]** Was empfehlen Sie Versicherungsmaklern, um das Vertrauen in unsere Branche zu stärken?

**[Maasjost]** Verbraucher wollen sicher sein, dass Sie die oder der Richtige für ihre ganzheitliche Finanzanalyse und -beratung sind. Das Know-how eines Versicherungsmaklers ist genauso wichtig, wie der Rat eines Arztes oder Rechtsanwaltes. Geben Sie ihnen diese Sicherheit als „Spezialist für private Finanzanalyse | DIN 77230“ oder anders:

**Mit der konsequenten Anwendung der DIN 77230 können Makler langfristig das Vertrauen der Kunden gewinnen und so das Ansehen der gesamten Branche verbessern. In einer solchen Zukunft verliert sogar ein humorvoller Seitenhieb wie der von Woody Allen seinen Bezug zur Realität.**

# DIE VORTEILE VON DIN-NORMEN

## AUCH – UND GANZ BESONDERS – IN RAHMEN DER FINANZDIENSTLEISTUNG

- 1. Qualitätssicherung:** DIN-Normen setzen verbindliche Standards, die sicherstellen, dass Produkte und Dienstleistungen eine gleichbleibend hohe Qualität aufweisen. Das schafft Vertrauen bei den Kunden und Nutzern.
- 2. Sicherheit:** Durch die Einhaltung von DIN-Normen werden Sicherheitsstandards gewährleistet, die Risiken für Menschen und Umwelt minimieren.
- 3. Marktzugang und Wettbewerbsvorteil:** Produkte und Dienstleistungen, die den DIN-Normen entsprechen, werden oft bevorzugt. Dies kann den Marktzugang erleichtern und Wettbewerbsvorteile verschaffen.
- 4. Innovation:** Während Normen oft als konservativ angesehen werden, können sie auch *Innovationen* fördern, indem sie klare Anforderungen für neue Technologien und Prozesse definieren, die den Weg für die Einführung neuer Produkte und Dienstleistungen ebnen.

Apropos innovativ. Wussten Sie das (potenzielle) Kunden ihre finanzielle Situation erfassen und bewerten (lassen) können? Das Ganze sogar eigenständig und DIN-konform auf [www.dinalyse.de](http://www.dinalyse.de).

- 5. Verbraucherschutz:** Durch die Festlegung von Mindestanforderungen tragen DIN-Normen dazu bei, die Interessen und die Sicherheit der Verbraucher zu schützen.

[pma:]

# Von Da Vinci bis Steve Jobs:



**KREATIVITÄT  
KENNT KEINE  
GRENZEN**

Was passiert, wenn wir aus dem Alltag ausbrechen und unserer Kreativität freien Lauf lassen? Welche Potenziale können entfesselt werden, wenn unsere Gedanken frei sind und wir nicht ständig alles zerdenken? Die Möglichkeiten wären grenzenlos. So war es zumindest bei einigen kreativen Genies unserer Geschichte, deren Persönlichkeiten sich nicht nur durch außergewöhnliche Fähigkeiten und Ideen auszeichneten, sondern auch durch einzigartige Methoden, die ihnen zum Erfolg verhalfen.

## Leonardo da Vinci: Das Universalgenie

Leonardo da Vinci, den meisten wohl durch seine „Mona Lisa“ bekannt, war ein echtes Multitalent. Seine Interessen und Fähigkeiten umfassten Malerei, Bildhauerei, Architektur, Wissenschaft, Mathematik und Ingenieurwesen. Sein unstillbarer Wissensdurst und seine Fähigkeit, scheinbar unzusammenhängende Disziplinen miteinander zu verbinden, machten ihn nicht nur zu einem kreativen, sondern auch zu einem visionären Menschen. Seine Beobachtungen, Ideen und Erfindungen hielt er in Tagebüchern fest, so dass heute sogar Entwürfe für damals innovative Maschinen erhalten sind.

## Nikola Tesla: Der Visionär der Elektrizität

Nikola Tesla, ein Erfinder und Ingenieur des späten 19. und frühen 20. Jahrhunderts, war ein Pionier auf dem Gebiet der Elektrotechnik und drahtlosen Kommunikation. Teslas Kreativität fußte auf seiner Methodik, sich tief in die wissenschaftlichen Prinzipien zu vertiefen und dann radikale, oft revolutionäre Konzepte zu entwickeln. Bekannt war er für seine Fähigkeit, komplexe Apparaturen und Systeme zunächst im Geiste zu visualisieren und zu testen, bevor er sie schließlich in physische Modelle verwandelte. Seine Erfindungen, so etwa das Wechselstromsystem oder auch die Tesla-Spule, haben die moderne Welt maßgeblich beeinflusst und die Grundlage für viele heutige Technologien geschaffen. Kein Wunder also, dass heute eine Elektroautomarke existiert, die seinen kreativen Namen trägt.

## Hedy Lamarr: Die Erfinderin des Frequenzsprungverfahrens

Sie war nicht nur eine gefeierte Hollywood-Schauspielerin, sondern auch eine brillante Erfinderin. Während des Zweiten Weltkriegs entwickelte sie gemeinsam mit dem Komponisten George Antheil eine Technik, die als Frequenzsprungverfahren bekannt ist. Diese Technologie, die ursprünglich für die sichere Kommunikation bei Torpedos gedacht war, legte den Grundstein für heutige drahtlose Kommunikationstechnologien wie WLAN und Bluetooth. Ihre Kreationen verdanken wir u.a. ihrer Arbeit in der Unterhaltungsindustrie, wo Erfahrungen mit automatischen Klaviersystemen mit technischem Wissen kombiniert, ganz neue Lösungen entstehen ließen. Oder anders ausgedrückt, wo sich zeigte, dass „Outside the Box“ zu denken, manchmal ganz hilfreich sein kann.

Weniger bekannt,  
aber umso  
beein-  
druckender!



Kreativität  
und Kunden-  
orientierung  
at it's best.

## Steve Jobs: Der Meister der Einfachheit und des Designs

Steve Jobs, Mitbegründer von Apple Inc. ist das wohl bekannteste „Genie“ der Neuzeit. Er revolutionierte die Technologiebranche durch sein unermüdliches Streben nach Perfektion und Benutzerfreundlichkeit. Zudem war er davon überzeugt, dass Technologie intuitiv und ästhetisch ansprechend sein sollte. Diese Philosophie führte zur Entwicklung von ikonischen Produkten wie dem iPhone, dem iPod und dem MacBook, die aus unseren heutigen Haushalten kaum wegzudenken sind.

Last – but certainly not least.

## Walt Disney: Der Mann, der uns gelehrt hat, Träume zu träumen

Der Gründer der Walt Disney Company, revolutionierte die Unterhaltungsindustrie wie kein Anderer. Durch seine Kreativität und die Art und Weise, wie er dank Animation Bilder zum Leben erweckte, gelang es ihm, emotionale Geschichten zu erzählen. Er schuf Erlebnisse und ließ Träume auf der Leinwand und im echten Leben wahr werden. So geschehen u.a. in Schneewittchen und die sieben Zwerge, dem ersten abendfüllenden Zeichentrickfilm, oder in seinen Themenparks, den Disneylands.

Die vorgestellten Persönlichkeiten zeigen eindrucksvoll, dass Kreativität in vielen verschiedenen Formen und Ausprägungen existiert. Kreativität ist nämlich nicht nur ein Talent, sondern auch der Mut, neue Wege zu gehen, quer zu denken und sich von der Leidenschaft für das, was man tut, antreiben zu lassen. In diesem Sinne: bleiben Sie offen und entschlossen.

[pma:]

# DATEN ENTHÜLLEN KUNDENWÜNSCHE

mit KREATIVER  
Datenanalyse  
zu BESSEREN  
Kundenlösungen

„Daten sind das neue Öl“ – ein oft zitiertes Sprichwort, das die immense Bedeutung von Daten in der heutigen Zeit unterstreicht. In der Finanz- und Versicherungsberatung spielen Daten eine Schlüsselrolle, um Kundenbedürfnisse besser zu verstehen und maßgeschneiderte Lösungen zu entwickeln. Vor diesem Hintergrund sprechen wir in diesem Interview mit unserem Datascientist Fabien Kameta über seine Arbeit und wie er mit analytischen Methoden und kreativen Ansätzen wertvolle Einblicke gewinnt.

**Fabien, kannst du etwas über deinen beruflichen Werdegang erzählen? Wie bist du zur Datenanalyse gekommen?**

Ich habe zunächst in meiner Heimat Kärnten ein Chemie-Studium angefangen, wollte aber eigentlich eher in die Ingenieursrichtung. Davon gab es aber bei uns nicht so viele Studiengänge. Deshalb bin ich nach Deutschland gezogen. In Gießen habe ich dann Nachrichtentechnik und Computernetze studiert. Für meine Abschlussarbeit mit dem Thema „Die Erkennung von Hindernissen auf Notlandeplätzen mit Hilfe von Auto-Encodern“, die ich an der Bundeswehruniversität in München

Mehr Infos  
zu Fabien finden  
Sie auf S. 65!



geschrieben habe, musste ich mich dann (das erste Mal) mit neuronalen Netzen beschäftigen. Das hat mich so fasziniert, dass ich in dieser Richtung mehr machen wollte. Leider ist es ohne entsprechende Praxis fast nicht möglich in diesem Bereich eine Beschäftigung zu finden. Also habe ich eine Weiterbildung gemacht. Meine ersten praktischen Erfahrungen habe ich dann tatsächlich online gesammelt. U.a. habe ich mal ein Datenset von der Bundeswehr erhalten. Hier ging es aber darum, Daten zu trainieren (Data Mining) und Methoden des Machine Learnings anzuwenden. Tja, und jetzt bin ich bei der [pma:] als Data Scientist/Analyst angestellt.

### Was ist das Besondere an deiner Arbeit?

Das Besondere ist die Fähigkeit, aus scheinbar unstrukturierten Informationen wertvolle Erkenntnisse zu gewinnen.

### Kannst du uns erklären, wie man Daten analysiert und welche Methoden dabei angewendet werden?

Zunächst wird das Ziel definiert und die Daten werden aus verschiedenen Quellen wie Datenbanken, APIs, Umfragen usw. gesammelt. Anschließend werden unvollständige oder fehlerhafte Daten mithilfe von Python-gestützten Programmiersprachen und Bibliotheken wie Pandas bereinigt oder entfernt und in IDEs wie Visual Studio, Jupyter Notebook oder Colab verarbeitet und einheitlich formatiert. Die Daten können dann mithilfe von Datenvisualisierungstools visualisiert werden, um einen ersten Einblick in die Daten zu erhalten. Um Beziehungen und Muster zu erkennen, wird ein geeignetes Modell ausgewählt und trainiert, oft mithilfe von maschinellem Lernen. Hier sind einige Beispiele für Modelle: lineare Regression, Entscheidungsbäume, Random Forest und neuronale Netze. Jedes dieser Modelle hat seine eigenen Stärken und eignet sich für verschiedene Arten von Daten und Analyseaufgaben.

### Warum sind Daten und die richtige Pflege dieser so wichtig, gerade für den vertrieblichen Erfolg und/oder die Betreuung von Kunden?

(Richtige) Daten sind entscheidend, weil sie die Basis für fundierte Entscheidungen sind. Gut gepflegte Daten helfen dabei, ein noch besseres Verständnis für die Bedürfnisse seiner Kunden zu haben. Damit können Kunden personalisierte Angebote unterbreitet und passende Dienstleistungen entwickelt werden, welche die Zufriedenheit und Bindung der Kunden erhöhen.

### Hast du Tipps oder Ratschläge für unsere Partner, wie sie Daten noch besser nutzen können?

Ja, ein konkretes Beispiel wäre die Analyse von Kundenfeedback. Es hilft dabei, eventuell bestehende Probleme zu identifizieren und Lösungen zu entwickeln.

### Welche Rolle spielt Kreativität in deinem Beruf?

Eine große Rolle, da sie es ermöglicht, neue Lösungen und Wege zu finden. Es geht nicht nur darum, bestehende Methoden anzuwenden. In der Datenanalyse geht es darum, kreative Wege zu finden um noch mehr oder andere Daten zu gewinnen.

### Was machst du gerne in deiner Freizeit? Gibt es ein Hobby, das vielleicht auch eine Verbindung zu deinem Beruf hat?

In meiner Freizeit spiele ich Fußball, aber das ist mehr ein Ausgleich. Ich lese aber auch viele Bücher zu dem Thema Daten oder KI, aber ob das ein Hobby ist?

### Welche Frage hätten wir dir noch in Bezug auf Daten stellen sollen?

Wie siehst du die Zukunft der Datenanalyse und welche Entwicklungen erwartest Du?

### Und was würdest du antworten?

Sie entwickelt sich ständig weiter und wird mit neuen Techniken wie KI oder Big Data noch sicherere oder präzisere Ergebnisse liefern. Es bleibt spannend.

### Spannend war es auch für uns, Fabien, vielen Dank für diesen Einblick.

[pma:]

#### DATA MINING

Unter Data Mining versteht man die Anwendung von Methoden und Algorithmen zur möglichst automatischen Extraktion empirischer Zusammenhänge zwischen Planungsobjekten, deren Daten in einer hierfür aufgebauten Datenbasis bereitgestellt werden.

#### MACHINE LEARNING

Maschinelles Lernen ist ein Teilbereich der künstlichen Intelligenz. Der Schwerpunkt liegt dabei auf dem Trainieren von Computern, um aus Daten und Erfahrungen zu lernen und sich stets zu verbessern – anstatt explizit dafür programmiert zu werden.

#### POWER BI

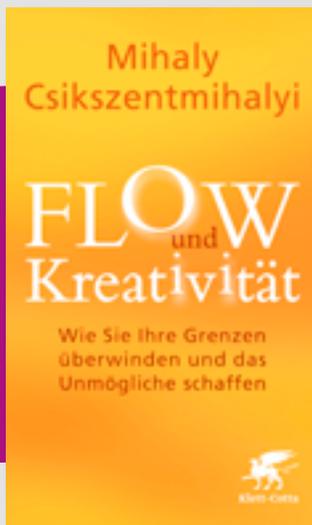
Power BI ist eine einheitliche, skalierbare und benutzerfreundliche Plattform für Self-Service und Unternehmens-BI. Mit Power BI können Verbindungen zu beliebigen Daten hergestellt und diese visualisiert werden.



# VON DER BLOCKADE ZUR BRILLIANZ

## Bücher, mit denen Sie Ihr kreatives Potenzial entfesseln

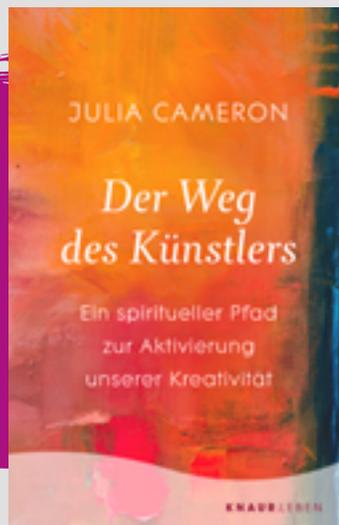
Kreativität ist nicht nur etwas für Künstler und Schriftsteller – sie ist ein unverzichtbares Werkzeug, um im modernen Arbeitsleben innovative Lösungen zu finden und sich von der Masse abzuheben. Damit Sie in Zukunft (noch) kreativer denken, Herausforderungen (noch) effektiver meistern und (noch) mehr neue Ideen generieren, haben wir uns ein paar Bücher angeschaut, die Ihnen dabei helfen können, Ihre volle Kreativität zu entfalten.



© J.G. Cotta'sche Buchhandlung Nachfolger GmbH

**Kreativität: Flow und die Entdeckung des kreativen Potentials**  
von Mihaly Csikszentmihalyi

Das Buch „Kreativität: Flow und die Entdeckung des kreativen Potentials“ von Mihaly Csikszentmihalyi beschäftigt sich damit, was Kreativität ist, wie sie entsteht und gestärkt werden kann und welche Auswirkungen Kreativität auf alle Bereiche des Lebens haben kann.



© Verlag KNAUR.LEBEN

**Der Weg des Künstlers im Beruf: Das 12-Wochen-Programm zur Steigerung der Kreativität**  
von Julia Cameron

Bei dem Buch „Der Weg des Künstlers im Beruf: Das 12-Wochen-Programm zur Steigerung der Kreativität“ von Julia Cameron handelt es sich um eine Fortsetzung Ihres Buches „Der Weg des Künstlers“. Im Gegensatz zu dem Vorgänger, wendet sich dieses Buch speziell an Berufstätige. Es bietet eine Anleitung zur Steigerung der Kreativität und effektiven Einsetzung im Arbeitsalltag in 12 Wochen.



© GABAL Verlag

**Von der kreativen Idee zur Innovation: Wie Ideen entstehen und wie man sie im Unternehmen durchsetzt**  
von Annett Schaper

Es gibt konkrete Wege, seine innere Kreativität zu pflegen, zu hegen, heranzuziehen und schließlich zu entfesseln. Die Kreativcoachin Annett Schaper zeigt Ihnen, welche Bedingungen man dafür schaffen muss und vor allem, welche Haltung es dafür benötigt. So lassen sich Innovationen regelrecht provozieren. Doch genauso wichtig ist es, wie man mit seinen Ideen umgeht – wie setzen Sie Ihre Ideen in die Tat um und wie holen Sie sich am geschicktesten Hilfe und Unterstützung von KollegInnen und Vorgesetzten?

**Dein nächstes großes Ding:  
So entwickelst du bahnbrechende Ideen und machst daraus ein erfolgreiches Business**  
von Matthew Mockridge

Deutschland ist stark in der Grundlagenforschung, aber schwach in Kommerzialisierung und Skalierung. Oder einfacher: Es gibt offensichtlich viele gute Ideen, aber wir bekommen die PS nicht auf die Straße. Es stellt sich daher die Frage, warum die USA in den späteren Phasen der Innovationsentwicklung so viel besser abschneiden und wie die Umsetzung und Kommerzialisierung kreativer Geschäftsideen gezielt gefördert werden kann. Und genau hier setzt diese Buchempfehlung an.

Das Buch wird vorerst nicht mehr aufgelegt, ist aber als Hörbuch oder Digitalversion verfügbar.

[pma:]

# ZAHLEN, DATEN, FAKTEN

## Kreativität & Kundenorientierung

Kreativität und Kundenorientierung stehen nicht nur im Mittelpunkt dieser Ausgabe. Diese beiden Begriffe sind auch entscheidende Treiber für Innovationen in vielen Bereichen unseres Lebens. Von der Technologie bis zur Gastronomie, von der Kunst bis zur Raumfahrt – überall zeigt sich, wie kreative Ansätze und die Bedürfnisse von Kunden zu bahnbrechenden Entwicklungen führen. Einige davon haben wir hier für Sie zusammengestellt.

36 Milliarden

Bausteine produziert Lego jährlich.



20%

mehr Produktivität erreichen Unternehmen, die regelmäßig kreative Workshops für ihre Mitarbeiter anbieten.



80%

der Unternehmen glauben, dass sie einen überragenden Kundenservice bieten, während nur 8% der Kunden dieser Meinung sind.

85% der Arbeitsplätze, die bis 2030 entstehen, sind derzeit noch nicht erfunden.

MEHR ALS 10.000

verschiedene Jobbezeichnungen gibt es weltweit im Bereich Kundenservice und Kundenbetreuung

10 Stunden und 43 Minuten

dauerte der längste dokumentierte Anruf in einem Kundenservice



45 Minuten

ist die durchschnittliche Zeit, die täglich für kreative Tätigkeiten wie Zeichnen oder Schreiben angewendet werden sollte, um kreatives Denken zu fördern.

5-20 Mal

mehr kostet es, einen neuen Kunden zu gewinnen im Vergleich dazu, einen bestehenden Kunden zu halten.

57.212  
3.000

Verschiedene Marken und Patente wurden 2022 in Deutschland angemeldet.

In nur 10 Jahren schuf Vincent van Gogh 2.100 Kunstwerke, darunter 860 Ölgemälde



Patente meldet allein Google pro Jahr an.

Japan und Kanada haben den größten Kundenzufriedenheitsindex weltweit.

450 Millionen Dollar kostete das teuerste, bei einer Versteigerung verkaufte Gemälde. („Salvator Mundi“ von Leonardo da Vinci)

ALBERT EINSTEIN

schrieb, dass die Vorstellungskraft wichtiger sei als Wissen, weil Wissen begrenzt ist, während die Vorstellungskraft die Welt umspannt.

Marie Curie

war die erste Frau, die den Nobelpreis erhielt, und bis heute die einzige Frau, die ihn in zwei verschiedenen wissenschaftlichen Disziplinen (Physik und Chemie) gewann, ein Beweis für ihre außergewöhnliche kreative Forschungsarbeit.

Der Octopus

ist bekannt für seine kreative Problemlösungsfähigkeiten, z.B. das Öffnen von Schraubverschlüssen, um an Futter zu gelangen.



Das Ford Model T

war das erste serienmäßig hergestellte Auto. Die dadurch erreichte Senkung der Kosten machte es für eine breite Bevölkerung erschwinglich, sodass 1918 mehr als die Hälfte aller Autos in den USA ein Model T waren.



Pop-up-Restaurants sind eine kreative Möglichkeit, neue kulinarische Konzepte und Trends zu testen und zu präsentieren.

Anpassungen basierend auf Kundenfeedback.

Der Lean Startup-Ansatz, entwickelt von Eric Ries, fördert eine kundenorientierte Geschäftsstrategie durch schnelle Iterationen und Anpassungen basierend auf Kundenfeedback.

Amazon's Kundenservice nutzt fortschrittliche KI und maschinelles Lernen, um Kundenanfragen schnell und effizient zu bearbeiten.

100 Millionen Kunden Hat T-Mobile US in den USA. Um Kundenbedürfnisse besser zu erfüllen und auf Kundenfeedback besser zu reagieren, setzt das Unternehmen auf „Un-Carrier“-Initiativen.

Mehr als 13.000 Technologieunternehmen sind im Silicon Valley beherbergt. Ein wahres Zentrum für technologische Innovation und unternehmerische Kreativität weltweit.

[pma:]

TOYOTA

gilt mit der "Kaizen"-Philosophie, die kontinuierliche Verbesserungen durch Kundenfeedback und Mitarbeiterbeteiligung fördert, als Pionier des kundenorientierten Ansatzes im Automobilbau.



Ferrari

ist bekannt für seine maßgeschneiderten Sportwagen, die auf die individuellen Wünsche und Bedürfnisse ihrer Kunden zugeschnitten sind, was eine perfekte Balance zwischen Technologie, Leistung und Design zeigt.

# KREATIVITÄT ENTFESSELN: WIE NEURO- PLASTIZITÄT UNSER DENKEN REVOLUTIONIERT.

Haben Sie sich schon einmal gefragt, wie Sie Ihre kreativen Fähigkeiten verbessern können? Was wäre, wenn Ihr Gehirn zur Veränderung seiner Struktur und Funktion, und damit zur Verbesserung dieser kreativen Fähigkeiten, in der Lage wäre? Tauchen Sie mit uns tief in die Wissenschaft und das Thema der Neuroplastizität ein und entdecken Sie, wie es unserem Gehirn gelingt, sich an neue Erfahrungen und Lernprozesse anzupassen und wie dieses Phänomen sogar Ihre gesamte kognitive Leistungsfähigkeit steigern kann.





### Was ist Neuroplastizität?

Neuroplastizität, auch bekannt als neuronale Plastizität, beschreibt die erstaunliche Fähigkeit des Gehirns, seine Struktur und Funktion im Laufe des Lebens zu verändern. Diese Fähigkeit ermöglicht es dem Gehirn, auf Erfahrungen, Lernen und Umwelteinflüsse zu reagieren und sich entsprechend anzupassen. In den letzten Jahren hat die Forschung beeindruckende Fortschritte gemacht und gezeigt, dass Neuroplastizität eine Schlüsselrolle bei der Förderung kreativer Fähigkeiten spielt. Wie können wir nun die neuen Erkenntnisse über die Plastizität des Gehirns nutzen, um unsere kreativen Fähigkeiten zu verbessern?

Neuroplastizität ist ein grundlegendes Merkmal des Gehirns, das sowohl bei Kindern als auch bei Erwachsenen auftritt. Sie bezieht sich auf die Fähigkeit der Nervenzellen (Neuronen), neue Verbindungen zu bilden und bestehende Verbindungen zu stärken oder zu schwächen. Diese Anpassungsfähigkeit ermöglicht es dem Gehirn, sich an neue Informationen und Erfahrungen anzupassen, was für Lernprozesse und die Entwicklung von Fähigkeiten von entscheidender Bedeutung ist.

Es gibt verschiedene Formen der Neuroplastizität, darunter synaptische Plastizität (Änderungen der Stärke der Verbindungen zwischen Neuronen) und strukturelle Plastizität (Veränderungen in der Anatomie des Gehirns, wie das Wachstum neuer Neuronen und die Bildung neuer Synapsen). Beide Formen spielen eine wichtige Rolle bei der Förderung kreativer Fähigkeiten.

### Kreativität und das Gehirn

Kreativität ist ein komplexer Prozess, der verschiedene kognitive Funktionen wie Aufmerksamkeit, Gedächtnis, Problemlösung und Vorstellungskraft umfasst. Studien haben gezeigt, dass kreative Aktivitäten bestimmte Hirnregionen aktivieren, insbesondere den präfrontalen Kortex, der für die Planung, Entscheidungsfindung und soziale Interaktion zuständig ist, sowie das default mode network (DMN), das mit selbstbezogenem Denken und Ruhezuständen in Verbindung gebracht wird. Durch die Förderung der Neuroplastizität in diesen Hirnregionen kann die kreative Leistungsfähigkeit verbessert werden. Es gibt mehrere Ansätze, wie dies erreicht werden kann:

#### 1. Lernen und Üben

Wiederholtes Üben und Lernen neuer Fähigkeiten fördert die Bildung neuer neuronaler Verbindungen und stärkt bestehende. Dies gilt insbesondere für kreative Tätigkeiten wie das Erlernen eines Musikinstruments, das Malen oder das Schreiben. Diese Aktivitäten stimulieren das Gehirn und fördern die synaptische Plastizität, was zu einer verbesserten kreativen Leistung führen kann.

## 2. Kognitive Flexibilität

Kognitive Flexibilität ist die Fähigkeit, zwischen verschiedenen Denkprozessen hin und her zu wechseln und neue Perspektiven einzunehmen. Diese Fähigkeit ist entscheidend für kreatives Denken und Problemlösung. Studien haben gezeigt, dass kognitive Flexibilität durch gezieltes Training verbessert werden kann, wie z.B. durch das Lösen von Rätseln, das Spielen von Strategiespielen oder das Erlernen neuer Sprachen. Diese Aktivitäten fördern die Plastizität in den entsprechenden Hirnregionen und verbessern die Fähigkeit, kreativ zu denken.

Trainieren Sie Ihre kognitive Flexibilität. Auf Seite 26-28 haben wir etwas für Sie vorbereitet.

## 3. Meditation und Achtsamkeit

Meditation und Achtsamkeitstechniken haben sich als wirksam erwiesen, um die Neuroplastizität zu fördern und kreative Fähigkeiten zu verbessern. Diese Praktiken erhöhen die Aktivität im präfrontalen Kortex und fördern die Konnektivität im Gehirn. Studien haben gezeigt, dass regelmäßige Meditation die Fähigkeit zur kreativen Problemlösung und zum divergenten Denken (das Generieren vieler Ideen) verbessert.

## 4. Körperliche Aktivität

Körperliche Bewegung hat zahlreiche Vorteile für die Gehirngesundheit und die Neuroplastizität. Regelmäßige körperliche Aktivität erhöht die Durchblutung des Gehirns, fördert das Wachstum neuer Neuronen und verbessert die Stimmung. Diese Effekte tragen zur Verbesserung der kognitiven Funktionen bei, einschließlich der Kreativität. Insbesondere Ausdauersportarten wie Laufen, Schwimmen oder Radfahren haben sich als besonders förderlich erwiesen.

## 5. Kreative Umgebung und Stimulation

Eine Umgebung, die kreative Aktivitäten und Stimulation fördert, kann die Neuroplastizität und die kreative Leistung erheblich verbessern. Dies kann durch den Zugang zu künstlerischen Materialien, Musik, Büchern und inspirierenden Räumen erreicht werden. Eine solche Umgebung regt das Gehirn an, neue Verbindungen zu bilden und kreative Denkprozesse zu fördern. Die Fähigkeit des Gehirns, sich durch Neuroplastizität anzupassen und zu verändern, bietet enorme Möglichkeiten zur Verbesserung kreativer Fähigkeiten. Durch gezieltes Training, Lernen, Meditation, körperliche Aktivität und eine kreative Umgebung können die neuroplastischen Prozesse im Gehirn gefördert werden. Übung macht also tatsächlich den Meister.

Diese Ansätze bieten nicht nur die Möglichkeit, kreative Talente zu entwickeln und zu verbessern, sondern tragen auch zur allgemeinen kognitiven Gesundheit und Lebensqualität bei. Die neuesten Erkenntnisse über die Plastizität des Gehirns öffnen somit neue Türen für die Förderung der Kreativität und die Entfaltung des menschlichen Potenzials.

**"SO WIE DAS EISEN AUSSER GEBRAUCH ROSTET UND DAS STILL STEHENDE WASSER VERDIRBT ODER BEI KÄLTE GEFRIERT, SO VERKOMMT DER GEIST OHNE ÜBUNG."**

- Leonardo da Vinci

# Die beste Altersvorsorge

... gibt es nur mit der besten Unterstützung.



**LASSEN SIE  
SICH BERATEN.**

## **Verschaffen Sie Ihren Kunden Freiraum**

Mit „LASSEN SIE SICH BERATEN“ unterstützen wir Sie. Sie bieten Ihren Kunden erstklassige Beratung und finden maßgeschneiderte Lösungen, die exakt auf deren individuelle Bedürfnisse abgestimmt sind. Unsere Kampagne hebt hervor, dass Vermittler für Kunden eine echte Entlastung darstellen und wir liefern zahlreiche Gründe, warum Ihre Beratung wertvoll ist.



Für mehr Informationen zu unserer  
Kampagne „LASSEN SIE SICH BERATEN“  
einfach den QR-Code scannen.

Canada Life Assurance Europe plc, Niederlassung für Deutschland,  
Hohenzollernring 72, 50672 Köln, AG Köln HRB 34058, [www.canadalife.de](http://www.canadalife.de)  
Canada Life Assurance Europe plc unterliegt der Aufsicht der Bundesanstalt  
für Finanzdienstleistungsaufsicht (BaFin) und der Central Bank of Ireland.

# Der Mann für alle bAV-Fälle

Für viele Finanzberater und Versicherungsmakler gleicht die betriebliche Altersvorsorge (bAV) einem undurchdringlichen Dschungel - unübersichtlich und nur schwer zu meistern. Ihnen geht es ganz genauso? Dann haben wir gute Nachrichten für Sie! Unser Kollege Uwe Löffeld begleitet Sie ab sofort durch dieses unwegsame Gelände und hilft Ihnen Schritt für Schritt dabei, die bAV besser zu verstehen und Kunden noch besser zu beraten. Nehmen Sie ihn daher einfach mit auf Ihre nächste Expedition und lesen Sie im Folgenden, wie es ihm gelingt, sicher und effizient (auch Ihre) bAV-Herausforderungen zu bewältigen.



Sie sind nicht nur an bAV-Unterstützung, sondern auch am Thema bKV interessiert? Dann sprechen Sie uns gern an, auch hier ist Uwe Löffeld Ihr Mann.

## Schritt 1

Unser Service beginnt mit einer gründlichen **Prüfung** aller bestehenden bAV-Verträge Ihrer Kunden. Jedes Risiko und jede Unstimmigkeit wird von Uwe Löffeld identifiziert und eliminiert.

## Schritt 2

Anschließend entwickelt „uns Uwe“ eine maßgeschneiderte Strategie zur **Optimierung** der Verträge. Dabei klärt er (noch) offene Fragen und identifiziert Verbesserungspotenziale.



## Schritt 3

Nachdem wir die Dokumente analysiert und optimiert haben, **übertragen wir sie in unser digitales Verwaltungssystem**. Dort sind sie sicher aufbewahrt, übersichtlich organisiert und jederzeit abrufbar. Die Digitalisierung vereinfacht also in Zukunft nicht nur die Verwaltung, sondern reduziert auch Fehlerquellen, spart Zeit und sorgt für mehr Ordnung.

Stellen Sie sich diesen Ablauf einfach so vor: Sie betreten diesen dichten (bAV-)Dschungel, in dem jeder Baum und Strauch für ein wichtiges Dokument steht. Dann beginnen Sie damit, diesen zu erkunden und markieren sich die wichtigsten Pfade (nicht, dass Sie sich noch verlaufen). Diese Pfadmarkierung ist vergleichbar mit der Analyse und Optimierung der Dokumente. Die Digitalisierung entspricht dann dem Anlegen einer klaren Karte, die nicht nur die Position jedes wichtigen Baums angibt, sondern Ihnen (und Ihrem Kunden) die nötige Orientierung und Übersicht verschafft.

## Schritt 4

Viele Unternehmen haben **keine oder eine veraltete Versorgungsordnung**. Diese wird aber benötigt, um vor allem den Arbeitgeber vor eventuellen Haftungsrisiken zu schützen und Ordnung in den „bAV-Dschungel“ im Unternehmen zu bringen. Wenn Sie daher unsicher sind, ob die Versorgungsordnung Ihres Kunden auf dem neuesten Stand ist, fragen Sie einfach Uwe Löffeld, er überprüft und aktualisiert sie – in Kooperation mit einem Fachanwalt – gern.

Auch hier hilft zur Veranschaulichung wieder unser Dschungelbild. Stellen Sie sich vor, Sie durchqueren einen dichten Urwald, der über Jahre hinweg wild gewachsen ist. Ohne klare Wege oder Orientierungshilfen kann man sich schnell verirren, und unkontrolliertes Wachstum kann Gefahren bergen. Ähnlich wie bei veralteten Versorgungsordnungen, die zu Problemen führen können, sorgt eine regelmäßige Pflege und Anpassung dafür, dass der Weg durch den Dschungel stets frei bleibt

und Sie ihn mit Uwe Löffeld jederzeit passieren können. Zusammen mit spezialisierten Juristen hilft er Ihnen und Ihren Kunden dabei, eine Versorgungsordnung auszuarbeiten oder eine bestehende zu aktualisieren. Diese schafft Sicherheit, erleichtert die Integration neuer Mitarbeiter und sorgt für klare Regeln.

## Schritt 5

Nachdem der Schriftverkehr/das Organisatorische erledigt ist, steht Ihnen Uwe Löffeld auch bei der **Kommunikation** des neuen bAV-Konzepts an Ihre Kunden zur Seite.

Darüber hinaus übernimmt er auch sämtliche Arbeiten, die im Hintergrund anfallen. Während Sie (und/oder Ihr Kunde) sich entspannt zurücklehnen – oder Sie sich beide um Ihr Kerngeschäft kümmern – sammelt und digitalisiert Herr Löffeld Anträge, Entgeltumwandlungen und Beratungsprotokolle und leitet diese direkt an die jeweilige Gesellschaft weiter.

## Schritt 6

Der, in Zukunft mögliche, nächste Schritt unserer bAV-Transformation ist die Einrichtung des **Verwaltungsportals „eVorsorge“**. Sämtliche Vorgänge und Verträge werden digital verwaltet, stets auf Stand gehalten. Aufgaben und Änderungen übernimmt das Portal.

Damit Sie im Dickicht des Dschungels nicht den Überblick verlieren, implementieren wir einen hochentwickelten Kommandoposten. Er verwaltet sämtliche bAV-Prozesse und organisiert das „Dschungelcamp“ damit nichts verloren geht - oder aus dem Blickfeld gerät.

Uwe Löffeld bereitet Sie für die Expedition durch den Dschungel vor. Er bespricht mit jedem Teilnehmer die Route, erklärt jeden Abschnitt eines Pfades sorgfältig und stellt sicher, dass jeder ganz genau über Hürden und Hindernisse Bescheid weiß. Dabei geht es aber nicht nur darum, die nötigen Informationen zu teilen, sondern auch darum, echte Aufklärungsarbeit zu leisten und Schönes in Aussicht zu stellen.

# Fazit

Mit guter Vorbereitung, guter Ausrüstung und begleitet von einem erfahrenen Führer - unserem bAV-Mann für alle Fälle - nähern wir uns Schritt für Schritt unserem Ziel: die betriebliche Altersversorgung nicht nur einfacher, sondern auch effizienter und stressfreier zu gestalten.



# Ihre Kunden: vielfältig? Unsere Lösungen: auf den Punkt!

Ob Benzin im Blut oder Umwelt im Herzen: Mobilität bedeutet für jeden Menschen etwas anderes. Gehen Sie als Makler deshalb jetzt mit KRAVAG auf die Überholspur und bieten Sie Ihren vielfältigen Privat- und Firmenkunden Mobilitätslösungen der Extraklasse.

Dank individueller Absicherungsmöglichkeiten, durchdachter praktischer Services und der langjährigen KRAVAG Erfahrung machen wir Sie stark für neue Vertriebsfolge.

Nutzen Sie dafür unsere Expertise und profitieren Sie von umfangreichen Mehrwerten sowie einem ausgezeichneten Netzwerk: Mit innovativen Produkten, zeitsparenden digitalen Angeboten, breitem Experten-Know-how und einer Betreuung, die Sie und Ihre Kunden in den Mittelpunkt stellt.

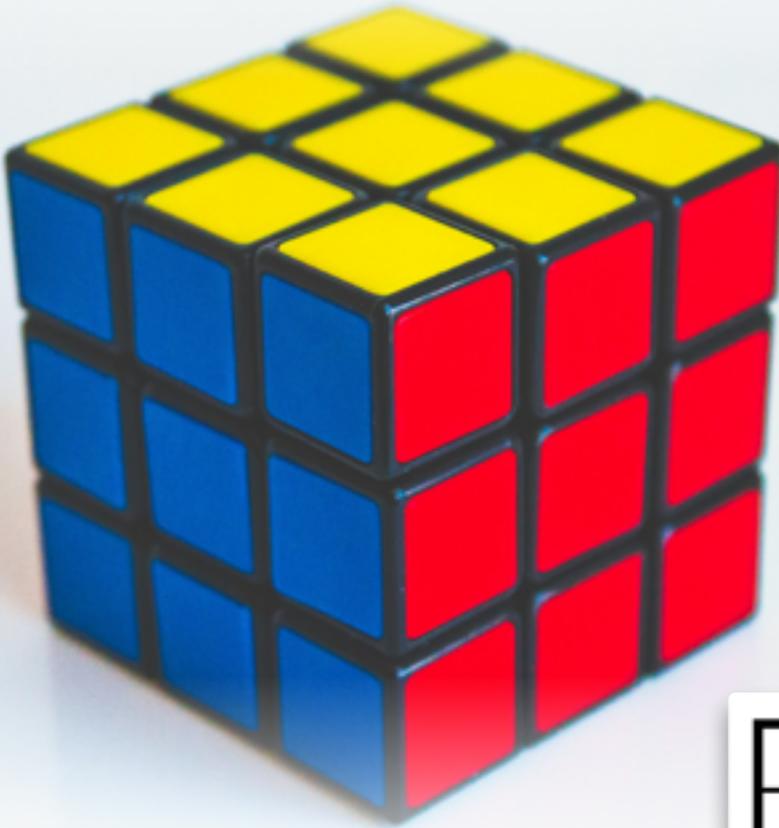
**Gemeinsam für Ihren Erfolg**

**[www.makler.ruv.de/mobilität](http://www.makler.ruv.de/mobilität)**

**KRAVAG**

Ein Unternehmen der R+V Versicherungsgruppe

# DENKSPORT DELUXE: RÄTSEL FÜR KLUGE ODER KREATIVE KÖPFE



Willkommen auf unserer Rätselseite, dem Ort, an dem Logik auf Kreativität trifft und Denksport auf Spaß trifft. Ob Sie ein Meister der Zahlen sind, ein scharfsinniger Beobachter oder einfach nur Ihre grauen Zellen trainieren möchten – hier sind Sie richtig. Und für diejenigen, die eine echte Herausforderung suchen, haben wir ein Denk- und Logikrätsel vorbereitet, das Ihre Kreativität und Problemlösungsfähigkeit ganz besonders auf die Probe stellt.

**Viel Spaß und viel Erfolg!**

		4	2				
	8	1					
	2		4	8			9
						6	
		6			8		
		7		2	4	5	
			7	1			
9				6		5	7
							8
							4

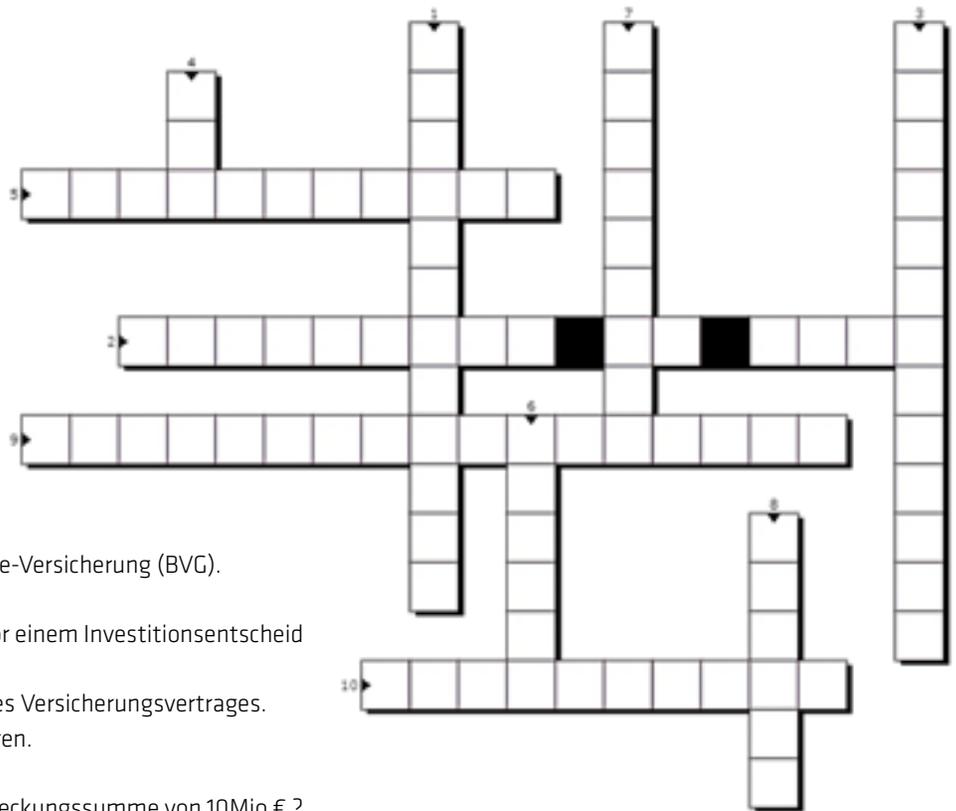
## Das Zahlenrätsel: Sudoku

Hier ist Ihre Logik gefragt! Füllen Sie das Gitter so aus, dass jede Zahl von 1 bis 9 in jeder Zeile, Spalte und jedem 3x3-Block genau einmal vorkommt. Ein perfektes Training für Ihr analytisches Denken.

### Das Kreuzworträtsel

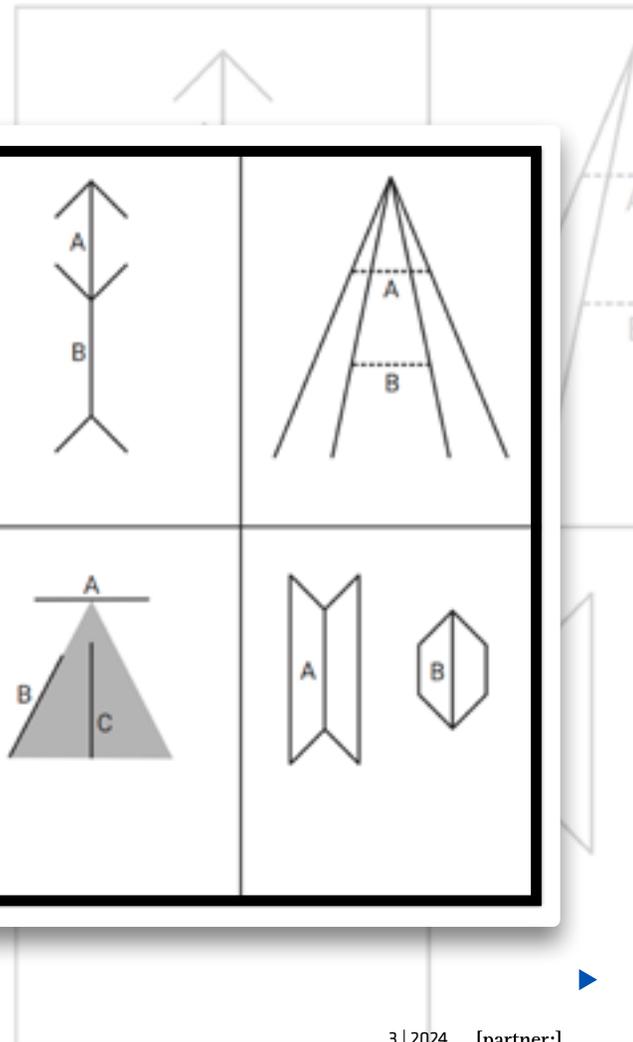
Der Klassiker unter den Rätseln fordert Ihr Allgemeinwissen und Ihre Wortgewandtheit heraus. Füllen Sie das Gitter mit den richtigen Begriffen und finden Sie die versteckten Wörter.

1. Unfall, der sich während der Arbeitszeit ereignet.
2. In welcher deutschen Stadt stehen die Symbolfiguren der Börsianer: Bulle und Bär?
3. Anderer Begriff für Berufliche-Vorsorge-Versicherung (BVG).
4. DER Maklerpool in Deutschland
5. Ein Hauptkriterium, das ein Anleger vor einem Investitionsentscheid berücksichtigen sollte?
6. Beweisurkunde für den Abschluss eines Versicherungsvertrages.
7. Eine der 4 versicherbaren Grundgefahren.
8. Abkürzung für Deutsche Finanznorm.
9. Welche Versicherung empfiehlt eine Deckungssumme von 10Mio € ?
10. Zeitspanne zwischen Eintritt in die Versicherung und dem Beginn der Versicherungsleistungen durch die Versicherung.



### Ein Bilderrätsel mit optischer Täuschung

Lassen Sie sich von Ihren Augen nicht täuschen! Finden Sie heraus, welche Linie länger ist und testen Sie Ihre visuelle Wahrnehmung. Sie werden überrascht sein,



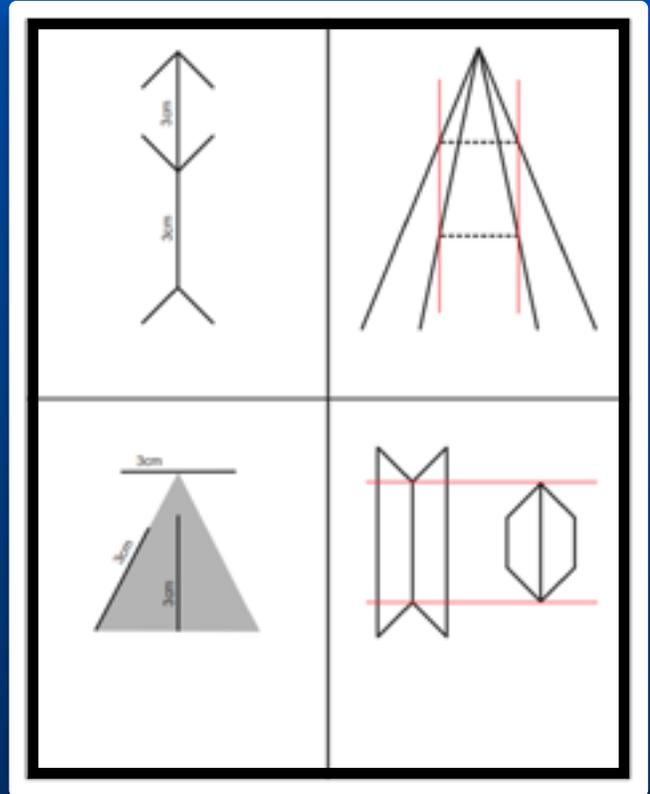
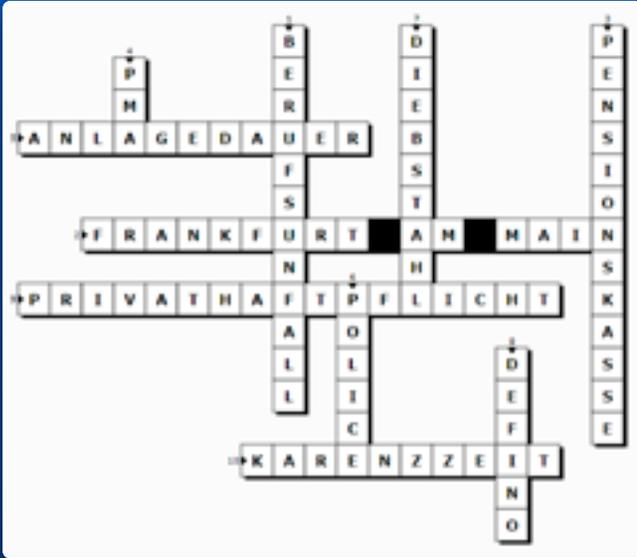
### Ein Denk- und Logikrätsel

Dieses Rätsel bringt Sie zum Grübeln. Lesen Sie die Hinweise und raten Sie, um welche Person, welchen Ort oder welches Ding es sich handelt. Ein Spaß für alle, die gern um die Ecke denken.

#### Wer oder Was bin ich?

- Wer mich macht, der erzählt es niemanden.
- Wer mich nimmt, der erkennt mich nicht.
- Wer mich erkennt, der möchte mich nicht.
- Wer mich sucht, wird mich vernichten.
- Und doch sehe ich aus, wie viele andere auch.

# LÖSUNGEN:



Die Lösung lautet, alle Linien sind in den entsprechenden Blöcken gleich lang.

WER ODER WAS  
BIN ICH LÖSUNG:  
**FALTSCHGELD**

3	9	4	2	5	1	7	8	6
7	8	1	9	3	6	2	4	5
6	2	5	4	7	8	1	3	9
1	4	9	5	8	7	3	6	2
2	5	6	1	4	3	8	9	7
8	3	7	6	9	2	4	5	1
4	6	8	7	1	5	9	2	3
9	1	2	3	6	4	5	7	8
5	7	3	8	2	9	6	1	4



# Zukunft. Jetzt!

Begleiten Sie uns auf eine faszinierende Reise in die Welt der Altersvorsorge. Entdecken Sie die moderne Investmentberatung von heute – einfach, sicher und professionell. Mit **JUSTINVEST** für eine fondsgebundene Altersvorsorge am Puls der Zeit!



Mehr Infos unter [axa-makler.de](http://axa-makler.de)

**Know You Can**

Unser Gehirn ist ein Hochleistungscomputer, der pro Sekunde mehrere Millionen Informationen verarbeitet, die von außen und innen auf uns einwirken. Hirnforscher gehen jedoch davon aus, dass uns weniger als 0,1 Prozent dessen, was das Gehirn verarbeitet, bewusst wird. Wie schafft es das? Unser Gehirn macht gerade einmal zwei Prozent unseres Körpergewichts aus. Dafür verbraucht es rund 20 Prozent der Energie, die unserem Körper zur Verfügung steht – bei einer Frau sind das durchschnittlich 300 kcal pro Tag.

**BOOST YOUR  
BRAIN:  
BRAINFOOD  
FÜR MEHR  
KONZENTRATION  
UND LEISTUNGS-  
FÄHIGKEIT**

**Zink: Der Gehirn-Booster**

Zink ist wichtig für die Signalübertragung im Gehirn und fördert Gedächtnis und Lernprozesse. Außerdem schützt es vor neurodegenerativen Erkrankungen. Wichtige Zinkquellen sind Hülsenfrüchte und Nüsse, Fleisch wie Rind- und Schweinefleisch sowie Meeresfrüchte wie Austern und Garnelen.



**Aminosäuren:  
Bausteine für die Gehirnfunktion**

Aminosäuren bilden die Grundlage für Neurotransmitter, die für den Signalaustausch zwischen Nervenzellen notwendig sind. Sie beeinflussen das Gedächtnis, die Stimmung und die Schlafqualität. Eiweißhaltige Lebensmittel wie Nüsse, Eier, Milchprodukte, Hülsenfrüchte und Fleisch enthalten Aminosäuren, die für ein gesundes Gehirn unentbehrlich sind.



**Magnesium: Nerven-  
stärke durch Mineralien**

Die synaptische Funktion und die Erregbarkeit der Nervenzellen hängen wesentlich von Magnesium ab. Magnesium in ausreichender Menge fördert die kognitive Leistungsfähigkeit und kann Stress reduzieren. Dieser wichtige Mineralstoff ist in Nüssen, Samen, Vollkornprodukten, grünem Blattgemüse und Hülsenfrüchten enthalten.

Bei einer Lebenserwartung von 83 Jahren verbraucht also allein das Gehirn mehr als 9 Millionen kcal. Erfahren Sie, wie Sie mit dem richtigen Brainfood die Leistungsfähigkeit Ihres Gehirns gezielt unterstützen und optimieren können – lesen Sie weiter und entdecken Sie die Geheimnisse einer gesunden Ernährung für Ihren Geist!

### Antioxidantien: Schutz für das Gehirn

Antioxidantien sorgen dafür, dass das Gehirn gegen schädliche freie Radikale und oxidativen Stress geschützt ist, die Zellschäden verursachen können. Ihre Bedeutung liegt darin, die kognitiven Funktionen zu erhalten und das Risiko neurodegenerativer Erkrankungen zu verringern. Beeren wie Blaubeeren und Erdbeeren, grüner Tee und dunkle Schokolade sollten Sie Ihrer Ernährung hinzufügen, um eine zusätzliche Menge Antioxidantien zu erhalten. Auch grünes Blattgemüse, wie Spinat, ist eine wertvolle Quelle.



### Vitamin D: Licht für das Gehirn

Vitamin D fördert die Gesundheit der Nervenzellen und kann das Risiko kognitiver Störungen verringern. Es reguliert auch die Stimmung und kann Depressionen vorbeugen. Fettfische wie Lachs, Leber und Eier sind reich an Vitamin D. Angereicherte Lebensmittel wie Milchprodukte bieten eine zusätzliche Versorgung.



### Brainfood: Was ist das überhaupt?

Brainfood sind spezielle Lebensmittel, die besonders gut für die Gesundheit und Funktion des Gehirns sind, da sie wichtige Nährstoffe enthalten, die für die Aufrechterhaltung einer optimalen Leistungsfähigkeit notwendig sind.



### Vitamin B-Komplex: Energie für die Nerven

Die Produktion und Funktion von Neurotransmittern, die für die Kommunikation zwischen den Gehirnzellen notwendig sind, werden maßgeblich von B-Vitaminen beeinflusst. Ein Mangel kann die kognitive Leistungsfähigkeit beeinträchtigen. Hülsenfrüchte, Vollkornprodukte, Fleisch, Fisch, Eier und grünes Blattgemüse sind ausgezeichnete Quellen für Vitamin B-Komplex.

### Omega-3-Fettsäuren: Gehirn-Power aus dem Meer

Omega-3-Fettsäuren spielen eine wichtige Rolle für die Gesundheit des Gehirns. Struktur und Funktion der Gehirnzellen werden durch diese gesunden Fette unterstützt. Sie fördern auch das Gedächtnis und die Lernfähigkeit. Fettthaltige Fische wie Lachs, Makrele und Sardine sind die besten Quellen. Walnüsse, Chiasamen und Leinsamen sind ebenfalls ausgezeichnete pflanzliche Optionen für eine optimale Versorgung.

# MAXIMIZE YOUR MIND: KREATIV MIT BRAINSTORMING UND MINDMAPPING

## Durchführung von Brainstorming

- Klare Fragestellung definieren
- freie Ideenfindung fördern
- visuelle Hilfsmittel einsetzen
- Keine Kritik bei der Ideensammlung
- Ideen sortieren und priorisieren

## Positive Auswirkungen von Brainstorming

- Erhöht die Kreativität
- fördert die Teamarbeit
- bringt Innovationen hervor
- Reduziert Stress
- Erhöht die Flexibilität

Mindmapping und Brainstorming sind effektive Methoden, um unsere Denkfähigkeiten zu verbessern. Beim Brainstorming werden in kurzer Zeit viele Ideen gesammelt. Beim Mindmapping hingegen werden Gedanken visuell strukturiert, indem zentrale Themen hervorgehoben und Verzweigungen zu Unterthemen geschaffen werden. Zusammen mit einer gesunden Ernährung verbessern diese Techniken die Leistungsfähigkeit des Gehirns und die Fähigkeit, bewusst zu denken. Im Folgenden erfahren Sie, wie Mindmapping und Brainstorming Ihre Denkprozesse verbessern, welche positiven Effekte sie haben, wie Sie sie anwenden und wie sie Ihre Konzentration und Leistungsfähigkeit steigern können.

### **Einfluss auf Konzentration und Leistungsfähigkeit**

#### **Mindmapping:**

- Anregung beider Gehirnhälften
- Verbessert die Konzentration
- Verbessert das Gedächtnis

#### **Brainstorming:**

- fördert die kognitive Flexibilität
- Stimuliert die kreative Problemlösung
- Erhöht die mentale Energie

### **Durchführung von Mindmapping**

- zentrales Thema in der Mitte
- Hauptäste für Unterthemen
- Unterzweige für Details
- Farben und Symbole verwenden
- Verbindungen herstellen

### **Positive Auswirkungen des Mindmapping**

- Verbessert die Gedächtnisleistung
- fördert die Kreativität
- Strukturiert Gedanken
- Erleichtert Problemlösung
- Erhöht die Produktivität



Um direkt zu einer nützlichen Website für Brainstorming und Mindmapping zu gelangen, scannen Sie diesen QR-Code:



[pma:]

# Heiss auf Eis! Kreativität trifft Kundenorientierung

Sommer, Sonne, Schweiß... Wenn die Temperaturen steigen, steigt auch die Lust auf Eis – und die kann zuweilen ganz skurrile Formen annehmen. Ähnlich wie in unserer Branche geht es nämlich auch bei den Eisdealern darum, möglichst viele Kunden glücklich zu machen. Dafür kreieren sie ständig neue Eissorten und bieten mittlerweile fast alles, was das Herz begehrt. Doch bevor wir uns den Kreativsten der Szene widmen und einen Blick auf ganz besondere Geschmacksideen werfen, schauen wir in die Geschichte.

## Eiszeit (der Ursprung des Speiseeises)

Ursprünglich stammt das Speiseeis nicht, wie vielleicht einige dachten, aus Italien, sondern aus dem alten China. Die Herrscher lagerten dort große Mengen an Eis, das einem Sorbet ähnelte. Von China aus gelangte das Wissen über die Eisherstellung über den arabischen Raum nach Europa. Im 11. Jahrhundert genoss hauptsächlich die Oberschicht bereits Speiseeis in Stangenform oder als Schnee. Die Italiener verfeinerten schließlich die überlieferten Rezepte und über die Jahrhunderte entwickelte sich das Eisgemisch aus Wasser und Fruchtpüree zu einer italienischen Spezialität. Von Italien aus verbreitete sich Speiseeis weltweit. Im 18. Jahrhundert fand Speiseeis Einzug in die europäischen Kaffeehäuser. In Frankreich wurde es ab dem 18. Jahrhundert auch auf der Straße verkauft, und dort wurde das erste ausschließlich auf Eis spezialisierte Café von

einem Neapolitaner eröffnet. Die erste Gelateria wurde 1776 in New York eröffnet, nachdem die ersten Präsidenten der USA stark die Bekanntheit angetrieben haben. Der Limonadenhersteller Frank Epperson ließ sich 1923 seine Erfindung des Eis am Stiel patentieren, bekannt als "Popsicle", ein heute noch geschützter Markenname für Wassereis.

In Deutschland eröffneten die ersten Eisdielen erst in den 1920er Jahren, und Firmen wie Langnese und Schöller begannen in den 1930er Jahren mit der industriellen Herstellung.

Bereits vor  
5.000 Jahren erfanden die  
Chinesen das Eis.

Die ursprünglichen  
Zutaten waren Schnee  
und Honig.

Die USA sind weltweit  
führend im Eiskonsum\*.  
Ein durchschnittlicher  
Amerikaner isst etwa 23  
Liter Eis pro Jahr.

\* (Deutschland  
zum Vergleich: 7,6  
Liter pro Kopf/Jahr)

# Cooler Kreationen zum Kaufen

In einer Ausgabe, bei dem sich alles um Kreativität dreht, dürfen natürlich einige besonders kreative Eisdielen und Eissorten nicht fehlen:

## Der verrückte Eismacher in München

Wenn Eismärchen wahr werden, dann sicher bei Alice im Wunderland. Aber nein, hier war ja der Hutmacher verrückt. In München hingegen gibt es jemanden, der ist verrückt nach Eis (und nach Alice). Deshalb sind beim verrückten Eismacher besonders all diejenigen willkommen, die klassische Eissorten satt haben und eine außergewöhnliche Eis erfahrung suchen. So etwa Weißwurst, Sauerkraut, Currywurst, Weißbier, Käse-spätzle bis hin zu Schnitzel - oder anders: hier gibt es nichts, was es nicht gibt. Die Sorten wechseln fast täglich, also schauen Sie mal vorbei (und rein).



## Eisliebe & Keiserlich in Düsseldorf und Köln

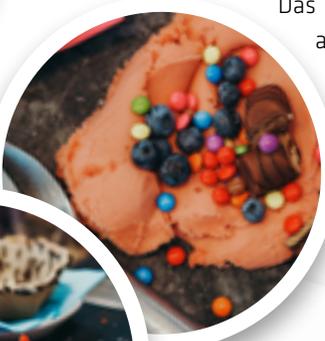
Was haben Köln und Düsseldorf gemeinsam? Richtig. Den Karneval. In Sachen Bier scheiden sich allerdings die Geister. Nicht so beim Biereis. Das von den Brauereien Reissdorf und Gaffel hergestellte Kölscheis gibt es nämlich in beiden Städten. Während Reissdorfs Variante bei der Eisliebe in Köln zu haben ist, wo auch andere außergewöhnliche Sorten wie Spargeleis über den Tresen gehen, vertreibt Gaffel seine gekühlte Kölschvariante über die Eismanufaktur Keiserlich - und die haben sogar eine Filiale in Düsseldorf. Hier gibt es aber auch alkoholfreie Varianten und eine vegane Version von Gaffels Fassbrause. In diesem Sinne: Prost.



## Schlecks in Münster

Wenn Tradition auf Innovation trifft, sind Sie bei Schlecks in Münster genau richtig. Denn neben den üblichen Klassikern warten auch ausgefallene Geschmacksrichtungen wie Salzkaramell und Matcha auf die Besucher.

Das Besondere an Schlecks ist aber auch, dass man sein Eis individuell mit verschiedenen Eiswaffeln, Eissorten und Zutaten, die einem direkt in das Eis gemischt werden, gestalten kann. Ihrer Kreativität sind also keine Grenzen gesetzt.



## Cooler Kreationen zum Ausprobieren?

Kreativ ja, aber auch lecker? Wir präsentieren die skurrilsten Eissorten.



**Birne Parmesan**

**Knoblauch**



**Tintenfisch-Tinten Eiscreme**

**Curry Banane**



**Quinoa**



**Dill-Gurken-Eis**



**Avocado mit Nachos und Chili Soße**

**Sushi**

**Spaghetti Bolognese**



**Prosciutto**

**Weißwurst**

**Viagra Eis**

(In England: Ja, da ist wirklich Viagra drin und es schmeckt nach Champagner.)

# Cooler Kreationen zum Selbermachen

Vanille, Schoko und Erdbeere sind die beliebtesten Eissorten weltweit. Welche alternativen Sorten wir ins Rennen schicken, verraten wir hier, inklusive Rezepte zum Nachmachen.

## Kokospralinen-Eis

### Zutaten (für 4 Personen)

- 4 Raffaello-Pralinen
- 250 g Schlagsahne
- 200 g gezuckerte Kondensmilch (z.B. von Milchmädchen)

### Zubereitung

Pralinen zerkleinern, die Kondensmilch glatt rühren und die Sahne steif schlagen. Die Schlagsahne anschließend unter die Kondensmilch heben und die Raffaelostückchen dazu geben. Alles verrühren.

Die Eismasse in eine gefriergeeignete Form füllen und mit Folie abdecken. Mindestens sechs Stunden gefrieren lassen. Ggf. zwischendurch umrühren, damit keine Kristalle entstehen.

## Cookies and Cream

### Zutaten (für 8 Kugeln)

- 100 g Oreo-Kekse oder klassische Cookies oder Brownies
- 100 g Milch
- 0.5 TL Vanilleextrakt
- 200 g Kondensmilch
- 300 g Sahne
- 25 g Zucker

### Zubereitung

Die Hälfte der Kekse fein zerkleinern (geht am besten mit einem Multizerkleiner oder aber auch in einer Tüte und einem Nudelholz), die andere grob zerbröseln.

Milch mit der Vanille und der Kondensmilch verrühren.

Die Sahne mit dem Zucker steif schlagen und unter die Milchmasse heben. Die Kekse ebenfalls dazugeben.

Die fertige Masse dann in einer Eismaschine (60 Minuten) oder einer gefrierfesten Form (4-6 Stunden) gefrieren lassen.

## Gefrorene Joghurt-Himbeer-Würfel

### Zutaten

- 150 g griechischer Joghurt
- 150 g Himbeeren
- 3 EL Honig (aufgeteilt)
- 1 EL Zitronensaft

### Zubereitung

Ein Esslöffel Honig und die Himbeeren mit einem Stabmixer pürieren. Eine Eiswürfelform zu einem Drittel mit der Himbeermischung füllen. Wer keine Kerne zwischen den Zähnen mag, gibt die Mischung vorher durch ein Sieb.

Den griechischen Joghurt, Zitronensaft und restlichen Honig in einer Rührschüssel vermengen. Die Masse dann über die Himbeermischung der Eiswürfelform geben und das Ganze für vier Stunden im Gefrierschrank kühlen.

[pma:]

# Ein Muss für moderne Makler: **DAS KUNDEN- PORTAL!**

In einer Zeit, in der Digitalisierung und Selbstbedienung die Erwartungen der Kunden neu definieren, sind Kundenportale längst nicht mehr nur ein nettes Extra. Sie sind wie ein Top-Stürmer, der das Spiel jederzeit drehen kann – ein unverzichtbares Werkzeug, das Maklern und Beratern dabei hilft, die Effizienz zu steigern, die Kundenzufriedenheit zu erhöhen und letztlich den Geschäftserfolg zu sichern.

Stellen Sie sich vor, Sie könnten Ihren Kunden eine zentrale Anlaufstelle bieten, an der sie alle Informationen rund um ihre Immobilie finden – vom aktuellen Status ihrer Anfragen über Dokumente bis hin zu persönlichen Nachrichten. Ein Kundenportal ermöglicht genau das. Als digitale Schnittstelle schafft es eine direkte Verbindung zwischen Ihnen und Ihren Kunden und erleichtert so die Kommunikation erheblich, genau wie ein präziser Pass, der den Weg zum Tor öffnet. Kunden wollen heutzutage die Kontrolle über ihre Interaktionen behalten und eigenständig auf Informationen zugreifen können. Ein Kundenportal macht dies möglich. Ihre Kunden können wichtige Dokumente einsehen, Termine vereinbaren oder Fragen klären – und das alles, ohne auf Ihre Verfügbarkeit angewiesen zu sein. Dies spart nicht nur Zeit, sondern erhöht auch die Zufriedenheit, da sie die benötigten Informationen jederzeit und überall abrufen können, so wie ein Spieler, der den Ball immer dann kontrolliert, wenn er ihn braucht. Die Reise eines Kunden beginnt lange vor dem ersten Gespräch und endet nicht mit dem Vertragsabschluss. Ein Kundenportal begleitet Ihre Kunden durch den gesamten Prozess, bietet Unterstützung in jeder Phase und sorgt für eine nahtlose Erfahrung.

Es fungiert als zentrale Plattform, auf der alle Interaktionen und Informationen gebündelt sind, was sowohl die Effizienz als auch die Transparenz erhöht – wie ein gut organisierter Angriff, bei dem jeder Spieler seinen Platz kennt und die Pässe sitzen. Für Sie bedeutet ein Kundenportal damit nicht nur eine Erleichterung der Kundenkommunikation, sondern auch eine Optimierung interner Prozesse. Alle relevanten Informationen sind zentralisiert und leicht zugänglich, was die Bearbeitung von Anfragen beschleunigt und Fehler minimiert. Darüber hinaus schafft die Transparenz Vertrauen und stärkt die Kundenbeziehung, ähnlich wie eine solide Abwehr, die dem Team Sicherheit gibt. Ein Kundenportal ist also mehr als nur ein praktisches Tool – es ist ein strategisches Instrument, das den Unterschied ausmachen kann. Es verbessert nicht nur die Kundenerfahrung, sondern unterstützt auch Ihre internen Abläufe und trägt so maßgeblich zum Erfolg Ihres Unternehmens bei.

Vielen Dank für's Lesen. Um Ihnen kreative und informative Inhalte zu bieten wurde dieser Artikel unter Zuhilfenahme einer KI erstellt.

Wie gut, dass unser Kundenportal [prima:beraten] bereits auf dem Elf-Meter Punkt liegt und zum Absch(I)uss bereit steht.

[pma:] Vertriebstechnik

Foto: Günther Standl

Kraftplatz  
mit Aussicht

# BERGKRISTALL - MEIN RESORT IM ALLGÄU

Ankommen, aufatmen und entschleunigen: Das gelingt im Bergkristall – Mein Resort im Allgäu besonders gut. Auf 850 Höhenmetern in spektakulärer Alleinlage liegt das Refugium der Gastgeberfamilie Lingg. Es ist ein besonderer Rückzugsort, an dem traditionelle Allgäuer Herzlichkeit harmonisch mit modernem Design verschmilzt.



Foto: Günther Standl

Bereits seit über 50 Jahren wird das Haus von Familie Lingg mit Herzblut geführt:

„Wir möchten, dass unsere Gäste bei uns ein Zuhause auf Zeit finden und sich rundum wohlfühlen“, so Inhaber Hans-Jörg Lingg.

Das ist von der ersten Minute an spürbar. So trifft leichter Genuss auf pure Entspannung, während die umliegende Natur und der Blick auf die Allgäuer Alpen das Wohlfühlerlebnis perfekt abrunden.

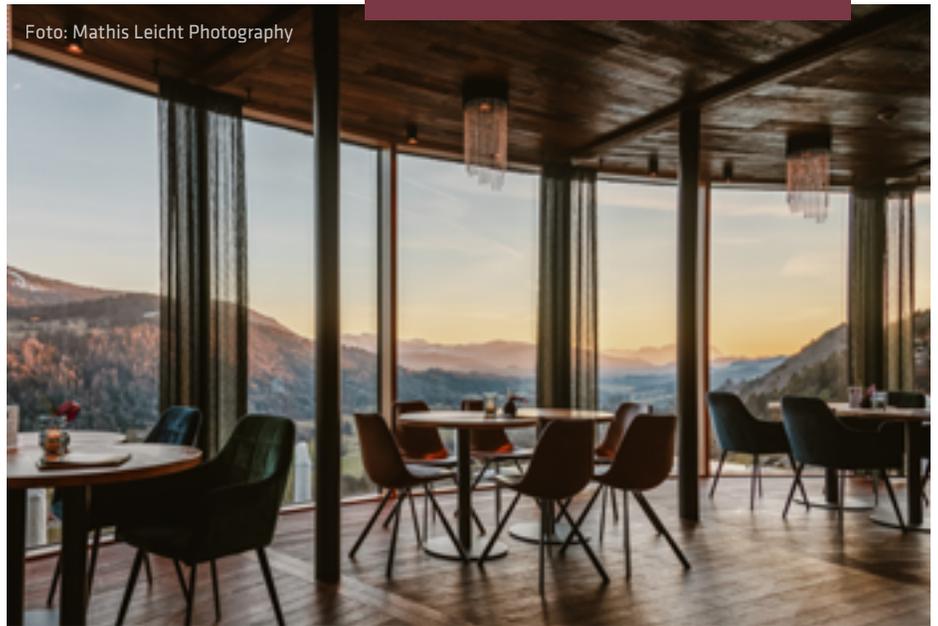
Im **Kristall SPA** orientieren sich die Anwendungen an den Eigenschaften des Edelsteines selbst: Licht, Kraft, Harmonie und Klarheit. Jedem der vier Kraftfelder wurde eigens ein exklusives Signature Treatment zugeordnet. Für herrliche Aufgüsse sorgt Saunameister Sepp in der Saunalandschaft Nagelfluh, während das erfrischende Tauchbecken im neuen Naturteich zum Abkühlen einlädt.



Foto: Mathis Leicht Photography

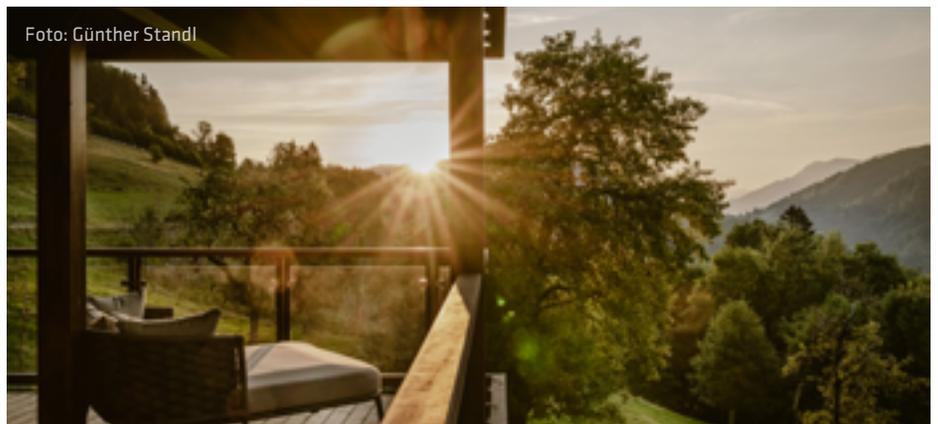


Foto: Günther Standl



Auch in der Küche wird Genuss großgeschrieben. Mit gesunden und regionalen wie saisonalen Produkten zaubert Küchenchef Andreas Krohn leckere und edel angerichtete Kreationen. Dabei kocht er nach dem 80:20-Prinzip, bei dem 80 Prozent das gesunde Essen bilden und die verbleibenden 20 all das, worauf man Lust hat. Gäste vermissen dabei geschmacklich nichts.

Wie daheim fühlen sich Ruhesuchende vor allem in den acht Natursuiten. Erdige Farbtöne und Naturmaterialien prägen das Interieur, während breite Fensterfronten das einzigartige Bergpanorama freigeben. In der Spa Suite Premium werden zudem die Träume aller Wellnessfans wahr: Schwitzen in der eigenen Sauna, Entspannen in der Whirlwanne auf der Terrasse und Kuschneln mit Blick ins Grüne. Der perfekte Ort für eine Auszeit.



Mit der bereits im Aufenthalt inkludierten Oberstaufen PLUS Karte genießen Gäste viele Gratis-Leistungen und preisliche Vergünstigungen wie beispielsweise kostenfreie Fahrten mit den Bergbahnen und Greenfee-freies Golfen auf 5 Plätzen in der Umgebung – praktisch vor allem für Wander- und Golfans und andere Naturliebhaber.





## Mentale Gesundheit und Kundenservice

Kennen Sie das? Im direkten Kontakt mit Ihren Kundinnen und Kunden vergeht kein Tag, an dem nicht jemand mit sehr komplexen oder sehr emotionalen Problemen Ihren Rat sucht und Sie gefordert sind, nicht nur schnell eine individuelle Lösung zu finden, sondern professionell und stets einfühlsam im Umgang zu bleiben. Diese Anforderungen können stressig und psychisch belastend sein und unsere mentale Gesundheit stark beeinflussen. Eine gute mentale Gesundheit hilft uns jedoch, klar zu denken, effektiv zu arbeiten und positive Beziehungen zu unseren Mitmenschen aufzubauen. Deshalb haben wir in diesem Artikel einige praktische Tipps und Strategien gesammelt, die Ihnen dabei helfen, Ihre mentale Gesundheit zu fördern und die Qualität Ihres Kundenservices zu verbessern.

### Wie mentale Gesundheit sich auswirken kann:

**Verbesserte Kommunikation:** Mentale Gesundheit unterstützt die Fähigkeit, klar und effektiv zu kommunizieren. Dies ist besonders wichtig im Versicherungswesen, wo klare Erklärungen und einfühlsame Gespräche den Unterschied ausmachen können.

**Erhöhte Empathie:** Ein stabiler mentaler Zustand ermöglicht es, empathisch zu sein und die Anliegen der Kunden wirklich zu verstehen. Dies stärkt das Vertrauen der Kunden und fördert langfristige Beziehungen.

**Effiziente Problemlösung:** Ein gesunder Geist kann besser mit Stress umgehen und kreative Lösungen für die oft komplexen Anliegen der Kunden finden.

### Strategien zur Förderung der mentalen Gesundheit

**Selbstfürsorge und Achtsamkeit:** Sich selbst gut zu behandeln, ist kein Luxus, sondern eine Notwendigkeit. Regelmäßige Achtsamkeitsübungen wie Meditation oder Atemtechniken können helfen, den Geist zu beruhigen und Stress abzubauen. Diese Praktiken können in den Alltag integriert werden, um eine kontinuierliche Unterstützung zu bieten.

**Klare Grenzen setzen:** Es ist wichtig, zwischen Arbeit und Privatleben zu unterscheiden. Versuchen Sie, klare Arbeitszeiten einzuhalten und nach der Arbeit abzuschalten. Digitale Entgiftung kann dabei helfen, die Zeit außerhalb der Arbeit wirklich zur Erholung zu nutzen.

**Pausen und Erholung:** Kurze Pausen während des Arbeitstages können Wunder wirken. Nutzen Sie Pausen, um sich zu strecken, frische Luft zu schnappen oder einfach einen Moment der Ruhe zu genießen. Regelmäßige Pausen verhindern Erschöpfung und fördern die Konzentration.

**Gesunde Lebensweise:** Eine ausgewogene Ernährung, regelmäßige Bewegung und ausreichend Schlaf sind grundlegende Bausteine für eine gute mentale Gesundheit. Versuchen Sie, diese Aspekte in Ihren Alltag zu integrieren, um Ihre allgemeine Gesundheit zu fördern.

**Soziale Unterstützung:** Suchen Sie den Austausch mit Kolle-

gen oder Freunden, um über Herausforderungen zu sprechen und Unterstützung zu erhalten. Ein starkes soziales Netzwerk kann eine wichtige Ressource sein, um Stress abzubauen und sich unterstützt zu fühlen.

**Zeitmanagement:** Effektives Zeitmanagement kann dazu beitragen, Überforderung zu vermeiden. Erstellen Sie realistische To-Do-Listen und priorisieren Sie Ihre Aufgaben. So behalten Sie den Überblick und vermeiden unnötigen Stress.

**Fortbildung und Weiterentwicklung:** Sich kontinuierlich weiterzubilden und neue Fähigkeiten zu erlernen, kann das Selbstbewusstsein stärken und die berufliche Zufriedenheit erhöhen.

## Praktische Übungen

Hier sind einige konkrete Übungen, die Sie in Ihren Alltag integrieren können, um Ihre mentale Gesundheit zu fördern:

**Atemübungen:** Nehmen Sie sich täglich ein paar Minuten Zeit für tiefe Atemübungen. Atmen Sie tief ein und aus, um den Geist zu beruhigen und Stress abzubauen.

**Dankbarkeitstagebuch:** Führen Sie ein Tagebuch, in dem Sie täglich drei Dinge notieren, für die Sie dankbar sind. Dies kann helfen, eine positive Einstellung zu fördern und den Fokus auf das Positive zu lenken.

**Kurze Spaziergänge:** Ein kurzer Spaziergang, wenn auch nur für zehn Minuten, kann helfen, den Kopf freizubekommen und neue Energie zu tanken. Schnappen Sie sich also einen (oder mehrere) KollegInnen und erkunden Sie in der Mittagspause doch einmal Ihre Umgebung.



Die Pflege der mentalen Gesundheit ist für uns alle von entscheidender Bedeutung. Wenn Sie auf sich achten und geeignete Strategien anwenden, können Sie nicht nur Ihre eigene Lebensqualität verbessern, sondern auch die Qualität Ihres Kundenservices. Ein klarer Geist, Empathie und effektive Problemlösungsfähigkeiten sind der Schlüssel, um Kunden optimal zu unterstützen und langfristige Beziehungen aufzubauen. Nehmen Sie sich daher ausreichend Zeit für sich selbst und machen Sie Ihre psychische Gesundheit zu einer Priorität.



# DER SOMMER FÜR ALLE: WIE DAS SOMMERLOCH ZUR STRATEGISCHEN STÄRKE IM E-MAIL- MARKETING WIRD



Der Sommer bringt nicht nur sonnige Tage und Urlaubsstimmung mit sich, sondern auch das berüchtigte Sommerloch. Für Makler ist diese Zeit sowohl eine Herausforderung als auch eine Chance. Denn gerade diese Jahreszeit eignet sich besonders gut, um strategische Entscheidungen zu treffen, die weit über die Ferienzeit hinauswirken. Anstatt unpersönliche Massenmails zu versenden, bietet modernes E-Mail-Marketing die Möglichkeit, zielgerichtet mit Kunden zu kommunizieren. Durch den Einsatz automatisierter E-Mail-Kampagnen kann die Kundenbindung nochmal gestärkt und sich optimal auf das Jahresendgeschäft vorbereitet werden.

## Kreativität und Kundenbindung im E-Mail-Marketing

In einer Welt, in der die Inboxes der Kunden täglich mit Massenmails überflutet werden, sticht kreative und personalisierte Kommunikation heraus. Für Berater bietet sich hier eine wertvolle Gelegenheit, durch maßgeschneiderte Newsletter eine tiefere Verbindung zu ihren Kunden aufzubauen. Indem persönliche Anreden verwendet und individuelle Interessen angesprochen werden, erhält jede Nachricht eine persönliche Note, die Vertrauen schafft.

Der Einsatz von emotionalen Geschichten und ansprechenden Inhalten kann das Interesse der Empfänger wecken und eine nachhaltige Bindung aufbauen. Beispielsweise können Erfolgsgeschichten von Kunden, die durch eine bestimmte Versicherungspolice abgesichert wurden, oder inspirierende Anekdoten über finanzielle Erfolge durch kluge Beratung in den E-Mails geteilt werden. Solche Erzählungen machen die Botschaften wesentlich greifbarer.

Darüber hinaus spielen exklusive Angebote und Insider-Informationen eine entscheidende Rolle bei der Erhöhung der Relevanz der E-Mail-Kommunikation. Diese können spezielle Rabatte für Neukunden oder Frühbucher, exklusive Einblicke in kommende Produktneuheiten oder besondere Serviceleistungen umfassen. Der Herbst ist für Finanzberater und Versicherungsmakler eine besonders geschäftige Zeit, da viele Kunden ihre Kfz-Versicherungen und andere Jahresendverträge erneuern. Eine gründliche Vorbereitung während der Sommermonate kann hier den entscheidenden Unterschied machen. Durch frühzeitige Kommunikation von Änderungen und neuen Tarifen können Kunden rechtzeitig informiert und zur Handlung motiviert werden.





## Strategische Vorbereitungen während der Urlaubszeit

Damit der Ansatz der personalisierten Newsletter die Stärkung der Kundenbindung nicht nur erfolgreicher, sondern auch effizienter gestaltet, kommt hier Automation ins Spiel. Die Sommerzeit eignet sich perfekt, um Marketingstrategien zu überdenken und Automationsprozesse zu implementieren.

Ein wichtiger erster Schritt ist die sorgfältige Planung und Segmentierung von E-Mail-Kampagnen. Durch die Analyse von Kundendaten lassen sich verschiedene Segmente identifizieren, etwa basierend auf dem Alter, dem bisherigen Kaufverhalten oder spezifischen Interessen. Diese Segmentierung ermöglicht es, gezielte und relevante Inhalte zu erstellen, die auf die spezifischen Bedürfnisse der unterschiedlichen Kundengruppen abgestimmt sind. Beispielsweise können jüngere Kunden Informationen zu innovativen Finanzprodukten erhalten, während ältere Kunden eher an Renten- und Altersvorsorgeangeboten interessiert sind.

E-Mail-Marketing-Tools ermöglichen es, personalisierte E-Mails effizient und zeitgesteuert zu versenden, ohne dass manuelle Eingriffe erforderlich sind. Ein typisches Beispiel ist die Einrichtung von Willkommens-E-Mails, die automatisch an neue Kunden verschickt werden, sobald diese sich zum Newsletter anmelden. Diese E-Mails können nicht nur eine freundliche Begrüßung enthalten, sondern auch nützliche Informationen über die angebotenen Dienstleistungen und erste Handlungsempfehlungen. Ein weiteres Beispiel für den Einsatz von Automatisierung ist das Versenden von Follow-up-E-Mails nach bestimmten Aktionen, wie dem Download eines Whitepapers oder der Anmeldung zu einem Webinar. Diese E-Mails können weitere relevante Inhalte bieten und den Kunden so durch den Verkaufsprozess führen. Zudem können Erinnerungen an wichtige Fristen, wie die Verlängerung von Versicherungsverträgen oder das Einreichen von Unterlagen, automatisch verschickt werden.

Die Nutzung von E-Mail-Automation mithilfe von Newsletter-Tools spart nicht nur Zeit, sondern erhöht auch die Konsistenz der Kommunikation. In der Ferienzeit, wenn das Tagesgeschäft oft etwas ruhiger ist, können diese Tools, wie CleverReach, intensiv getestet und optimiert werden. So wird sichergestellt, dass alle Einstellungen optimal auf das hektische Jahresendgeschäft eingestellt sind.

## USPs der E-Mail-Marketing-Tools

E-Mail-Marketing-Tools wie CleverReach bieten zahlreiche Vorteile, die sie zu unverzichtbaren Instrumenten für Unternehmen machen, die ihre Marketingstrategien optimieren und ihre Kundenkommunikation effizient gestalten möchten. Zu den wichtigsten USPs dieser Tools gehören die Automatisierung und das Workflow-Management. Diese sparen Ressourcen, indem sie das automatische Versenden von E-Mails zu bestimm-

ten Zeitpunkten oder basierend auf spezifischen Aktionen der Empfänger ermöglichen. Personalisierung und Segmentierung sorgen dafür, dass Nachrichten gezielt und relevant für verschiedene Zielgruppen sind, während dynamische Inhalte in Echtzeit angepasst werden können.

Detaillierte Analytics und Reporting-Funktionen bieten umfassende Einblicke in die Leistung der Kampagnen, und A/B-Tests helfen dabei, die besten Betreffzeilen, Inhalte und Versandzeiten zu ermitteln. Die Integration mit CRM-Systemen und CMS- oder E-Commerce-Plattformen ermöglicht eine zentrale Verwaltung von Kundendaten und eine personalisierte Kommunikation. Benutzerfreundliche Drag-and-Drop-Editoren sowie Vorlagenbibliotheken erleichtern die Erstellung professioneller E-Mails. Zudem sorgen Compliance- und Sicherheitsfunktionen für die Einhaltung von Datenschutzbestimmungen und den Schutz von Kundendaten.

Damit neue Kunden sich schnell und unkompliziert mit Automationen auseinandersetzen können, bietet CleverReach einen kostenlosen **NEWSLETTERKURS** an, um E-Mail Automation zu lernen.

## Fazit

Die Sommermonate bieten also eine hervorragende Gelegenheit, strategische Vorbereitungen für das Jahresendgeschäft zu treffen und sich auf die bevorstehenden Herausforderungen optimal vorzubereiten. Während des Sommerlochs kann die ruhigere Zeit genutzt werden, um E-Mail-Marketing-Kampagnen gezielt zu planen und Automationsprozesse zu implementieren. Automatisierte Workflows und personalisierte E-Mail-Kampagnen ermöglichen eine effiziente und zielgerichtete Kommunikation, die den Kunden relevante Informationen zur richtigen Zeit liefert. Durch vorausschauende Planung und den Einsatz moderner Automatisierungstools lässt sich nicht nur die Effizienz steigern, sondern auch eine starke Kundenbindung aufbauen, die sich langfristig positiv auf den Geschäftserfolg auswirkt.

CleverReach



**DARUM IST DIE  
ALTE LEIPZIGER**

**#Gewerbeversicherer:**

Wer oder was ist eigentlich ein Gewerbeversicherer? Das „WER“ kann an dieser Stelle schnell geklärt werden: Die Alte Leipziger ist ein Gewerbeversicherer. WAS macht einen Gewerbeversicherer aus? In unseren Augen ist auch diese Frage klar zu beantworten: Als #Gewerbeversicherer sind wir als Team nah dran an den Bedürfnissen von Kunden und Maklern und denken das Thema Gewerbe ganzheitlich.

Das Team besteht in diesem Fall aus persönlichen Ansprechpartnern im Vertrieb und Backoffice.

Sie bieten tatkräftige Unterstützung bei der Risikobewertung und dem Vertragsabschluss. Weiteres wertvolles Knowhow kommt von den persönlich erreichbaren Experten in den Vertrags- und Schadenabteilungen. Sie helfen Vertriebspartnern auch beim Schadenmanagement und in komplizierten bis „unmöglichen Balanceakten“. Beispielsweise, wenn Kunden sehr speziellen Versicherungsschutz wünschen. Für Vermittler im Gewerbebereich ist das der ganz normale Alltag.

Im Schadenfall, aber auch schon bei der Schadenprävention, unterstützen die Spezialisten mit einem umfangreichen Schadenmanagement. Dazu gehört auch die Empfehlung von Handwerkern, Bestellung von Gutachtern und vieles mehr.

Unser Fokus auf das Gewerbegeschäft ist keine zufällige Entwicklung, sondern das Resultat einer klaren strategischen Entscheidung und langjähriger Expertise.

### Maßgeschneiderte Lösungen für Ihr Gewerbegeschäft

Unsere Versicherungsprodukte decken ein breites Spektrum an gewerblichen Risiken ab. Ob Sie Handwerksbetriebe, Dienstleister, Einzelhändler oder mittelständische Unternehmen betreuen – wir bieten passgenaue Versicherungslösungen, die optimal auf die jeweiligen Branchen und Unternehmensgrößen zugeschnitten sind.

### Warum Sie als Makler von einer Zusammenarbeit profitieren

Eine Zusammenarbeit mit der Alte Leipziger Versicherung AG bringt für Versicherungsmakler zahlreiche Vorteile. Hier sind einige Gründe, warum wir der ideale Partner für Ihr Gewerbegeschäft sind:

**Fachkompetenz und Erfahrung:** Unsere langjährige Erfahrung und unser tiefgehendes Verständnis der gewerblichen Versicherungsmärkte ermöglichen es uns, Ihnen und Ihren Kunden maßgeschneiderte Lösungen anzubieten.

**Ausgezeichnete Produkte:** Wir entwickeln unsere Versicherungsprodukte stetig weiter, um auf die aktuellen Anforderungen und Veränderungen in der Wirtschaft zu reagieren. Dabei legen wir großen Wert auf ausgezeichnete Produktqualität – und lassen diese auch von externen Ratingagenturen testen und bestätigen.

**Erstklassiger Service:** Unser engagiertes Team steht Ihnen mit Rat und Tat zur Seite. Von der Risikoanalyse bis hin zur Schadenabwicklung – wir begleiten Sie und Ihre Kunden in allen Phasen der Zusammenarbeit.

**Verlässliche Partnerschaft:** Als Ihr Partner legen wir großen Wert auf eine langfristige und vertrauensvolle Zusammenarbeit. Ihre Zufriedenheit und die Ihrer Kunden stehen für uns an erster Stelle.

### #Gewerbeversicherer – Unser Versprechen an Sie

Mit unserem Claim #Gewerbeversicherer unterstreichen wir unser Engagement und unsere Expertise im Gewerbegebiet. Wir verstehen nicht nur die spezifischen Anforderungen Ihrer gewerblichen Kunden, sondern auch die Herausforderungen, vor denen Sie als Makler stehen. Dieses Verständnis bildet die Grundlage unserer Partnerschaft und unserer gemeinsamen Erfolge.

#### Fazit

Die strategische Ausrichtung der Alte Leipziger Versicherung AG auf das Gewerbegebiet bietet Ihnen als Versicherungsmakler zahlreiche Vorteile. Mit unserer umfassenden Expertise, innovativen Produkten und dem klaren Fokus auf die Bedürfnisse gewerblicher Kunden sind wir der ideale Partner für Ihr Gewerbegebiet.

Alte Leipziger

# KRAVAG FÜR ALLE! INDIVIDUELLE LÖSUNGEN VON KLEIN BIS GROSS!



Mobil sein und es auch bleiben ist ein universeller Bestandteil des modernen Lebens. Das betrifft alle Menschen ebenso wie Unternehmen jeder Größe. KRAVAG bietet zum Mobilitätsbedarf Ihrer Privat- und Firmenkunden individuell passende Lösungen, Services und Leistungen in einer großen Bandbreite. Nutzen Sie die Expertise der KRAVAG zur Absicherung der Mobilität Ihrer Kunden.

---



Mobilität ermöglicht Menschen, aktiv, unabhängig und selbstständig zu bleiben – sie wird mit Freiheit assoziiert. So halten etwa laut einer Studie des Verbands der Automobilindustrie (VDA) im privaten Alltag drei von vier Menschen das Auto für unverzichtbar. Für Unternehmen bedeutet Mobilität hingegen vor allem Zugang zu Kunden und Geschäftspartnern sowie eine gute Erreichbarkeit der Arbeitsstätten für Mitarbeiter. Hohe Verfügbarkeit und niedrige Kosten der Mobilität gelten als Katalysator für unternehmerischen Erfolg.

Positionieren Sie sich in diesem vielfältigen Themenfeld mit der Expertise der KRAVAG als Ihr verlässlicher Partner für Kfz- und Transport-Produkte und Services. Ihre Kundenzielgruppe sind alle, die mobil sind oder es bleiben wollen. Für Privatpersonen, insbesondere Familien, Fahranfänger, junge Fahrer unter

30 Jahren oder Senioren, kommt es auf die Details an, um eine umfangreiche Mobilität zu gewährleisten. Bei Unternehmen können Fahrzeughalter, Handwerker, kleine und mittlere Unternehmen (KMU), Logistikdienstleister, Frachtführer, Spediteure und Lagerhalter zu Ihren Kunden zählen.

Die zwei neuen, hochwertigen Produktlinien KRAVAG KfzPolice kompakt und KRAVAG KfzPolice exklusiv ermöglichen es Ihnen, den Versicherungsschutz durch zahlreiche optionale Zusatzbausteine an die Bedürfnisse Ihrer anspruchsvollen Kunden anzupassen.

- **Zusatzfahrer** für einen kostengünstigen Einstieg in die Mobilität für nur 318 EUR
- **Fahrschutzversicherung** - auch für Kräder
- **Kasko-Extra Versicherung** (Brems-, Bruch- und Betriebschäden) jetzt auch für Camping-Kfz
- **BleibMobil** ist eine Produktergänzung für Pkw zur Teilkasko für junge Kunden für 72 EUR. Bei einem technischen Unfall-Totalschaden zahlt KRAVAG dem Versicherungsnehmer für maximal 6 Monate ein Auto-Abo
- **Kasko Spezial:** ist ein umfangreiches Leistungsupgrade für die KRAVAG KfzPolice exklusiv, welches einer Vollkasko-Produktergänzung für Pkw gleichkommt. Dazu gehören eine Kasko-Extra-Versicherung, eine Autoinhaltsversicherung bis 1.000 EUR, eine Akku-Allgefahrendeckung sowie eine erweiterte Unterschlagungsdeckung. Außerdem ist die Wertminderung bei Unfallschäden und eine verlängerte Neupreis-/Kaufwertentschädigung bis zu 48 Monaten abgesichert. Sublimits, zum Beispiel bei Tierbiss- oder Kurzschluss-Schäden, entfallen komplett.

### Attraktive Sondereinstufungen – Individuelle KRAVAG Lösungen für Ihre Kunden

Besondere Situationen erfordern besondere Lösungen. Ob Ihr Kunde ein Fahranfänger ist oder gerade den Kauf eines Zweitwagens getätigt hat: Bei einem Fahrzeug- oder Versichererwechsel können Ihre Kunden mit KRAVAG von einer besseren SF-Einstufung profitieren. Mit den attraktiven KRAVAG Produkt- und Service-Highlights gehen Sie auf die Bedürfnisse Ihrer Kunden ein.

**Vollständige Informationen zu den Produkten und Services der KRAVAG finden im persönlichen Gespräch mit Ihrer KRAVAG Maklerbetreuung.**

KRAVAG

Key-Account Management Kfz

Tel.: 040 23606-1039

E-Mail: Katharina.Meister@kravag.de

# Kunden- zufriedenheit auf vier Pfoten



## Wie die Tierkrankenversicherung Haustiere absichert

Die gesundheitliche Versorgung von Haustieren hat in den letzten Jahren erheblich an Bedeutung gewonnen. Insbesondere Hunde- und Katzenhalter sind zunehmend daran interessiert, dass ihre geliebten Vierbeiner die beste medizinische Versorgung erhalten. Sie genießen einen hohen Stellenwert bei Halter und Herrchen, weshalb immer mehr Menschen bereit sind, für ihrer tierische Familienmitglieder mehr in Versicherungen zu investieren. Nicht zuletzt natürlich auch, weil die finanzielle Belastungen durch Behandlungen und Versorgungsleistungen deutlich gestiegen sind. Man könnte also sagen, dass der haarige Kunde nach einem signifikanten Wandel und spezialisierten sowie kundenorientierten Lösungen verlangt. Vor diesem Hintergrund beleuchten wir in diesem Artikel die beiden wichtigsten Versicherungsarten, erläutern ihre Vorteile und Unterschiede und zeigen auf, worauf bei der Wahl der richtigen Versicherung zu achten ist.

## WER BENÖTIGT EINE TIERKRANKENVERSICHERUNG?

- **Ersttierbesitzer:** Zur Absicherung vor unerwarteten hohen Tierarztkosten.
- **Halter von Rassetieren:** Rassehunde und Katzen haben oft genetisch bedingte Gesundheitsprobleme.
- **Halter älterer Tiere:** Ältere Hunde/Katzen benötigen häufiger medizinische Versorgung.
- **Aktive Tierhalter:** Hunde/Katzen, die viel draußen sind und spielen, haben ein höheres Verletzungsrisiko.
- **Halter in Regionen mit hohen Tierarztkosten:** In Gegenden, in denen tierärztliche Dienstleistungen teuer sind.

## WARUM IST EINE TIERKRANKENVERSICHERUNG SINNVOLL?

- **Kostenkontrolle:** Regelmäßige Tierarztbesuche und unerwartete medizinische Kosten können schnell ins Geld gehen.
- **Sicherheit:** Hunde- und Katzenhalter können sicher sein, dass ihr Haustier die notwendige medizinische Versorgung erhält, ohne finanzielle Kompromisse eingehen zu müssen.
- **Präventivmaßnahmen:** Durch die Abdeckung von Routineuntersuchungen und Impfungen wird die Gesundheit des Tieres proaktiv gefördert.

Generell ist eine Tierkrankenversicherung für alle Hunde- und Katzenhalter sinnvoll, die finanzielle Risiken minimieren und eine umfassende medizinische Versorgung für ihre Hunde und Katzen sicherstellen möchten.

## WOFÜR BESTEHT SCHUTZ?

### 1. Tierkrankenversicherung

Die Tierkrankenversicherung ist vergleichbar mit einer Krankenversicherung für Menschen. Sie deckt allgemeine tierärztliche Behandlungen ab, und umfasst unter anderem:

- Routineuntersuchungen: Regelmäßige Check-ups und Vorsorgeuntersuchungen.
- Impfungen: Schutzimpfungen gegen gängige Hunde- und Katzenkrankheiten.
- Medikamente: Verschreibungspflichtige Medikamente und bestimmte rezeptfreie Präparate.
- Diagnostische Tests: Blutuntersuchungen, Röntgenaufnahmen, Ultraschall und ähnliche Diagnostiktests.
- Therapeutische Behandlungen: Behandlung von chronischen oder akuten Erkrankungen.

### 2. Tieroperationsversicherung

Die Tieroperationsversicherung ist eine spezialisierte Form der Versicherung, die sich auf chirurgische Eingriffe konzentriert. Sie umfasst unter anderem:

- Operationskosten: Deckung der Kosten für notwendige chirurgische Eingriffe.
- Anästhesie: Kosten für die Betäubung während der Operation.
- Nachsorge: Behandlungen und Medikamente, die nach der Operation erforderlich sind.

## BESONDERHEITEN

Manche Versicherer haben einen Kündigungsverzicht vereinbart, der es für die Gesellschaft drei Jahre nach Vertragsbeginn unmöglich macht, auf Grund eines Versicherungsfalles zu kündigen.

Einzelne Versicherer bieten eine direkte Abrechnung mit dem Tierarzt an.

## WAS IST WICHTIG?

Am 22.11.2022 wurde der maximale GOT-Satz von zwei auf vier angehoben.

→ Der gewählte Tarif sollte sich am aktuellen GOT-Satz orientieren und somit bis zum 4-fachen Satz leisten.

Es gibt eine Wartezeit, die in der Regel zwischen einem und drei Monaten liegt.

→ Diese kann bei unfallbedingten Operationen wegfallen.

Für angeborene, erbliche, genetische oder erworbene Anomalien jeder Art gilt in den meisten Fällen während der Laufzeit eine Höchstentschädigungssumme für alle Versicherungsfälle.

→ Diese beträgt häufig 1.000 bis 5.000 €.

Beachten Sie eine mögliche Selbstbeteiligung. Diese kann in verschiedensten Formen auftreten (Jahres-SB, prozentuale SB, etc.)

→ Um die Prämie so niedrig wie möglich zu halten, wird eine kleine Selbstbeteiligung empfohlen.

Versicherungssummen und Leistungen können in den Tarifen für Katzen im Vergleich mit den Tarifen für Hunden leicht abweichend sein.

→ In der Regel sind die Versicherungssummen bei Katzen etwas niedriger.



Wie Sie aus der BU für Ihre Kunden  
**DAS BESTE HERAUSHOLEN...**

Nichts ist so beständig wie der Wandel... das wusste schon Heraklit und das wissen auch wir. Gerade in unserer Branche drängen ständig neue Lösungen, Produkte und Tarife auf den Markt, die helfen sollen, die Bedürfnisse unserer Kunden noch besser zu erfüllen. Dabei geraten aber manch altbewährten Konzepte in Vergessenheit. So etwa auch die Kombination aus einer Berufsunfähigkeitsversicherung (BU) mit einem Fondssparplan. Warum hier ein enormes Potenzial schlummert und wie diese Idee noch einmal genau funktioniert, möchten wir im Folgenden gern in Erinnerung rufen.

Eine Berufsunfähigkeitsversicherung ist ein wichtiges Produkt der Lebensversicherungsbranche. Sie schützt vor den finanziellen Folgen, sollte man aufgrund von Krankheit oder Unfall nicht mehr in der Lage sein, seinen Beruf auszuüben. Diese Versicherungen arbeiten mit zwei verschiedenen Beitragsarten: dem Netto- und dem Bruttobeitrag. Der Bruttobeitrag ist der Beitrag, den der Versicherer ohne Berücksichtigung von Zinsen und Risikogewinnen festsetzt. Der Nettobeitrag hingegen ist der Beitrag, nachdem die vom Versicherer erwirtschafteten Gewinne abgezogen wurden. Lebensversicherer legen ihr Kapital in der Regel langfristig und gewinnbringend an, wodurch sie Zinsen und andere Gewinne erzielen. Bei klassischen Sparprodukten wird dieser Gewinn zur Kapitalmehrung verwendet.

Die BU ist jedoch primär eine Risikoversicherung, weshalb hier kein Sparanteil vorgesehen ist. Die Gewinne, die durch die Anlage des Kapitals entstehen, werden normalerweise dazu genutzt, die Nettoprämie zu berechnen: Bruttoprämie minus Gewinne.

Bei einer BU mit Fondsanteil werden die erzielten Gewinne nicht direkt verrechnet. Stattdessen werden diese Gewinne in Fonds investiert, beispielsweise in ETFs (Exchange Traded Funds). Langfristig besteht hier die Chance auf eine ordentliche Rendite, da die Erträge der Fonds bei guter Marktentwicklung signifikant ansteigen können. Das Besondere an dieser Art der Versicherung ist, dass es sich um eine Risikoversicherung handelt. Das bedeutet, dass die Auszahlung des angesparten Kapitals aus diesem Vertrag komplett

steuerfrei ist. Dies kann einen erheblichen finanziellen Vorteil darstellen, besonders in Zeiten steigender Steuerbelastungen.

Die Verwendung der Überschussbeteiligung durch Anlage in Investmentfonds bietet mehrere Vorteile. Durch die Anlage in Fonds kann das investierte Kapital über die Jahre hinweg beträchtlich wachsen. Die BU-Komponente bietet eine umfassende Absicherung im Falle einer Berufsunfähigkeit. Es gibt jedoch auch Nachteile zu beachten. Die Entwicklung der Fonds ist nicht garantiert. Sollte sich der Fonds schlecht entwickeln, könnten die erwarteten Renditen ausbleiben oder sogar Verluste entstehen. Da die Gewinne nicht zur Reduktion der Prämie verwendet werden, zahlt man in Höhe des Bruttobeitrags, was die laufenden Kosten erhöht.

Die Verwendung der Überschussbeteiligung durch Anlage in Investmentfonds bietet also eine spannende Möglichkeit, den Versicherungsschutz mit einer attraktiven Sparform zu verbinden. Während die potenziellen Renditechancen und die Steuerfreiheit klare Vorteile darstellen, müssen sich Interessenten auch der Risiken und der höheren Beitragskosten bewusst sein. Eine individuelle Beratung durch einen Finanzexperten kann dabei helfen, die richtige Entscheidung zu treffen und die Vor- und Nachteile im persönlichen Kontext abzuwägen.

[pma:] Team Gesundheit und Vorsorge



## Canada Life feiert- und beschenkt Kundinnen und Kunden

In einer Jubiläumsaktion schenkt Canada Life Neukundinnen und -kunden eine Dread-Disease-Versicherung für ein Jahr. Zudem gibt es interessante Produkt-Neuerungen.

Canada Life feiert gleich mehrere Geburtstage. Vor 24 Jahren erfand der Lebensversicherer die Grundfähigkeitsversicherung als starke Alternative oder Ergänzung zur Berufsunfähigkeitsversicherung. Seit 22 Jahren ist Canada Life mit der Schwere Krankheiten Vorsorge einer der Marktführer bei den Dread-Disease-Versicherungen. Vor 20 Jahren etablierte Canada Life mit dem Unitised-With-Profits (UWP)-Fonds eine Innovation in der deutschen Altersvorsorge-Landschaft, die Garantie und Renditechancen verbindet, und die bis heute in den Altersvorsorgeprodukten ein Kernbaustein ist. Und seit mittlerweile zehn Jahren gehört die Berufsunfähigkeitsversicherung zum Portfolio des Unternehmens mit kanadischen Wurzeln.

Um diese Anlässe zu feiern, hat Canada Life sich etwas ganz Besonderes für Neukundinnen und -kunden in den Tarifen GENERATION private plus, GENERATION basic plus, Berufsunfähigkeitsschutz und Premium Grundfähigkeitsschutz einfallen lassen. Bei Abschluss einer dieser Tarife gibt es ab dem 1. Juli innerhalb eines Aktionsraums von einem halben Jahr für viele Versicherungsnehmer nun eine Dread-Disease-Versicherung mit einem Versicherungsschutz in Höhe von 20.000 Euro für die Laufzeit von einem Jahr geschenkt. Dabei gelten die üblichen Bedingungen für die genannten Tarife.

### Auftakt für ein besonderes Jahr

„Wir feiern – und unsere Kundinnen und Kunden gleich mit. In diesem und im kommenden Jahr haben wir noch die eine oder andere Überraschung in petto“, sagt Dr. Igor Radović, Vorstandsmitglied bei Canada Life. Die vom 1. Juli bis zum 31. Dezember laufende Aktion bildet den Auftakt für ein besonderes Jahr – das Jubiläumsjahr auf dem deutschen Markt. Am 24. Juli 2000 startete die Canada Life Assurance Europe plc als Ableger der mehr als 175 Jahre alten kanadischen Mutter in Deutschland und bewies hier immer wieder Pioniergeist in der Altersvorsorge und der Arbeitskraftabsicherung.

Darüber hinaus arbeitet Canada Life kontinuierlich an der Verbesserung der Produkte. Dieses Jahr wurde bereits der Generation basic Plus Tarif überarbeitet. Nun haben der Berufsunfähigkeitsschutz und der Premium Grundfähigkeitsschutz ebenfalls ein Update erhalten.

Dr. Igor Radović,  
Vorstandsmitglied

## Berufsunfähigkeitsschutz

Der Vorsorge-Champion ist noch kundenfreundlicher und einfacher geworden. Unter anderem gab es Verbesserungen in den Annahmerichtlinien- und Regelungen sowie im Leistungsfall. Zum

Beispiel hat Canada Life die Abfragezeiträume bei den Gesundheitsfragen verkürzt: Bei stationären Aufenthalten und Behandlungen müssen Kunden, unabhängig vom Alter, jetzt nur noch die letzten 5 Jahre angeben, bei ambulanten Behandlungen sind es die letzten 3 Jahre. Das gilt auch für Aufenthalte und Behandlungen einer psychischen Erkrankung. In den Annahmerichtlinien hat der Versicherer für die medizinische Risikoprüfung die Alters- und Summengrenzen noch kundenfreundlicher angepasst. Zudem erhöht sich die Regelaltersgrenze. Wenn diese in der gesetzlichen Rentenversicherung erhöht wird, können Kunden den Versi-

cherungsschutz unter bestimmten Voraussetzungen einmalig um diesen Zeitraum verlängern. Auch wurde die Widerspruchsfrist für die Dynamik verlängert und liegt inzwischen bei zwei Monaten.

Bei Leistungsfällen übernimmt Canada Life die Kosten einer Rehabilitationsmaßnahme bis zu einer Höhe der 6-fachen monatlichen Berufsunfähigkeitsrente. Liegt eine Pflegebedürftigkeit vor, zahlt die Canada Life bereits bei Verlust 1 von 4 ADLs. Auch bei Infektionen unterstützt die Berufsunfähigkeitsversicherung. Bei teilweisem Tätigkeitsverbot von mindestens 50 % oder vollständigem Beschäftigungsverbot wegen einer Infektion zahlt Canada Life die versicherte Rente – unabhängig vom Beruf.

## Premium Grundfähigkeitsschutz

Auch im Grundfähigkeitsschutz gab es Verbesserungen, zum Beispiel bei drei bestehenden Fähigkeiten: Auto fahren, Gebrauch einer Hand und Knien/Bücken. Zusätzlich sind drei neue Grundfähigkeiten in die Liste aufgenommen worden: ÖPV, Fahrradfahren und Smartphone-/Tastaturgebrauch. Zusätzlich gibt es nun eine Absicherung bei vier Organversagen, das heißt Versicherte erhalten eine Leistung, wenn eine Beeinträchtigung durch Versagen folgender Organe vorliegt: Herz, Lunge, Leber oder Niere. Die optionale Arbeitsunfähigkeits-Klausel wurde ebenfalls aktualisiert. Hat man sich für die Zusatzoption Arbeitsunfähigkeit entschieden, genehmigt die Canada Life diese auch, wenn dieser einen Risikozuschlag von 50 % erhält. Liegt ein mindestens sechsmonatiges, vollständiges Beschäftigungsverbot wegen einer Infektion vor, zahlt die Canada Life die versicherte Rente für maximal 24 Monate – unabhängig vom Beruf. Und auch die BU-Wechseloption wurde verbessert, besonders für Kinder. Ab sofort kann bei einem Wechsel das höchstmögliche Alter in dem Berufsunfähigkeitsschutz als Endalter festgelegt werden.

## Gute Beratung ist wichtig

Gerade in schwierigen Zeiten hat man mit guter Vorsorge eine finanzielle Sorge weniger und kann sich auf die wichtigen Dinge konzentrieren. Doch der Königsweg ist individuell und gute Beratung hilft am besten, den passenden Vertrag zu finden. Beratung wird häufig in Kanada und Irland genutzt, mit etwas Abstand folgt Deutschland im Mittelfeld. Dies ergab eine repräsentative Online-Umfrage des Marktforschungsunternehmens YouGov Deutschland GmbH in Deutschland, den Niederlanden, Irland, Großbritannien, den USA und Kanada. Die Umfrage im Auftrag der Canada Life untersuchte auch, ob und wieviel die Menschen monatlich in Altersvorsorge investieren. Das Ergebnis spricht für sich: Beratung sorgt dafür, dass man eher und besser investiert und vorsorgt.

Als Versicherer tut  
Canada Life das ihre,  
um einen Rundum-  
schutz anzubieten.  
**Denn gut versichert  
ist besser.**

# ALLER ANFANG IST LEICHT – MIT DER DIALOG BU

„Berufsunfähig? Das passiert doch nur anderen.“ So denken offensichtlich rund 78 Prozent\* der Deutschen, denn sie haben keine EU- oder BU-Versicherung. Dabei trifft es rund jeden Vierten irgendwann in seinem Berufsleben – im Durchschnitt bereits mit 44 Jahren. Deshalb ist eine frühzeitige BU-Ab-sicherung so wichtig. Und der große Vorteil für junge Leute: der flexible Versicherungsschutz der Dialog passt sich dabei dem Leben an – von wilden Studenten-jahren bis zur Karriereleiter.

Attraktive Produkte bieten für Studierende, Azubis und Berufseinsteigerinnen und -einsteiger einen umfangreichen Schutz – und die Beiträge sind auch für einen meist noch kleinen Geldbeutel gut zu realisieren. So profitieren Versicherte von der hohen Flexibilität bei den Produkten und ergänzenden Leistungen der neuen Tarifgeneration 02/2024 der Dialog. Neue Lebenspläne, ein neuer Beruf oder ein kurzfristiger finanzieller Engpass: Die neue Tarifgeneration passt sich an die Lebenssituation der Kundinnen und Kunden an. Besonders für junge Menschen bieten die Verbesserungen großes Potenzial. Die neuen Tarifmerkmale machen eine BU der Dialog zur 1. Wahl für Ihre jungen Kundinnen und Kunden bis 35 Jahre! Einfacher, digitaler, schneller: Vom ersten Antrag bis zum Versicherungsfall ist die gesamte Abwicklung jetzt noch unkomplizierter. Die neue Einfachheit beginnt mit der verkürzten Antragstellung für junge Leute. Aber auch nachträgliche Änderungen und Anpassungen am Versicherungsschutz sind

\* Quellen: Kundenbefragung der Vocatus AG im November 2020, im Auftrag der Dialog. Erwerbsminderungsrente: Deutsche Rentenversicherung, 2017. Armuts-grenze: 1.251 EUR, Statistisches Bundesamt, August 2022

jetzt noch einfacher erledigt - in vielen Fällen auch ohne eine Gesundheitsprüfung. Und das Beste: In den ersten 5 Jahren können Kundinnen und Kunden so oft ihren Schutz anpassen, wie sie möchten.

Die neue Tarifgeneration beinhaltet eine Besserstufung der BU-Berufsgruppen, wie beispielsweise für Bank- und Bürokaufleute. Bei einem Wechsel in risikoärmere Berufe ist eine nachträgliche Beitragssenkung möglich. Falls es mal zu einem finanziellen Engpass kommt, kann die Beitragszahlung bis zu sechs Monate ausgesetzt werden. Und das ohne Angabe von Gründen - bei vollem Versicherungsschutz.

Die BU der Dialog steht für Leistung statt Versprechen: Ver-

ständig, fair und mehrfach ausgezeichnet. Aus guten Gründen: Denn die Dialog bietet Ihren Kunden alle Leistungen und Services, die eine maßgeschneiderte BU ausmachen. So profitieren Versicherte von der hohen Flexibilität bei den Produkten und ergänzenden Leistungen.

Auch im Leistungsfall macht die Dialog es einem leicht: mit persönlichem Ansprechpartner und kurzen Antwortzeiten. Immer an der Seite Ihrer Kunden - bei Bedarf mit Teleclaiming und Vor-Ort-Service.

Die BU von den Möglichmachern: Rundumschutz von der Überbrückungshilfe bis zum Vor-Ort-Service im Leistungsfall. Vertrauen Sie den Biometrie-Experten - vertrauen Sie der Dialog.

## Hier zwei unverbindliche Beispiele:

### **Markus, 19 Jahre, hat seine Ausbildung zum Bürokaufmann abgeschlossen und spielt in seiner Freizeit Gitarre in einer Band.**

- Markus hat seine Ausbildung erfolgreich absolviert und arbeitet jetzt als angestellter Bürokaufmann.
- Einer seiner Band Buddies hat ihm empfohlen, sich gegen BU abzusichern. Je früher desto günstiger, sagte er.
- Er entscheidet sich für die Dialog SBU-professional - das Rundum-Sorglos-Paket. Mit einem attraktiven Beitrag, der zu seinem schmalen Geldbeutel passt.
- Da Markus unter 36 ist, einen BMI zwischen 18-27 hat und eine BU-Rente von nicht mehr als 2.000 EUR wählt, nutzt sein Versicherungsmakler den BU-Kurzantrag: rasch ein paar Fragen zum Gesundheitszustand der letzten 5 Jahre beantwortet, schon ist der Antrag ausgefüllt.

### **Julia, 32 Jahre, beginnt einen neuen Job im Bildungsministerium und geht am Wochenende mit ihrem Mann gerne Segeln.**

- Julia studierte Wirtschaftswissenschaften.
- Nach ihrem Master mit 25 arbeitete sie einige Jahre in der freien Wirtschaft und wählte eine Dialog SBU-professional (BG2) zur Absicherung ihrer Arbeitskraft.
- Mit 32 hat sie eine leitende Position im Ministerium für Bildung angeboten bekommen. Und zugesagt.
- Julia ist nun Beamtin. Sie meldet den Berufswechsel und in diesem Fall stuft die Dialog sie, ohne erneute Gesundheitsprüfung\*), in BG1 ein und stellt sie besser.
- Mit 36 hat Julia einen Autounfall und wird von ihrem Dienstherrn dienstunfähig gesprochen. Dank DU-Klausel reicht der Dialog das aus, sie leistet ohne weitere Prüfung.

\*) Ein Wechsel der Berufsgruppe (BG) kann den Beitrag senken. Da gerade bei jungen Kunden der künftige Beruf noch nicht feststeht, können sich diese auch im Nachhinein noch besser stellen. Dies gilt für alle, die ihr 35. Lebensjahr noch nicht vollendet haben und deren Vertrag noch nicht älter als 10 Jahre ist. Zudem sollte der neue Beruf bereits seit 6 Monaten ausgeübt werden.



WEIL „IMMER  
FUNKTIONIEREN“

## nicht immer funktioniert

Das Leben junger Menschen ist geprägt von Träumen, Optimismus und unendlichen Möglichkeiten. Doch viele denken nicht an die Eventualitäten, die das Leben bereithalten kann. Jede vierte berufstätige Person in Deutschland wird im Lauf des Berufslebens berufsunfähig – entsprechend raten Expertinnen und Experten sowie Verbraucherzentralen zur frühzeitigen Absicherung der Arbeitskraft.

Allianz Leben bietet ein attraktives und breites Angebot zur Arbeitskraftsicherung – passend für jeden Bedarf. Seit Jahresstart punktet Allianz Leben durch ein weiter gestärktes Produktportfolio und gezielte Neuerungen in der Beratung und im Verkauf.

Bei den Berufsunfähigkeitsversicherungen bietet die Allianz nun einen neuen Tarif „BU Komfort“ an. Das neue Angebot ist für Kundinnen und Kunden gedacht, die ihre Arbeitskraft gezielt ohne temporäre „Leistungen wegen Krankschreibung“ und ohne „Leistungen wegen Krebs“ absichern möchten. Wer jedoch die temporären Leistungen wegen Krankschreibung sowie Krebs einschließen möchte, kann den Tarif „BU Premium“ wählen. Die Komfort- und Premium-Variante verfügen ansonsten nahezu über die gleichen Leistungsmerkmale, für beide Tarife gilt ein Prognosezeitraum von sechs Monaten. Der Beitragsunterschied zwischen Premium und Komfort Tarif liegt bei rund 7 Prozent.

Beide Tarife sind für die private Absicherung von Kundinnen und Kunden im Einsatz, der Tarif „BU Komfort“ soll zudem entsprechend seines Leistungsumfangs in der betrieblichen Altersversorgung und in der Basisrente Anwendung finden. Denn Krankschreibungs- und Krebsleistungen sind in diesen beiden Bereichen nicht förderfähig. Die Komfort-Variante kommt vor allem Kundinnen und Kunden entgegen, die eine hochwertige Arbeitskraftsicherung zu einem günstigeren Preis wünschen. Übrigens: Beide Angebote haben ein Fünf-Sterne-Rating von Morgen & Morgen erhalten.

### Weitere Verbesserungen in der BU-Absicherung

Im Zuge dieser Neuerungen hat die Allianz Lebensversicherung weitere Verbesserungen für ihre Kundinnen und Kunden geschaffen, etwa bei den Leistungen wegen Krankschreibung: Im neuen Premium-Tarif wird so lange geleistet, wie die Arbeitsunfähigkeit besteht, jetzt bis zu 36 statt bislang 24 Monate. Neuerdings muss bei Beantragung der temporären Leistungen wegen Krankschreibung nicht auch gleichzeitig ein Antrag wegen Berufsunfähigkeit (BU) gestellt werden. Vielmehr werden die Kundinnen und Kunden rechtzeitig vor Ablauf der Zahlungen (wegen Krankschreibung) kontaktiert – sie können ggf. einen BU-Leistungsantrag stellen, damit keine Versorgungslücke entsteht.

Eine weitere Neuerung betrifft Menschen in Elternzeit. Bisher wurden Kundinnen und Kunden in der Elternzeit bei den Berufs- und Dienstunfähigkeits-Tarifen mit der Hausfrauen-/Hausmänner-Klausel in Berufsgruppe B8 eingestuft. Seit Januar 2024 werden Versicherte nach der beruflichen Tätigkeit eingestuft, die sie zuletzt vor der Elternzeit ausgeübt haben – sofern diese Tätigkeit weniger als drei Jahre zurückliegt. Diese Regelung gilt analog auch für die KörperSchutzPolice und für Risikolebensversicherungen der Allianz.

### Optimierte Zuschlagssystematik

Insbesondere in den besseren Berufsgruppen sinken die Zuschläge im Vergleich zum heutigen Vorgehen. Bis Ende letzten Jahres wurden bei der BU- und bei der Berufsunfähigkeits-/Dienstunfähigkeits-Absicherung (BU/DU) Zuschläge berufsgruppenunabhängig berechnet. Im neuen Verfahren wird wie folgt nach Berufsgruppen unterschieden: In den Gruppen B1 bis B7 wird der Zuschlag berufsgruppenabhängig berechnet. Bei den Gruppen B8 bis B12 werden die Zuschläge jeweils auf die Zuschlagshöhe der Berufsgruppe B7 gedeckelt; dabei sind minimale Abweichungen bei Rauchern möglich.

### Anpassungen im Beratungs- und Tarifierungsprozess

Allianz Leben hat auch den Beratungs- und Tarifierungsprozess für die Berufsunfähigkeitsvorsorge (BU) und die Allianz KörperschutzPolice (KSP) – die Grundfähigkeitsvorsorge der Allianz – neu aufgestellt. Mit dem optimierten QuickCheck für die Biometrie-Produkte erhalten Sie durch einen schnellen und unkomplizierten Check der Versicherbarkeit Unterstützung im Beratungsprozess. Zusätzlich ermittelt der QuickCheck auf Basis der gemachten Angaben (Tätigkeit, Raucherstatus und Risikoangaben) eine Produktindikation für die Arbeitskraftsicherung. Individuelle Anforderungen an die Vorsorge werden dabei selbstverständlich berücksichtigt. In der neuen digitalen Antragsstrecke ist ein Wechsel zwischen BU & KSP mit konsequenter Datenübernahme selbstverständlich.

---

Allianz

# NÜRNBERGER Kindervorsorge: *flexibel* FÜR DIE ZUKUNFT ABSICHERN

Ab Geburt Vermögen aufbauen – und das Risiko einer Schul- bzw. Berufsunfähigkeit bereits in jungen Jahren absichern: Das macht die NÜRNBERGER Kindervorsorge. Somit können Vermittler ihren Kunden das passende Produkt anbieten, wenn es darum geht, so früh wie möglich ein sicheres Fundament zu legen. Mit der NÜRNBERGER Kindervorsorge setzt die NÜRNBERGER Maßstäbe – in allen Belangen. Kunden und Vermittler profitieren gleichermaßen.

## Vermögensaufbau4Kids

Bereits ab Geburt können Eltern für ihre Kinder ein Vermögen aufbauen – und das schon ab 25 Euro im Monat. Es besteht die Möglichkeit, die Beiträge je nach Lebenssituation zu erhöhen und zu reduzieren.

Grundbaustein ist eine fondsgebundene Rentenversicherung. Die Sparbeiträge werden in Fonds ausgesuchter Investmentgesellschaften investiert, die der Kunde auswählt: von risiko- bis sicherheitsorientiert, mit oder ohne Vermögensverwaltung. Auch Einzelfonds und nachhaltiges Investment stehen zur Wahl. Mit der Protect-Option kann das erreichte Guthaben jederzeit risikominimierend umgeschichtet werden. Ebenso sind Zuzahlungen und Entnahmen während der gesamten Laufzeit möglich. Endet diese, hat das Kind Anspruch auf eine lebenslange Rente oder einmaliges Kapital.

## Einkommenschutz-Option (EKS-Option)

Das Besondere beim Vermögensaufbau4Kids: Die kostenlose EKS-Option ermöglicht Schülern frühzeitig den wichtigen Schutz bei Berufs- bzw. Schulunfähigkeit oder bei Verlust von Fähigkeiten – ohne erneute Risikoprüfung. Dabei müssen die schülergerechten Gesundheitsfragen nur einmal bei Vertragsabschluss beantwortet werden. Ab Einschulung können Eltern für ihr Kind die Schulunfähigkeitsversicherung (Grundschüler) oder Grundfähigkeitsversicherung (GF) abschließen mit einer max. monatlichen Rente von 1.000 Euro. Ab zehn Jahren und dem erstmaligen Übertritt auf eine weiterführende Schule ist der Abschluss einer Schüler-Berufsunfähigkeitsversicherung (Schüler-BU) möglich – ebenfalls mit max. 1.000 Euro monatlicher Rentenhöhe. Alternativ kann der Nachwuchs erst zu Beginn einer Berufsausbildung oder eines Studiums bzw. bei Start

ins Arbeitsleben eine BU oder GF abschließen mit einer max. monatlichen Rentenhöhe von 1.000 Euro.

Und mit der EKS-Option Plus ist 15 Jahre nach Versicherungsbeginn des Vermögensaufbau4Kids bei Ausübung der Option auf eine BU oder GF sogar eine max. monatliche Rente von bis zu 1.500 Euro versicherbar. Zudem kann die BU-Rente während der Laufzeit auf max. 6.000 Euro erhöht werden – dank zahlreicher Nachversicherungsoptionen.

## Optionaler zusätzlicher Schutz

Ein weiteres Feature ist der Ernstfallschutz Kids: Bei Diagnose einer von 55 versicherten schweren Erkrankungen, acht Kinderkrankheiten, einem Grad der Behinderung ab 50 sowie bei Pflegebedürftigkeit ab Pflegegrad 2 (SGB XI) gibt es eine einmalige Kapitalleistung. Mit der Ernstfallschutz-Anschlussoption kann mit 27 Jahren die vereinbarte Versicherungssumme in einen selbstständigen Dread-Disease-Vertrag übernommen werden – ohne erneute Gesundheitsprüfung.

Bei Einschluss des Versorger-Schutzes zahlt die NÜRNBERGER bei Tod des Versorgers die Beiträge bis zum Ende der Versorgungsphase weiter (max. bis zum Alter 27 des Kindes). Der Versorger muss dazu keine Antragsfragen beantworten. Es besteht lediglich eine Wartezeit von 36 Monaten. Und bei Wahl der Pflege-Option zahlt die NÜRNBERGER bei Pflegebedürftigkeit im Rentenbezug eine höhere Rente.

Weitere  
Informationen  
unter [vertrieb.  
nuernberger.de/  
kindervorsorge](https://www.nuernberger.de/kindervorsorge)

Nürnberger

# Die neue Fondsrente “JustInvest” von AXA! Jetzt mit 100 % garantiertem Rentenfaktor aufgrund der Rechnungzinsanhebung

Fondsgebundene Lösungen sind das Mittel der Wahl in der Altersvorsorge. Informieren Sie sich jetzt zu JustInvest, der Fondsrente am Puls der Zeit.

## Professionell anlegen

Entscheidend für die herausragende Qualität von JustInvest ist ein großes Fondsuniversum mit einer breiten, qualitativ hochwertigen Auswahl namhafter Anbieter mit einer großen Palette an ETFs und exzellent gemanagten eigenen Portfolios. JustInvest profitiert von der Größe und Solvenz des Global Players AXA, einem der größten Vermögensverwalter weltweit.

## Sicher beraten

Zur sicheren und bedarfsgerechten Beratung bedarf es eines Angebots am Puls der Zeit wie JustInvest – mit hohem garantierten Rentenfaktor sowie der Möglichkeit einer kapitalmarkt-orientierten Rentenphase.

## Wesentliche Highlights:

- Innovationsklausel – zur Sicherung der Wahlfreiheit für geeignete zukünftige, neue Verrentungsarten.
- Garantioption – kostenfreie Shift-Möglichkeit
- flexible Gewinnsicherung zur Realisierung von Kursgewinnen anstelle einer renditemindernden Bruttobeitragsgarantie
- Protect-Baustein – eine Beitragsbefreiung im Berufs- bzw. Dienstunfähigkeitsfall bis 250 Euro Monatsbeitrag – mit 3 Jahren Wartezeit – sogar ohne Gesundheitsprüfung.

## Einfach gestalten

AXA macht mit dem gemeinsam mit dem Institut für Vorsorge und Finanzplanung entwickeltem innovativem Fonds-Navigator eine große, komplexe Fondsauswahl ( 110 Fonds ) ganz einfach beherrschbar. Optimierte Portfolios für verschiedene Kundenbedürfnisse und -ziele mit dem Ergebnis einer maßgeschneiderten und beratungssicheren Portfolio-Empfehlung sind das Ergebnis und ganz nebenbei wird eine perfekte Beratungsdoku zum Anlageprozess möglich.

Testen Sie  
den Fonds-  
navigator hier:



## Top Preis-Leistungs-Verhältnis

In einen kostengünstigen Versicherungsmantel gekleidet mit wertvollen Produktflexibilitäten, bietet JustInvest ein Top-Preis-Leistungs-Verhältnis. Im Bereich der Effektivkosten liegt JustInvest von AXA in der günstigsten Anbietergruppe und ist dadurch top positioniert.

## Die neue Fonds-Rente von AXA bietet ein einzigartiges Gesamtpaket

JustInvest beinhaltet höchste Professionalität durch ein großes und qualitativ hochwertiges Fondsspektrum, das mit großer Expertise ausgewählt und gemanagt wird. Attraktive Leistungen bei gleichzeitiger Risikoabsicherung machen die Altersvorsorgeberatung mit JustInvest besonders sicher und einfach in der Kundenberatung.

Weitere Informationen finden  
Sie unter [www.axa-makler.de](http://www.axa-makler.de).

# ELVIS.REDesign: Logbuch-Eintrag: Sternzeit 2024.08

Unsere Reise in die neuen Welten des Kundenbeziehungsmanagements hat begonnen und die Kommandobrücke rund um ELVIS.RED steht bereit. Gemeinsam mit TeamOne steuern wir seit 2024.06 durch die unendlichen Weiten der digitalen Transformation und nehmen Kurs auf das Re-Design-Abenteuer, dessen Ziel die perfekte Harmonie zwischen Funktionalität und Ästhetik ist – oder anders: eine verbesserte Benutzeroberfläche und optimierte Bedienerfreundlichkeit.



Die Reise zu ELVIS.RED und die Abenteuer von TeamOne gibt's natürlich auch **zum Nachlesen** in unserem ELVIS.one

## Crew und Ausrüstung

Die Mission ist also klar: nicht nur eine verbesserte Benutzeroberfläche, sondern auch eine optimierte Bedienerfreundlichkeit sowie zusätzliche Funktionalitäten (er-)finden. Vor diesem Hintergrund befinden sich an Bord der ELVIS.RED eine ausgewählte Gruppe von Designern und Entwicklern sowie Pilotgruppe des TeamOne. Diese mutigen Mitreisenden haben wir in vier spezialisierte Arbeitsgruppen aufgeteilt: Kunden, Vertrag, Dokumente und Schaden. Ihre Aufgabe: Die neue Benutzeroberfläche intensiv testen und Funktionalitäten auf Herz und Nieren prüfen.

## Mission Operations

Die Koordination der Missionsaktivitäten erfolgt über unser zentrales Steuerungsmodul: Confluence. Hier werden alle Aktivitäten und Kommunikationsprozesse gebündelt und organisiert. Um sicherzustellen, dass die Mission auf Kurs bleibt, trifft sich die Pilotgruppe seit Juni 2024 alle vier Wochen zu einem Regeltermin – dem „Mitmach-Mittwoch“ – a.k.a. ELVIS.RED Mittwoch.

## Sonderaufträge und Testzugänge

Jede Arbeitsgruppe hat spezifische Aufgaben erhalten, die in einer Demoversion gelöst werden müssen. Diese dort gemachten Erfahrungen und Ergebnisse fließen direkt in die Reiseroute ein, weshalb eine umfassende Dokumentation unerlässlich ist. Um den zusätzlichen Reporteinsatz unserer Crewmitglieder so gering wie möglich zu halten, bieten wir zwecks Austausch Einzelinterviews an und sammeln hier gezielt das Feedback.

## Abschlussnotiz:

Die erste Zusammenkunft und die daraus resultierenden Erkenntnisse markieren nur den Anfang unserer gemeinsamen Reise. Mit der Unterstützung von TeamOne sind wir zuversichtlich, ein CRM-System zu entwickeln, das nicht nur innovativ und nutzerorientiert ist, sondern auch den höchsten Ansprüchen gerecht wird.

Möge die Entwicklung stets fehlerfrei sein und die Benutzerfreundlichkeit immer an erster Stelle stehen.

*ELVIS.RED Ende.*

- **15. Mai 2024** Vorstellung des Projektes ELVIS.RED und Präsentation zu Ergebnis der Berater-Umfrage im Rahmen des [pma:]-InnoTec-Tages
- **11. Juni 2024** Kick-Off-Meeting der Pilotgruppe, kurze Demo des Prototypen, Abstimmung der Regeltermine, Vorschläge zu den Arbeitsgruppen, Präsentation zu Ergebnis der Berater-Umfrage.
- **3. Juli 2024** Erste Zusammenkunft der Pilotgruppe, Abstimmung zu den einzelnen Arbeitsgruppen, Hinweis auf den Projektbereich "TeamOne" im [pma:]-Confluence.
- **17. Juli 2024** Die ersten Workshops in den Arbeitsgruppen finden statt.
- **25. Juli 2024** Die Beiträge aus den Workshops wurden ausgewertet und die Teilnehmer der Pilotgruppe über die Ergebnisse per Mail informiert
- **07.08.2024** Die Pilotgruppe spricht und diskutiert interne Workflows und systemübergreifende Prozesse um herauszufinden, wie wir durch Digitalisierung noch effizienter arbeiten können.

To be continued...

# UNSERE MITARBEITER

## ÜBER UNS

Uwe

Abenteuerlustig wie ein Weltenbummler und zuverlässig wie ein Schweizer Uhrwerk – geht unser Kollege Uwe seit über drei Jahrzehnten seinen Weg in Sachen bAV und bKV. Als gelernter Bankkaufmann, Versicherungsfachwirt und zertifizierter Experte für betriebliche Altersversorgung kennt er alle Tricks und Kniffe, die die Branche zu bieten hat und ist damit unser Mann für alle bAV-Fälle. Er ist aber noch viel mehr. Hinter dem Familienvater mit drei erwachsenen Kindern und zwei Enkelkindern verbirgt sich ein Adrenalinjunkie, der scheinbar nur schwer still sitzen kann. Ob auf dem E-Bike, auf Reisen beim Erkunden der Welt (am liebsten aber La Palma und Namibia) oder früher als Taucher, Bungee-Springer und Feuerwehrmann – er ist immer in Bewegung und offensichtlich für jedes Abenteuer zu haben.

### **Das bist du bei der [pma:] ...**

Ich bin der Vertriebler für bAV und bKV!

### **Was macht dir an deinem Job am meisten Spaß?**

Vertrieb, Vertrieb, Vertrieb!!!

Ich liebe den Umgang mit den Kunden.

### **Was könntest du uns in Sachen bAV beibringen?**

bAV ist mehr als nur ein Versicherungsprodukt.

### **Wofür hast du kein Talent?**

Viele Dinge im technischen Bereich fallen mir sehr schwer.



### **Was macht guten Service für dich aus?**

Freundlichkeit, schnelle Erreichbarkeit, fachliche Kompetenz.

### **Welche Eigenschaft schätzen (deine) Kunden/Partner am meisten an dir?**

Unaufdringlich, Ehrlichkeit in Beratung und Vertrieb.

### **Wie würdest du einem Laien das Thema betriebliche Altersvorsorge erklären?**

Die bAV ist die einzige Vorsorgeform, die aus dem Bruttolohn und nicht aus dem Nettolohn gezahlt wird. Dadurch erzielt der Arbeitnehmer Steuer- und Sozialversicherungsersparnisse vom Staat und einen Zuschuss vom Arbeitgeber.

### **Welche Frage hätten wir dir stellen sollen?**

Wie lange möchtest Du noch dem Berufsleben erhalten bleiben?

### **Und was antwortest du?**

Solange Körper und Geist mitspielen...



## Kurzgefragt - Kurzgesagt

### Fabien

Er spricht nicht nur die Sprache der Liebe, nein auch die der Zahlen. Und deshalb sprechen wir heute über ihn. Die Rede ist von Fabien, unserem jüngsten Neuzugang und dem Mann, der dazu in der Lage ist, aus scheinbar unstrukturierten Informationen Erkenntnisse zu gewinnen und damit bessere Entscheidungen zu treffen. Apropos „treffen“: der Data Scientist kennt sich auch auf dem grünen Rasen gut aus. Hier verbringt der 34-jährige nämlich seine Freizeit mit Fußball und spielt sich den Kopf frei, zumindest immer dann, wenn er nicht gerade auf Reisen ist, um neue Länder und Kulturen zu entdecken.

#### Bitte vervollständige: Datenanalyse ist...

der Schlüssel, um in großen Datenmengen verborgene Muster und Erkenntnisse zu entdecken und fundierte Entscheidungen zu treffen.

#### Warum machst du den Job, den du heute machst?

Ich bin fasziniert von der Möglichkeit, Daten zur Lösung von Problemen und zur Optimierung von Geschäftsprozessen zu nutzen. Die Möglichkeit, durch die Analyse von Daten einen echten Mehrwert zu schaffen, motiviert mich jeden Tag aufs Neue.

#### Was ist das Beste an deinem Beruf?

Die ständige Herausforderung und die Vielfalt der Aufgaben.

#### Wann macht dich deine (besonders) Arbeit glücklich?

Meine Arbeit macht mich besonders glücklich, wenn ich sehe, dass meine Analysen zu konkreten Verbesserungen und positiven Veränderungen führen.

#### Was sollte jeder über Daten / über die Analyse von Daten wissen?

Jeder sollte wissen, dass Datenanalyse viel mehr ist als nur Zahlen und Statistiken. Sie ist ein mächtiges Werkzeug, mit dem man fundierte Entscheidungen treffen, Muster erkennen und zukünftige Entwicklungen vorhersagen kann.



#### Was motiviert dich?

Was mich motiviert, ist die Möglichkeit, mit meiner Arbeit einen echten Unterschied zu machen. Die Aussicht, komplexe Probleme zu lösen und Innovationen voranzutreiben, motiviert mich.

#### Wie hilft die Datenanalyse dabei, Kunden besser zu verstehen?

Mithilfe der Datenanalyse lassen sich detaillierte Informationen über das Verhalten, die Vorlieben und die Bedürfnisse der Kunden gewinnen. Dies hilft Unternehmen, ihre Produkte und Dienstleistungen gezielt auf die Kunden auszurichten und die Kundenzufriedenheit zu steigern.

#### Wie gehst du vor, wenn du auf unerwartete Datenmuster stößt?

Wenn ich auf unerwartete Datenmuster stoße, überprüfe ich zunächst die Qualität und die Quellen der Daten, um sicherzustellen, dass es keine Fehler gibt. Anschließend analysiere ich die Muster genauer, um mögliche Ursachen und Zusammenhänge zu erkennen und bespreche die Ergebnisse mit meinem Teamleiter, um geeignete Maßnahmen festzulegen.

#### Ein Wort, das du viel zu oft benutzt

Daten...haha

[pma:]

# KUNDEN FINDEN UND BINDEN DURCH DAS ZUSAMMENSPIEL VON STRATEGIE UND KREATIVITÄT



Wenn man sich die Frage stellt, wie man Kunden gewinnen, langfristig halten und letztendlich nachhaltig seinen Kundenstamm vergrößern kann, führt an einer Betrachtung der (eigenen) Marketingstrategie kein Weg vorbei. Um weniger vulnerabel und flexibler für Veränderungen der Technologie und der Kundenbedürfnisse zu sein und Wettbewerbsvorteile zu generieren, ist das Thema Kreativität und Innovation ebenfalls unabdingbar. Aus diesem Grund verknüpfen wir in diesem Artikel die strukturierte Planung einer Strategie mit konkreten kreativen Möglichkeiten Ihren Kunden einen noch größeren Mehrwert zu bieten und stellen einige explizite Marketing-Instrumente zur Gewinnung und Erhaltung Ihrer Kunden vor.

## Was ist Marketing?

Marketing is the activity, set of institutions, and processes for creating, communicating, delivering, and exchanging offerings that have value for customers, clients, partners, and society at large. (American Marketing Association 2017)

Eine Marketingstrategie ist wichtig, um Grundsätze, Ziele und konkrete Maßnahmen zur Zielerreichung festzulegen. In heutiger Zeit reicht es allerdings nicht aus, eine Strategie einmalig festzulegen. Der Wettbewerb nimmt immer weiter zu. Früher standen Makler vor allem untereinander im Wettbewerb. Heute kommen durch die Digitalisierung neue Wettbewerber (z.B. Vergleichsportale) hinzu, die es immer mehr Kunden ermöglichen, eigenständig zu agieren und Verträge abzuschließen. Um in der heutigen Zeit wettbewerbsfähig zu sein und zu bleiben, bedarf es neben einer sorgfältigen Planung und Implementierung Ihrer Strategie auch innovativer Ideen, um Kunden zu erreichen und zu halten.

### Kunden finden: Was sind Möglichkeiten zur Neukundengewinnung?

Kunden kann man mit den verschiedensten Maßnahmen erreichen, was alle gleich haben, ist das Marketing-Kommunikation und Medientypen eine zentrale Rolle spielen. Marketing-Kommunikation beinhaltet im Großen und Ganzen alle Maßnahmen, die ein Unternehmen nutzt, um mit bestehenden und potenziellen Kunden zu kommunizieren. Beispiele für Ziele, die dabei verfolgt werden, sind das Erregen von Aufmerksamkeit für die Firma und Ihre Produkte, das Hervorrufen von Emotionen beim Kommunikationsempfänger, das Schaffen von Loyalität oder auch das Erwecken von Vertrauen. Allgemein lässt sich Marketing-Kommunikation in drei Medientypen differenzieren:

### Paid Media, Owned Media und Earned Media.

**Paid Media:** Paid Media umfasst alle Formen der Marketing-Kommunikation, für die bezahlt wird. Ziel ist es, eine emotionale Bindung zu einem Unternehmen herzustellen und das Markenimage, d.h. die Assoziation von potenziellen und bestehenden Kunden mit dem Unternehmen aufzubauen und zu verbessern.

*Beispiele: PR, Werbeanzeigen (sowohl analog als auch digital, d.h. Print, TV, Outdoor, Kino...), Sponsorships, Messen, Webinare oder auch E-Mail Marketing*

**Owned Media:** Owned Media beinhaltet jede Form der Marketing-Kommunikation, die einer Firma gehört und von ihr selbst produziert wird. Das Ziel ist es über Content Plattformen aktiv direkt mit Kunden und potenziellen Kunden zu kommunizieren. Zusätzlich soll ein umfassendes Markenverständnis aufgebaut werden.

*Beispiele: Broschüren, Pressemitteilungen, eigene Social-Media Kanäle der Firma, Website oder auch Mobile App*

**Earned Media:** Earned Media ist jede Werbung, die von externen Dritten produziert wird und dem Unternehmen keine Kosten verursacht. Earned Media kann besonders effektiv sein, da es ein Qualitätssignal von Externen beinhaltet und somit die Glaubwürdigkeit des Unternehmens in den Augen der Kunden stark erhöht. Ein Beispiel um dies zu verdeutlichen, sind beispielsweise Rezensionen von Restaurants in Urlaubsorten.

*Beispiel: Veröffentlichungen in Fachzeitschriften, Blogs, Gastartikel oder Social-Media-Kanäle wie zum Beispiel Influencer*

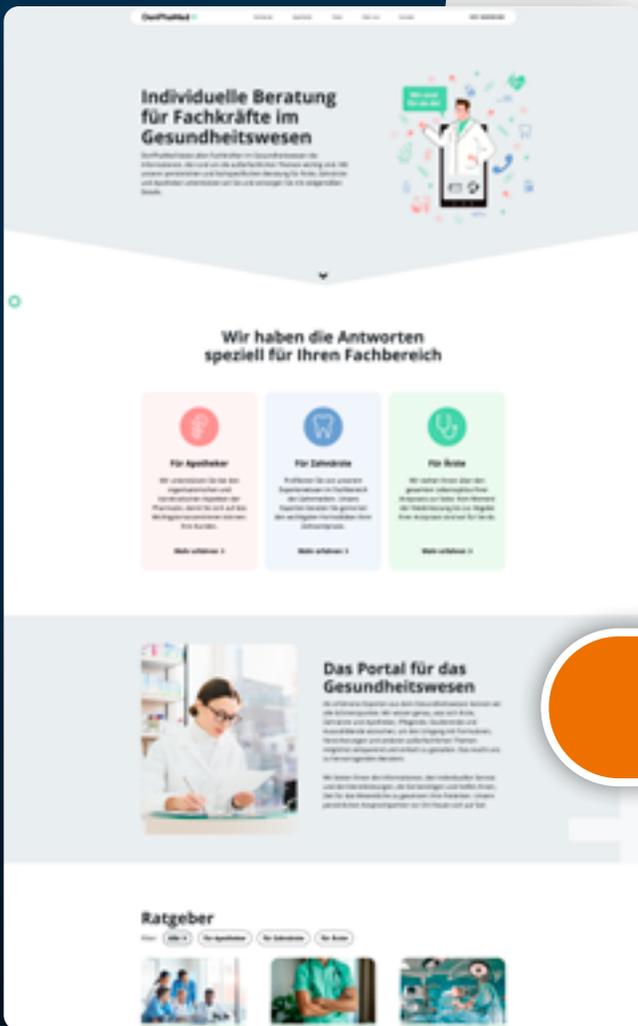
Welche Maßnahmen die besten für das Akquirieren Ihrer potenziellen Kunden sind hängt von vielen Faktoren ab. Grundsätzlich gilt, dass die Effektivität der Maßnahmen steigt, je besser sie ineinandergreifen und die potenziellen Kunden in den verschiedenen Schnittstellen ihres Alltags abholen. Welche Maßnahmen dies sind, hängt jedoch individuell von Ihrer Zielgruppe oder dem Umfeld ab.

### Kunden binden: Wie können Sie gewonnene Kunden langfristig binden?

Um sich langfristig Wettbewerbsvorteile zu sichern und Kunden zu binden, müssen Sie nicht nur kreativ sein, sondern vor allem die Bedürfnisse Ihrer Kunden im Blick behalten. Ihr Ziel muss es sein, durch Kundenorientierung bessere Beratung zu bieten. Denn nur durch eine bessere Beratung können Sie sich von den anderen Maklern absetzen.

### Wir empfehlen in diesem Zusammenhang die **Beratung nach DIN.**

Eine sehr interessante Möglichkeit, um den Mehrwert für Ihre Endkunden zu erhöhen, sind Wertschöpfungsnetzwerke. Wertschöpfungsnetzwerke beschreiben Wertschöpfung durch Zusammenarbeit. Diese Zusammenarbeit findet häufig zwischen Kunden und Unternehmen (z.B. Erhebungen zur Relevanz von Komponenten in der Produktentwicklung), aber auch zwischen mehreren Unternehmen statt (z.B. Makler und Maklerpool), um den Nutzen für den Endkunden zu erhöhen. Interessant ist aber auch die Kooperation mit anderen Maklern in unserem Pool. Wenn Sie z.B. Experte im Bereich Sachversicherung sind, kann



es sinnvoll sein, mit einem anderen Makler zusammenzuarbeiten, der sich im Bereich Kapitalanlagen auskennt. So können Sie Ihren Kunden eine bessere und professionellere Beratung bieten und gleichzeitig vom Kundenstamm des anderen profitieren. Ihre eigenen Kunden werden Ihnen gegenüber loyaler sein, denn anstatt in bestimmten Themenfeldern nur bedingt oder gar nicht beraten zu werden, werden Sie sie an einen Kollegen mit Expertise weitergeben, der Sie auf den Punkt informiert. Diese wiederum werden in Zukunft auf Sie zu kommen. Es entsteht also eine klassische Win-Win Situation. Eine weitere Möglichkeit, sich von Wettbewerbern abzusetzen beziehungsweise die Wettbewerberanzahl zu minimieren, ist die Spezialisierung auf eine Zielgruppe. Eine solche Zielgruppe könnten z.B. Profisportler sein (siehe Ausgabe 67, S.14ff) oder aber auch Ärzte, Apotheker oder Zahnärzte, die uns als Pool seit unserer Gründung ganz besonders am Herzen liegen.

Deshalb haben wir unter anderem für Heilberufler folgende Informations- und Beratungsplattform ins Leben gerufen: [www.denphamed.de](http://www.denphamed.de)

**Wie können Sie von uns als Pool profitieren, wenn es um Kundenbindung geht?**

Auch wir als [pma:] tragen durch unsere Zusammenarbeit mit Ihnen dazu bei, die Loyalität Ihrer Kunden zu erhöhen. Unser Ziel als Pool ist es, Ihnen die bestmöglichen Voraussetzungen zu bieten, damit Sie die Bedürfnisse Ihrer Kunden noch schneller, unkomplizierter und besser befriedigen können, um Ihnen so den maximalen Mehrwert zu bieten.

Darüber wollen Sie gern mehr erfahren? Dann schauen Sie doch mal in den Beitrag auf Seite 22-24.

# Fazit:

Zusammenfassend lässt sich feststellen, dass es viele verschiedene Möglichkeiten und kein eindeutiges Richtig oder Falsch in der Vorgehensweise zur Kundengewinnung und Kundenbindung gibt. Wichtig ist jedoch, dass Strategie und Kreativität Hand in Hand gehen und die richtige Balance zwischen traditionellen und innovativen Methoden zu mehr Aufmerksamkeit und Zufriedenheit bei potenziellen oder auch bereits bestehenden Kunden führt.

[pma:]

## VOLKSWOHL BUND-Service vor Ort: „Wir bleiben in den Regionen“

Von Dortmund bis Leipzig, von Hamburg bis München: beim VOLKSWOHL BUND hat jeder Vertriebspartner einen festen Maklerbetreuer als Ansprechpartner. Sämtliche Maklerbetreuer der Regionen sind den insgesamt fünf Organisationsbereichen zugeordnet. Dazu verfügt jeder Organisationsbereich über sein eigenes Kompetenz-Center. Auf diesen Service-Aspekt legen die VOLKSWOHL BUND Versicherungen in der Zusammenarbeit mit ihren Vertriebspartnern besonderen Wert.

114 Kolleginnen und Kollegen kümmern sich jeden Tag um die Wünsche der Vertriebspartner vor Ort. Und der Service wird genutzt: Durchschnittlich haben diese Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter im vergangenen Jahr 610 Anrufe pro Tag erledigt, sie haben täglich 4.500 Mails geschrieben und 210 Anträge geprüft, um sie zum Policieren an die Hauptverwaltung weiterzuleiten. Insgesamt haben die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter vor Ort 643 Workshops organisiert – 20 Prozent davon online, 80 Prozent regional, und damit vor der Haustür der Vertriebspartner. Die persönliche Unterstützung ist für den VOLKSWOHL BUND das A und O. Feste Serviceziele stellen deshalb sicher, dass beispielsweise eine optimale telefonische Erreichbarkeit gewährleistet ist, Angebote möglichst schnell erstellt und Anträge innerhalb kürzester Zeit geprüft werden.

Unabhängige Analysehäuser und die Versicherungsmedien wissen, wie wertvoll der Servicegedanke in der Partnerschaft von Maklern und Produktgebern ist. Sie ermitteln deshalb regelmäßig Daten dazu und veröffentlichen Rankings, die Aussagen über die Servicequalität der Versicherer möglich machen. Bei der Online-Befragung zur Studie „AssCompact AWARD – Maklerservice 2023“ beispielsweise wählten Deutschlands Versicherungsmakler den VOLKSWOHL BUND gleich in mehreren Sparten unter die Top 3. Bei den Leistungskriterien stachen vor allem die Kompetenz und das Engagement der Maklerbetreuer hervor.

„Das Produkt ist mehr als der Tarif. Unser Service macht den Unterschied, deshalb setzen wir auf die persönliche Unterstützung unserer Vertriebspartner vor Ort. Wir sind und bleiben in den Regionen!“

Stefanie van Holt, Vertriebsvorständin der VOLKSWOHL BUND Versicherungen (Foto)

Die hier verwendeten personenbezogenen Bezeichnungen beziehen sich auf alle Geschlechteridentitäten.

VOLKSWOHL BUND



## Weil wir alle nur **das Beste verdienen** – **TEILEN SIE IHRE ERFOLGSGESCHICHTEN MIT UNS!**

Im turbulenten Alltag als Versicherungsmakler und Finanzberater ist eines klar: Jeder Kunde ist einzigartig. Genau das macht unseren Beruf so spannend und herausfordernd zugleich. Haben Sie einen besonderen Kunden, den Sie mit Ihrer Kreativität und Kundenorientierung beeindruckt haben? Oder haben Sie eine herausfordernde Situation gemeistert, die andere inspirieren könnte? Dann ist jetzt Ihre Gelegenheit, Ihre Erfahrungen zu teilen und Teil unserer neuen Best Practice-Serie zu werden.

Im Rahmen unseres aktuellen Schwerpunktes - sowie als zukünftige Kategorie/Serie in unserem Magazin - möchten wir Sie hiermit herzlich dazu einladen, Ihre spannendsten und herausforderndsten Kunden vorzustellen.

#### Dabei interessiert uns vor allem:

- Welche besonderen Kunden Sie betreuen, sei es im privaten oder gewerblichen Bereich?
- Wie haben Sie diese gewonnen und/oder überzeugt?
- Welche spezifischen Anforderungen mussten und müssen Sie bei der Betreuung dieser Kunden beachten?
- Was hat in der Akquise, Ansprache und Betreuung besonders gut funktioniert und wo gab es Herausforderungen?

Diese Kunden-Vorstellungen sollen als Best Practice-Beispiele dienen und anderen Partnern wertvolle Einblicke und Anregungen bieten. Bestenfalls helfen Ihre Berichte sogar dabei, eigene Strategien anzupassen und Ansätze zu verbessern. Sollte Ihr Beispiel von einem gewerblichen Kunden handeln, können Sie ihm/ihr natürlich auch gern anbieten, eine Anzeige\* in unserem Magazin zu platzieren.

Werden Sie Teil unserer neuen „Best Practice“ Rubrik und senden Sie Ihre Beiträge an [partnermagazin@pma.de](mailto:partnermagazin@pma.de). Wir freuen uns auf Ihre Erlebnisse und Erkenntnisse und darauf, gemeinsam mit Ihnen wertvolle Erfahrungen zu teilen und verbreiten.

[pma:]

\*Konditionen und Details besprechen wir individuell und persönlich.

## MultiRisk *FLEX* – Einfacher geht's nicht.

- Für Gewerbe und Industrie
- Von der einfachen Feuerdeckung bis zur Allgefahren-Deckung
- Umfangreiches Leistungspaket – z. B. mit Besserstellungsklauseln, Unterversicherungsverzicht, Verzicht auf Leistungskürzung bei grober Fahrlässigkeit

### Eine Police – bis zu vier Bausteine



Gebäude



Einrichtung,  
Waren und Vorräte



Betriebsunterbrechung



Betriebsschließung



**Mannheimer Versicherung AG**  
**Maklerdirektion Pools und Verbände**  
 Telefon 06 21. 4 57 42 77  
[mdpools@mannheimer.de](mailto:mdpools@mannheimer.de)

Besuchen Sie uns  
auf **LinkedIn**



**makler.mannheimer.de**

# Vom Glücksbringer mit der kostenlosen Versorgungsanalyse bis zur ausgelagerten Versicherungsabteilung

**Versicherungsmakler von 1989 bis heute und morgen**

Die Welt des Versicherungsvertriebs hat sich in den letzten Jahrzehnten grundlegend gewandelt. Seit meinem Start in die Versicherungsbranche im Jahr 1989 haben technologische Fortschritte, veränderte Kundenbedürfnisse und neue gesetzliche Rahmenbedingungen die Art und Weise, wie wir unsere Dienstleistungen anbieten, stark beeinflusst. Mit diesem Artikel möchte ich die wichtigsten Entwicklungen aufzeigen und einen Überblick über Vertriebsideen, die den Erfolg in dieser dynamischen Branche gesichert haben und sichern können, geben.



## **Die frühen Jahre: 1989 bis 1999**

In den späten 1980er und frühen 1990er Jahren war der Versicherungsvertrieb stark von persönlichen Kontakten geprägt. Ich besuchte potenzielle Kunden zu Hause oder im Büro, um individuelle Beratungsgespräche zu führen. Meine Termine erhielt ich von meinem Arbeitgeber. Dieser beschaffte sich über Standesämter Adressen von frischvermählten Paaren oder frischgebackenen Eltern. Diese hatte ich zu besuchen und über die Lücken der gesetzlichen Rentenversicherung zu informieren. Der Einsatz von Telefon und Fax war weit verbreitet, um Angebote zu versenden und Anfragen zu bearbeiten. Eine der erfolgreichsten Vertriebsideen dieser Zeit war die Einführung von Empfehlungsprogrammen, bei denen zufriedene Kunden neue Kunden empfahlen und dafür Prämien erhielten.

## **Die digitale Revolution: 2000 bis 2009**

Mit dem Aufkommen des Internets und der zunehmenden Verbreitung von Computern, änderte sich der Versicherungsvertrieb grundlegend. Ich begann, Websites zu erstellen, um meine Dienstleistungen online zu präsentieren und potenzielle Kunden zu informieren. Neben Einträgen in Branchenverzeichnissen wurde E-Mail-Marketing zu einem wichtigen Werkzeug, um meine Kunden regelmäßig über neue Produkte und Angebote zu informieren. Im gleichen Zeitraum schossen Vergleichsportale wie Pilze aus dem Boden. Mit Hilfe der Vergleichsportale war es den Kunden möglich, verschiedene Versicherungsangebote schnell und einfach zu vergleichen, was gefühlt für mich den Wettbewerb verstärkte. Eine innovative Vertriebsidee dieser Zeit war die Nutzung von Online-Foren und sozialen Netzwerken, um direkt mit Kunden in Kontakt zu treten und deren Fragen zu beantworten.

### Die Ära der sozialen Medien: 2010 bis 2019

In den 2010er Jahren wuchs die Bedeutung von sozialen Medien wie Facebook, XING, Twitter und LinkedIn für den Versicherungsvertrieb. Je nach Kundenzielgruppe sind die Plattformen nützlich, um die eigene Reichweite zu erhöhen und gezielte Werbekampagnen zu schalten. Content-Marketing gehört seit dem zu einem zentralen Bestandteil der Vertriebsstrategie, wobei informative Blogbeiträge, Videos und Webinare genutzt werden, um potenzielle Kunden zu informieren und zu binden. Eine besonders erfolgreiche Idee war und ist in diesem Kontext die Spezialisierung. Sei es die Spezialisierung auf Zielgruppen oder die Fokussierung auf Sparten.

### Die Gegenwart und Zukunft: 2020 bis heute

2020 hat die COVID-19-Pandemie den Versicherungsvertrieb erneut verändert. Virtuelle Beratungsgespräche über Video-Konferenz-Tools wie Flexperto, Zoom und Microsoft Teams sind zur Norm geworden. Ich setze verstärkt auf digitale Tools und Plattformen, um meine Dienstleistungen anzubieten und meine Kunden zu betreuen. Künstliche Intelligenz und Big Data werden eine immer größere Rolle bei der Analyse von Kundenbedürfnissen und der Entwicklung maßgeschneiderter Angebote spielen. Eine Vertriebsidee der Zukunft ist die Nutzung von Chatbots, die rund um die Uhr für Kundenanfragen zur Verfügung stehen und einfache Fragen sofort beantworten können. Durch den Einsatz von Augmented Reality (AR), können Schadensbegutachtungen und die Kundenkommunikation optimiert werden.

### Fazit

Der Versicherungsvertrieb hat sich in den letzten drei Jahrzehnten stark gewandelt und wird sich auch in Zukunft weiterentwickeln. Versicherungsmakler, die bereit sind, neue Technologien und innovative Vertriebsideen zu nutzen, werden in der Lage sein, sich in diesem dynamischen Markt erfolgreich zu behaupten. Es bleibt spannend zu sehen, welche neuen Entwicklungen die nächsten Jahre bringen werden und wie sie unseren beruflichen Alltag und die Beziehungen zu unseren Kunden weiter verändern werden.

## Sechs gute Gründe, warum meine Kunden mit mir zusammen arbeiten – damals wie heute!

Wandel ist ein wesentlicher Bestandteil unseres beruflichen Lebens und oft eine Quelle von Stärke und Inspiration. Was aber über die Jahre geblieben ist, sind sechs gute Gründe, warum meine Kunden mit mir zusammenarbeiten:

- 1. Unabhängige Beratung:** als Versicherungsmakler bin ich nicht an eine bestimmte Versicherungsgesellschaft gebunden und biete daher eine objektive und unabhängige Beratung an.
- 2. Zeitersparnis:** Ich übernehme für meine Kunden die Suche nach passenden Versicherungsangeboten und vergleiche diese. Dadurch sparen meine Kunden viel Zeit und Mühe.
- 3. Expertenwissen:** Ich verfüge über umfassende Kenntnisse des Versicherungsmarktes und helfe meinen Kunden, die besten Policen für ihren individuellen Bedarf zu finden.
- 4. Bessere Konditionen:** Durch meine Marktkenntnis und Verhandlungsmacht kann ich oft bessere Tarife und Bedingungen für meine Kunden aushandeln.
- 5. Unterstützung im Schadensfall:** Ich stehe meinen Kunden auch im Schadensfall zur Seite und helfe bei der Abwicklung von Ansprüchen.
- 6. Langfristige Betreuung:** Ich biete meinen Kunden eine kontinuierliche Betreuung und Überwachung ihrer Versicherungsverträge, um sicherzustellen, dass der Versicherungsschutz stets optimal bleibt.

Klaus Bode, Geschäftsführer  
der [pma:] Assekuranzmakler GmbH

# DIE ULTIMATIVE CHECKLISTE FÜR MAKLER-HOMEPAGES

In unserer heutigen digitalen Welt ist eine professionelle und funktionale Website für Versicherungsmakler und Finanzberater nicht nur eine „elektronische“ Visitenkarte – sie ist ein wesentlicher Bestandteil ihrer Kundenorientierungsstrategie. Doch wie muss eine Makler-Homepage im Jahre 2024 aussehen, damit sie von Kunden nicht nur gefunden wird, sondern diese auch überzeugt? Die Antwort liegt in einer durchdachten Kombination aus Kundennutzen und kreativer Gestaltung. Denn obwohl der Rahmen durch technische Anforderungen und rechtliche Vorgaben schon sehr festgelegt ist, bietet er dennoch genügend Raum für kreative Ansätze, und dafür, die Bedürfnisse des Kunden in den Mittelpunkt zu stellen. Welche Bausteine jedoch essenziell sind, welche Trends es gibt und wo potenzielle Fallstricke lauern, verraten wir Ihnen in diesem Leitfaden.

## 1.

### DIE BASIS SCHAFFEN: VERTRAUEN AUFBAUEN IN DEN ERSTEN DREI SEKUNDEN

In der Versicherungsbranche ist Vertrauen das A und O. Ihre Website muss innerhalb der ersten drei Sekunden den potenziellen Kunden überzeugen. Setzen Sie deshalb auf eine professionelle, einladende Gestaltung und eine klare, prägnante Botschaft. Ein aussagekräftiger Slogan und ein professionelles Foto, das Ihre Expertise unterstreicht, sind hier entscheidend. Vermeiden Sie leere Floskeln wie

„Herzlich willkommen auf meiner Homepage“

und gehen Sie direkt auf die Bedürfnisse Ihrer Zielgruppe ein.



## 2.

### ESSENZIELLE FEATURES FÜR IHRE MAKLER-HOMEPAGE

**Damit Ihre Website nicht nur besucht, sondern auch genutzt wird, sollten Sie zusätzliche folgende Services und Inhalte integrieren:**

#### **Vielfältige Kontaktmöglichkeiten:**

Bieten Sie Ihren Besuchern mehrere Wege, um mit Ihnen in Kontakt zu treten. Neben der klassischen E-Mail und Telefonoption ist eine Online-Terminvereinbarung ideal – vorausgesetzt, Ihr Kalender ist stets aktuell. Flexibilität ist hier der Schlüssel: Lassen Sie dem Kunden die Wahl, ob er eine Online-Beratung bevorzugt oder ein persönliches Gespräch wünscht.

#### **Vergleichsrechner:**

Auch wenn diese selten zu einem direkten Online-Abschluss führen, sind sie ein wertvolles Tool, um dem Kunden ein erstes Gefühl für Preise und Leistungen zu vermitteln. Der eigentliche Abschluss erfolgt häufig im persönlichen Gespräch, wobei Sie als Berater die ausgewählte Lösung nochmals bestätigen – ein entscheidender Moment, um die eigene Expertise zu unterstreichen.

#### **Kundenbewertungen und Siegel:**

Nichts schafft mehr Vertrauen als die positiven Erfahrungen anderer Kunden. Sorgen Sie dafür, dass Rezensionen und Auszeichnungen gut sichtbar auf Ihrer Website platziert sind. Diese sogenannten Trustelement können den entscheidenden Impuls geben, um einen Interessenten zur Kontaktaufnahme zu bewegen.

## 3.

### ZUKUNFTSTRENDS IM BLICK BEHALTEN

**Die Anforderungen an Makler-Homepages verändern sich ständig. Um Ihre Website auch zukünftig erfolgreich zu betreiben, sollten Sie die folgenden Trends im Auge behalten:**

#### **Zielgruppenspezifische Ausrichtung:**

Je gezielter Ihre Website auf eine bestimmte Nische oder Berufsgruppe ausgerichtet ist, desto höher sind die Chancen, dass Sie neue Kunden gewinnen. Wenn Sie beispielsweise spezielle Versicherungen für eine bestimmte Berufsgruppe anbieten, die in der Regel schwer eine passende Absicherung findet, heben Sie sich deutlich von der breiten Masse ab.

#### **KI-generierte Inhalte:**

Tools wie ChatGPT ermöglichen es, einzigartigen Content für Ihre Website zu erstellen, der gleichzeitig SEO-freundlich und informativ ist. Achten Sie jedoch darauf, dass diese Inhalte nicht generisch wirken. Kombinieren Sie die KI-Ergebnisse mit echten Kundenerlebnissen, um wirklich authentischen und wertvollen Content zu schaffen.

#### **Mobile Optimierung:**

Es ist unerlässlich, dass Ihre Website auf mobilen Geräten einwandfrei funktioniert. Da die Mehrheit der Nutzer heute über Smartphones und Tablets auf das Internet zugreift, kann eine nicht optimierte Website potenzielle Kunden direkt in die Arme der Konkurrenz treiben.

Zu Deutsch: Es gibt mittlerweile Programme wie ChatGPT, die Ihnen dabei helfen können, einzigartige Inhalte für Ihre Website zu erstellen. Diese Texte sind so gestaltet, dass sie bei Suchmaschinen wie Google gut gefunden werden und gleichzeitig interessante Informationen bieten. Aber Vorsicht: Diese computergenerierten Inhalte sollten nicht zu allgemein oder langweilig wirken. Am besten kombinieren Sie diese mit echten Erfahrungen und Geschichten von Ihren Kunden, um sicherzustellen, dass Ihre Inhalte authentisch und wirklich nützlich sind.



# 4.

## TECHNISCHE UND RECHTLICHE STOLPERFALLEN VERMEIDEN

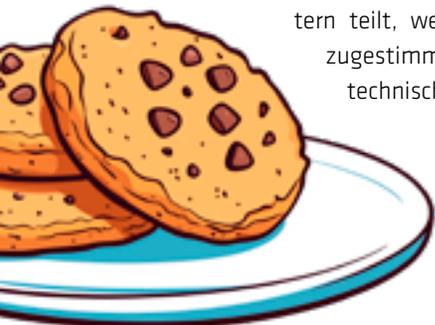
**Auch die schönste Website kann problematisch sein, wenn sie nicht den rechtlichen Anforderungen entspricht oder technische Fehler aufweist. Hier einige der häufigsten Fallstricke:**

### Rechtssicheres Impressum und Datenschutz:

Achten Sie darauf, dass Ihr Impressum alle notwendigen Angaben enthält, die für Versicherungsmakler vorgeschrieben sind. Dies gilt auch für die Datenschutzerklärung, die genau auflisten muss, welche Daten Sie erheben und wie diese verarbeitet werden. Nutzen Sie spezialisierte Generatoren für diese Rechtstexte, um auf der sicheren Seite zu sein.

### Consent-Management und Cookies:

Die Einwilligung der Nutzer in die Verarbeitung ihrer Daten ist nicht optional. Sorgen Sie dafür, dass Ihre Website nur dann Cookies setzt oder Daten mit Drittanbietern teilt, wenn der Nutzer ausdrücklich zugestimmt hat. Hier ist eine saubere technische Umsetzung entscheidend.



# 5.

## ERSTINFORMATION RICHTIG PLATZIEREN

Ein oft unterschätzter, aber rechtlich bedeutsamer Aspekt ist die Platzierung der Erstinformation auf Ihrer Website. Diese muss so positioniert sein, dass sie für den Nutzer leicht zugänglich ist, idealerweise per Zwangsdownload oder prominentem Link. Bedenken Sie, dass der „erste Geschäftskontakt“ häufig bereits auf Ihrer Website stattfindet, besonders wenn Sie dort aktiv Informationen und Services anbieten.

Eine erfolgreiche Makler-Homepage ist weit mehr als nur das digitale Schaufenster eines Unternehmens. Sie spielt eine zentrale Rolle bei der Gewinnung von Neukunden. Und auch wenn technische und rechtliche Vorgaben den kreativen Spielraum scheinbar einschränken, bieten sie doch die Chance, mit innovativen Lösungen und einem starken Fokus auf die Bedürfnisse der Kunden zu glänzen. Indem Sie Vertrauen aufbauen, wesentliche Services bereitstellen und gleichzeitig kreative Wege finden, Ihre Kompetenz zu präsentieren, machen Sie Ihre Website zu einem mächtigen Instrument, das nicht nur Kunden findet, sondern auch bindet. Achten Sie dabei jedoch stets auf die Einhaltung rechtlicher Vorgaben und die technische Qualität, um langfristig erfolgreich zu sein.

[pma:]

Weitere Infos erhalten Sie in unserer neuesten Podcast Folge „KI und ChatGPT in der Versicherungsbranche“. Erhältlich auf allen Streaming Plattformen!



# UMSATZ WIRD EINFACH mit unserer neuen Vertriebsunter- stützung

„Im Bereich der Finanzdienstleistungen bietet KI in allen Phasen der Kundenbeziehung individuelle Unterstützung.“

Auch wir sind ständig auf der Suche nach innovativen Maßnahmen zur Verbesserung unseres Service-Ökosystems, denn wir haben uns viel vorgenommen: Wir wollen Ihre Prozesse mit neuester Technik vereinfachen und verbessern. Damit schaffen wir nicht nur optimale Rahmenbedingungen und Unterstützung in der Kundenberatung, sondern sichern sogar Wettbewerbsvorteile. Erfahren Sie daher im Folgenden, wie unsere jüngste Entwicklung Sie durch die Nutzung von Daten und künstlicher Intelligenz bei Vertriebsfragen unterstützt.

Wie wichtig Daten sind und welche Potenziale sich daraus ergeben, haben Sie bereits durch die Artikel auf S. 12-13 und S. 64-65 erfahren. Mit unserem neuen datengetriebenen Cross-Selling Manager heben wir diese Potenziale jetzt auf die nächste Stufe: Umsatz wird einfach!

## Wie funktioniert die neue Lösung?

**Dank eines neuen Add-ons in Elvis.one ist es künftig möglich:**

- Den eigenen Kundenbestände vollautomatisch analysieren zu lassen
- Deckungslücken zu identifizieren
- Handlungsempfehlungen zu erhalten

Gäbe es also in Ihrem Bestand einen Kunden, der keine Haftpflichtversicherung hat, würde die Analyse es anzeigen. Sie würde sogar wissen, wie hoch die Wahrscheinlichkeit (KI-basierte Kennzahl) dafür ist, dass dieser Kunde auch Interesse an anderen Produkten hat. Das ist aber noch nicht alles. Sie können sogar direkt mit Ihrem Kunden in Kontakt treten, weil die Softwareerweiterung analoge oder sogar digitale Briefe generiert.

## Das bedeutet für Sie:

- Effizientes Cross-Selling: Sie erfahren auf einen Blick, welche Themen bei Ihren Kunden auf Interesse stoßen könnten.
- Maximale Kundenbindung: Sie sprechen Ihre Kunden gezielt und mit den richtigen Angeboten an.
- Einfache Anwendung: Dank Automatisierung und künstlicher Intelligenz handeln Sie schneller und effizienter.

**Sie haben Interesse an diesem neuen digitalen Assistenten? Dann wenden Sie sich an Felix Maasjost.**

[pma:]

# Vertriebstage im Herbst

**Während der Sommer dieses Jahr vielleicht nicht ganz das hält, was er verspricht, gibt es bereits jetzt einen Grund, sich auf den Herbst zu freuen: unsere Vertriebstage stehen vor der Tür. Vier Städte, vier einzigartige Veranstaltungen und jedes Event für sich ein echtes Highlight für Ihren Vertriebserfolg. Freuen Sie sich auf spannende Impulse, innovative Themen und ein ganz besonderes Happening in der Hauptstadt. Versprochen!**

---

## *Unsere Highlights im Überblick*

Fürsorge und Wertschätzung: Fokus Mensch. Erfahren Sie, wie Sie mit betrieblicher Vorsorge (bAV & bKV) Unternehmer und Mitarbeiter gleichermaßen beglücken.

Vertrieb im Wandel: Naturkatastrophen und Wetterextreme rücken das Thema Gebäude- und Elementarversicherung in unser Bewusstsein. Zwei Top-Gesellschaften zeigen daher, wie Sie Ihre Kunden künftig noch besser und umfassender beraten können.

Technik trifft Vertrieb: Innovationen wie ChatGPT und KI verändern den Vertrieb. Entdecken Sie mit Muffin-Tech die Potenziale moderner Technologien.

Rentabel und erfolgreich: Spezialist und Unternehmensberater Peter Brandmann führt nicht nur vor, wie Rentabilität im Versicherungsbetrieb berechnet wird, sondern auch, wie Sie selbst die eigene Rentabilität positiv beeinflussen können.

Teuer oder Billig: Am Beispiel von „MeinGesundheitsschutz“, der neuen Vollkostenversicherung der Allianz Private-Krankenversicherungs AG, zeigen wir Ihnen einen haftungssicheren Ansatz für die Beratung Ihrer PKV-Kunden.

# Standorte & Termine:

Würzburg

18.09. und 19.09.2024

Münster

24.09.2024

Düsseldorf

26.09.2024

Berlin

09.10.2024

Unser Hauptstadt-Highlight  
im AXICA Kongress-  
und Tagungszent-  
rum

## Das Hauptstadt Highlight

**Politik hautnah:** Unweit der politischen Schaltzentrale Deutschlands begrüßen wir im Regierungsviertel Prof. Dr. Frank Decker und Dr. Carsten Brodeser, die Einblicke in die Zukunft der Demokratie und die Arbeit des Finanzausschusses geben.



Jetzt schon bereit für diese Vertriebsvielfalt? Dann melden Sie **hier** an und verpassen Sie nicht die Chance auf wichtige Weiterbildungspunkte und intensiven Austausch mit Experten und Kollegen.

[pma:]

3 | 2024 [partner:]



# Urlaub ohne Unterbrechung

Stellen Sie sich vor, Sie sind im wohlverdienten Urlaub, genießen die Sonne, und plötzlich klingelt das Telefon. Ärgerlich, oder? Nicht mehr! Mit unserem neuen Service müssen Sie sich nie wieder zwischen Freizeit und Geschäft entscheiden und sind immer und überall erreichbar.



**Immer  
und überall  
erreichbar!**

### FUNKTION

- Ab sofort können Sie Ihr Telefon einfach auf eine andere Rufnummer umstellen, wenn Sie nicht erreichbar sind.
- Ihre Anrufe werden dann an unseren Partner Global Call weitergeleitet.
- Die Anrufannahme erfolgt in Ihrem Firmennamen und gemäß Ihren Vorgaben (Corporate Identity, Sprachregelung, etc.).
- Die Mitarbeiter notieren alle wichtigen Informationen und leiten diese an Sie weiter. Selbstverständlich können Sie auch individuelle Vorgaben zur Be- und Verarbeitung Ihrer Anrufe mit Global Call abstimmen.

### VORTEILE

- Keine verlorenen Anrufe mehr.
- Ihre Kunden erreichen immer\* jemanden.
- Sie bestimmen, was mit Ihren Anrufen passiert – ganz gleich ob Weiterleitung, Notizen oder direkte Benachrichtigung.
- Mehr Zeit für wichtige Aufgaben.
- Sie rufen zurück, wenn es Ihre persönliche Zeitplanung und Verfügbarkeit erlaubt.

*\* Sie bestimmen, wann und wie lange Sie oder der Service erreichbar sind.*

### KONDITIONEN

Dank einer Rahmenvereinbarung mit Global Call profitieren Sie von Sonderkonditionen. Abgerechnet wird bequem nach Preis pro Call (1,49 €). Die Grundgebühr beträgt 59,90 Euro/Monat.

Mit unserem neuen Service verpassen Sie keinen Anruf mehr, selbst wenn Sie nicht erreichbar sind. Egal, ob im Urlaub, krank oder in einem wichtigen Termin – wir sorgen dafür, dass Ihre Kunden immer jemanden erreichen. Perfekt auch wenn Sie keine eigenen Mitarbeiter haben, oder diese bereits im Gespräch sind und die Anrufe nicht entgegennehmen können.



**Sie sind interessiert?  
Dann sprechen Sie uns an. Sven  
Fuhrmeister freut sich über Ihren  
Anruf (0251-3845000-155) oder  
Ihre Mail (sfuhrmeister@pma.de)**

# Von Zweifel zu Zuversicht, der Weg zu Financial Wellness

(zu mehr Kunden und in den Bereich Investment)

Geben Sie es zu – Sie spielen doch auch gerne, oder? Ob Doppelkopf, Skat, Poker, Risiko oder Monopoly, Spiele machen Spaß und geben oft ein gutes Gefühl, auch wenn man mal verliert. Aber was wäre, wenn wir Ihnen sagen, dass man auch beim Investieren, ganz im Gegensatz zu den meisten Spielen, fast immer gewinnen könnte? Dann ist es jetzt die richtige Zeit, in das Thema „Financial Wellness“ einzutauchen.



Das Konzept Financial Wellness, das allgemein hin auch mit finanziellem Wohlbefinden gleichgesetzt wird, hat in den letzten Jahren immer mehr an Bedeutung gewonnen. Es beschreibt den Zustand, in dem eine Person ihre finanziellen Ressourcen optimal verwaltet, um ihre Ziele zu erreichen und ein stress-freies Leben zu führen. Aber wie gelingt es, diesen Zustand zu erreichen und nicht nur beruhigt, sondern gleichzeitig „glücklich“ und entspannt in Sachen Finanzen zu sein und welche Dinge gilt es dabei zu berücksichtigen?

Folgt man der weltweiten\* Umfrage von Fidelity International aus dem Jahr 2020, zählt bei der Beurteilung des finanziellen Wohlbefindens, nicht nur die Zahl auf dem Bankkonto oder dem Gehaltscheck. Vielmehr sind es auch die finanziellen Erwartungen und Ziele sowie die individuellen Verhaltensweisen einer Person und damit neben objektiven auch subjektive Faktoren (aufgeteilt in vier Bereiche), die eine Rolle spielen.

\*Großbritannien, Deutschland, China, Hongkong (HKSAR), Japan, Kanada

## Financial Wellness messbar machen

Um nun den Grad des Wohlbefindens zu messen oder in Zahlen auszudrücken, hat Fidelity eine Kennziffer entwickelt. Die Financial-Wellness-Kennziffer setzt sich aus den vier Kernbereichen Haushaltsplanung, Schulden, Sparen und Absicherung zusammen, wobei jede Kategorie bis zu 25 Punkte zur Gesamtbewertung beitragen kann. Mit einem maximalen Wert von 100 Punkten reicht die Skala von extremer finanzieller Notlage (0 Punkte) bis hin zu optimalem finanziellem Wohlbefinden (100 Punkte). Die Ergebnisse der deutschen Befragung ergaben einen Medianwert von 64. Das ist gut, zeigt aber auch Verbesserungspotenzial auf...



**Die Financial-Wellness-Kennziffer: Dringender Handlungsbedarf (0-39), Mittelmäßig (40-59), Gut (60-79), Hervorragend (80-100)**

Quelle: Globale Umfrage zu Financial Wellness (fidelity.de)

## Die 4 Kernbereiche finanziellen Wohlbefindens

### Haushaltsplanung

Ausgaben im Rahmen der eigenen Möglichkeiten sind die Grundlage für finanzielles Wohlbefinden. Haushaltsdisziplin und ein positiver Cashflow sind notwendige (wenn auch nicht ausreichende) Voraussetzungen, um Schulden im Griff zu haben, für die Zukunft zu sparen, zu investieren und sich gegen Risiken zu schützen.

### Schulden

Eine im Verhältnis zum Einkommen hohe Verschuldung und monatliche Tilgungsverpflichtungen können eine große Hürde für das Sparen sein. Ein vernünftiger Umgang mit Krediten ist wichtig, um ein positives Kreditprofil zu entwickeln, den Zugang zu Krediten zu verbessern und höhere Kreditzinsen zu vermeiden oder zu senken.

### Sparen

Um auch in Zukunft finanziell gut aufgestellt zu sein, muss jeder Einzelne für die Zukunft sparen und investieren. Dazu zählen langfristiges Sparen und Investieren (z. B. zur Altersvorsorge), aber auch das Sparen für kurzfristige Ziele wie Hausreparaturen oder Urlaub.

### Absicherung

Für ein finanzielles Wohlbefinden muss man sein Geld nicht nur angemessen verwalten, ansparen und investieren, sondern sich auch gegen mögliche Verluste absichern – sei es gegenüber einem vorübergehenden oder einem dauerhaften finanziellen Verlust. Ohne ausreichende Rücklagen für Notfälle und/oder einer finanziellen Absicherung gegen krankheitsbedingte Ausfälle, Invalidität oder den Verlust von Eigentum kann sich die finanzielle Situation sehr schnell zuspitzen.

### ...und da kommen Sie ins Spiel(en).

Viele Menschen haben Angst vor finanziellen Verlusten oder finden Investments und Finanzmärkte kompliziert. Ihre Aufgabe als Berater ist es, Ihre Kunden zu informieren und ihnen zu helfen, Zweifel und Unsicherheiten zu überwinden. Mit Ihrem Wissen und unseren Werkzeugen können wir gemeinsam den Weg zur Financial Wellness ebnen. Gern sind wir bei der Beratung (oder auch der Weiterbildung) behilflich.

### Sprechen Sie uns gern an.

Ein Weg, um die Angst vor dem Investieren zu verlieren und dabei zu lernen, ist das "My First Million Game®". In diesem Spiel bauen die Spieler ein virtuelles Vermögen auf und probieren verschiedene Investitionsstrategien aus. Es zeigt, wie sich Entscheidungen auf das Vermögen auswirken, und macht das Investieren verständlicher und spannender.

Dabei zeigt sich schnell, dass Investieren keine Glückssache ist, sondern mit der richtigen Strategie fast immer zum Erfolg führt.

Achten Sie im ELVIS.one  
auf unsere Veranstaltungstipps  
und nehmen Sie an  
einer unserer kommenden  
Spielrunden teil.



[pma:] Team Vermögen



**BPS**  
Fondsvermögens-  
verwaltung

# KONZEPT VOR PRODUKT

und ein Schritt nach  
dem anderen

## Die BPS ETFplus-Strategie

Wenn man über die perfekte Anlagelösung für seine Kunden nachdenkt, stellt sich die Frage, worauf es eigentlich ankommt und was bei einer guten Kapitalanlageberatung im Vordergrund stehen muss. Ist es das Produkt oder eher das Konzept? Diese Frage werden wir in diesem Artikel beantworten und Ihnen darüber hinaus unsere neue Produktlösung, die BPS ETFplus-Strategie noch einmal genauer vorstellen.

## Produkt- oder Konzeptverkauf

Worauf kommt es bei Investments eigentlich an und was muss bei einer guten Kapitalanlageberatung im Vordergrund stehen? Das Produkt oder das Konzept? Wir verraten es Ihnen:

Bei allen Beratungen steht für uns nie ein Produkt im Vordergrund. Vielmehr geht es um ein stimmiges Konzept. Nur dann fühlt sich der Anleger auch wohl. (Das werden Sie später auch anhand von beispielhaften Beratungsfällen sehen, bei denen wir ganz unterschiedliche Mandanten und deren Bedürfnisse betrachten.)

Ein erfolgreicher Berater verfolgt bei der Betreuung seiner Kunden immer einen ganzheitlichen Ansatz. Aus diesem Grund ist es für jeden Berater empfehlenswert, mit einer Vermögensstrukturanalyse zu beginnen und darauf aufbauend eine individuelle Ruhestandsplanung für seine Kunden zu erstellen. Dazu gehört zunächst die Sicherstellung der notwendigen monatlichen Liquidität und die Beratung zur Bildung von Rücklagen auf Tages- oder Festgeldkonten. Ist noch kein Geld vorhanden, hat der Anleger zumindest schon einen Plan – und die Erfahrung zeigt: Er meldet sich von selbst, wenn Beträge für „interessantere“ oder erste Anlagen zur Verfügung stehen.

## Unser Tipp: Laden Sie Ihre Kunden zu einem jährlichen Update-Gespräch ein.

Im Anschluss an die ganzheitliche Konzeptentwicklung können dann (erste) sinnvolle Vorschläge zu Produktlösungen – wie unserer BPS ETFPlus-Strategie – gemacht werden.

### Zur Erinnerung:

Kern der neuen BPS ETFplus-Strategie ist die breite Streuung des verwalteten Vermögens durch die Zusammensetzung verschiedener ETF's. Unser Ziel ist dabei eine Investition in ein weltweites Aktienportfolio mit einer stärkeren Gewichtung von im MSCI World weniger abgebildeten Sektoren und Ländern.

### Erfolg beginnt mit dem ersten Schritt...

Mit der BPS ETFplus-Strategie wollen wir also einen Weg einschlagen, welcher Potenzial für Entwicklungen hat. Umso mehr freut es uns, dass die neue Anlagelösung schon jetzt so viel Aufmerksamkeit/Interesse findet. Denn obwohl wir seit Anfang Juni erst wenige Partner und Investoren erreichen konnten, zeichneten wir bereits im ersten Monat Anlegergelder in Höhe von 310.000 Euro.

## Worauf führen wir dies zurück?

Warum es uns wichtig ist, nicht einfach nur den MSCI World Index abzubilden, können Sie in der letzten Ausgabe (Nr. 67) des Partnermagazins nachlesen.

Man hätte es sich mit dem MSCI World doch einfach machen können. Nur sehen wir hier ein deutliches Risikopotenzial für einen Investor. Es gibt eine massive Gewichtung von rund 70 Prozent auf USA und hoch gewichtete Einzeltitel. Diese Wette auf die Zukunft wollten wir mit unseren Anlegern nicht eingehen. Also benötigten wir als Plus einen Mehrwert. Diesen haben wir analysiert und gefunden. Durch eine breitere Streuung und Hinzuziehung von Faktoren, wie Momentum, Dividenden etc. und eine stärkere Gewichtung von Wachstumsmärkten, konnten wir im Backtest über fünf Jahre eine höhere Rendite, sogar mit niedrigerer Volatilität erreichen. Und das, obwohl die Strategie fast vollständig auf Aktienwerte setzt. Die BPS ETFplus hat im eigenen Wettbewerb der Strategien untereinander in den ersten Wochen seit Auflegung die Nase vorn. Mit unserem Produkt schafft man es also mit nur einem Depot alle wichtigen Märkte dieser Welt abzudecken.



Das Ganze dann sogar ohne Haftung für den Berater und dank Online-Beratungsstrecke mit geringem Aufwand.

BPS ETFplus bedeutet aber nicht nur eine einfache und transparente Kapitalanlage für den Anleger, sondern auch eine attraktive und langfristige Einnahmequelle für den Berater.



Sie wollen mehr erfahren? Dann stehen Ihnen die [pma:] Kollegen aus dem Team Vermögen und das Team der BPS jederzeit gern zur Verfügung. ▶



### FALL 1

#### Vermögender Familienvater im Alter 60 mit zwei erwachsenen Kindern

Der Mandant wollte eine Ergänzung zu seinen aktuell vorhandenen Kapitalanlagen. Es besteht bereits die BPS-Fondsvermögensverwaltung mit allen drei Strategien (ausgewogen, dynamisch, Vision Zukunft) sowie ein Einzeldepot bei der FFB und mehrere Immobilien. Lebensversicherungsverträge sind bereits alle ausgezahlt worden und in die vorhandenen Kapitalanlagen geflossen. Verbindlichkeiten sind nicht mehr vorhanden. Es werden Festgelder fällig, welche für Liquiditätszwecke in naher Zukunft nicht benötigt werden.

Die neue Investition in die BPS ETFplus-Strategie wählt der Anleger bewusst mit einem langen Zeithorizont. Er denkt dabei im Rahmen seiner Vermögensplanung auch an eine Übertragung bereits zu Lebzeiten in Form einer Schenkung an seine Kinder.

### FALL 2

#### Gesellschafter-Geschäftsführer eines Unternehmens

Der Mandant erhält die Ablaufleistung einer fällig werdenden Lebensversicherung. In der Vergangenheit wurde bereits eine strukturierte Vermögensplanung umgesetzt. Es existiert die BPS-Strategie ausgewogen und ein Einzeldepot bei der FFB, in welchem auch defensive Fonds allokiert sind. Ein monatliches Liquiditätsbudget ist durch Einnahmen aus Vermietung und Verpachtung sichergestellt. Der Anleger hat bereits von ETF's gehört und möchte in den Weltaktienmarkt investieren. An dem BPS ETF-Produkt gefällt ihm besonders gut, dass die Zusammenstellung der aktuell 12 ETF-Positionen Klumpenrisiken vermeidet und Länder- und Regionen-ETF's durch ETF's nach wissenschaftlichen Grundsätzen und Methoden ergänzt wird.

### FALL 3

#### Kooperationspartner der [pma:]

Ein Kooperationspartner der [pma:] hat sich aufgrund des Artikels aus dem letzten Partner-Magazin gemeldet. Er kennt sich zwar bei Kapitalanlagen aus, wollte aber gern Hilfe bei der Umsetzung der ETF-Strategie und für die Zukunft einen Ansprechpartner. Wir haben den Vorgang mit dem Kollegen wie einen Tipgebervertrag behandelt. Da es ein Eigengeschäft ist, haben wir die Beratergebühr direkt mit 50 % rabattiert.

### FALL 4

#### Kapital nach Ehescheidung

Aufgrund einer Trennung hat ein Ehepaar einen notariellen Auseinandersetzungs-Vertrag geschlossen. Daraus erhält einer der beiden Ehepartner eine Kapitalleistung von 400.000,00 Euro. Sämtliche Ansprüche aus Unterhalt und Rentenausgleich sind damit abgegolten. Ein regelmäßiges Haushaltsbudget ist durch eine selbständige Tätigkeit gesichert. Jedoch fehlt eine Vorsorge für das Rentenalter. Der Anleger wollte Sofortlösungen und keine Ratierlichkeit. Es wurde ein Basisrentenvertrag mit einer Einmalzahlung und vorgeschaltetem Depot mit 5-jähriger Beitragszahlungsdauer gewählt. So wurde auch steuerlich die richtige „Dosis“ erreicht.

Ein FFB-Einzeldepot wurde mit defensiven Positionen eröffnet und zusätzlich ein Betrag mit kurzer Festgelddauer für einen Umzug in wenigen Monaten angelegt. In die BPS ETFplus-Strategie wurde ein Betrag von 100.000,00 Euro investiert. Eine ausreichend lange Anlagedauer ist für den 35 Jahre jungen Anleger gegeben. Dieses Investment soll neben geplanten weiteren Sondereinzahlungen in den Basisrentenvertrag als Add-on für das Rentenalter dienen.

### FALL 5

#### Niedergelassener Humanmediziner

Dieser Mandant hat prompt den letzten Quartalsbericht gelesen, in welchem die ETF-Strategie ausführlich vorgestellt wird. Nach einem kurzfristig terminierten Beratungsgespräch wurden als Ergänzung zu seinem vorhandenen Vermögen 50.000,00 Euro investiert. Ein Versorgungskonzept wurde bereits vor zehn Jahren im Alter von 50 Jahren im Rahmen einer Ruhestandsplanung durch den Berater erstellt.



**Barmenia**  
EINFACH. MENSCHLICH.

# WIR SIND FÜR DIE DA, DIE IMMER FÜR UNS DA SIND.

## #MachenWirGern

Beamte sind eine Zielgruppe, die eine spezielle Absicherung verdient. Deshalb bekommen sie von der Barmenia eine ganz eigene Tarifwelt angeboten: **die Genau-Für-Sie Beamtenabsicherung!**

Egal ob angehender Lehrer, Tätigkeit in der inneren Sicherheit, Justiz- oder Finanzverwaltende, mit der **Genau-Für-Sie Krankenversicherung** haben Sie für Ihre Kunden passgenauen Versicherungsschutz an der Hand. Es wird z. B. die Beitragsrückerstattung nicht durch Vorsorge-

untersuchungen oder Schutzimpfungen gefährdet, es gibt diverse Optionsrechte zur Höherversicherung ohne erneute Gesundheitsprüfung und es gilt eine dreimonatige Beitragsbefreiung bei Bezug von Elterngeld.

Was wir außerdem gern für Ihre Kunden machen, erfahren Sie unter [www.beamte.barmenia.de](http://www.beamte.barmenia.de), [www.maklerservice.de](http://www.maklerservice.de) oder Telefon **0202 438 3734**.

# Sicherheit und Rendite dank Pflegeimmobilien

Die Immobilie ist und bleibt ein wichtiger Baustein in der Vermögensplanung und Altersvorsorge, vor allem dann, wenn globale Krisen die sinnvolle und gewinnbringende Anlage von Vermögen zunehmend komplizierter machen. Was aber, wenn die Investition in derartige Sachwerte durch steigende Preise, steigende Darlehenskosten beim Kauf sowie schwer zu kalkulierende Ausgaben für Instandhaltung und möglichen Leerstand erschwert wird? Dann kann der deutsche Pflegemarkt die Antwort sein. Hier sorgt nämlich die alternde Bevölkerung für eine stetig wachsende Nachfrage nach Pflegeplätzen. Für Anleger wiederum bedeutet dies neben einer attraktiven Möglichkeit Geld anzulegen, auch die Gelegenheit, stabile Renditen mit sozialem Engagement zu verbinden. Lesen Sie daher unbedingt weiter und erfahren Sie, warum Pflegeimmobilien eine sinnvolle Ergänzung zu Ihrem Portfolio sein können und wie Sie dieses Thema erfolgreich an Ihre Kunden vermitteln.



## Was sind Pflegeimmobilien?

Pflegeimmobilien sind spezielle Immobilien, die für die Unterbringung und Pflege von älteren und/oder pflegebedürftigen Menschen konzipiert sind. Im Gegensatz zu herkömmlichen Wohnimmobilien handelt es sich bei Pflegeimmobilien um Einrichtungen wie Pflegeheime, Seniorenresidenzen, betreutes Wohnen und ähnliche Konzepte, die speziell auf die Bedürfnisse ihrer Bewohner zugeschnitten sind. Der Hauptunterschied zu anderen Immobilien liegt in der Nutzung und dem Betrieb: Pflegeimmobilien bieten nämlich nicht nur Wohnraum, sondern auch pflegerische und medizinische Dienstleistungen.

Weitere Unterschiede zu Wohnimmobilien:

	Pflegeimmobilien	Wohnimmobilie
Standortwahl	Jeder Standort wird von uns und vom Betreiber ausführlich auf seine Wirtschaftlichkeit geprüft.	Es liegen in der Regel keine abgesicherten Entscheidungshilfen vor, subjektive Einschätzungen und „Hörensagen“ dienen als Grundlage.
Entscheidungsgrundlage	Alle Pflegeapartments bieten nahezu die gleichen Eigenschaften. Die Investitionsentscheidung ist so leichter und transparent zu treffen.	Viele Voraussetzungen sind zu klären, u.a.: bedarfsgerechte Grundrisse; stimmige Ausrichtung; Mitbewohner oder Eigentümergemeinschaft.
Vermietung	Langfristig gesicherte Mieteinnahme durch einen 20-jährigen Pachtvertrag, der sich der Inflation anpasst.	Die Vermietung der Eigentumswohnung muss vom Vermieter selbst organisiert werden.
Instandhaltung und Nebenkosten	Ein Großteil der laufenden Betriebs-, Instandhaltungs- und Nebenkosten werden vom Betreiber übernommen.	Nicht alle Nebenkosten sind umlagefähig. Reparaturen und Instandsetzungen müssen eigenständig beauftragt und kontrolliert werden.
Eigen-nutzung	Ein Eigenanspruch ist nicht möglich. Aber ein Belegungsrecht sichert Ihnen oder Ihren Angehörigen bei Bedarf den Zugriff auf ein entsprechendes Pflegeapartment.	Der Eigenbedarf kann nur durch eine vernünftige und nachvollziehbare Begründung ausgesprochen werden. Rechtsstreitigkeiten sind hierbei keine Seltenheit.

Welche Vorteile bieten Pflegeimmobilien als Investment?

- **Demografischer Wandel:** Mit einer alternden Bevölkerung steigt die Nachfrage nach Pflegeplätzen kontinuierlich. Pflegeimmobilien profitieren von dieser demografischen Entwicklung und bieten Anlegern eine krisensichere Anlagemöglichkeit.
- **Langfristige Mietverträge:** Betreiber von Pflegeeinrichtungen schließen häufig langfristige Mietverträge ab, was zu stabilen und planbaren Mieteinnahmen führt. Diese Verträge bieten Investoren eine hohe Planungssicherheit.
- **Staatliche Unterstützung:** Pflegeimmobilien profitieren oft von staatlicher Unterstützung und regulatorischen Rahmenbedingungen, die die Sicherheit des Investments erhöhen.
- **Geringe Vermietungsrisiken:** Da die Betreiber der Pflegeeinrichtungen für die Belegung verantwortlich sind, haben Anleger ein geringeres Risiko, dass die Immobilie leer steht.
- **Attraktive Renditen:** Pflegeimmobilien bieten aufgrund der stabilen Nachfrage und langfristigen Mietverträge häufig attraktive Renditen.

# 10 gute Gründe in eine Pflegeimmobilie zu investieren.

### 1. Langfristige monatliche Mieteinnahmen

Die Verträge sehen die Zahlung der Miete auch bei Nicht-Belegung der Wohneinheit vor und gelten über 20 Jahre und mehr.

### 2. Steuerliche Vorteile

Durch Abschreibungen lässt sich einen Teil der Einkommensteuer vom Finanzamt zurückholen.

### 3. Absicherung dank Grundbucheintrag

Die Wohnung lässt sich vererben, verschenken, beleihen oder verkaufen.

### 4. Konjunkturunabhängiger Wachstumsmarkt der Zukunft

Der Bedarf an Pflegeplätzen kann schon heute vielerorts nicht mehr gedeckt werden, zum Teil bestehen lange Wartelisten.

### 5. Solide Bausubstanz

Pflegeapartments werden auf hohem Qualitätsstandard und nach den neuesten Erkenntnissen der Altenpflege realisiert.

### 6. Kein Mieterkontakt

Die Vermietung des Pflegeapartments ist Betreibersache.

### 7. Gute Finanzierbarkeit

Profitieren Sie jetzt noch von einem verhältnismäßig niedrigen Zinsniveau.

### 8. Instandhaltung

Für die Instandhaltung im Gebäude ist vorwiegend der Betreiber verantwortlich.

### 9. Inflationsgeschützte Investition

Indizierte Mietverträge wirken sich bei Inflation werterhaltend und -steigernd aus.

### 10. Bevorzugtes Belegungsrecht

Eigentümer einer Pflegeimmobilie erhalten ein bevorzugtes Belegungsrecht für sich selbst oder deren Angehörige.

## Worauf wir bei der Auswahl achten?

- 1. Qualität des Betreibers:** Der Erfolg einer Pflegeimmobilie hängt stark vom Betreiber ab. Daher prüfen wir die Bonität und Erfahrung des Betreibers, bevor wir eine Immobilie empfehlen.
- 2. Standortanalyse:** Wie bei allen Immobilieninvestitionen spielt der Standort eine entscheidende Rolle. Wir achten daher darauf, dass am ausgewählten Standort eine hohe Nachfrage nach Pflegeplätzen herrscht und die Infrastruktur gut ist.
- 3. Vertragsbedingungen:** Die Mietverträge werden von uns genau geprüft. Wichtige Punkte sind die Dauer, die Höhe der Mietzahlungen und eventuelle Anpassungen an die Inflation.
- 4. Zustand und Ausstattung der Immobilie:** Unsere ausgesuchten Pflegeimmobilien sind modern und gut ausgestattet, um den Bedürfnissen der Bewohner gerecht zu werden und den aktuellen Standards zu entsprechen.
- 5. Rechtliche Rahmenbedingungen:** Wir halten uns stets über gesetzlichen Bestimmungen und Förderungen auf dem Laufenden.

## Wie vermitteln Sie das Thema an Ihre Kunden?

- 1. Aufklärung:** Informieren Sie Ihre Kunden über die Vorteile und Risiken von Pflegeimmobilien. Erklären Sie den demografischen Wandel und die daraus resultierende steigende Nachfrage nach Pflegeplätzen.
- 2. Beispiele und Fallstudien:** Nutzen Sie erfolgreiche Beispiele und Fallstudien, um die Attraktivität von Pflegeimmobilien als Investment zu verdeutlichen.
- 3. Individuelle Beratung:** Gehen Sie auf die individuellen Bedürfnisse und Ziele Ihrer Kunden ein. Manche Kunden suchen langfristige Sicherheit, andere attraktive Renditen.
- 4. Risiken transparent machen:** Auch wenn Pflegeimmobilien viele Vorteile bieten, sollten Sie die möglichen Risiken nicht verschweigen. Dazu gehören die Abhängigkeit vom Betreiber und mögliche Änderungen in der gesetzlichen Lage.

## Wo erfahren Sie mehr?

Für weitere Details zu Pflegeimmobilien und ein erstes konkretes Angebot, nebst Musterrechnung und Exposé wenden Sie sich bitte an **Peter Sommer**.  
([psommer@pma.de](mailto:psommer@pma.de) | 0251-3845000-107)



[pma:] Team Vermögen

# Mehr Flexibilität in der BU

## Neue Biometrie Tarifgeneration

- ✓ Vereinfachte Gesundheitsprüfung für junge Leute
- ✓ Allgemeine Dienstunfähigkeit als Leistungsauslöser
- ✓ Deutliche Beitragssenkungen für viele Berufe
- ✓ Zahlreiche Verbesserungen in der Nachversicherung



# ZURÜCK AUF LOS (und in die GKV)?

Der Wechsel von der privaten Krankenversicherung (PKV) zurück in die gesetzliche Krankenversicherung (GKV)

ist ein Thema, das viele Versicherte beschäftigt. Oft wird der Wunsch nach einer Rückkehr durch steigende Beiträge im Alter oder durch eine Veränderung der persönlichen Lebensumstände motiviert.

Doch der Weg zurück ist nicht nur kompliziert, sondern birgt auch einige Risiken und Fallstricke.

In diesem Artikel erfahren Sie, unter welchen Bedingungen ein Wechsel möglich ist, welche Hürden es gibt und warum ein Wechsel gut überlegt sein sollte.



## Wann ist ein Wechsel von der PKV zur GKV möglich?

Grundsätzlich ist ein Wechsel von einer privaten Krankenversicherung (PKV) zu einer gesetzlichen Krankenversicherung (GKV) nur dann möglich, wenn eine Versicherungspflicht in der GKV eintritt. Ein Wechsel ist dann sogar obligatorisch. Das ist beispielsweise der Fall sein, wenn das Einkommen eines Angestellten unter die Versicherungspflichtgrenze (2024: 69.300 Euro im Jahr) sinkt. Auch privatversicherte Selbstständige oder Beamte können versicherungspflichtig werden, wenn sie in ein Angestelltenverhältnis wechseln und ihr Einkommen unter dieser Grenze liegt. Zudem

**ACHTUNG:** in bestimmten Fällen gibt es die Möglichkeit, sich von der Versicherungspflicht befreien zu lassen. (Diese Regelungen finden Sie im SGB V)

tritt bei der Aufnahme eines Studiums eine Versicherungspflicht in der GKV ein.

## Wechsel nach dem 55. Lebensjahr?

Besonders problematisch ist der Wechsel für Personen ab dem 55. Lebensjahr. Ab diesem Zeitpunkt ist ein Rückwechsel in die GKV in der Regel nicht mehr möglich, selbst wenn die Voraussetzungen für eine Versicherungspflicht erfüllt wären. Diese

Regelung soll zum Schutz der Solidargemeinschaft verhindern, dass ältere Versicherte die GKV in ihren gesunden Jahren verlassen und erst im Alter zurückkehren, wenn sie häufiger ärztliche Leistungen in Anspruch nehmen müssen.

## Krankenversicherung für Rentner?

Viele Versicherte hoffen, im Alter durch die "Krankenversicherung der Rentner" (KVdR) Beiträge zu sparen, da in der KVdR nur die Rente und ggf. die betriebliche Altersvorsorge beitragspflichtig sind. Doch der Zugang zur KVdR ist mit hohen Hürden verbunden. Die sogenannte 9/10-Regelung besagt, dass Versicherte in der zweiten Hälfte ihres Erwerbslebens mindestens 90 Prozent der Zeit in der GKV versichert gewesen sein müssen. Wer diese Bedingung nicht erfüllt, muss sich als freiwilliges Mitglied versichern, was zu deutlich höheren Beiträgen führt.

Für einen typischen Beispielfall (Berufsbeginn mit 21 und Rente mit 67) bedeutet das konkret, dass von den letzten 23 Erwerbsjahren mindestens 20 Jahre und acht Monate eine Versicherung in der GKV vorgelegen haben muss. Im Beispielfall könnte somit schon ab dem Alter 46 nur noch der Status eines freiwilligen Mitglieds in der GKV erreicht werden.

## Beitragsrisiken für freiwillig Versicherte

Freiwillig Versicherte müssen im Rentenalter Beiträge auf alle Einkünfte zahlen, was bei hohen zusätzlichen Einkünften zu erheblichen monatlichen Belastungen führen kann. Im Gegensatz dazu sind PKV-Beiträge nicht einkommensabhängig und können im Alter oft niedriger ausfallen, als viele erwarten.

Einkünfte werden addiert und bis zur Beitragsbemessungsgrenze (2024: 5.175 Euro pro Monat) mit durchschnittlich

16,3 Prozent Beitragssatz belegt. Das entspricht einem GKV-Beitrag von aktuell (2024) 844 Euro pro Monat, plus bis zu 207 Euro Pflegeversicherung, zusammen also 1.051 Euro im Monat. Derart hohe Beiträge zahlen in der PKV nur rund zwei Prozent der Privatversicherten.

## Nachteile eines Wechsels in die GKV!

Auch wenn ein Wechsel in die GKV möglich ist, sollte dieser Schritt wohlüberlegt sein. Insbesondere für Selbstständige und Freiberufler, die im Alter von Kapitaleinkünften und Immobilienverkäufen leben, kann die GKV deutlich teurer werden. In der GKV unterliegen alle Einkünfte, nicht nur die Rente, der Beitragspflicht. So wird u.a. auch für die betriebliche Altersversorgung der volle Beitragssatz fällig. (Für Kranken- und Pflegeversicherung zusammen sind das rund 20 Prozent.)

Wer beispielsweise nach 40 Berufsjahren 200.000 Euro betriebliche Altersvorsorge erhält (das entspricht z.B. dem Anspruch angestellter Journalisten im Versorgungswerk der Presse), muss auf diese Summe insgesamt rund 40.000 Euro Beitrag zahlen. Aus dem Gesamtbetrag wird eine fiktive monatliche Rente berechnet und auf 10 Jahre – also 120 Monate - verteilt. Abzüglich eines Freibetrags (2024: 176,75 Euro), der nur für Pflichtversicherte gilt, werden unter dem Strich rund 300 Euro pro Monat als zusätzlicher GKV-Beitrag fällig. Freiwillig GKV-Versicherte können den Freibetrag nicht nutzen, ihre Belastung ist also noch höher.

## Vorsicht vor unseriösen Wechseltipps

Es gibt unseriöse Anbieter, die einen Wechsel über eine kurzzeitige sozialversicherungspflichtige Beschäftigung im Ausland empfehlen. Diese Vorgehensweise birgt jedoch erhebliche Risiken. Die GKV ist über solche Tricks informiert und prüft genau, ob der Job im Ausland nur vorgeschoben wurde. Wird dies festgestellt, kann es dazu kommen, dass jemand nicht in die GKV aufgenommen werden kann und letztlich auf den Basistarif der PKV zurückgreifen muss, der oft finanziell ungünstiger ist.

## Wechsel gut abwägen

Ein Wechsel von der PKV in die GKV sollte sorgfältig geprüft werden. Für viele mag die GKV auf den ersten Blick eine günstigere Alternative sein, doch die langfristigen Auswirkungen, insbesondere im Rentenalter, können erheblich sein. Es ist daher ratsam, Ihre Kunden vor einem Wechsel umfassend zu beraten und ihre individuellen Vor- und Nachteile abzuwägen. Bedenken Sie in diesem Zusammenhang bitte auch, dass es innerhalb des PKV-Systems verschiedene Möglichkeiten gibt, den Beitragssatz zu reduzieren.

Sie wüssten gern, welche das sind? **DANN SPRECHEN SIE UNS AN!**

# GUT VERSICHERT UND ENTSPANNT IN DIE ZUKUNFT SEHEN –

## Maßgeschneiderte Lösungen für Beamtenanwärter\*innen und Beamte\*innen

Beamte\*innen sind in einer privilegierten Situation – für sie übernimmt ihr Dienstherr in der Regel einen Teil der Gesundheitskosten. Und sie können zwischen gesetzlicher und privater Krankenversicherung frei wählen. Doch wie hoch die Beihilfe ist und was bezahlt wird, ist ganz unterschiedlich. Verschiedene Beihilfeverordnungen der Länder sowie des Bundes machen Versicherungen für Beamtenanwärter\*innen und Beamte\*innen nicht besonders einfach zu durchschauen.

### Wer übernimmt jedoch den Rest?

Selbst bei einem Beihilfeanspruch von 70 Prozent bleiben immer noch 30 Prozent der Kosten, die selbst getragen werden müssen. Beispielsweise für Arztrechnungen. Diese Lücke kann mit einer privaten Krankenversicherung geschlossen werden.

### Aus kompliziert wird einfach

Die Beihilfeverordnungen in Deutschland sind oft kompliziert, vor allem, weil sie so unterschiedlich sind. Neben dem genauen Beruf und dem Familienstand spielt vor allem auch das Bundesland eine große Rolle. In einigen Bundesländern werden die Kosten für eine neue Brille zum Beispiel übernommen – in anderen Bundesländern aber nicht oder nur anteilig. Deswegen brauchen Verbeamtete eine Zusatzversicherung, die vor allem eins ist: flexibel.

### Die Genau-Für-Sie-Beamtenabsicherung

Weil Beamte und Beamtinnen unterschiedlich sind, versichert die Barmenia sie ab sofort auch so. Die Genau-Für-Sie Beamtenabsicherung ist speziell auf Beamtenanwärter\*innen und Beamte\*innen und die besonderen Beihilfe-Regelungen zugeschnitten. Für die gesamte Laufbahn

ermöglicht sie eine umfangreiche Absicherung und individuellen Schutz. Damit sind alle wichtigen Bereiche abgesichert: ambulante Behandlungen, Zahnbehandlung und Zahnersatz, Psychotherapie, Heilpraktiker\*in-Behandlungen, ambulante Vorsorgeuntersuchungen sowie allgemeine Krankenhausleistungen. Und weil es manchmal einfach bequemer ist: Bei der "Genau-Für-Sie-Krankenversicherung" werden auch die Kosten für Telemedizin mit der medgate App erstattet. Darüber können sich Versicherte per Smartphone rund um die Uhr mit Ärzt\*innen aus ganz Deutschland in Verbindung setzen. Zum Beispiel, um schnell und unkompliziert Privatrezepte oder Arbeitsunfähigkeitsbescheinigungen ausgestellt zu bekommen.

### Und wenn es etwas mehr sein darf ...

... können jederzeit in einem Bausteinprinzip Leistungen ergänzt werden. Zum Beispiel die Unterbringung in einem Ein- oder Zweibettzimmer im Krankenhaus.

### So wandlungsfähig wie ein Leben!

Eine Krankenversicherung soll die Versicherten ein Leben lang begleiten und auch dann passen, wenn die Bedürfnisse sich verändert haben. Egal, ob privat oder beruflich. Wird geheiratet? Ein Kind geboren? – alle Familienmitglieder lassen sich individuell und umfangreich absichern. Und auch bei einem Umzug in ein anderes Bundesland passt sich die Genau-Für-Sie Beamtenabsicherung an.

### Gesund leben lohnt sich

Wer weniger oder gar keine Leistungen in Anspruch nimmt, darf sich über eine erhebliche Beitragsrückerstattung freuen. So erhalten Beamtenanwärter\*innen schon im ersten leistungsfreien Jahr sechs Monatsbeiträge zurück. Beamte\*innen können sich gestaffelt über bis zu drei Monatsbeiträge freuen. Alle Vorsorgeuntersuchungen, Zahnprophylaxe wie professionelle Zahnreinigung und Schutzimpfungen können natürlich trotzdem durchgeführt werden.

Die neue „Genau-Für-Sie Beamtenabsicherung“ hilft dort, wo die Beihilfe aufhört und das für ein ganzes Leben.

MEHR INFOS ERHALTEN SIE  
unter [beamte.barmenia.de](https://beamte.barmenia.de)

Barmenia

Allianz 

Die perfekte  
Absicherung  
für junge  
Erwachsene!

# Weil „immer funktionieren“ nicht immer funktioniert

Allianz Arbeitskraftsicherung: Wertvoller Schutz, jetzt noch besser.  
Ob angestellt oder auch körperlich tätig – mit der Allianz machen Sie  
jeder Zielgruppe ein starkes Angebot.



→ Mehr bei Ihrer Maklerbetreuung oder unter  
[makler.allianz.de/immerfunktionieren](https://makler.allianz.de/immerfunktionieren)

# KALENDER

## Vertriebstage **Herbst 2024**

**18. + 19.09.2024** in Würzburg

**24.09.2024** in Münster

**26.09.2024** in Düsseldorf

**09.10.2024** in Berlin

## Ihr Feedback ist uns wichtig!

Das [partner:] Magazin entwickelt sich ständig weiter – ebenso wie Ihre Lesegewohnheiten. Daher die Frage an Sie:

**Wie gefällt Ihnen [partner:]?**

Beteiligen Sie sich aktiv an der Gestaltung unseres Magazins und teilen Sie Ihre Ideen, Wünsche oder Anregungen mit uns. Lob und Kritik nehmen wir gerne entgegen.



### Herausgeber

[pma:] Finanz- und Versicherungsmakler GmbH  
Wilhelm-Schickard-Straße 2, 48149 Münster  
Tel. 0251 3845000-0 | Fax-111  
E-Mail: info@pma.de | Internet: www.pma.de

### Geschäftsführer

Dr. Bernward Maasjost, Markus Trogemann, Klaus Tisson,  
Felix Maasjost, Sascha Hülsmann

### Redaktion

Katarina Orlovic, Britta Schoke, Maximilian Feldmann,  
Nils Gerrit Kutz, Jessica Gläser

### Anzeigenleitung

Katarina Orlovic

### Adresse der Redaktion und Anzeigenleitung

[pma:] Finanz- und Versicherungsmakler GmbH  
Wilhelm-Schickard-Straße 2, 48149 Münster  
Tel. 0251 3845000-140 | Fax-235 | partnermagazin@pma.de

### Art-Direction, Layout, Grafik, Druck

B&S Werbeagentur, Münster, www.werbeagentur.ms



### Bildnachweise

Titel: Bild von rawpixel.com auf Freepik // Editorial: Wolfgang Koehler // Artikel Kreativität entfesseln: Bild von Freepik // Artikel Tierkrankenversicherung: Pfotenabdrücke Bild von rawpixel.com auf Freepik // Artikel BPS: Bild von starline auf Freepik // Artikel PKV/GKV: Bild von sentavio auf Freepik

### Erscheinungsweise

Vierteljährlich: Februar (1), Mai (2), August (3), November (4)  
Auflage: 1.250

Den Artikeln, Tabellen und Grafiken in der [partner:] liegen Informationen zu Grunde, die in der Regel dynamisch sind. Weder Herausgeber, Redaktion noch Autoren können Haftung für die Richtigkeit und Vollständigkeit des Inhalts übernehmen. Namentlich gekennzeichnete Beiträge geben nicht unbedingt die Meinung der Redaktion wieder.

[partner:] 3.2024.1T



# Heute Vorfreude, morgen Party.

Wir machen bAV einfach.  
Für Sie. Für Ihre Kunden.

FÜR DAS, WAS KOMMT.





**NÜRNBERGER**  
VERSICHERUNG

# Was er jetzt noch nicht weiß: *Mit 32 Jahren umsegelt er die Welt.*

**Die neue NÜRNBERGER Kindervorsorge:**  
Ob Studium, Weltreise, eigenes Haus – der Vermögensaufbau4Kids legt schon ab Geburt den Grundstein für finanzielle Unabhängigkeit. So werden Sie zum Möglichmacher für Ihre jüngsten Kunden.

Attraktive Rendite ermöglichen:  
[vertrieb.nuernberger.de/kindervorsorge](https://vertrieb.nuernberger.de/kindervorsorge)



**Jetzt neu!**

NÜRNBERGER Lebensversicherung AG  
Landesdirektion Nord

Thomas Potthoff, Mobil 0151 53841215  
[thomas.potthoff@nuernberger.de](mailto:thomas.potthoff@nuernberger.de)

Michaela Wegener, Mobil 0151 53840445  
[michaela.wegener@nuernberger.de](mailto:michaela.wegener@nuernberger.de)

Personen- und Funktionsbezeichnungen  
stehen für alle Geschlechter gleichermaßen.