

[partner:] magazin



MISSION

Neue Horizonte erschließen

Mit Mission
unterwegs

Ihre Mission:
Kunden begeistern

Mission
Klartext

Mal Budder bei die Fische: Geht bAV auch automatisch?



Ja, mit digitalem Beratungstool!

Ab sofort wird Ihr bAV-Geschäft zum echten Selbstläufer. Denn mit dem neuen Beratungstool werden die Arbeitnehmer Ihrer Firmenkunden komplett automatisiert und ohne Aufwand durch den Prozess geführt – von der Bedarfsabfrage bis zur Berechnung der individuellen bAV. Und dies in 14 Sprachen, rund um die Uhr und überall verfügbar sowie einfach implementiert.

Immer inklusive ist bei aller Digitalisierung unser exzellenter CDL-Service: Wir sind persönlich an Ihrer Seite. Kommen Sie an Bord der CDL, sparen Sie mit der digitalen bAV-Abschlussstrecke jetzt jede Menge Zeit und schlagen Sie einen neuen Erfolgskurs ein!

Moin aus Hamburg:

Condor Dienstleistungs-GmbH (CDL)

Telefon 040 36139537

bav-beratungsservice@condor-versicherungen.de

makler-leuchttuerme.de/bav



„Wer kein Ziel hat, kann auch keins verfehlen.“

Mag sein. Aber in unserem Alltag als Unternehmen, Partner und Möglichmacher gilt das Gegenteil: Wer etwas bewegen will, braucht Richtung. Und wer andere überzeugen will, braucht Überzeugung. Deshalb sprechen wir in dieser Ausgabe über: **Mission**.

Mission – das klingt nach NASA, Klosterorden oder Actionfilm. Aber eben auch nach Verantwortung, Sinn und Haltung. Für uns als Unternehmen bedeutet Mission nicht nur ein Satz auf der Website. Sie ist der Maßstab, an dem wir uns messen lassen. Unser Antrieb. Unsere Leitlinie. Unsere Verpflichtung.

Wir geben Maklern, Finanzberatern und Vertrieben die Freiheit, ihr Unternehmertum zu leben. Mit Herzblut, Expertise und starken Services bringen wir sie nach vorn – damit sie wachsen können, ohne sich zu verbiegen.

Das ist unsere Mission. Doch was unterscheidet eigentlich die Mission von der Vision? Warum braucht jedes Unternehmen – ob Startup oder Traditionsbetrieb – beides? Und was passiert, wenn es an Sinn und Richtung fehlt? Dann wird es vielleicht Zeit, sich auf die Reise zu machen, so wie es beim Wandern oder Pilgern der Fall ist.

Auch unsere eigene Reise geht weiter. Wir stellen neue Kolleginnen und Kollegen ein, treiben unsere IT-Roadmap voran und bauen mit Volldampf am digitalen Beraterarbeitsplatz der Zukunft. Wir erweitern auch unsere Services rund um die Gesundheitsbranche, entwickeln exklusive Partnerschaften im Bereich Baufinanzierung und fragen: Wer interessiert sich eigentlich wirklich für das Thema Kapitalanlage? Und was wollen Ärzte und Apotheker, wenn sie verkaufen? Auch das ist unsere Mission: Verstehen, was die Zielgruppe braucht – bevor sie es ausspricht.

Wem das zu theoretisch ist, der findet im Beitrag „Wie werde ich ihn los in 10 Schritten“ eine augenzwinkernde Anleitung dafür, wie man garantiert keinen Kunden gewinnt. Und in unserer Rubrik „Zahlen, Daten, Fakten“ zeigen wir: Missionen lassen sich auch messen – in Kalorien, Kilometern oder Kundenzufriedenheit.

Diese Ausgabe zeigt: **Mission ist mehr als ein Ziel. Sie ist die Richtung, der Weg – und manchmal auch das Warum.** Denn so viel ist klar: Wer beraten will, muss sich selbst orientieren können. Wer führen will, braucht eine Idee davon, wohin. Und wer wachsen will, sollte wissen, wofür.

Damit ist dieses Heft auch ein Plädoyer für die Kraft klarer Ziele und jeder, der uns kennt weiß, wie sehr uns besonders ein Thema am Herzen liegt: die Beratung nach DIN. Was viele als bürokratisch abtun, ist in Wahrheit ein mächtiges Werkzeug: für Transparenz, Nachvollziehbarkeit und Vertrauen. Deshalb zeigen wir, wie DIN-Standards zur persönlichen Mission werden können – und warum Norm alles andere als normal ist.

Hier zeigt sich, worauf es wirklich ankommt: Klarheit, Transparenz und Verlässlichkeit. Eigenschaften, die nicht nur in der Beratung zählen – sondern auch in jeder guten Mission.

Denn: Mission ist nicht nur ein Wort. Sie ist ein Versprechen.

Ein Versprechen, das Orientierung gibt. Das Vertrauen schafft. Und das wir mit dieser Ausgabe einlösen wollen – mit Themen, Gedanken und Geschichten, die Ihnen neue Perspektiven eröffnen.

Viel Freude beim Lesen – und bei allem, was Ihnen wirklich wichtig ist.



Ihr Dr. Bernward Maasjost

[Schwerpunkt: Mission]

- 06** Mission Klartext _[pma:]
- 08** Mit Mission unterwegs _[pma:]
- 12** Wandern wirkt _[pma:]
- 14** Zahlen, Daten, Fakten _[pma:]
- 16** Warum eine starke Mission mehr ist als Marketing _[pma:]
- 20** Ihre Mission: Kunden begeistern _[pma:]
- 22** Burnout im Vertrieb _[pma:]

[Lebensversicherung]

- 26** Sparen nach Wahl: Der neue Flexible Kapitalplan von Canada Life _Canada Life
- 30** Versicherungslösungen der Dialog _Dialog
- 32** Noch einfacher und mit attraktiveren Beiträgen _Volkswohl Bund
- 33** Mediziner-Beratung mit Weitblick _Hallesche Krankenversicherung
- 34** Flexibel, verständlich, erfolgreich: Warum ich auf den Mediolanum Life Plan setze _[pma:] Team Vorsorge
- 36** Fondsrendite neu gedacht: Flexibles Vorsorgekonzept mit Vertriebspotenzial _Gothaer Lebensversicherung AG
- 38** Von "unversicherbar" zu "versichert" _[pma:] Team Vorsorge
- 40** Für Kostencode-Knacker _[pma:] Team Vorsorge

[Editorial]

- 04** Inhaltsverzeichnis
- 82** Impressum

[Vertrieb]

- 42** Mit klarer Mission zum Erfolg: B Logistik GmbH - Partner für innovative Logistiklösungen _B Logistik GmbH
- 46** Wir erweitern DenPhaMed um eine Immobilienbörse für Heilberufe _[pma:]
- 48** Auf Kurs mit _[pma:] - Ein Vertriebstag, der bewegt hat _[pma:]
- 50** Die Wegbereiter der digitalen Zukunft _[pma:] Vertriebstechnik
- 52** Wertvolle Begegnungen: Wenn Passion auf Performance trifft _[pma:]
- 54** Unsere Mitarbeiter - über uns _[pma:]
- 55** 10 Wege, die garantiert KEINEN Kunden überzeugen _[pma:]

[Krankenversicherung]

- 62** Die R+V ist ihr starker Gesundheitspartner _R+V
- 64** Für die Besten. Nur das Beste. Mehr Gesundheit für ein starkes Team. _Allianz
- 66** Gesetzlich versichert, aber trotzdem Privatpatient! _[pma:] Team KV

[Kapitalanlagen]

- 67** Ihr Investmentgeschäft - Ungenutztes Potenzial oder bereits Ihr Erfolgsmotor? _[pma:] Team Vermögen
- 68** Neue Ertragsquellen erschließen: Warum Investment zu Ihrem Portfolio gehört _[pma:] Team Vermögen
- 70** Sonnige Aussichten und Renditen: Direktinvestments in Photovoltaik _[pma:] Team Vermögen
- 73** Wir sind starpool Exklusivpartner _[pma:] Hypo
- 74** Energieeffizienz im Doppelpack _[pma:]

[Sachversicherung]

- 56 Frühlingszeit ist Reisezeit! _[pma:] Team Sach
- 58 Juweliere, Goldschmiede und Uhrmacher können sich auf 100 Jahre Erfahrung verlassen _Manheimer Versicherung AG
- 60 Die verbesserte Betriebshaftpflicht von AXA _AXA Konzern AG

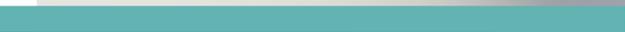
[pma:panorama]

- 76 Verblüffendes Frühlingwissen: 10 Fakten, die selbst Naturexperten überraschen _[pma:]
- 78 Zurück in der Zeit mit dem Luxus von heute _[pma:]





MISSION KLARTEXT



Wie die DIN-Beratung Vertrauen schafft

Im Versicherungs- und Finanzalltag stehen Makler oft vor der gleichen Herausforderung: Kunden wünschen sich Sicherheit in einer Welt voller Optionen. Was zählt, ist nicht nur Fachwissen, sondern auch die Fähigkeit, Orientierung zu geben, klare Antworten zu liefern und verlässliche Empfehlungen auszusprechen. Genau das bietet Beratung nach DIN – und genau das macht sie zur persönlichen Mission unseres Geschäftsführers Dr. Bernward Maasjost: Die Dinge für Berater und Kunden einfacher, transparenter und nachvollziehbarer zu gestalten. Warum das so wichtig ist? Weil es nicht nur Vertrauen schafft, sondern auch die eigene Beratungsqualität messbar steigert. Und weil es sich großartig anfühlt, den Kunden genau zu zeigen, warum sie bei Ihnen gut aufgehoben sind.

Was Sie außerdem wissen sollten: Als Mitglied im Normenausschuss und Vorsitzender des Defi-no-Aufsichtsrats treibt Dr. Maasjost die Weiterentwicklung der DIN-Normen aktiv voran. Für ihn ist es keine Theorie, sondern Praxis. Eine gelebte Mission, die er mit Herzblut verfolgt – für Sie, für die Branche, und für eine Beratungskultur, die ihren Namen verdient.

In der Beratung gibt es viele Wege, aber nur wenige klare Routen. Gerade wenn es darum geht, Finanzentscheidungen zu treffen, ist Struktur das A und O. DIN-Normen liefern genau diese Struktur.

Die DIN 77230 hilft Ihnen, die finanziellen Bedürfnisse von Privathaushalten strukturiert zu analysieren. Ob Grundabsicherung, Vermögensaufbau oder Risikovorsorge – kein wichtiger Aspekt wird übersehen. Sie nehmen Ihre Kunden an die Hand, gehen gemeinsam Schritt für Schritt durch alle relevanten Bereiche und schaffen so nicht nur Transparenz, sondern auch Vertrauen.

Für Selbstständige und Unternehmer gibt es mit der DIN 77235 den passenden Kompass. Über 50 Themenfelder rund um betriebliche Risiken, Liquidität oder Vorsorge werden strukturiert beleuchtet. Und anstatt den Kunden mit einem Dschungel aus Zahlen und Paragraphen zu verwirren, führen Sie ihn sicher durch alle Fragen rund um seine finanzielle Situation.

„Beratung darf kein Glücksspiel sein. Mit der DIN schaffen wir Verlässlichkeit und stellen den Kunden konsequent in den Mittelpunkt.“

Dr. Bernward Maasjost

Dabei geht es nicht darum, die Beratung zu standardisieren, sondern sie zu strukturieren. Sie behalten Ihre Freiheit als Berater, doch der DIN-Prozess gibt Ihnen einen Rahmen, in dem Sie sich sicher bewegen können. So wird aus Bauchgefühl eine faktenbasierte Empfehlung. Und aus einer guten Beratung eine exzellente. Natürlich gibt es Vorurteile: "DIN? Klingt nach Bürokratie." Aber das Gegenteil ist der Fall! In Wahrheit entlastet Sie die Norm, weil sie Ihnen Klarheit verschafft. Und Kunden danken es Ihnen: Studien zeigen, dass verständliche Beratung die Zufriedenheit und Weiterempfehlungsrates deutlich erhöht.

Noch ein Vorteil, den viele übersehen:

Mit Beratung nach DIN positionieren Sie sich nicht nur als Experte, sondern auch als vertrauenswürdiger Begleiter Ihrer Kunden auf lange Sicht. Sie vermeiden Haftungsfallen, steigern die Qualität Ihrer Beratung und heben sich klar vom Wettbewerb ab.

Kurz gesagt: Sie investieren in Ihre Zukunftsfähigkeit – und das zahlt sich aus.

Also, setzen auch Sie auf Beratung mit System – und machen Sie die DIN-Normen zu Ihrem persönlichen Vorteil. Starten Sie jetzt und werden Sie zum zertifizierten Berater, der mit Fachwissen und Transparenz überzeugt.

[pma:]

Mit Mission unterwegs:

Was Unternehmer, Pilger und Wanderer gemeinsam haben

In unserer heutigen Zeit wird der Begriff "Mission" oft mit Unternehmern, Start-ups oder großen Visionären verbunden. Dabei wird leicht übersehen: Die Idee einer Mission – eines inneren Auftrags, einer tiefen Motivation – ist so alt wie die Menschheit selbst. Schon lange bevor Unternehmen gegründet wurden, machten sich Menschen mit einer klaren Absicht auf den Weg. Manchmal im Herzen, manchmal zu Fuß und manchmal sogar beides: wie beim Pilgern (oder Wandern).



Das Pilgern ist ein uralter Brauch, der Menschen seit Jahrhunderten in Bewegung versetzt. Es geht dabei weit über das bloße Gehen von einem Punkt zum anderen hinaus. Der Weg ist sowohl körperlich als auch spirituell. Für viele Pilger dient er dazu, innere Ruhe zu finden, Antworten zu suchen und sich mit einer höheren, oft spirituellen, Quelle zu verbinden. Dabei steht nicht das Ziel im Vordergrund, sondern der Weg selbst – mit all seinen Herausforderungen und Überraschungen.

Die Pilgerreise ist eine Metapher für das Leben: Sie ist geprägt von Höhen und Tiefen, von Momenten des Zweifels und der Erleuchtung. „Ich habe während meiner Reise mehr über mich selbst erfahren, als in den letzten zehn Jahren meines Lebens“, sagte ein Pilger, der den Jakobsweg ging. Diese Worte spiegeln die wahre Mission des Pilgerns wider – eine tiefgreifende, persönliche Transformation, die auf dem Weg entsteht. Die körperliche Anstrengung tritt oft in den Hintergrund, während der Pilger sich mit seiner inneren Welt auseinandersetzt.

Auf ihrem Weg begegnen Pilger nicht nur der physischen Erschöpfung, sondern auch ihren eigenen Ängsten und Blockaden. In den stillen Momenten, wenn der Weg lang und die Erschöpfung groß ist, kommen oft die tiefsten Fragen auf: „Warum bin ich hier?“ „Was erwarte ich von dieser Reise?“ Gerade in diesen Momenten bietet sich die Gelegenheit zur Selbstfindung – oft mit einer Klarheit, die im hektischen Alltag verborgen bleibt.

Der bekannteste Pilgerweg ist der Jakobsweg. Viele, die ihn gegangen sind, berichten von einer spirituellen Erneuerung. Der Weg wird zum Spiegel des Lebens – herausfordernd, unvorhersehbar, aber immer eine Reise zu mehr Selbstbewusstsein. Es sind nicht nur die atemberaubenden Landschaften oder die körperliche Herausforderung, die diesen Weg prägen, sondern auch die Begegnungen mit anderen Pilgern und die ständigen Momente der Selbstreflexion.

„Ich habe mich auf dieser Reise selbst neu geboren“, sagt ein weiterer Pilger. Es geht also nicht nur darum, irgendwo anzukommen, sondern darum, wer man auf dem Weg wird.

Wanderer hingegen sind auf einer Reise, die oft ohne ein klares, spirituelles Ziel beginnt. Anders als Pilger, die mit einer festen Mission unterwegs sind, suchen Wanderer vor allem die Freiheit der Natur, die Stille der Berge oder das Gefühl von Bewegung und Entdeckung. Doch auch für sie ist der Weg weit mehr als ein körperlicher Prozess – er kann ebenfalls als Metapher für das Leben stehen: unvorhersehbar, herausfordernd, aber immer lehrreich.

Die Mission eines Wanderers liegt oft in der Entdeckung des Moments und der Erfahrung des Unbekannten. Es geht darum, sich selbst zu finden, in der Stille und Weite der Natur Ruhe zu finden oder im Abenteuer die eigenen Grenzen zu erweitern. Diese Momente der körperlichen Erschöpfung und der anschließenden Erfüllung tragen können ebenfalls zu einer tiefen persönlichen Erkenntnis beitragen.

Unternehmer mit Vision: Wenn der Geschäftszweck zur Berufung wird

Im unternehmerischen Kontext sprechen wir oft von "Mission Statements" oder "Purpose" – doch was bedeutet es wirklich, mit einer unternehmerischen Mission unterwegs zu sein? Ähnlich wie beim Pilgern geht es um weit mehr als das bloße Erreichen eines geschäftlichen Ziels oder finanziellen Erfolgs.

Erfolgreiche Unternehmer berichten häufig von einer tiefen inneren Überzeugung, die sie antreibt. "Mein Unternehmen ist nicht nur ein Geschäft, sondern die Verkörperung meiner Werte und meiner Vision für eine bessere Welt", erklärt die Gründerin eines nachhaltigen Mode-Startups. Diese Art von Mission verwandelt das tägliche Geschäft in eine sinnstiftende Reise – ähnlich der spirituellen Erfahrung eines Pilgers oder der Naturverbindung eines Wanderers.

Wie Pilger erleben auch Unternehmer Momente des Zweifels und der Herausforderung. Der Weg zum Erfolg ist selten geradlinig und oft voller unerwarteter Hindernisse.

"Es gibt Tage, an denen ich alles in Frage stelle",

gesteht ein Sozialunternehmer, "aber es ist die tiefere Mission, die mich immer wieder aufstehen lässt." Diese Resilienz, die aus einem starken Sinnempfinden erwächst, verbindet die Reise des Unternehmers mit der des Pilgers – beide werden in schwierigen Zeiten von etwas getragen, das größer ist als sie selbst.

Zudem suchen Unternehmer, ähnlich wie Wanderer, nach neuen Wegen und unentdeckten Möglichkeiten. Sie brechen aus dem Bekannten aus, nehmen Risiken in Kauf und entdecken dabei oft sowohl die Welt als auch sich selbst neu. Die Fähigkeit, das Unbekannte zu umarmen und darin Chancen zu erkennen, ist eine weitere Gemeinsamkeit, die Unternehmer mit Pilgern und Wanderern teilen.

Die Mission – nicht nur für Unternehmer

Während das Wort „Mission“ im modernen Kontext fast ausschließlich mit dem Unternehmertum verbunden zu sein scheint, lohnt es sich, einen Schritt zurückzutreten und zu erkennen, dass eine Mission nicht nur für Unternehmensführer relevant ist. Jeder von uns hat eine Mission – auch wenn diese vielleicht nicht in einem Businessplan festgehalten wird. Unsere persönliche Mission zeigt sich in vielen Formen: im Streben nach persönlichem Wachstum, im Wunsch nach einem erfüllten Leben oder im Engagement, der Welt etwas Gutes zu tun. Es ist der innere Ruf, der uns antreibt, jeden Tag auf eine bestimmte Weise zu handeln und unseren Beitrag zu leisten.

Auch wenn Unternehmer oft als visionär gelten, kann jeder von uns einen klaren inneren Kompass haben, der uns durch das Leben führt. Es geht darum, sich bewusst zu machen, was uns wirklich wichtig ist und welchen bleibenden Eindruck wir hinterlassen möchten. Manchmal ist es der Wunsch nach mehr Achtsamkeit im Alltag, manchmal der Drang, etwas zu schaffen, das über den eigenen Kreis hinauswirkt. Und wie bei Pilgern und Wanderern, ist es nicht immer das Ziel, das zählt – es ist die Reise und der tiefe Sinn, den wir dabei entdecken.

FAZIT:

Ob als Pilger, Wanderer oder in unserem eigenen alltäglichen Leben – die Mission ist der unsichtbare Faden, der uns bewegt. Sie geht über bloße Zielsetzungen hinaus und gibt unserem Handeln einen tieferen Sinn.

Mission bedeutet, bewusst unterwegs zu sein – offen für Begegnung, bereit für Wandel und getragen von einer inneren Richtung. Sie macht den Unterschied zwischen bloßem Fortkommen und echtem Wachstum.

Diese Reise zu mehr Selbstbewusstsein und persönlicher Entwicklung ist für jeden von uns möglich, unabhängig davon, ob wir eine spirituelle Reise antreten oder uns in den Herausforderungen des Lebens bewegen. Es ist der Weg, der uns formt und uns lehrt, wer wir wirklich sind. Wenn wir uns unserer eigenen Mission bewusstwerden, können wir eine tiefere Verbindung zu uns selbst und der Welt um uns herum aufbauen – und erkennen, dass der Weg, den wir gehen, der wahre Zweck ist.

[pma:]

Missionare: Die ursprünglichen "Mit Mission unterwegs"

Missionare sind Menschen, die aus religiöser Überzeugung in fremde Länder oder Regionen reisen, um ihren Glauben zu verbreiten und soziale oder humanitäre Arbeit zu leisten.

Seit dem frühen Christentum haben Missionare wesentlich zur kulturellen und sprachlichen Verständigung beigetragen. Viele waren Pioniere in der Kartografie, Linguistik und Anthropologie. Gleichzeitig ist ihre Rolle in der Kolonialgeschichte kritisch zu betrachten.

Gemeinsamkeiten mit Pilgern, Wanderern und Unternehmern:

- Innere Überzeugung: Getrieben von einem starken Glauben oder einer Vision
- Bereitschaft zum Aufbruch: Verlassen des Bekannten für eine größere Sache
- Transformative Reise: Sowohl äußere als auch innere Veränderung
- Beharrlichkeit: Überwinden von Hindernissen durch tiefe Motivation

Moderne Missionare

Heutige Missionare sind oft in humanitären Projekten tätig und verbinden spirituelle mit praktischer Arbeit. Viele legen Wert auf interreligiösen Dialog und kulturellen Respekt.

Die missionarische Reise verbindet das Spirituelle des Pilgerns mit der zielgerichteten Vision des Unternehmers und der Entdeckungsfreude des Wanderers - ein ganzheitliches Beispiel für "mit Mission unterwegs sein".



**Barmenia
Gothaer**



Die Fondsrente: eine smarte Lösung.

Unsere neue Fondsrente kombiniert einfach smart die Dynamik eines Fondsdepots mit den Vorteilen einer Rentenversicherung. Dabei bietet Sie Ihren Kundinnen und Kunden alle Freiheiten für einen lebensbegleitenden Vermögensaufbau.

Mehr Information zur Fondsrente
finden Sie hier:



BarmeniaGothaer Finanzholding AG
Marco Seldis
Key-Account Manager Personen
0160 90818645
marco.seldis@gothaer.de
www.partner.gothaer.de
www.maklerservice.de

Risikoträger
Gothaer Lebensversicherung AG



WANDERN WIRKT: WENN JEDER SCHRITT ZUR KLEINEN MISSION WIRD

Manche suchen das Abenteuer, andere die Aussicht, wieder andere – sich selbst. Wandern kann vieles bedeuten: Sport, Auszeit, Reise, Rückzug, Entdeckung. Und manchmal ist es sogar mehr als das – eine persönliche Mission. Denn wer losgeht, begibt sich nicht nur auf einen Weg durch Landschaften, sondern oft auch durch Gedanken und Gefühle. Wer wandert, verändert sich. Schritt für Schritt.



Wandern ist mehr als Bewegung an der frischen Luft. Es ist ein ganzheitliches Erlebnis, das Körper, Geist und Seele anspricht – oft mit nachhaltigem Effekt. Studien zeigen: Wandern senkt den Stresspegel, hebt die Stimmung, fördert Gelassenheit und Selbstbewusstsein. Der stete Rhythmus des Gehens bringt nicht nur das Herz, sondern auch den Kopf in Bewegung. Und während die Füße arbeiten, arbeitet auch der Geist: Gedanken kommen und gehen, Fragen tauchen auf und verschwinden wieder. Das Besondere am Wandern ist die Kombination aus physischer Herausforderung, Einfachheit und Einkehr. Kein anderes Freizeitvergnügen verbindet so elegant sportliche Aktivität mit innerer Ruhe und Sinnsuche. Es ist diese Reduktion, die so kraftvoll wirkt: keine Ablenkung, kein Lärm, nur der Weg, die Natur – und man selbst. Friedrich Nietzsche hat sogar einmal gesagt: „Alle wirklich großen Gedanken entstehen beim Gehen.“ Und das stimmt: Der gleichmäßige Rhythmus des Gehens bringt nicht nur den Kreislauf in Schwung, sondern auch die Gedanken ins Rollen. Probleme relativieren sich, Ideen reifen, Entscheidungen finden Klarheit. Wandern schafft Distanz zum Alltag und nähert sich zugleich dem, was einem wirklich wichtig ist. Man könnte auch sagen, wer wandert, folgt einem inneren Kompass. Und damit ist Wandern für uns auch ein Sinnbild für das, was wir in dieser Ausgabe thematisieren: eine Mission. Die Suche nach Richtung, nach Bedeutung nach einem Ziel, das vielleicht nicht immer sichtbar, aber spürbar ist. Wandern mag auf den ersten Blick simpel erscheinen, aber wer einmal losgeht, merkt schnell: Es verändert mehr als nur den Puls. Probieren Sie es aus und gehen Sie Ihren (ganz eigenen Weg). Und wenn Sie nicht wissen wohin Sie gehen sollen, ein paar Ideen hätten wir vielleicht...

WANDERLUST MIT AUSSICHT – DIESE WEGE LOHNEN SICH WIRKLICH:

Tour du Mont Blanc (Frankreich/Italien/Schweiz)

170 Kilometer Naturkino rund um Europas höchsten Berg. Drei Länder, endlose Weitblicke – anspruchsvoll, aber atemberaubend.

Alpe-Adria-Trail (Österreich/Slowenien/Italien)

750 Kilometer vom Großglockner bis ans Mittelmeer. 43 Etappen, die zeigen, wie sehr sich Weitwandern lohnt.

Dolomiten-Höhenweg 1 (Italien)

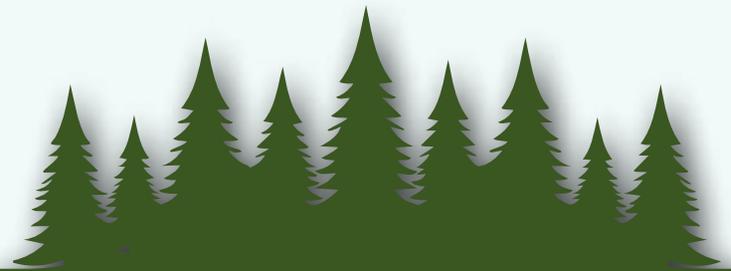
Wilde Felsformationen, gemütliche Hütten und ein Hauch von Historie – Wandern mit Drama und Dolce Vita.

Laugavegur-Trail (Island)

77 Kilometer durch Lavafelder, heiße Quellen und Gletschertäler. Wer hier geht, läuft durch eine andere Welt.

Canal du Midi (Frankreich)

Sanftes Wandern mit Savoir-Vivre – von Toulouse bis Carcassonne entlang des Kanals. Genuss pur.



Lang – länger – legendär: Die schönsten Fernwanderwege

- Shikoku Henro – meditativ & traditionell (Japan).
- Great Himalayan Trail (Nepal): Einer der höchsten Fernwanderwege der Welt. Mehr als 1.700 Kilometer durch das Dach der Welt.
- Te Araroa Trail (Neuseeland): "Der lange Weg" – einmal durch beide Hauptinseln. 3.000 Kilometer durch Vulkanlandschaften, Fjorde und Regenwälder.
- Pacific Crest Trail (USA): 4.265 Kilometer durch Kalifornien, Oregon und Washington. Vom Wüstenklima bis zum Hochgebirge. Ein Weg, der Leben verändert.

ZAHLEN, DATEN, FAKTEN

MISSION: möglich und messbar

Hinter jeder Mission steht eine Idee, aber ohne Zahlen bleibt sie eine Behauptung. Erst messbare Erfolge, außergewöhnliche Leistungen und eindrucksvolle Dimensionen machen Missionen greifbar. In dieser Ausgabe haben wir für Sie wieder Zahlen, Daten und Fakten gesammelt, die zeigen: Große Ziele brauchen Weitblick, Ausdauer – und manchmal auch einfach ein bisschen Wahnsinn.

Von Rekorden der Natur bis zu unternehmerischem Pioniergeist: Lassen Sie sich inspirieren, motivieren – und vielleicht auch ein bisschen zum Schmunzeln bringen. Mission erfüllt? Entscheiden Sie selbst.

39 % der Menschen, die ihre Ziele klar formulieren, erreichen sie auch – schriftlich fixiert, steigt die Erfolgswahrscheinlichkeit sogar auf 76 Prozent!



1.800 Meter

tief wurde der tiefste bekannte Oktopus (Dumbo-Octopus) gefunden – immer auf Mission in unerforschten Gebieten.



13 LITER WASSER

verliert ein Marathonläufer bei einer Ultra-Trail-Mission durch die Wüste – pro Tag!

65.853 km

misst das weltweite Wanderwegenetz – Orientierung gesucht? Hier wird man fündig.



4.000+ Religionen und Glaubensrichtungen gibt es weltweit – Ausdruck vielfältiger Sinnsuche und Ideologien.

250.000 Menschen

hörten Martin Luther King Jr. 1963 live bei seiner berühmten Rede „I have a dream“.



Elon Musk SpaceX-Mission will den Menschen zum Mars bringen. Dafür braucht es rund **1.000 Starship-Flüge**, so die Planung, um eine erste Kolonie zu errichten.

90 %

der Start-ups scheitern – doch die Erfolgreichen eint fast immer ein klarer Plan und eine Mission, die über kurzfristigen Profit hinausgeht.

1969

Die erste bemannte Mondlandung mit Apollo 11 war das Ergebnis einer klaren Mission: „Before this decade is out, landing a man on the Moon and returning him safely to the Earth.“

330 Millionen

Nutzer verzeichnet Microsoft Teams monatlich – die Mission: weltweit Kollaboration ermöglichen.

3x mehr Wachstum erzielen Unternehmen mit einer klar formulierten, inspirierenden Mission, verglichen mit denen ohne.

5.000 Kilokalorien verbrennt ein Extrembergsteiger wie Reinhold Messner an einem einzigen Tag auf dem Weg zum Gipfel.



Florence Nightingale senkte die Sterblichkeitsrate in Lazaretten im Krimkrieg von über **40 PROZENT AUF 2 PROZENT** – Mission: Leben retten.

250.000 Dollar

kostet heute im Schnitt ein Ticket für die Mission „Weltraumtourismus“ (Virgin Galactic).



24.000 Bücher

sammelte Thomas Edison in seiner Bibliothek – seine Mission: Wissen erweitern.



20 Jahre

plante Antoni Gaudí an der Sagrada Família, doch die Fertigstellung wird über 140 Jahre dauern – eine echte Lebensaufgabe.



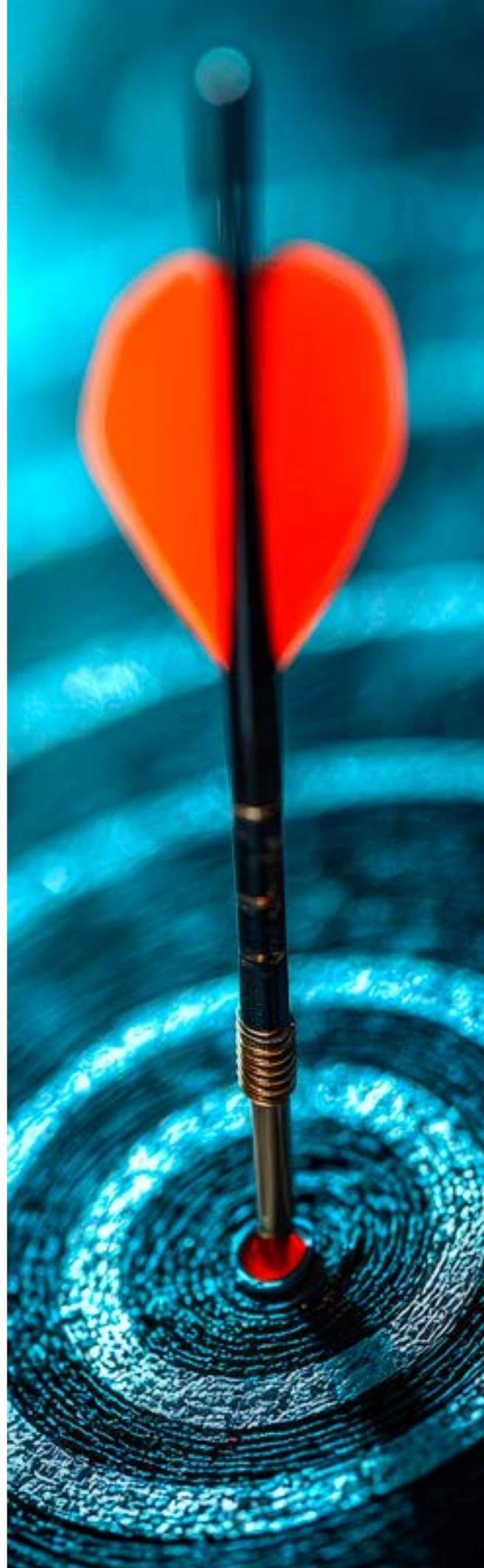
[pma:]

Warum eine **STARKE MISSION** mehr ist als Marketing

In unserem letzten PartnerMagazin haben wir über die Vision gesprochen – das übergeordnete Zukunftsleitbild, das Unternehmen und Makler antreibt. Doch was nützt ein Ziel, wenn der Weg dorthin nicht klar ist?

In dieser Ausgabe widmen wir uns einem ebenso wichtigen, aber oft missverstandenen Begriff: der Mission.

Oft werden die Begriffe Vision und Mission nicht eindeutig differenziert oder sogar als Synonym verstanden. Sie sind zwar eng miteinander verbunden, aber doch grundverschieden. In diesem Artikel erfahren Sie, was eine Mission ist, was sie ausmacht, was der Unterschied zwischen Vision und Mission ist und wie Sie Ihnen helfen kann, langfristigen Erfolg zu sichern.



Unterschied **Mission** und Vision*

ASPEKT	MISSION	VISION
Zeithorizont	Gegenwart	Zukunft
Funktion	Definiert den Zweck & Nutzen	Setzt ein übergeordnetes Ziel
Ausrichtung	Handlungsleitend für den Alltag	Inspirierend / richtungsweisend

Viele Unternehmen formulieren ihre Mission so, dass sie zukunftsorientiert klingt, was sie leicht mit einer Vision verwechselbar macht. Eine Vision ist aber nie ein IST-Zustand, sondern eine ambitionierte Zukunftsprojektion.

- ➔ Mission = Beständiger Zweck und Werte (Warum tun wir, was wir tun?)
- Vision = Langfristiges Zielbild (Wo wollen wir hin?)

*Quellen zur Unterscheidung:

- Peter Drucker (1973) ➔ Mission beantwortet die Frage „What is our business?“ (Management: Tasks, Responsibilities, Practices).
- Collins & Porras (1996) ➔ In ihrem bekannten Buch Built to Last wird die Vision als langfristiges Zukunftsbild definiert, während die Mission den Kernzweck darstellt.

Was beinhaltet also eine Mission?

Peter Drucker prägte 1973 den Begriff der Mission und forderte Unternehmen auf, sich die Frage zu stellen: „What is our business?“ (aus Management: Tasks, Responsibilities, Practices). Ziel war es, den eigenen Zweck zu definieren.

Mission

- beschreibt den aktuellen und grundlegenden Zweck und das Leitbild eines Unternehmens.
- fokussiert sich auf den Kundennutzen und die Werte.
- gibt Orientierung für das tägliche Handeln.
- hilft dabei, klare Ziele zu setzen und das Unternehmen in die richtige Richtung zu lenken.

Beispiel für Makler: „Ich biete unabhängige und individuelle Beratung, um meinen Kunden finanzielle Sicherheit zu ermöglichen.“

Warum ist dieses Thema für Sie als Makler interessant?

Eine Mission ist für Finanz- und Versicherungsmakler nicht nur ein strategisches Werkzeug – sie ist der Schlüssel zum langfristigen Erfolg. Sie gibt Orientierung, fördert die Markenidentität und sorgt dafür, dass Entscheidungen stets im Einklang mit den Unternehmenswerten getroffen werden. Eine klar definierte Mission stellt sicher, dass Makler nicht nur kurzfristige Erfolge erzielen, sondern auch nachhaltig wachsen und sich langfristig am Markt behaupten können.

1. Vertrauen als Grundlage für langfristige Kundenbeziehungen

Das Fundament jeder erfolgreichen Maklertätigkeit ist Vertrauen. Eine klar formulierte Mission hilft, dieses Vertrauen aufzubauen und zu festigen. Wenn Sie Ihren Zweck und Nutzen für den Kunden überzeugend kommunizieren, schaffen Sie eine starke, vertrauensvolle Grundlage. Kundenbindung entsteht nicht nur durch gute Produkte, sondern vor allem durch das Verständnis, warum der Makler für sie arbeitet und wie er ihre finanzielle Sicherheit langfristig sichert.

2. Fokus auf den echten Kundennutzen

Eine Mission hilft dabei, den Kundennutzen in den Mittelpunkt aller Aktivitäten zu stellen. Der langfristige Erfolg eines Maklers hängt entscheidend davon ab, wie gut er auf die Bedürfnisse seiner Kunden eingeht und echten Mehrwert bietet. Indem Sie Ihre Mission auf unabhängige und individuelle Beratung ausrichten, schaffen sie nicht nur Vertrauen, sondern positionieren sich als wertvolle Partner im Leben Ihrer Kunden – und das nicht nur als Dienstleister.

3. Klarheit und Orientierung in unsicheren Zeiten

Der Finanz- und Versicherungsmarkt kann volatil und unvorhersehbar sein. In solchen Zeiten sorgt eine klare Mission für Orientierung. Sie kann Ihnen helfen, sich auf Ihren langfristigen Zweck zu besinnen und sich nicht von kurzfristigen Marktentwicklungen oder externen Krisen verunsichern zu lassen. Eine starke Mission bietet Stabilität und hilft, klare Entscheidungen zu treffen, die auch in schwierigen Zeiten die richtige Richtung vorgeben.

4. Abheben von der Konkurrenz durch klare Werte

In einem hart umkämpften Markt ist es entscheidend, sich von der Konkurrenz zu abzuheben. Eine Mission, die Werte wie Transparenz, Integrität und Kundenorientierung betont, macht Sie zu einem unverwechselbaren Ansprechpartner. Sie hilft, eine starke Markenidentität zu entwickeln und sorgt dafür, dass die Kunden Sie nicht nur als Dienstleister, sondern als vertrauenswürdigen Partner sehen. Dies stärkt die Kundenbindung und sorgt dafür, dass Sie sich dauerhaft im Markt behaupten können.

5. Langfristige Motivation und ein starkes Team

Eine klare Mission gibt Ihnen nicht nur Orientierung, sondern auch Motivation. Sie hilft dabei, ein starkes Teamgefühl zu entwickeln und sorgt dafür, dass alle Mitarbeiter und Partner hinter den gleichen Werten und Zielen stehen. Wer an einer gemeinsamen Mission arbeitet, fühlt sich stärker mit dem Unternehmen verbunden und ist motivierter, die langfristigen Ziele zu erreichen. Dies führt zu einer stabilen Arbeitsatmosphäre und einem engagierten Team, das das Unternehmen aktiv voranbringt.

6. Strategische Entscheidungen im Einklang mit der Mission

Eine klar definierte Mission bietet einen wertvollen Leitfaden für strategische Entscheidungen. Wenn Sie überlegen, neue Produkte oder Märkte zu erschließen, können Sie sich immer fragen: „Passt dieser Schritt zu unserer/meiner Mission? Unterstützt er unsere/meine langfristigen Ziele?“ So wird sichergestellt, dass jede Entscheidung auf den zweckorientierten Zielen des Unternehmens basiert und nicht nur auf kurzfristigem Profit.

Wie können Sie Ihre Mission effektiv an den Kunden kommunizieren und aktiv von ihr profitieren?

Als Finanz- und Versicherungsmakler ist Ihre Mission nicht nur ein abstraktes Leitbild, sondern der Schlüssel zu einer langfristigen und erfolgreichen Kundenbeziehung. Eine klar formulierte und authentische Mission stärkt das Vertrauen Ihrer Kunden und sorgt dafür, dass Sie sich in einem wettbewerbsintensiven Markt abheben. Doch wie gelingt es Ihnen, diese Mission so zu kommunizieren, dass Sie aktiv von ihr profitieren und Ihren langfristigen Erfolg sichern?

1. Beginnen Sie jedes Gespräch mit Ihrer Mission

Der erste Schritt, Ihre Mission erfolgreich zu vermitteln, ist, sie klar und bewusst in jedes Beratungsgespräch einzubringen. Nutzen Sie den Beginn jedes Kundenmeetings, um Ihre Mission zu erklären: Warum tun Sie, was Sie tun? Was ist Ihr Ziel? Ein Beispiel könnte sein: „Ich bin hier, um Ihnen zu helfen, Ihre finanziellen Ziele zu erreichen, indem ich Ihnen individuell zugeschnittene Lösungen biete, die langfristig zu Ihrem Leben

passen.“ Diese klare Formulierung zeigt dem Kunden, dass es Ihnen nicht nur um den Verkauf von Produkten geht, sondern um eine vertrauensvolle und langfristige Partnerschaft.

2. Vermitteln Sie Ihre Mission durch Storytelling

Menschen erinnern sich an Geschichten. Nutzen Sie daher die Möglichkeit, Ihre Mission durch Storytelling greifbar zu machen. Erklären Sie einem Kunden, wie Sie anderen Menschen geholfen haben, ihre Ziele durch Ihre maßgeschneiderte Beratung zu erreichen. So wird Ihre Mission nicht nur theoretisch, sondern praktisch erlebbar. Dies hilft dem Kunden, sich mit Ihnen und Ihrer Mission zu identifizieren und die Vorteile einer Zusammenarbeit zu verstehen.

3. Seien Sie authentisch und transparent

Authentizität ist entscheidend. Kunden spüren schnell, ob eine Mission ehrlich und aus Überzeugung kommuniziert wird oder nur als Marketingstrategie dient. Seien Sie transparent in der Kommunikation: Erklären Sie, dass Ihr Hauptziel nicht nur der Verkauf von Versicherungsprodukten ist, sondern dass Sie sich langfristig für das Wohl des Kunden einsetzen. Dies baut Vertrauen auf und zeigt, dass Sie ein Partner für die Zukunft sind.

4. Integrieren Sie Ihre Mission in Ihre Marke und Marketingstrategie

Ihre Mission sollte sich durch Ihre gesamte Markenkommunikation ziehen. Achten Sie darauf, dass Sie diese Mission in Ihre Werbematerialien, auf Ihrer Website und in Social-Media-Kanälen konsequent kommunizieren. Ein gut platzierter Slogan wie „Unsere Mission: Ihre finanzielle Sicherheit durch maßgeschneiderte Beratung“ macht Ihre Mission zu einem unverwechselbaren Markenmerkmal, das Ihre Zielgruppe anspricht.

5. Bieten Sie Lösungen, die zu Ihrer Mission passen

Eine starke Mission muss auch in den Produkten und Dienstleistungen, die Sie anbieten, erkennbar sein. Richten Sie Ihre Empfehlungen stets nach den Zielen und Bedürfnissen des Kunden aus. Wenn Ihre Mission zum Beispiel auf langfristiger finanzieller Sicherheit basiert, sollten Sie Produkte empfehlen, die diese Sicherheit bieten, wie etwa nachhaltige Geldanlagen oder flexible Rentenversicherungen. Ihre Mission muss also auch in den lösungsorientierten Angeboten, die Sie unterbreiten, erlebbar sein.

6. Leben Sie Ihre Mission im täglichen Kundenservice

Die Mission sollte nicht nur in Beratungsgesprächen, sondern auch im Kundenservice gelebt werden. Dies bedeutet, dass Sie regelmäßig den Kontakt zu Ihren Kunden pflegen, etwa durch Follow-up-Gespräche oder jährliche Check-ins. So stellen Sie sicher, dass Ihre Finanzstrategie weiterhin ihren Zielen ent-

spricht. Ein solches Engagement zeigt, dass Sie nicht nur als Berater fungieren, sondern als langfristiger Partner an der Seite des Kunden stehen.

7. Nutzen Sie Ihre Mission als Wettbewerbsvorteil bei der Kundengewinnung

Eine klare Mission kann Ihnen helfen, sich von Mitbewerbern abzuheben und neue Kunden zu gewinnen. Kunden, die sich mit Ihrer Mission identifizieren können, werden eher bereit sein, Ihnen ihre finanziellen Angelegenheiten anzuvertrauen. Betonen Sie in ersten Gesprächen, wie Ihre Mission es Ihnen ermöglicht, individuell und langfristig auf ihre Bedürfnisse einzugehen. Ein starkes Mission-Statement sorgt dafür, dass potenzielle Kunden sofort verstehen, warum sie sich für Sie entscheiden sollten.

8. Fördern Sie Empfehlungsmarketing durch Ihre Mission

Zufriedene Kunden, die sich mit Ihrer Mission identifizieren, werden Sie gerne weiterempfehlen. Nutzen Sie diese Tatsache und ermutigen Sie Ihre Kunden, Ihre Dienstleistungen im persönlichen Umfeld weiterzuempfehlen. Ein klar formuliertes Mission-Statement macht es für Ihre Kunden einfacher, den Wert Ihrer Arbeit zu erkennen und aktiv zu teilen. So profitieren Sie langfristig von Empfehlungsmarketing und schaffen eine starke Kundenbindung.



Beispiel Mission: Absicherung verständlich und menschlich machen

Viele Menschen fühlen sich von komplizierten Versicherungsbedingungen und Fachjargon überfordert. Hier liegt in Augen vieler **die wahre Mission eines Maklers:**

Er muss Versicherungen greifbar, verständlich und relevant machen. Nicht das Produkt steht im Mittelpunkt, sondern der Mensch und seine individuellen Bedürfnisse.

Fazit:

Eine starke Mission ist weit mehr als ein Leitbild – sie ist der innere Kompass erfolgreicher Makler. Sie schafft Vertrauen, gibt Orientierung und hilft, im Alltag die richtigen Entscheidungen zu treffen.

Doch entscheidend ist nicht nur, was auf dem Papier steht, sondern wie sichtbar und spürbar Ihre Mission ist: in der Beratung, im Kundenkontakt, in Ihrer Positionierung.

Wer seine Mission lebt und kommuniziert, hebt sich vom Wettbewerb ab – und wird zur echten Marke. Nutzen Sie dieses Potenzial: für nachhaltige Kundenbeziehungen, klare Botschaften und mehr Sichtbarkeit im Markt.

Tipp zum Schluss:

Die DIN-Standards 77230 und 77235 bieten perfekte Anknüpfungspunkte, um Ihre Mission konkret erlebbar zu machen – vertrauenswürdig, nachvollziehbar und strukturiert.

Mehr zur DIN und unserer ganz eigenen Mission finden Sie auf Seite...



IHRE MISSION: KUNDEN BEGEISTERN

TEILEN SIE IHRE ERFOLGSGESCHICHTEN MIT UNS!

MISSION MÖGLICH: WIR SUCHEN IHRE AUSSERGEWÖHNLICHEN KUNDENGESCHICHTEN!

Als Finanzberater und Versicherungsmakler sind Sie täglich auf einer besonderen Mission: Sie navigieren durch komplexe Finanzlandschaften, überwinden Hürden und finden maßgeschneiderte Lösungen für Ihre Kunden. Jede dieser Missionen hat ihre eigene Geschichte - und genau diese Geschichten möchten wir erzählen!

WARUM IHRE GESCHICHTE ZÄHLT

In unserem Schwerpunktthema "Mission" geht es um mehr als nur Unternehmensziele. Es geht um die täglichen Missionen, die Sie erfolgreich abschließen, um das Vertrauen Ihrer Kunden zu gewinnen und ihre finanziellen Ziele zu erreichen.

WIR MÖCHTEN WISSEN:

- Welche besonderen Kunden betreuen Sie - vom Handwerksbetrieb bis zum High-Net-Worth-Individual?
- Wie haben Sie das Vertrauen dieser Kunden gewonnen?
- Welche ungewöhnlichen Herausforderungen mussten Sie meistern?
- Was war Ihr "Mission Impossible"-Moment, den Sie dennoch gemeistert haben?
- Welche Strategien haben sich besonders bewährt?

IHRE ERFOLGSGESCHICHTE ALS INSPIRATION

Ihre Erfahrungen sind Gold wert - nicht nur für Sie, sondern für alle Partner unseres Hauses. Durch das Teilen Ihrer Best Practices schaffen wir gemeinsam einen Wissenspool, von dem die ge-

samte Gemeinschaft profitieren kann. Ihre Mission wird zur Inspiration für andere Berater und Makler.

WERDEN SIE TEIL UNSERER MISSION

Senden Sie Ihre Erfolgsgeschichte an partnermagazin@pma.de und werden Sie Teil unserer neuen "Best Practice"-Rubrik. Selbstverständlich können gewerbliche Kunden, die in Ihren Geschichten vorkommen, auch die Möglichkeit einer Anzeigenschaltung in unserem Magazin nutzen.

MISSION: EXZELLENZ IN DER KUNDENBETREUUNG - SIND SIE DABEI?

Gemeinsam erreichen wir mehr.

Gemeinsam erfüllen wir unsere Mission.

[pma:]

VALORIMA®

Versicherung für Juweliere, Uhrmacher,
Gold- und Silberschmiede.

- Branchenspezifischer Schutz in einer Police
- Qualität vom Marktführer
- Zehn Juwelier-Underwriter bundesweit vor Ort
- Kostenlose Sicherungsberatung



Mannheimer Versicherung AG
Maklerdirektion Pools und Verbände
Telefon 06 21. 4 57 42 77
mdpools@mannheimer.de

Die Mannheimer Versicherung AG ist Teil des Continentale Versicherungsverbandes auf Gegenseitigkeit.



Besuchen Sie uns
auf **LinkedIn**



makler.mannheimer.de

BURNOUT IM VERTRIEB: WENN DIE MISSION VERLOREN GEHT

Der Vertrieb in der Finanz- und Versicherungsbranche stellt hohe Anforderungen an seine Akteure. Tagtäglich müssen Sie als Makler und Berater nicht nur neue Kunden gewinnen, sondern auch bestehende Kundenbeziehungen pflegen. Doch was passiert, wenn die treibende Kraft – die persönliche Mission und der Sinn hinter der eigenen Tätigkeit – verloren geht? Für viele Vertriebler bedeutet dieser Verlust an Orientierung und Sinnhaftigkeit den Beginn eines gefährlichen Weges: Gleichgültigkeit, innere Leere und im schlimmsten Fall – Burnout. In diesem Artikel beleuchten wir den kritischen Zusammenhang zwischen dem Verlust der beruflichen Mission und der Entstehung von Burnout im Vertrieb und zeigen auf, wie Sie Ihre persönliche Sinnhaftigkeit wiederfinden können, um langfristig erfolgreich und gesund zu bleiben.

Ein Großteil der in diesem Artikel verwendeten Inhalte und Zahlen stammt aus folgender Quelle: <https://blog.getcompass.ai/de/how-to-avoid-burnout-in-sales/>



WENN DIE MISSION VERLOREN GEHT: DER WEG ZUM BURNOUT

Burnout ist weit mehr als nur körperliche und emotionale Erschöpfung – es ist auch das Ergebnis eines tiefgreifenden Verlusts an Sinnhaftigkeit und Orientierung im Berufsleben. Im Vertrieb, wo Erfolg traditionell an Zahlen gemessen wird, verliert der eine oder andere mit der Zeit den Blick für seine ursprüngliche Mission: Menschen zu beraten, zu schützen und ihnen zu finanzieller Sicherheit zu verhelfen.

Die tägliche Routine, der ständige Erfolgsdruck und die Jagd nach immer neuen Abschlüssen können dazu führen, dass Vertriebler ihre eigentliche Bestimmung aus den Augen verlieren. Sie fragen sich zunehmend: "Wozu das alles?" Die Arbeit wird zur reinen Pflichterfüllung, während die Begeisterung und der Glauben an den tieferen Sinn der eigenen Tätigkeit langsam schwinden. Diese Ziel- und Planlosigkeit ist nicht nur demotivierend, sondern bereitet den idealen Nährboden für ein Burnout.

Für Makler in der Finanz- und Versicherungsbranche ist dieser Verlust daher besonders gravierend: Ohne eine klare Mission fehlt nicht nur die Motivation für den nächsten Kundenanruf, sondern auch die authentische Überzeugungskraft im Beratungsgespräch. Die Arbeit wird mechanisch, die Kundenbeziehungen oberflächlich, und die einst leidenschaftliche Beratung verwandelt sich in routiniertes Abarbeiten – ein Teufelskreis, der direkt in die Erschöpfung führt.

SYMPTOME DES MISSIONS-VERLUSTS: WENN DER SINN SCHWINDET

Der Verlust der Sinnhaftigkeit zeigt sich durch charakteristische Anzeichen, die oft den Vorboten eines Burnouts darstellen:

- Von Inspiration zu Gleichgültigkeit: Was einst begeisterte und motivierte, löst nun kaum mehr als ein Achselzucken aus. Kunden werden zu Fällen, Beratungsgespräche zu Terminen, die abgehakt werden müssen.

- Von Überzeugung zu innerem Widerstand: Jeder Anruf, jedes Meeting wird zur Überwindung. Die frühere Überzeugung vom Wert der eigenen Arbeit weicht einem nagenden Gefühl der Inhaltsleere.
- Von Zielfokussierung zu Orientierungslosigkeit: Langfristige Pläne und Visionen verschwimmen. An ihre Stelle tritt ein reaktives Tagesgeschäft ohne erkennbare Richtung.
- Von Sinnerfüllung zu existenzieller Leere: Die tiefe Befriedigung, die aus sinnstiftender Arbeit entsteht, weicht einer wachsenden inneren Leere und der bohrenden Frage nach dem "Warum".
- Von Begeisterung zu Zynismus: Anfänglicher Idealismus verwandelt sich langsam in Zynismus. Bemerkungen wie "Das bringt doch alles nichts" oder "Am Ende zählen nur die Zahlen" nehmen zu.
- Von Verbundenheit zu Isolation: Die Identifikation mit dem Beruf und dem eigenen Team schwindet. Ein Gefühl der Entfremdung macht sich breit – sowohl von Kollegen als auch von der eigenen beruflichen Identität.
- Von Wertschätzung zu Bedeutungslosigkeit: Das Gefühl, mit der eigenen Arbeit wirklich etwas zu bewirken, verschwindet. Zurück bleibt der Eindruck, nur ein austauschbares Rädchen im System zu sein.

Diese Anzeichen des Missionsverlusts gehen den klassischen Burnout-Symptomen wie chronischer Müdigkeit, Konzentrationsstörungen und emotionaler Erschöpfung oft voraus – und verstärken diese erheblich.

VON DER SINNHAFTHIGKEIT ZUR SINNLOSIGKEIT

DIE DOPPELBELASTUNG: FINANZIELLER DRUCK UND SINNKRISE

Die Kombination aus Leistungsdruck und Sinnverlust schafft eine besonders gefährliche Dynamik. Wenn die persönliche Mission verloren geht, bleibt oft nur noch der finanzielle Erfolg als Motivator – ein instabiles Fundament für langfristige berufliche Zufriedenheit.

Weltweit entstehen durch stressbedingte Ausfälle und verminderte Leistungsfähigkeit der Mitarbeiter jährlich Kosten von rund 190 Milliarden Euro. Im Vertrieb sind die Auswirkungen besonders gravierend, da hier der Verlust der inneren Antriebskraft direkt messbare Konsequenzen hat: Ein Vertriebler ohne klare Mission verkauft nicht nur weniger, er verliert auch die Fähigkeit, vertrauensvolle Kundenbeziehungen aufzubauen und zu pflegen.

Besonders selbstständige Makler geraten so in eine Abwärtsspirale: Die schwindende Begeisterung führt zu schlechteren Ergebnissen, was den finanziellen Druck erhöht und die Sinnkrise weiter verstärkt. Am Ende steht nicht selten ein vollständiger beruflicher und persönlicher Zusammenbruch.

BALANCE ZWISCHEN MISSION UND FANATISMUS

Eine wiederentdeckte berufliche Mission kann kraftvoll motivieren – doch auch hier gilt es, eine gesunde Balance zu finden. Eine übertriebene Identifikation mit der Arbeit, die in Fanatismus oder Besessenheit umschlägt, kann ebenso zu Erschöpfung führen wie Gleichgültigkeit.

Die Kunst liegt darin, die persönliche Missi- ▶

on als kraftvollen Antrieb zu nutzen, ohne die eigenen Grenzen zu missachten. Eine klare Trennung zwischen Arbeit und Privatleben, regelmäßige Erholungsphasen und die Pflege nicht-beruflicher Interessen bleiben essenziell, um langfristig aus der eigenen Bestimmung Kraft zu schöpfen, statt von ihr aufgezehrt zu werden.

FAZIT: DIE MISSION ALS SCHUTZ- SCHILD GEGEN BURNOUT

Burnout im Vertrieb entsteht nicht nur durch Überarbeitung, sondern oft durch einen schleichenden Verlust der persönlichen Mission und Sinnhaftigkeit. Wer seine berufliche Bestimmung aus den Augen verliert, verliert auch die innere Widerstandskraft gegen die alltäglichen Belastungen des Vertriebslebens.

Die gute Nachricht: Eine verlorene Mission kann wiedergefunden oder neu definiert werden. Durch bewusste Reflexion, authentisches Handeln und die Rückbesinnung auf den eigentlichen Wert der eigenen Arbeit, können Vertriebler nicht nur einem Burnout vorbeugen, sondern auch neue Erfüllung und nachhaltigen Erfolg in ihrem Beruf finden.

Die eigene Mission wieder klar vor Augen zu haben – sei es Menschen zu finanzieller Sicherheit zu verhelfen, Familien vor unvorhersehbaren Risiken zu schützen oder Kunden zu wohlüberlegten Finanzentscheidungen zu befähigen – schafft nicht nur Orientierung und Sinn, sondern bildet auch das stärkste Fundament für langfristige berufliche Zufriedenheit und Gesundheit im Vertriebsalltag.

[pma:]

[partner:] 2 | 2025

DEN SINN WIEDERFINDEN: STRATEGIEN GEGEN DEN MISSIONSVERLUST

Um Burnout zu vermeiden, müssen Vertriebler ihre persönliche Mission wiederentdecken oder neu definieren. Hier einige Strategien, die dabei helfen können:

- ✓ Die eigene Bestimmung reflektieren und neuformulieren.
- ✓ Nehmen Sie sich bewusst Zeit, um Ihre ursprüngliche Motivation für diesen Beruf zu reflektieren. Warum haben Sie sich für den Vertrieb in der Finanz- und Versicherungsbranche entschieden? Welchen Unterschied wollten Sie im Leben Ihrer Kunden machen? Formulieren Sie Ihre persönliche Mission neu und halten Sie sie schriftlich fest.
- ✓ Vom "Was" zum "Warum" – den tieferen Sinn der täglichen Arbeit erkennen.

Hinter jedem Verkaufsgespräch und jedem Vertragsabschluss steht letztlich ein Mensch, dessen finanzielle Zukunft Sie positiv beeinflussen können. Machen Sie sich diesen Unterschied bewusst und sammeln Sie Beispiele, wo Ihre Arbeit wirklich etwas bewirkt hat.

- ✓ **Authentizität als Kompass nutzen**
Vertriebler, die ihre Mission verloren haben, verstecken sich oft hinter oberflächlichen Verkaufsmasken. Der Weg zurück zur Sinnhaftigkeit führt über Authentizität – verkaufen Sie nur, wovon Sie wirklich überzeugt sind, und beraten Sie so, wie Sie selbst beraten werden möchten.
- ✓ **Erfolge neu definieren – jenseits der reinen Zahlen**
Entwickeln Sie alternative Erfolgskriterien neben den Verkaufszahlen: die Qualität der Kundenbeziehungen, die Zufriedenheit Ihrer Kunden, der positive Einfluss auf deren finanzielle Situation oder die Weitergabe wertvoller Expertise.
- ✓ **Mentoren und Vorbilder suchen**
Umgeben Sie sich mit Menschen, die ihre berufliche Mission noch klar vor Augen haben und mit Begeisterung verfolgen. Deren Perspektive kann Ihnen helfen, Ihre eigene Sinnhaftigkeit wiederzuentdecken.
- ✓ **Weiterbildung als Weg zu neuer Inspiration**
Oft entsteht neue Begeisterung durch neue Kompetenzen und Perspektiven. Investieren Sie in Weiterbildung, die über reine Verkaufstechniken hinausgeht und Ihr Verständnis für die tieferen Zusammenhänge der Branche erweitert.
- ✓ **Gemeinschaft statt Isolation – die Kraft des gemeinsamen Ziels**
Schließen Sie sich Netzwerken oder Gemeinschaften an, in denen der Austausch über Werte und Sinnhaftigkeit der Vertriebsarbeit gefördert wird. Die Verbindung zu Gleichgesinnten kann die eigene Mission stärken und neu beleben.



Ihr Business, unser Maßstab!

AXA Konzern AG
Andreas Zöllner
Maklerbetreuer Komposit
Mobil: 01520 9372729
andreas.zoellner@axa.de



Mehr Infos unter
axa-makler.de

Beste Beratung für Firmenkunden. Sie haben höchste Ansprüche an sich und die passgenaue Absicherung Ihrer Firmenkunden. Dabei möchten wir Sie unterstützen und haben die **PROFI-SCHUTZ HAFTPFLICHTVERSICHERUNG** verbessert – mit deutlich mehr Leistung und einfacherem Abschlussprozess. Für Ihr erfolgreiches Firmenkundengeschäft auf neuem Niveau!

Know You Can



Einmalbeitragslösungen

Einmal investieren.
Für eine Zukunft voller
Möglichkeiten.

Sparen nach Wahl: Der neue Flexible Kapitalplan von Canada Life

Einfacher einsteigen, von neuen Fonds profitieren und viel Bewegungsfreiheit bei der Rentenzahlung nutzen: Canada Life hat das Sparen per Einmalbeitrag individueller gemacht. Ganz unterschiedliche Kunden können den Flexiblen Kapitalplan jetzt als Universal-Baustein auf dem Weg zur Wunsch-Rente einsetzen.

Nicht immer, aber immer öfter – kein schlechtes Motto, wenn es um die Altersvorsorge geht. Denn immerhin denken in Deutschland 41 Prozent der Menschen, dass sie sich mehr mit ihrer persönlichen finanziellen Vorsorge beschäftigen sollten, wie eine repräsentative Online-Umfrage des Marktforschungsunternehmens YouGov Deutschland GmbH zeigte.

Wer das Polster für sein lebenslanges Einkommen kräftig auf-

stocken will, kann dafür sehr gut Einmalbeiträge einsetzen. Als Rentenversicherung bieten diese meist eine vorteilhaftere Besteuerung als zum Beispiel Sparpläne. Dass man dabei die Zügel in der Hand behalten und weiter über das Kapital bestimmen und verfügen möchte, ist ein häufiger Wunsch. Denn im Anflug auf die Rente sortieren viele Menschen ihr Leben neu. Sie arbeiten oft weniger und kümmern sich viel um andere

Menschen – zum Beispiel um die eigenen Eltern oder die flügge werdenden Kinder. Dafür benötigen sie oft Geld. Oft auf einen Schlag, manchmal über einen längeren Zeitraum.

Zeit für die Vorsorge: Jetzt einfacher einsteigen!

Um Kunden in dieser Phase optimal zu begleiten, muss ein Produkt viel Flexibilität bereithalten. Genau das bietet der erneuerte Flexible Kapitalplan von Canada Life. Ein umfassendes Update macht die Lösung nicht nur leichter zugänglich, man kann auch leicht Kapital entnehmen oder eine der sage und schreibe drei Verrentungsmöglichkeiten nutzen.

Canada Life hat die Limits für Einmalbeiträge und Zuzahlungen verringert. Nun kann man schon ab 10.000 Euro einen Einmalbeitrag platzieren, Zuzahlungen sind ab 250 Euro möglich. Kunden können so auch kleinere Summen anlegen – eine Option, die auch für jüngere Menschen interessant ist, die etwas für ihre Rente tun möchten. Der Höchstbeitrag beträgt 1 Mio. Euro insgesamt. Kunden haben mit der Lösung jederzeit Zugriff auf ihr Kapital – bereits einen Monat nach Versicherungsbeginn. Der Mindestbetrag für Entnahmen beträgt 250 Euro. Neu ist eine Notfalloption für maximal 50 Prozent des Rückkaufswertes (zum Zeitpunkt der Entnahme) oder 25.000 Euro. Das Geld wird dann innerhalb der folgenden Tage zur Zahlung angewiesen.

Drei Mal Rente – jetzt auch temporär

Mehr Vielfalt genießen die Kunden nun auch, um ihre Rente zu beziehen. So können sie den Übergang in den Ruhestand nach ihren eigenen Wünschen modellieren. Zum Beispiel mit einer vorgezogenen Voll- oder Teilverrentung, die bereits nach einem Monat Vertragslaufzeit möglich ist. Eine weitere Variante ist die Option einer temporären Rente. Auch sie kann man bereits einen Monat nach Vertragsschluss mit der Mindestlaufzeit eines Jahres vereinbaren. Für die „klassische“ Altersrente sucht man sich beim Abschluss feste Intervalle aus - monatlich, vierteljährlich, halbjährlich oder jährlich. Zusätzlich können Kunden eine Rentengarantiezeit oder eine Restkapitalisierung wählen, um eine Auszahlung an Hinterbliebene zu sichern.

Noch mehr Fonds-Auswahl

Im Flexiblen Kapitalplan stehen den Versicherten rund 30 Fonds offen – davon vier neue. Dazu gehören drei vermögensverwaltende Setanta Active Multi-Asset-(SAMA) Fonds. Die aktiv gemanagten Mischfonds gibt es in drei Risikoprofilen mit einem Sachwert-Anteil von wahlweise 70–90 Prozent, 50–70 Prozent oder 30–50 Prozent. Der vierte Neuzugang in der Fonds-Auswahl des Flexiblen Kapitalplans ist Renten Ökologisch II. Zudem bekommen Kundinnen und Kunden nun auch im Flexiblen Kapitalplan Zugriff auf ein Sicherungskonzept, das Canada Life bereits für mehrere Produkte anbietet: das Automatische

Ablaufmanagement. Hier legen Versicherte einen Betrag für das Anteilguthaben an Einzelfonds fest. Sobald dieser Betrag erreicht ist, setzt das Ablaufmanagement ein und es wird der entsprechende Teil des Anteilguthabens umgeschichtet – in das Automatische Portfolio Management (APM) mit einem sicherheitsorientierten Anlageprofil.

Zum Flexiblen Kapitalplan wird es bald weitere Produkt-Neuerungen geben.

Kompetenz in Sachen Einmalbeitragslösungen: Canada Life

Wenn die Berufstätigkeit endet, stehen viele Menschen vor der Frage, wie sie ihr angespartes Vermögen sinnvoll nutzen können. Ob durch langjähriges Sparen, Abfindungen oder auslaufende Lebensversicherungen – oft fehlt das Wissen über die verschiedenen Anlagemöglichkeiten und deren Vor- und Nachteile.

Canada Life bietet drei verschiedene Fondspolizen, die unterschiedliche Kundenbedürfnisse ansprechen. Denn selbst wenn sich der Zeithorizont vieler Kunden ähneln wird: die Wünsche für die finanzielle Ausgestaltung des Ruhestands sind vielfältig.

Vorsorgen, aber nicht komplett festlegen?

Für maximale Flexibilität während der Aufschubphase ist der Flexible Kapitalplan die richtige Wahl. Dieser Tarif hat einen Mindestbeitrag von einmalig 10.000 Euro. Kunden haben nach nur einem Monat jederzeit Zugriff auf das Kapital. Dies umfasst aber nicht nur Entnahmen. Auch eine vorgezogene Teilverrentung oder Vollverrentung sind möglich. Dabei entscheidet der Kunde, ob er die Rente lebenslang oder temporär erhalten möchte. Eine sofort beginnende Rente kann also aus einem Teil oder dem ganzen Anlagevermögen realisiert werden. So gestaltet der Kunde den Übergang in seinen Ruhestand nach seinen Wünschen. Für eine längere Aufschubphase umfasst die Fondsauswahl unter anderem drei vermögensverwaltende Setanta Multi-Asset Fonds. Diese vermögensverwaltenden Fonds bieten Kunden eine breite Risikostreuung und flexible Anpassung an Marktchancen. Die Mischfonds gibt es in drei

Risikoprofilen mit einem Sachwert-Anteil von wahlweise 70–90 Prozent, 50–70 Prozent oder 30–50 Prozent.

Garantierte Rente hat Priorität

Die Rente ist für viele im Alter die entscheidende Einnahmequelle. Es ist verständlich, dass viele Kunden Wert auf eine verlässliche Absicherung legen. Canada Life bietet mit der GARANTIE INVESTMENT RENTE private eine passende Lösung. Dieser Tarif ist als sofort beginnende und als aufgeschobene Variante wählbar. Was diese Fondspolice auszeichnet, ist eine lebenslange Rente in garantierter Höhe, die weiter steigen kann. Grund dafür: Das Vermögen der Kunden bleibt während der Bezugsphase weiter am Kapitalmarkt investiert und kann sich positiv entwickeln. Es gibt Situationen, da braucht man dringend Geld. In diesem Tarif kann jederzeit aus dem Kapital Geld entnommen werden – auch in der Rentenbezugsphase. Je nachdem wie

viel Geld der Kunde entnimmt, wird die garantierte Rente entsprechend angepasst und kann danach wieder steigen.

Bis zum Ruhestand ist noch etwas Zeit?

Hat der Kunde noch mindestens fünf Jahre bis zur Rentenphase, stehen ihm die Möglichkeiten des bewährten GENERATION private plus offen. Insbesondere bei der Zusammenstellung des Fondsportfolios stehen rund 60 Einzelfonds mit unterschiedlichen Anlageschwerpunkten zur Auswahl. Mit dabei sind auch ETFs oder Themenfonds. Sucht der Kunde nach einem Sicherheitsbaustein im Portfolio, muss sein Planungszeitraum länger sein: Mit dem Unitised-With-Profits-Fonds, kurz UWP-Fonds, hat der GENERATION private plus eine Mindestaufschubzeit von zehn Jahren. Der UWP-Fonds sorgt durch einen jährlich neu festgelegten Wertzuwachs dafür, dass das Guthaben vor den Schwankungen an den Kapitalmärkten geschützt wird.

Rentenbeginn geplant	Sofort oder aufgeschoben	Sofort oder aufgeschoben	Frühestens in 5 Jahren*
Aus dem Kapital möchte Ihr Kunde	Eine lebenslange Rente erhalten	Eine regelmäßige Rente und/oder eine Kapitalauszahlung erhalten	
Was ist Ihrem Kunden wichtig?	Sicherheiten	Renditenchancen	Renditenchancen ebenso wichtig wie Sicherheiten
Sicherheit nach Wunsch	Garantie auf die Rentenhöhe	Fondauswahl ohne Garantiebaustein	Garantiebaustein in der Fondauswahl möglich
Kapital ist weiterhin verfügbar	Jederzeit Zugriff auf Ihr Anlagevermögen	Jederzeit Zugriff auf Ihr Anlagevermögen	Zugriff auf Kapital möglich**
Weiter sparen	Zahlungen möglich, auch in der Rentenbezugsphase	Zahlungen möglich	Zahlungen möglich
	GARANTIE INVESTMENT RENTE private	Flexibler Kapitalplan	GENERATION private plus

! TIPP: Alle Tarife bieten eine Rückzahlung der Beiträge im Todesfall. ***

* Bei Wahl des UWP-Fonds beträgt die Mindestaufschubzeit im GENERATION private plus gegen Einmalbetrag 10 Jahre. ** Bedingungen müssen erfüllt sein.

*** Die Höhe der Mindestleistung variiert zwischen 90 %, 95% und 100 % der gezahlten Beiträge abzüglich Einnahmen und ggf. Risikokosten/Rentenzahlungen. Details entnehmen Sie bitte den Versicherungsbedingungen der jeweiligen Tarife.

IHRE STIMME ZÄHLT



FOCUS MONEY Maklerbefragung 2025

Gemeinsam mit FOCUS MONEY befragt ServiceValue erneut Versicherungsmakler und Versicherungsmaklerinnen zu ihrer Zusammenarbeit mit Maklerversicherern und -dienstleistern. Auch [pma:] kann dabei wieder bewertet werden..

i

Die wichtigsten Fakten

- Befragungszeitraum: Ab sofort bis zum 06.06.2025
- Dauer: Nur ca. 15 Minuten
- Anonymität: Vollständig anonyme Auswertung
- Ergebnisse: Auf Wunsch erhalten Sie die Studienergebnisse

Zusatzinformation: Jährlich befragt FOCUS MONEY gemeinsam mit ServiceValue Versicherungsmakler*innen zu ihrer Zusammenarbeit mit Anbietern. Die Ergebnisse dienen als wichtiges Branchenbarometer und fördern Transparenz im Markt.

JETZT MIT- MACHEN!

Hier klicken oder
QR-Code scannen!



Mehr Transparenz, bessere Entscheidungen: Ihre Erfahrungen in der FOCUS MONEY Maklerbefragung helfen Kollegen bei der Auswahl der richtigen Partner. Gleichzeitig senden Sie ein starkes Signal an die Anbieter, was wirklich zählt. 15 Minuten, die die Branche voranbringen.

[pma:]

2 | 2025 [partner:]

VERSICHERUNGSLÖSUNGEN DER DIALOG FÜR ÄRZTE, HEILBERUFE UND UNTERNEHMER

Ärzte, Apotheker und andere Heilberufe, aber auch Unternehmer im Allgemeinen haben einen ganz spezifischen Versicherungsbedarf.

Für Mediziner spielt dabei die Berufs- und Betriebshaftpflichtversicherung eine wichtige Rolle, die vor finanziellen Risiken durch Haftungsfragen bzw. Schadenersatzansprüchen schützt. Die kostenintensive Praxisausstattung hingegen wird durch den entsprechenden Sachschutz abgesichert. Den passenden Versicherungsschutz bietet die Dialog Versicherung mit den Dialog ProMed Heilwesen Produkten.

Und generell benötigen Unternehmer – sowohl im medizinischen Bereich sowie in anderen Branchen, auch Versicherungslösungen im biometrischen Bereich. Denn hier geht es häufig um hohe Investitionssummen, die entsprechend abgesichert werden müssen. Hier sind Sie bei den Biometrie-Experten der Dialog Lebensversicherungs-AG bestens aufgehoben.



Sie wollen mehr erfahren?



Hier haben wir Informationen rund um das Thema Versicherungslösungen für Ärzte, Heilberufe und Unternehmer für Sie zusammengestellt.



Dialog

DAS MEDIZINERKONZEPT DER HALLESCHER

Die Zukunft mitdenken! Von Anfang an.

Perfekter PKV-Schutz in allen Phasen des Berufswegs von Ärzten und Zahnärzten. Vom Studium bis zur Niederlassung – immer mit einem Höchstmaß an Flexibilität. Konzipiert für die Beratung von Medizinern mit Weitblick.

www.vermittlerportal.de/medizinerkonzept





Noch einfacher und mit attraktiveren Beiträgen:
VOLKSWOHL BUND
stellt Neuheiten bei der Berufs-
unfähigkeitsversicherung vor

Die VOLKSWOHL BUND Lebensversicherung a.G. hat ihre Berufsunfähigkeitsversicherung BU MODERN umfassend erneuert und noch kundenfreundlicher gestaltet. Das Ergebnis: Der neue Versicherungsschutz passt jetzt genau zur Tätigkeit und die Beiträge sind in vielen Fällen noch attraktiver geworden.

Neu: Tarifstufen

Für die verbesserte BU MODERN hat der VOLKSWOHL BUND die alten Berufsklassen durch neue Tarifstufen ersetzt. Dadurch wird der Versicherungsschutz passgenauer und die Beiträge ergeben sich aus der tatsächlichen Beschäftigung. Angaben zur Ausbildung, zum Anteil der Bürotätigkeit und zur Personalverantwortung fließen stärker in die Kalkulation ein. In vielen Fällen kann der Vertriebspartner seinen Kunden deshalb den BU-Schutz noch günstiger als bisher anbieten.

Auch bei den Gesundheitsfragen ist die BU MODERN komfortabler geworden: Ab sofort sind Behandlungen aufgrund psychischer Erkrankungen nur noch fünf statt bisher zehn Jahre lang relevant.

Der Nachweis des Einkommens ist bei der neuen BU MODERN seltener notwendig. Erst ab einer versicherten Monatsrente von mehr als 2500 Euro gehört er zum Antrag – unabhängig von der Tätigkeit und der Ausbildung des Kunden. Darüber hinaus können nun auch höhere Monatsrenten nachversichert werden. Eine Leistung wegen Arbeitsunfähigkeit kann der Kunde jetzt

schon beantragen, wenn er sechs Wochen arbeitsunfähig gewesen ist und es absehbar ist, dass er mindestens sechs Monate lang arbeitsunfähig bleiben wird.

Neu: Einmalleistung

Wer sich für den neuen Baustein „Einmalleistung“ entscheidet, erhält nun direkt zu Beginn der Berufsunfähigkeit zwölf BU-Monatsrenten – zusätzlich zur regelmäßig ausgezahlten Leistung.



Unter www.vbon.de können Vertriebspartner der VOLKSWOHL BUND Versicherungen die neue BU MODERN für ihre Kunden berechnen.

VOLKSWOHL BUND

Mediziner-Beratung mit Weitblick

Das neue Vorsorgekonzept der Hallesche garantiert Ärzten und Zahnärzten in allen Phasen ihres Berufswegs die richtigen Weichenstellungen für einen perfekten PKV-Schutz – vom Studium bis zur Niederlassung.

Etwa 125.000 Studierende der Human- und Zahnmedizin sind an den deutschen Universitäten eingeschrieben. Ob in den Kliniken oder als niedergelassene Ärzte in eigener Praxis: Den angehenden Medizinern winken attraktive Berufschancen mit exzellenten Verdienstmöglichkeiten. Doch nicht allein das macht sie zu einer klassischen Klientel für die private Krankenvollversicherung. Schon von Berufs wegen wissen sie sehr genau, was eine hochwertige Absicherung im Krankheitsfall Wert ist.

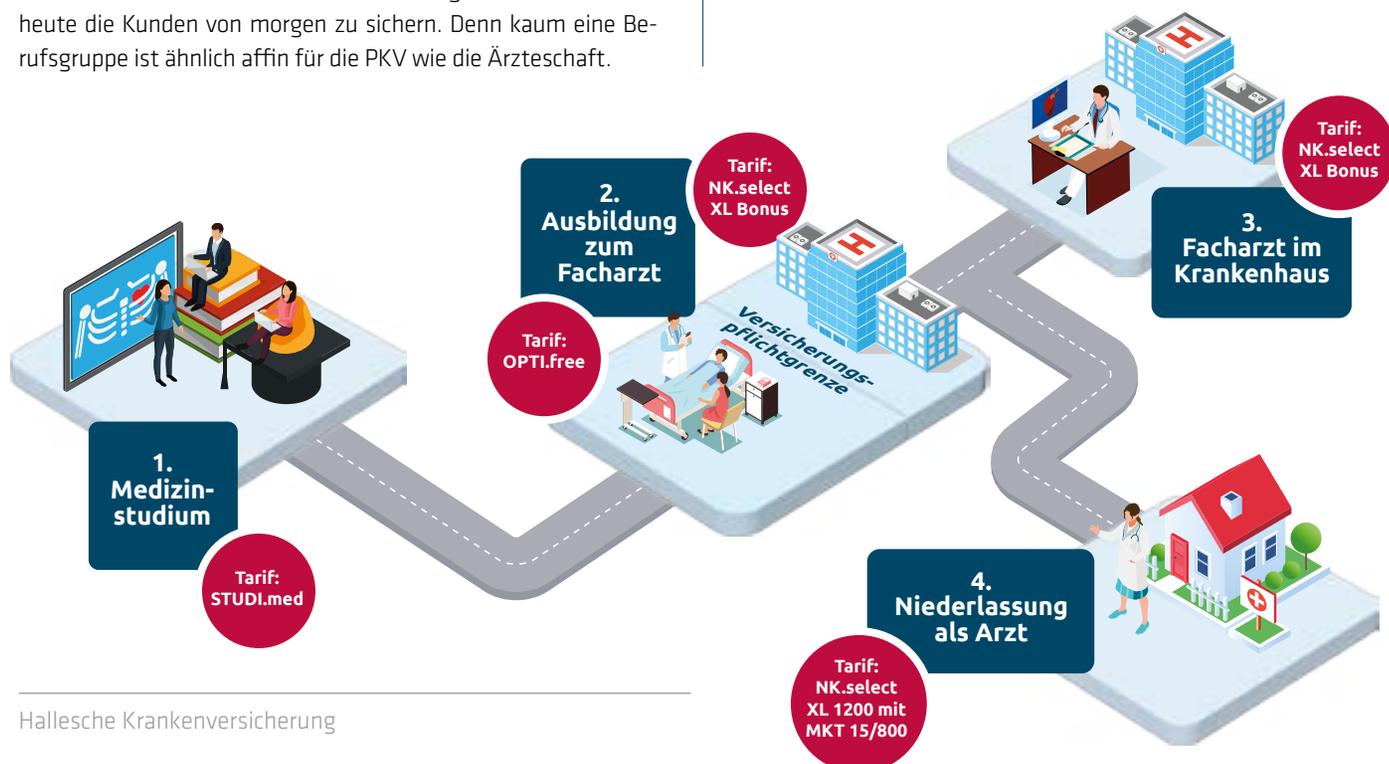
Den Weg in die PKV freihalten

Vom Beginn des Medizinstudiums bis zum Zeitpunkt, an dem sie die freie Entscheidung zwischen gesetzlicher und privater Krankenversicherung treffen können, vergehen einige Jahre. Der Weg vom Studium durch die anschließende Facharztausbildung bis hin zu einer möglichen Niederlassung ist fordernd, vielfach auch belastend. Damit die eigene Krankenakte den späteren Weg in die PKV nicht versperrt, ist es umso wichtiger, frühzeitig die Weichen richtig zu stellen. Und gerade hier liegt für Vermittler ein entscheidender Verkaufs- und Beratungsansatz, sich schon heute die Kunden von morgen zu sichern. Denn kaum eine Berufsgruppe ist ähnlich affin für die PKV wie die Ärzteschaft.

Vom Studium bis zur Niederlassung

Die Hallesche hat ein nachhaltiges Vorsorgekonzept für Mediziner entwickelt, das diesen Zielgruppen nicht nur bereits zu Beginn ihres Studiums den Weg in die PKV öffnet, sondern auch ein Höchstmaß an Flexibilität bei der bedarfsgerechten Ausgestaltung des Versicherungsschutzes während der beruflichen Laufbahn garantiert. Mit speziellen Optionstarifen, den Vorteilen der NK.select-Welt oder den Besonderheiten beim Mediziner-Krankentagegeld steht ein einzigartiges Produktkonzept entlang der gesamten Customer Journey von Ärzten und Zahnärzten zur Verfügung. Vom Studium bis zur Niederlassung – und natürlich auch noch darüber hinaus.

MEHR INFORMATIONEN UNTER
www.vermittlerportal.de/medizinerkonzept

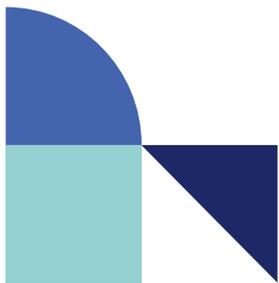


Hallesche Krankenversicherung

Andreas Pohl, Accountmanager Kranken | Vertriebsdirektion West
Tel. 0211/60298-668 | E-Mail: andreas.pohl@hallesche.de

Flexibel,
verständlich,
erfolgreich:

Warum ich auf
den Mediolanum
Life Plan setze“



Mediolanum Life Plan auf einen Blick

- Fondsgebundene Lebensversicherung gegen Einmalbeitrag: Mit der Intelligent Investment Strategy (IIS) lässt sich dennoch die Cost-Averaging-Methode nutzen.
- Der Mediolanum Life ist als Whole-Life-Tarif konzipiert und bietet somit eine lebenslange Versicherung.
- Keine Laufzeitbegrenzung: Mehr Freiheit in der Vermögensplanung!
- Hier setzt der Mediolanum Life Plan an:
 - KI-unterstützte Anlagestrategie
 - Steuervorteile
 - hohe Flexibilität
- Starke Schulungsangebote: Für Berater, die mehr aus dem Produkt machen wollen!

Erfolgreiche Beratung braucht überzeugende Lösungen. Das weiß auch unser Partner Stephan Meißner-Strehl, Versicherungsmakler mit über 40 Jahren Branchenerfahrung. In seinem Beratungsgeschäft setzt er seit Kurzem auf den Mediolanum Life Plan – und ist begeistert: Über die Flexibilität des Produkts, die positiven Kundenreaktionen und den starken Beitrag zu seiner eigenen Geschäftsentwicklung. Im Interview berichtet er, warum der Life Plan für ihn mehr als nur eine Alternative zu herkömmlichen Lösungen ist, und gibt praktische Tipps für Kollegen, die ihr Portfolio ebenfalls erweitern wollen.

Stephan Meißner-Strehl ist Versicherungsmakler aus Leidenschaft – und das seit über 40 Jahren. Bereits mit 16 Jahren begann er seine Ausbildung zum Versicherungskaufmann bei der Volksfürsorge Lebensversicherung AG, wechselte früh in den Außendienst und machte sich 1985 selbstständig. Seit 2003 ist er Partner der [pma:] und führt daneben weitere Unternehmen im Versicherungs- und Immobilienbereich. Sein Lebensmittelpunkt liegt in Annaberg-Buchholz im Erzgebirge, wo er seit der Wende seinen unternehmerischen Radius erweiterte. Beruflich wie privat – er ist verheiratet und Vater von drei erwachsenen Kindern – verfolgt er ein klares Prinzip: „Ich begleite meine Kunden langfristig und entwickle Lösungen, die sich auch in Zukunft bewähren.“ Mit fundierter Erfahrung, Unternehmergeist und viel Freude an individueller Beratung setzt er auf flexible, transparente Produkte, die seinen Kunden echten Mehrwert bieten. Der Mediolanum Life Plan ist für ihn genau so eine Lösung – modern, verständlich, zukunftsfähig.

[partner:]

Wie sind Sie ursprünglich auf den Mediolanum Life Plan aufmerksam geworden?

Stephan Meßner-Strehl

Durch ein Webinar der [pma:] wurde ich erstmals auf den Mediolanum Life Plan aufmerksam. Dort wurde das Produkt als eine besonders flexible und kundenorientierte Lösung vorgestellt – und das hat mich sofort neugierig gemacht.

[partner:]

Was haben Sie vorher für diese Kundenbedürfnisse eingesetzt, und warum haben Sie sich für den Life Plan entschieden?

Stephan Meßner-Strehl

Früher habe ich bereits meist fondsgebundene Lebensversicherungen genutzt. Die damaligen Modelle waren zwar grundsätzlich sinnvoll, aber oft nicht flexibel genug, um die sich wandelnden Anforderungen meiner Kunden abzubilden. Der Mediolanum Life Plan ermöglicht es mir, deutlich individueller und bedarfsgerechter zu beraten.

[partner:]

Was bietet der Life Plan, das andere Produkte nicht leisten?

Stephan Meßner-Strehl

Ganz klar: die Flexibilität. Der Mediolanum Life Plan (als lebenslanger Vertrag konzipiert - Whole-Life-Tarif) lässt sich hervorragend auf die persönlichen Ziele und die Risikobereitschaft meiner Kunden zuschneiden.

Ebenso die Intelligen Investment Strategy (IIS). Diese intelligente Anlagestrategie nutzt die Cost-Averaging-Methode und das bei einem Produkt gegen Einmalbeitrag – spannend!

Dazu kommt die Transparenz bei den Kosten und die einfache Handhabung – das macht es auch für meine Kunden nachvollziehbar und verständlich.

[partner:]

Was macht den Life Plan für Sie persönlich so besonders?

Stephan Meßner-Strehl

Ich schätze besonders die Kombination aus individueller Beratung und der Vielfalt an Anlageoptionen. *Es ist eben nicht nur ein Produkt, sondern ein ganzheitlicher Ansatz zur Vermögensplanung* – und dazu kommt: keine Begrenzung der Vertragslaufzeit! Das gibt sowohl meinen Kunden als auch mir maximale Freiheit.

[partner:]

Für welche Kunden eignet sich der Life Plan besonders?

Stephan Meßner-Strehl

Der Mediolanum Life Plan passt perfekt zu Kunden, die Flexibilität schätzen und individuelle Lösungen suchen. Er eignet sich für jede Altersgruppe und für Kunden, die mindestens 15.000 Euro investieren möchten.

[partner:]

Wie reagieren Ihre Kunden auf das Produkt? Gibt es bestimmte Highlights?

Stephan Meßner-Strehl

Die Resonanz ist durchweg positiv. Kunden schätzen vor allem die flexible Beitragsgestaltung und die Möglichkeit, jederzeit Anpassungen vorzunehmen. Besonders gut kommen auch die Transparenz der Kosten und die klar dargestellten Renditechancen an.

[partner:]

Inwiefern erleichtert Ihnen der Life Plan die Beratung und Betreuung?

Stephan Meßner-Strehl

Sehr. Mit einem Produkt decke ich viele verschiedene Bedürfnisse ab. Das vereinfacht die Beratung enorm und gibt mir die Möglichkeit, schneller und gezielter auf Veränderungen bei meinen Kunden zu reagieren.

[partner:]

Hat sich das Produkt in Ihrer Praxis bewährt? Gibt es Erfolgsgeschichten?

Stephan Meßner-Strehl

Absolut! Besonders erinnere ich mich an

einen Kunden, der bisher strikt auf Festgeld setzte – sicher, verfügbar, aber eben auch renditeschwach. Nach intensiver Beratung und dank der Flexibilität des Life Plans konnte ich ihn überzeugen. Schon nach wenigen Monaten ist er von der Performance begeistert. Auch mein Engagement bei „My First Million“ hat hier unterstützend gewirkt.

[partner:]

Welche Rolle spielt der Life Plan in Ihrer Gesamtstrategie?

Stephan Meßner-Strehl

Er ist ein zentraler Baustein in meiner Vermögensplanung. Der Life Plan ergänzt andere Lösungen optimal und bildet bei vielen Beratungen sogar das Herzstück.

[partner:]

Ihr Tipp an Kolleginnen und Kollegen?

Stephan Meßner-Strehl

Ganz klar: Beschäftigen Sie sich intensiv mit dem Life Plan! Verstehen Sie die Flexibilität und die Vielfalt an Möglichkeiten – das ist entscheidend für die Beratung. Und nutzen Sie unbedingt auch die Schulungsangebote. Der Austausch mit erfahrenen Beratern kann ebenfalls wertvolle Impulse geben. Für mich ist der Life Plan jedenfalls ein echter Gamechanger.

[partner:]

Vielen Dank für das Gespräch!

Und wer jetzt neugierig geworden ist: Informieren Sie sich über den Mediolanum Life Plan – und entdecken Sie selbst, wie Sie damit Ihr Beratungsgeschäft bereichern können. Ihre Ansprechpartner bei [pma:] stehen Ihnen jederzeit für Fragen und weitere Informationen zur Verfügung.

[pma:] Team Vermögen

FONDSRENTE NEU GEDACHT: Flexibles Vorsorgekonzept mit Vertriebspotenzial

Angesichts der stetig sinkenden gesetzlichen Rentenleistungen durch die demografische Entwicklung steht fest: Eine zusätzliche private Vorsorge ist unerlässlich, um den Lebensstandard im Alter zu sichern. Hier setzt die neue Fondsrente der BarmeniaGothaer an und bietet eine moderne Möglichkeit, sich für den Ruhestand finanziell abzusichern und gleichzeitig von den Renditechancen des Kapitalmarkts zu profitieren. Für Vermittlerinnen und Vermittler verspricht die innovative und flexible Altersvorsorgelösung attraktive Beratungs- und Vertriebsansätze, unterstützt durch intelligente digitale Anlagemöglichkeiten.

Flexibilität und digitale Unterstützung

Vermittler wissen: Kundinnen und Kunden verlangen heutzutage maßgeschneiderte Lösungen, die sich flexibel an ihre individuelle Lebenssituation anpassen – genau das ermöglicht die Fondsrente der BarmeniaGothaer. Kundinnen und Kunden können ihre Beiträge jederzeit erhöhen, reduzieren oder aussetzen – je nach finanzieller Lage.

Einfach ist die Fondsrente in der Handhabung – sowohl für Vermittler als auch für Kunden. Digitale Tools wie ein Anlagekonfigurator erleichtern die Entscheidungsfindung und ermöglichen eine anschauliche Darstellung verschiedener Anlageszenarien. Dort sind auch alle relevanten Informationen zu den Fonds und Anlageoptionen enthalten und es können mehrere Portfolios erstellt und miteinander verglichen werden. Für Vermittlerinnen und Vermittler ermöglicht dies eine effizientere Beratung durch die anschauliche Präsentation der Anlageoptionen.

Breite Fondsauswahl für maßgeschneiderte Lösungen

Mit über 120 verfügbaren Fonds bietet das Produkt eine breite Palette an Investitionsmöglichkeiten – von nachhaltigen Investments über Branchenfonds bis hin zu ETFs. Wenn es etwas sicherer sein soll, steht mit dem Stabilisierungs-Baustein eine Anlage mit Schwankungssteuerung für mehr Stabilität zur Verfügung. Alternativ kann bei Bedarf auch der Zins-Baustein als festverzinsliche Anlagemöglichkeit zur Sicherung des Guthabens gewählt werden. Für den Fall der Berufsunfähigkeit kann, neben der Absicherung einer Barrente, mit dem zusätzlich buchbaren Altersvorsorgeretter die Übernahme der Beiträge sichergestellt werden – sogar bis zum Renteneintritt.

Flexible Auszahlungsoptionen

Die neue Fondsrente bietet auch in der Auszahlungsphase maximale Flexibilität. Kundinnen und Kunden können zwischen einer lebenslangen Rente, einer Kapitalauszahlung oder einer Kombination aus beidem wählen. Besonders interessant: Die investitorientierte Rentenoption ermöglicht es, auch im Ruhestand weiterhin von positiven Marktbewegungen zu profitieren. Damit bietet die Fondsrente insbesondere für Kunden, die flexible und renditestarke Lösungen jenseits klassischer Vorsorgemodelle suchen, eine optimale Vorsorgeoption.

Einfache Handhabung und klare Vorteile

Die Fondsrente der BarmeniaGothaer setzt auf digitale Tools, um den Beratungsprozess zu optimieren. Die detaillierten Vergleichsmöglichkeiten und eine nutzerfreundliche Plattform erleichtern sowohl die Beratung als auch den Abschluss. Flexibilität in jeder Lebensphase, Transparenz und digitale Unterstützung verbinden sich damit zu einer modernen Vorsorgelösung für einen sorgenfreien Ruhestand.

Gothaer Lebensversicherung AG

Marco Seldis, Key-Account Manager Personen
0160 90818645, marco.seldis@gothaer.de
www.partner.gothaer.de, www.maklerservice.de



BETRIEBLICHE KRANKENVERSICHERUNG

Für die Besten. Nur das Beste.

Mehr Gesundheit für ein starkes Team.

Die neue betriebliche Krankenversicherung (bKV) der Allianz bietet, was Ihre Firmenkunden wünschen. Das beste Konzept – einfach unschlagbar.

Für Details und Beratung wenden Sie sich bitte an Ihren Allianz Key Account Manager:
Marc Lorbeer-Feldmann
Tel.: 0221.9457-22278
E-Mail: marc.lorbeer@allianz.de



VON 'UNVERSICHERBAR' ZU 'VERSICHERT'

NEUE CHANCEN IN DER BU-BERATUNG



Die Berufsunfähigkeitsversicherung (BU) zählt zu den wichtigsten Absicherungen für Ihre Kunden. Doch nicht jeder war in der Vergangenheit problemlos versicherbar. Vorerkrankungen, Risikoberufe oder das Alter galten oft als unüberwindbare Hürden. Was viele Vermittler jedoch nicht wissen: Der BU-Markt hat sich grundlegend gewandelt. Kunden, die vor einigen Jahren noch abgelehnt wurden, können heute durchaus versichert werden – mit den richtigen Ansätzen und aktuellen Produktkenntnissen. Dieser Artikel zeigt Ihnen, wie Sie aus früheren Absagen neue Geschäftschancen entwickeln können.

PARADIGMENWECHSEL IN DER BU-VERSICHERBARKEIT

Die aktuelle Marktentwicklung zeigt einen deutlichen Trend: Versicherer haben ihre Risikoeinschätzung flexibilisiert und ihre Produkte differenziert. Was bedeutet das für Ihre Beratungspraxis? In erster Linie neue Chancen für Bestandskunden, deren BU-Anträge früher abgelehnt wurden. Lassen Sie uns die wichtigsten Bereiche betrachten, in denen sich die Versicherbarkeit verändert hat und wie Sie diese Entwicklungen für Ihr Geschäft nutzen.

1. BERUFLICHE RISIKOGRUPPEN – HERAUSFORDERUNG MIT SYSTEM

Berufe mit hoher körperlicher Belastung, wie Handwerker oder Pflegekräfte, gelten als Risikogruppen. Versicherer setzen hier

oft höhere Beiträge an oder schließen bestimmte Tarifoptionen aus. Aber inzwischen bieten einige Anbieter speziell angepasste Tarife für solche Berufsgruppen an. Ein Beispiel: Ein Handwerker, der früher aufgrund seiner körperlichen Tätigkeit abgelehnt wurde, kann heute mit einem maßgeschneiderten Tarif versichert werden – ohne hohen Beitragsaufschlag.

2. VORERKRANKUNGEN – FRÜHER AUSSCHLUSS, HEUTE CHANCE

Vor einigen Jahren waren Kunden mit Vorerkrankungen jeglicher Art oftmals von der BU-Versicherung ausgeschlossen. Ein Beispiel aus der Praxis: Ein Kunde, der vor fünf Jahren mit einer Vorerkrankung abgelehnt wurde, kann heute mit einem entsprechenden Tarif versichert werden. Die Entwicklung zeigt,

wie der Markt flexibler geworden ist – und wie wichtig es ist, Bestandskunden regelmäßig zu überprüfen.

3. HÖCHSTAUFNAHMEALTER – ZEITFENSTER ERKENNEN UND NUTZEN

In vielen Fällen ist es sehr schwer vorherzusagen, wie sich die Kosten für eine BU tatsächlich belaufen. Egal in welchem Alter, es kann sich heutzutage lohnen ein Angebot zu berechnen und einzuholen.

4. LEBENS- UND BERUFSVERÄNDERUNGEN – FLEXIBILITÄT IST TRUMPF

Passt noch alles? Die Möglichkeiten verändern sich stetig genau so wie die Hobbys, Berufe oder Freizeitaktivitäten Ihrer Kunden. Sprechen Sie uns an - Wir haben öfter ein Angebot für Sie als Sie denken!

5. WIRTSCHAFTLICHE FAKTOREN – BEDARF STATT WUNSCHDENKEN

Die BU-Rente sollte den tatsächlichen Einkommensverlust im Falle einer Berufsunfähigkeit widerspiegeln, jedoch nicht das maximale Einkommen ersetzen. Ein Kunde, der als Manager ein hohes Einkommen hatte, könnte sich eine entsprechend hohe BU-Rente wünschen. Doch die tatsächliche Absicherung orientiert sich an den realen Einkommensverhältnissen. Nicht an einem übertriebenen Ersatz des gesamten Einkommens. Eine sorgfältige Bedarfsermittlung ist hier entscheidend, um eine passende und bezahlbare Lösung zu finden.

6. MARKTVERFÜGBARKEIT – WAS GESTERN NICHT GING, KANN HEUTE KLAPPEN

Die Versicherungslandschaft unterliegt einem ständigen Wandel. Neue medizinische Erkenntnisse und fortschreitende Risikoprüfungstechniken ermöglichen es, immer differenziertere Risikobewertungen vorzunehmen. So wird aus dem „unversicherbar“ von gestern heute oft ein „möglich“.

[pma:] Team Vorsorge

FAZIT: NEUE BERATUNGSCHANCEN AKTIV NUTZEN!

Der BU-Markt hat eine bemerkenswerte Transformation durchlaufen. Kunden, die früher als unversicherbar galten, können heute durch innovative Tarife und differenziertere Risikobewertungen häufig doch versichert werden.

Für Sie als Vermittler bedeutet dies:

1. Bestandskundenanalyse

Identifizieren Sie systematisch Kunden mit früheren BU-Ablehnungen und prüfen Sie diese neu.

2. Spezialisierung

Bauen Sie Expertise für besondere Zielgruppen auf – sei es bei bestimmten Vorerkrankungen oder Berufsgruppen.

3. Marktbeobachtung

Halten Sie sich kontinuierlich über neue Tarifoptionen und Sonderaktionen auf dem Laufenden. Jede frühere Ablehnung kann heute eine neue Beratungschance sein. Nehmen Sie diese systematisch in Angriff und erschließen Sie damit nicht nur zusätzliches Geschäftspotenzial, sondern bieten Sie Ihren Kunden auch einen echten Mehrwert durch aktuelle Marktkenntnis. Nutzen Sie die Dynamik des BU-Marktes und positionieren Sie sich als Experte für herausfordernde Fälle. Natürlich stehen Ihnen dabei unsere hauseigenen Experten jederzeit zur Verfügung.

FÜR KOSTEN- CODE-KNACKER

UNSER AKTUARS-WORKSHOP
ZUR FONDSPOLICE GAB DEEP-
DIVE-EINBLICKE FÜR SPEZIALISTEN

Eine FondsPolice nur oberflächlich zu betrachten greift oft zu kurz und echte Experten wissen: im Detail liegt der entscheidende Unterschied. Unser exklusiver Kostenworkshop am 12.03.2025 öffnete den Blick für genau diese Feinheiten und die Türen für Vermittler, die in ihrer Beratung noch besser werden wollen. Was nun folgt, ist ein Praxisbericht für alle, die Wert auf fundiertes Wissen legen und verstehen wollen, wie die Kostentechnik einer FondsPolice die Performance bestimmt.



Während andere über Renditeaussichten spekulieren, haben wir zusammen mit ausgewählten Vertriebspartnern die Motorhaube geöffnet. Im Maschinenraum der FondsPolice, wo Abschluss- und Verwaltungskosten, Stückkosten und Renditeminderungen das tatsächliche Kundenergebnis bestimmen, wurden wir gemeinsam zu Kostenforschern.

"Normalerweise bleiben diese Detailanalysen den Produktentwicklern vorbehalten," erklärte einer der beiden Aktuar der Alten Leipziger, die ihre Expertise für diesen Tag zur Verfügung stellten. *"Aber wer auf höchstem Niveau beraten will, muss auch diese Ebene verstehen."*

Die Teilnehmer – allesamt erfahrene (Fonds-)Vermittler – arbeiteten sich durch komplexe Berechnungsmodelle, verglichen unterschiedliche Ansätze verschiedener Anbieter und erhielten dabei Insider-Einblicke, die weit über das hinausgehen, was in Produktbroschüren zu finden ist.

VON TECHNIK ZU VERTRIEBSARGUMENTEN

Besonders wertvoll: Die direkte Übersetzung der technischen Details in schlagkräftige Verkaufsargumente. *"Ich kann jetzt einem Kunden nicht nur sagen, dass der Anbieter günstig ist, sondern präzise erklären, an welcher Stelle und warum sich das über die Laufzeit auszahlt,"* resümierte ein Teilnehmer.

Die intensive Arbeitsatmosphäre wurde durch kollegialen Austausch und die eine oder andere humorvolle Anekdote aus dem Aktuarsalltag aufgelockert – schließlich ist selbst höchstes Fachwissen besser verdaulich, wenn es mit einer Prise Leichtigkeit serviert wird.

MEHRWERT, DER NACHWIRKT

Für die Teilnehmer hat sich der Tag mehrfach ausgezahlt: Sie gewannen nicht nur fundiertes Fachwissen, sondern auch einen Wettbewerbsvorteil in der täglichen Beratungspraxis. Wer Kostenstrukturen wirklich durchdringt, berät überzeugender, widerstandsfähiger und mit deutlich mehr Selbstvertrauen.

"Das ist genau die Art von Veranstaltung, die uns als Spezialvermittler weiterbringt," fasste ein Teilnehmer zusammen. *"Hier geht es nicht um oberflächliche Produktpräsentationen, sondern um echtes Expertenwissen für die, die es wirklich wissen wollen."*

FÜR DIE, DIE TIEFER BLICKEN WOLLEN

Gute Beratung lebt von gutem Wissen. Und wer bereit ist, tiefer zu blicken, wird in seiner Beratungsqualität spürbar wachsen. Deshalb entwickeln wir auch in Zukunft Formate, die mehr bieten als Standardwissen – für alle, die ihre Kunden noch fundierter und nachhaltiger beraten möchten.

Sie gehören zu den Vermittlern, die den Unterschied machen wollen? Dann halten Sie Ausschau nach unseren nächsten Spezial-Workshops. Oder sprechen Sie uns direkt an – für den exklusiven Zugang zu Veranstaltungen, die nicht für jeden, sondern nur für die Besten gedacht sind.

[pma:] Team Vorsorge





Mit klarer Mission zum Erfolg: **B Logistik GmbH - Partner für innovative Logistiklösungen**

In einer Zeit, in der effiziente Lieferketten wichtiger sind denn je, braucht es Unternehmen mit einer klaren Mission und einem tieferen Verständnis ihrer Aufgabe. Die B Logistik GmbH zeigt eindrucksvoll, wie ein mittelständisches Unternehmen mit einer klar definierten Bestimmung nicht nur überleben, sondern auch wachsen und innovative Wege gehen kann. Was als Mission begann, hat sich zu einem erfolgreichen Geschäftsmodell entwickelt, das weit über den bloßen Transport von Waren hinausgeht.

Die Mission: Mehr als nur Logistik

Für die B Logistik GmbH bedeutet Logistik mehr als nur den Transport von A nach B. Das mittelständische, inhabergeführte Unternehmen aus Nordrhein-Westfalen hat sich einer klaren Mission verschrieben: Als strategischer Partner ihre Kunden nicht nur zu beliefern, sondern mit ihnen gemeinsam zu wachsen und die komplexen Herausforderungen der modernen Logistik zu meistern.

Diese tiefere Bestimmung spiegelt sich in jedem Aspekt des Unternehmens wider. "Wir verstehen uns nicht nur als Dienstleister, sondern als Partner auf Augenhöhe, der mit seinen Kunden gemeinsam Lösungen entwickelt und umsetzt", lautet das Leitmotiv, das die tägliche Arbeit des Unternehmens prägt. Diese klare Sinnhaftigkeit bildet das Fundament für den langfristigen Erfolg der B Logistik GmbH, die seit über 15 Jahren am Markt besteht und kontinuierlich wächst.

***B Logistik GmbH** – Ihr Partner für innovative
und nachhaltige Logistiklösungen. Gemeinsam
gestalten wir die Zukunft der Logistik!*

Die Werte hinter der Vision

Jede erfolgreiche Mission braucht ein solides Wertegerüst. Bei B Logistik stehen drei zentrale Werte im Mittelpunkt:

- **Innovation:** Das stetige Streben nach Verbesserung und die Bereitschaft, neue Wege zu gehen, sind tief in der Unternehmens-DNA verankert. Durch regelmäßige Investitionen in neue Technologien und Prozesse bleibt B Logistik an der Spitze der Branchenentwicklung.
- **Transparenz:** Eine offene und ehrliche Kommunikation – sowohl mit Kunden als auch unter den mehr als 220 Mitarbeitenden – schafft Vertrauen und ermöglicht effiziente Zusammenarbeit.
- **Höchste Servicequalität:** Das kompromisslose Bekenntnis zu exzellenter Leistung zeigt sich in zahlreichen Zertifizierungen wie DIN EN ISO 9001:2015, IFS und BIO-Zertifizierung sowie dem Zertifikat zu den Richtlinien der Good Distribution Practice (GDP).

Diese Werte geben nicht nur Orientierung im Tagesgeschäft, sondern bilden auch die Grundlage für langfristige strategische Entscheidungen und Entwicklungen.

Infrastruktur mit Perspektive

Mit über 75.000 m² überdachter Logistik- und Freilagerfläche an drei strategisch günstigen Standorten verfügt B Logistik über eine beeindruckende Infrastruktur. Doch die physischen Ressourcen sind nur ein Teil des Erfolgsrezepts. Entscheidend ist, wie das Unternehmen diese Infrastruktur einsetzt, um seiner Mission gerecht zu werden.

Die hochmodernen Lagerhäuser sind mit neuesten Technologien ausgestattet, was eine optimale Lagerung und Handhabung verschiedenster Produkte ermöglicht – von Industriegütern über Handelsware bis hin zu sensiblen pharmazeutischen Produkten und Nahrungsmitteln. Diese Vielseitigkeit erlaubt es dem Unternehmen, seine Mission der kundenorientierten Partnerschaft in verschiedensten Branchen zu verwirklichen.

Dienstleistungsportfolio mit Sinn

Das umfassende Dienstleistungsangebot der B Logistik GmbH ist kein Zufall, sondern das Ergebnis einer zielgerichteten Entwicklung entlang der Unternehmensmission. Jeder Bereich wurde mit Bedacht entwickelt, um den Kunden ganzheitliche Lösungen aus einer Hand bieten zu können:

- Konfektionierung: Die flexible Endbearbeitung von Produkten ermöglicht schnelle Reaktionen auf wechselnde Marktanforderungen – ein entscheidender Wettbewerbsvorteil für Kunden.
- Produktionsversorgung: Durch effiziente Lagerung und Bereitstellung von Materialien, beispielsweise durch Kanban-Systeme, werden Produktionsprozesse optimiert und Kosten minimiert.
- Lagerlogistik: Das Angebot verschiedener Lagerarten, vom Hochregallager über Kühllager bis zum Blocklager, garantiert die optimale Lagerung jeder Warengruppe.
- Aktionswarenlogistik: Die schnelle und kostengünstige Bereitstellung von Waren für Sonderaktionen bietet Kunden maximale Flexibilität bei Marketingkampagnen.
- Transportlogistik: Mit eigenem Fuhrpark und internationalen Transportnetzwerken sorgt B Logistik für pünktliche und sichere Lieferungen – unterstützt durch moderne Telematiksysteme und GPS-Tracking für lückenlose Überwachung.



**Hubertus
Beumer**

Was Logistikunternehmen zu spannenden Kunden macht

Logistikunternehmen wie die B Logistik GmbH gehören zu den vielseitigsten Gewerbekunden – mit einem enormen Bedarf an maßgeschneiderten Versicherungslösungen. Wer hier kompetent berät, erschließt sich langfristige Potenziale.

Typische Versicherungen im Logistikbereich:

- Speditions- & Logistikpolicen
- Flotten- & KFZ-Versicherungen
- Photovoltaikversicherungen (z. B. bei eigener Stromerzeugung)
- Spezifische Gebäudeversicherungen (z. B. Kühl- & Lagerhallen)
- Betriebshaftpflicht & branchenspezifische Deckungen

Worauf es bei der Beratung ankommt:

Standardlösungen reichen hier nicht. Es zählt das Detail: Welche Waren werden transportiert oder gelagert? Wie ist die Kühlkette aufgebaut? Welche Standorte gibt es? Wer die Besonderheiten eines Logistikunternehmens versteht und in individuelle Konzepte übersetzen kann, liefert echten Mehrwert – und wird zum langfristigen Partner auf Augenhöhe.

Hinter jedem dieser Angebote steht das klare Ziel, Kunden nicht nur zu entlasten, sondern ihnen einen echten Mehrwert zu bieten, der über die reine Logistikleistung hinausgeht.

Menschen als Träger der Mission

Eine Mission kann nur lebendig werden, wenn sie von Menschen getragen wird. B Logistik legt daher großen Wert auf die kontinuierliche Weiterbildung und Entwicklung ihrer mehr als 220 Mitarbeitenden. Diese Investition in das Personal sichert nicht nur die Zukunftsfähigkeit des Unternehmens, sondern sorgt auch dafür, dass die Unternehmensmission in jeder Abteilung und auf jeder Ebene verstanden und gelebt wird.

Die offene und respektvolle Arbeitsatmosphäre ermöglicht es jedem Mitarbeitenden, sich mit seinen individuellen Fähigkeiten einzubringen und zum Erfolg des Unternehmens beizutragen. Diese Wertschätzung fördert nicht nur die Mitarbeiterzufriedenheit, sondern spiegelt sich auch in der Qualität der Kundenbetreuung wider.

Nachhaltigkeit als Teil der Bestimmung

Die Verantwortung für kommende Generationen gehört fest zur Mission der B Logistik GmbH. Das Unternehmen setzt konsequent auf Nachhaltigkeit – nicht als Marketinginstrument, sondern als tief verankertes Prinzip. Konkrete Maßnahmen belegen dieses Engagement:

- Die stetige Erweiterung von Automatisierungsprozessen trägt zur Reduktion von Emissionen bei.
- Der Einsatz von Strom aus erneuerbaren Energien, insbesondere der eigenen PV-Anlage in Beckum, führt zur kompletten Reduzierung der CO₂-Emissionen im Bereich Scope 2 des ökologischen Fußabdrucks.
- Bei der Mobilität werden Firmenfahrzeuge umweltschonend auf E-PKWs umgestellt.
- Durch bauliche Anpassungen in den Logistik-Centern und optimierte Verhaltensregeln für die Mitarbeitenden wird der Energieverbrauch kontinuierlich gesenkt.

Diese Maßnahmen zeigen: Nachhaltigkeit ist kein Lippenbekenntnis, sondern integraler Bestandteil der Unternehmensmission.

Zukunftsvision: Spezialisierung mit Sinn

Die Zukunftspläne der B Logistik GmbH konzentrieren sich auf mehrere Schlüsselbereiche, um ihre Position als führender Anbieter in der Kontraktlogistik weiter zu stärken. Dabei spielen spezialisierte Dienstleistungen, insbesondere für die Pharmaindustrie, eine entscheidende Rolle:

- **GDP-konforme Lagerung und Transport:** B Logistik stellt sicher, dass alle pharmazeutischen Produkte gemäß den Richtlinien der Good Distribution Practice (GDP) gelagert und transportiert werden – ein Bereich, in dem Präzision und Zuverlässigkeit Leben retten können.
- **Temperaturgeführte Logistik:** Das Unternehmen bietet temperaturgeführte Lagerung und Transportlösungen für empfindliche pharmazeutische Produkte, sowohl bei Normaltemperaturen (15-25 °C) als auch bei Kühltemperaturen (2-8 °C).
- **Sicherheitsmaßnahmen:** Strenge Sicherheitsstandards, darunter zugangs- und zugriffskontrollierte Lager, schützen wertvolle und sensible Produkte vor Diebstahl und Missbrauch.

Diese Spezialisierung ist mehr als nur ein Geschäftsfeld – sie ist Ausdruck der Mission, überall dort hochwertige Logistiklösungen anzubieten, wo sie besonders gebraucht werden.

Partner mit einer klaren Bestimmung

Als Partner für über 60 Kunden aus dem In- und Ausland hat sich B Logistik auf dem europäischen Markt etabliert. Was das Unternehmen von anderen unterscheidet, ist nicht nur das umfassende Leistungsportfolio, sondern vor allem die klare Mission und das tiefe Verständnis für die eigene Aufgabe.

In einer Zeit, in der Logistik zunehmend komplex und anspruchsvoll wird, braucht es Unternehmen mit Weitblick und einem durchdachten Konzept. B Logistik GmbH zeigt, wie ein mittelständisches Unternehmen mit einer klaren Mission nicht nur wettbewerbsfähig bleiben, sondern neue Maßstäbe setzen kann.

Hinter jedem
erfolgreichen Unter-
nehmen steht eine starke
Geschichte – und oft auch ein
starker Partner. In unserer Reihe
„Aus der Praxis für die Praxis“
werfen wir einen Blick hinter die
Kulissen besonderer Kunden
und zeigen, was sie antreibt
– und wie wir sie dabei
begleiten.

Aus der Praxis für die Praxis
In dieser Ausgabe: B Logistik GmbH

Partnerschaft mit Sinn – Warum Vertrauen in der Logistik so wichtig ist

Wenn Logistikunternehmen wie die B Logistik GmbH über Wachstum sprechen, dann meinen sie nicht nur Lagerkapazitäten und Fuhrparkerweiterung – sondern auch den Aufbau verlässlicher Partnerschaften. Seit der Gründung besteht eine enge Verbindung zur [pma:], die über klassische Betreuung weit hinausgeht. Gemeinsam wurden über die Jahre Versicherungslösungen entwickelt, die exakt auf die komplexen Anforderungen eines hochvernetzten Logistikdienstleisters abgestimmt sind.

„Als mittelständisches Unternehmen mit spezialisierten Prozessen brauchen wir Partner, die unsere Anforderungen wirklich verstehen“,

erklärt Hubertus Beumer, Geschäftsführender Gesellschafter.

„Seit unserer Gründung setzen wir daher auf [pma:]. Die hohe Fachkompetenz und die enge Betreuung haben wesentlich dazu beigetragen, dass wir uns auf unser Kerngeschäft konzentrieren können – mit der Gewissheit, optimal abgesichert zu sein.“

Die Zusammenarbeit umfasst nicht nur Policen, sondern einen regelmäßigen fachlichen Austausch und die kontinuierliche Weiterentwicklung des Risikomanagements. In einer Branche, in der schon kleinste Störungen große Auswirkungen haben, ist dieser Dialog entscheidend. Und genau darin liegt die Stärke dieser Partnerschaft: gegenseitiges Verständnis, klare Kommunikation – und das gemeinsame Ziel, den unternehmerischen Weg sicher zu gestalten.

Wir erweitern DenPhaMed um eine Immobilienbörse für Heilberufe – **IHR ZUSÄTZLICHER KUNDENVORTEIL**



Wir erweitern unser Angebot für Sie und Ihre Kunden aus Heilberufen! In Kürze ergänzen wird DenPhaMed um eine spezialisierte Immobilienbörse für Ärzte, Zahnärzte und Apotheker, die Praxisräume suchen oder anbieten möchten.

Als Finanzberater oder Versicherungsmakler profitieren Sie:

- Einem erweiterten Service für Ihre Kunden – ohne eigenen Mehraufwand
- Einer stärkeren Kundenbindung durch umfassendere Betreuung
- Der Möglichkeit, der zentrale Ansprechpartner für Ihre Kunden zu bleiben
- Attraktiven Provisionen bei erfolgreicher Vermittlung

Start der DenPhaMed Immobilienbörse: **voraussichtlich Juni 2025.**

[pma:]

Der Flexible Kapitalplan

Ihr Geld. Ihre Wahl.
Ihre Zukunft.
Finanzielle Freiheit
für den Ruhestand.

Der Flexible Kapitalplan ermöglicht eine individuelle Anlagestrategie mit einer erstklassigen Fondsauswahl, die jederzeit angepasst werden kann. Ob Kapitalauszahlungen, eine lebenslange oder zeitlich begrenzte Rente – der Kunde entscheidet, wie sein Vermögen ausgezahlt wird. Besonders interessant sind die sofort beginnenden Rentenoptionen. Wir kombinieren Renditechancen mit größtmöglicher Flexibilität und bieten vielfältige Möglichkeiten für die Ruhestandsplanung.

Auf Kurs mit [pma:]

Wo sonst Politik gemacht und Medien produziert werden, stand bei unserem Vertriebs- tag im Mai ein anderes Thema im Mittelpunkt: erfolgreicher Vertrieb durch moderne Bera- tung und persönliche Begegnung. An Bord der PioneerTwo – dem durch Herausgeber & Chef- redakteur Gabor Steingart bekannten Medienschip – wurde im Münsteraner Hafen und auf dem Dortmund-Ems-Kanal aus klassischer Weiterbildung ein inspirierendes Erlebnis und aus Tagesgeschäft ein wertvoller Perspektivwechsel.

Mit unseren Maklerinnen, Maklern und Vertriebspartnern diskutierten wir die aktuellen Markttrends: be- triebliche Altersvorsorge, betriebliche Krankenversicherung, Absicherung gegen Cyberrisiken, den gewinn- bringenden Einsatz Künstlicher Intelligenz und effiziente CRM-Lösungen – stets mit Fokus auf die zent- rale Frage: Wie lässt sich mit optimiertem Aufwand mehr Erfolg erzielen?

Das Setting? Außergewöhnlich. Das Wetter? Spielte perfekt mit. Die Gespräche? Überall – im Plenum, an den Tischen, auf dem sonnenverwöhnten Deck.

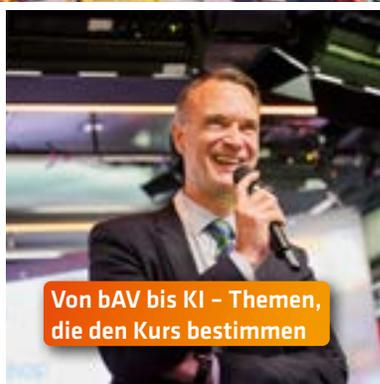
Ein Tag mit inhaltlicher Tiefe, Austausch auf Augenhöhe und konkreten Impulsen, die nachhaltige Wirkung entfalten.



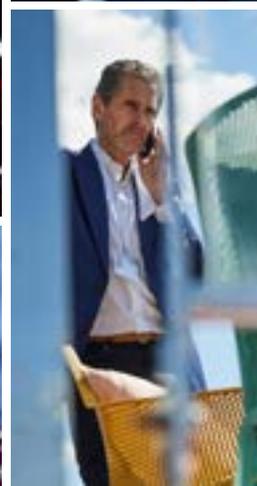
Fachsimpeln mit
Aussicht: Austausch auf
dem Sonnendeck inklusive



Gemeinsam an Deck – mit
Rückenwind Richtung Zukunft



Von bAV bis KI – Themen,
die den Kurs bestimmen



Ein Vertriebstag, der bewegt hat

Mit voller Kraft voraus: Vertrieb neu denken, digital handeln



Vertriebswissen mit Tiefgang - live an Bord



Ein Vertriebstag wie kein anderer - und das nicht nur wegen des Ausblicks



[pma:]

2 | 2025 [partner:]



DIE WEG- BEREITER DER DIGITALEN ZUKUNFT

DAS EXPERTENTEAM
AM STEUER DER
[PMA:] IT ROADMAP

Von der Planungsrouten zum Ziel: Warum die besten digitalen Reisen hauseigene Navigationsprofis brauchen

Wenn wir über unsere IT Roadmap und den digitalen Beraterarbeitsplatz der Zukunft sprechen, denken viele zunächst an Software, Systeme und technische Infrastruktur. Doch hinter jeder Innovation und jedem digitalen Werkzeug stehen Menschen mit außergewöhnlichem Know-how – unsere IT-Experten, die täglich daran arbeiten, Ihre Beratungsprozesse effizienter, produktiver und erfolgreicher zu gestalten.

Die [pma:] IT Roadmap ist ein ambitioniertes Projekt, das weit mehr erfordert als nur Investitionen in neue Technologien. Um die gesetzten Ziele und Meilensteine zu erreichen, haben wir unser bestehendes IT-Team gezielt um Spezialisten erweitert, die mit ihrer Expertise die digitale Transformation vorantreiben.

Was viele nicht wissen: Während zahlreiche Unternehmen in der Branche auf externe Dienstleister angewiesen sind, entwickeln wir bei [pma:] nahezu alle technischen Lösungen inhouse. Dies verschafft uns entscheidende Vorteile:

- Schnellere Reaktionszeiten bei Anforderungen und Anpassungen
- Direkter Wissenstransfer zwischen Fachbereich und IT
- Maßgeschneiderte Lösungen statt Standardsoftware
- Höhere Innovationsgeschwindigkeit durch kurze Entscheidungswege

Die Experten hinter den Systemen

Unser erweitertes IT-Team vereint verschiedenste Spezialisten, die mit ihrem Fachwissen die unterschiedlichen Aspekte der IT Roadmap vorantreiben:

Data Scientist & Power BI Professional

Bereits in der Ausgabe 68 vorgestellt, bildet unser Datenexperte die analytische Basis unserer digitalen Strategie. Er verwandelt die großen Datenmengen in wertvolle Erkenntnisse und visualisiert komplexe Zusammenhänge mittels Power BI. Seine Arbeit ermöglicht:

- Tiefgreifende Kundenanalysen für gezieltere Beratung
- Erkennung von Markttrends und Geschäftschancen
- Optimierung interner Prozesse durch Datenanalyse
- Entwicklung datengetriebener Vertriebsstrategien

Java Professionals & ELVIS.one Entwickler

Unser Java-Entwickler-Team wurde um zwei zusätzlichen Experten ergänzt. Gemeinsam bilden sie das technische Rückgrat unseres CRM-Systems ELVIS.one. Mehr als ein herkömmliches Maklerverwaltungsprogramm ist ELVIS.one das zentrale Nervensystem für alle Beratungsprozesse. Unsere Entwickler arbeiten daher kontinuierlich daran:

- Bestehende Funktionen zu optimieren und neue zu entwickeln
- Die Benutzeroberfläche noch intuitiver zu gestalten
- Schnittstellen zu anderen Systemen zu erweitern
- Die Performance bei steigenden Datenmengen zu gewährleisten

Die Tatsache, dass wir ELVIS.one selbst entwickeln und weiterentwickeln, gibt uns die Flexibilität, schnell auf Anforderungen aus der Praxis zu reagieren und die Software perfekt auf die Bedürfnisse unserer Berater zuzuschneiden.

KI-Experte

Eine der spannendsten Innovationen innerhalb unserer IT Roadmap ist die Integration von Künstlicher Intelligenz in Beratungsprozesse. Unser KI-Spezialist treibt daher nicht nur die Weiterentwicklung von ELVIS.GPT voran, sondern arbeitet auch an diversen KI-basierten Anwendungen, die den Beratungsalltag zusätzlich revolutionieren:

- Automatisierte Dokumentenanalyse und -erstellung
- Intelligente Vorschläge für Cross- und Up-Selling
- KI-gestützte Risikoanalyse für präzisere Beratung
- Proaktive Erinnerungen und Hinweise zu Kundenbedarfen

prima-beraten.de Experte Qualifikation

Der direkte Draht zu Ihren Kunden führt über unser Kundenportal prima-beraten. Unser Spezialist für die B2C-Plattform sorgt dafür, dass sowohl die Webanwendung als auch die mobile App stetig verbessert werden, um das Kundenerlebnis weiter zu optimieren:

- Nutzerfreundliche Verwaltung aller Versicherungen und Finanzen
- Sichere Kommunikation zwischen Kunden und Beratern
- Einfacher Dokumentenaustausch und -verwaltung
- Kontinuierliche Weiterentwicklung neuer Funktionen basierend auf Kundenfeedback

Der unsichtbare Aufwand

Was bei der täglichen Nutzung unserer Systeme oft nicht sichtbar wird: Hinter jedem Feature, jeder Funktion und jedem Update stecken hunderte Arbeitsstunden unseres Teams. Von der ersten Idee bis zur fertigen Implementierung durchlaufen alle Entwicklungen einen sorgfältigen Prozess aus:

- Anforderungsanalyse und Konzeption
- Design und Entwicklung
- Ausgiebige Tests und Qualitätssicherung
- Schulung und Dokumentation
- Kontinuierliche Verbesserung nach dem Rollout

Allein für die Entwicklung und Integration unseres KI-Assistenten wurden drei Monate Entwicklungsaufwand investiert – vom ersten Prototypen bis zur produktionsreifen Version. Ähnlicher Aufwand steckt in jeder Komponente unserer digitalen Infrastruktur.

Synergien durch interdisziplinäre Zusammenarbeit

Der besondere Mehrwert unseres IT-Teams liegt in der engen Verzahnung verschiedener Kompetenzen. Während der Data Scientist Erkenntnisse aus den Daten gewinnt, setzen

die Entwickler diese in konkrete Funktionen um, die wiederum vom KI-Experten mit intelligenten Assistenzfunktionen angereichert werden.

Diese interdisziplinäre Zusammenarbeit sorgt dafür, dass unsere Systeme nicht nur technisch ausgereift sind, sondern tatsächlich die praktischen Anforderungen des Beratungsalltags erfüllen. Der regelmäßige Austausch zwischen IT-Team und Fachbereich stellt sicher, dass keine Entwicklung am tatsächlichen Bedarf vorbeigeht.

Die Zukunft selbst gestalten

Mit unserem erweiterten IT-Team haben wir die Weichen gestellt, um die ambitionierten Ziele unserer IT Roadmap zu erreichen. Anders als viele Wettbewerber sind wir nicht auf externe Dienstleister und deren Zeitpläne angewiesen, sondern können unsere digitale Zukunft selbst aktiv gestalten.

Diese Unabhängigkeit ist ein entscheidender Wettbewerbsvorteil in einer Zeit, in der sich Marktanforderungen und technologische Möglichkeiten rasant verändern. Wenn heute ein neuer Bedarf erkannt wird, können wir morgen bereits an der Lösung arbeiten – ohne lange Abstimmungsprozesse mit externen Partnern.

Ihr Erfolg als Maßstab

Bei aller technischen Expertise bleibt aber eines immer im Fokus unseres IT-Teams: *Jede Entwicklung, jede Innovation und jede neue Funktion muss einen konkreten Mehrwert für Sie als Berater und für Ihre Kunden bieten.* Die fortschrittlichste Technologie ist nur so gut wie der praktische Nutzen, den sie im Alltag erzeugt.

Unser Versprechen bleibt daher bestehen: Wir investieren in Technologie und Expertise, damit Sie mehr Zeit für das Wesentliche haben – Ihre Kunden.

WERTVOLLE BEGEGNUNGEN: Wenn Passion auf Performance trifft

Wenn aus Leidenschaft Werte entstehen und aus Gesprächen Impulse – dann war es nicht nur ein schöner Abend, sondern ein ganz besonderer Moment. Unter dem Motto „Passion & Performance“ luden wir auf die PioneerTwo – zu einer exklusiven Veranstaltung, die durch ihr außergewöhnliches Ambiente und die hochkarätigen Teilnehmer gleichermaßen beeindruckte.

Inmitten der blauen Stunde, begleitet von eleganten Jazzklängen und sanftem Fahrtwind, trafen sich Entscheider, Unternehmer und Vordenker auf dem Wasser – um über Werte zu diskutieren: materielle, ideelle und strategische. Wie vererbt man Kunst oder Sammlerstücke rechtssicher? Was macht ein Objekt zu einem nachhaltig wertvollen Investment? Und was definiert eigentlich „Wert“ – und wer bestimmt ihn? Fragen, die die Gäste bewegten – weit über juristische oder finanzielle Aspekte hinaus.

Von einer unscheinbaren Glasschale, die bei einer Auktion für verblüffte Gesichter sorgte, bis hin zu exklusiven Einblicken in die Private Market Investments von NIO – dieser Abend verdeutlichte: Leidenschaft und Engagement zahlen sich aus. Nicht nur in Renditen und Zahlen, sondern ebenso in Haltung, inspirierenden Gesprächen und wertvollen Begegnungen.

Die PioneerTwo wurde zum Resonanzraum für Dialog und neue Perspektiven – mit einer Authentizität und Dynamik, die nicht inszeniert werden kann, sondern die man erlebt und spürt.

[pma:]

[partner:] 2 | 2025



Wert entsteht, wenn Wissen geteilt wird

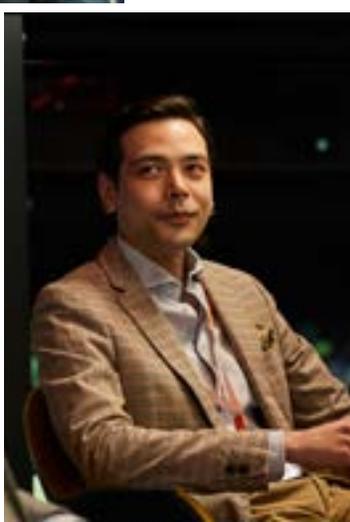
Perfekt abgestimmt: Musik, Gespräch und Abendlicht



Frische Luft, feine Gedanken
- Inspiration auf jedem Deck



Nicht jeder
Abend bleibt.
Dieser schon!



Ein Abend mit Strahlkraft -
weit über den Hafen hinaus

[pma:]

2 | 2025 [partner:]



UNSERE MITARBEITER – ÜBER UNS Kurzgefragt, kurzgesagt

Manche Helden tragen keinen Umhang – sondern jonglieren Daten, zähmen Schnittstellen und halten Ordnung im digitalen Dschungel. Frank ist einer dieser Helden. Schon lange, bevor die Digitalisierung ein Schlagwort wurde, hatte er eine Mission: Systeme besser zu machen, Abläufe zu vereinfachen und Prozesse so stabil wie einen Stahlträger zu bauen. Kein Wunder – schließlich begann seine berufliche Reise einst als Bauschlosser und führte ihn über die Offizierslaufbahn direkt in die Welt der Technik.

Heute sorgt Frank im Team AVS dafür, dass BiPro- und GDV-Schnittstellen reibungslos funktionieren, dass Bestände übertragen werden und Dokumente genau da landen, wo sie hingehören.

Gedankenlesen für Datenschnittstellen? Multitasking auf höchstem Niveau?

Für ihn fast Alltag. Seine Mission: Komplexes einfach machen – und der stille Motor im Hintergrund sein, der Versicherungsberatung effizienter und besser gestaltet.

Und wenn er gerade keine Datenströme lenkt, dann hebt er virtuell ab – als passionierter Flugsimulator-Pilot seit über 30 Jahren.

Was ihn sonst noch antreibt und warum „The Daily Challenge“ der perfekte Titel für seinen Film wäre, erfahren Sie im folgenden Kurzporträt.

Beschreibe deine Arbeit im Team AVS in drei Worten:

Interessant, abwechslungsreich, herausfordernd

Stell dir vor, BiPro und GDV-Schnittstellen wären Superhelden – welche Superkräfte hätten sie?

Gedanken lesen, Multitasking fähig

Shortcuts oder Mouseklicks?

beides

Was würdest du gerne einmal machen, wenn Geld und Zeit keine Rolle spielen würden?

Eine min. einjährige Weltreise mit der Familie

Wer würde dich in einem Film über das Team AVS spielen und welchen Titel hätte dieser Film?

Liam Neeson, The Daily Challenge

Welches überholte Technik-Tool vermisst du insgeheim?

MP3 Player

Was braucht die Versicherungswelt von morgen?

Einheitliche Datenstandards und Datenschnittstellen



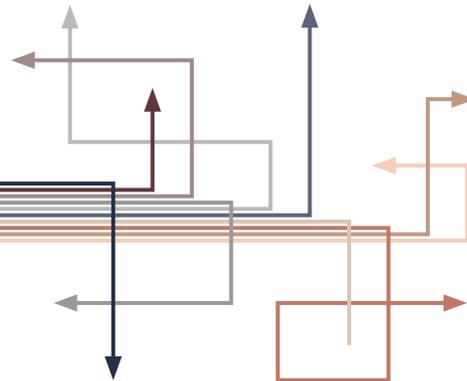
Steckbrief Frank – Mission Datenklarheit

Seit 1999 gehört Frank zum [pma:] Team und sorgt heute im Bereich AVS dafür, dass Datenflüsse reibungslos funktionieren. Ob BiPro- oder GDV-Schnittstellen – mit seinem Sinn für Präzision bringt er Ordnung ins digitale Chaos. Privat schlägt sein Herz für die Fliegerei: Seit über 30 Jahren ist er passionierter Flugsimulator-Pilot. Verheiratet und Vater von drei Kindern, findet er seinen Ausgleich zwischen Himmel und Heimat.

[pma:]



Wege, die garantiert **KEINEN** Kunden überzeugen



Niemand startet in den Tag mit dem Ziel, Kunden zu verlieren. Und doch passiert genau das – täglich. Oft aus Versehen, manchmal aus Bequemlichkeit, gelegentlich aus Ahnungslosigkeit. Hier zehn Methoden, mit denen Sie jeden noch so interessierten Kunden zuverlässig vergraulen. Satirisch? Vielleicht. Aber in jedem Punkt steckt ein Körnchen trauriger Wahrheit.

1. Reden Sie in Fachchinesisch – Bonuspunkte für Abkürzungen, die selbst Kollegen googeln müssen.

2. Ignorieren Sie Rückfragen – Wenn der Kunde nicht alles versteht, ist er halt selbst schuld.

3. Senden Sie PDFs – gerne 47 Seiten stark. Nach dem Motto: Wer lesen kann, ist klar im Vorteil.

4. Versprechen Sie das Blaue vom Himmel – Solange der Abschluss stimmt, passt's schon.

5. Seien Sie schwer erreichbar – Exklusivität muss schließlich spürbar sein.

6. Drücken Sie den Kunden in Ihre Lieblingsprodukte – Die anderen haben's doch auch genommen.

7. Halten Sie Beratung für Verkauf. Beziehung? Vertrauen? Zeitverschwendung.

8. Schimpfen Sie auf die Branche. Am besten gleich zu Beginn.

9. Bleiben Sie analog. Papier ist geduldig – aber auch der Kunde?

10. Verkaufen Sie, ohne zu fragen, was der Kunde eigentlich will. Trefferquote: unterirdisch.

Keine Sorge – so funktioniert erfolgreiche Kundenbindung natürlich nicht. Aber manchmal hilft der Blick ins Negative, um das Positive klarer zu sehen. Denn wer seine Beratung mit Sinn, Klarheit und Zielstrebigkeit füllt, braucht keine Angst vor Absprunquoten zu haben. Diese Ausgabe zeigt: Eine gute Mission beginnt nicht mit einem Produkt – sondern mit Haltung.

[pma:]



Frühlingszeit ist
Reisezeit!

WAS IHRE KUNDEN ZUM VERSICHERUNGSSCHUTZ AUF REISEN WISSEN SOLLTEN

Innerdeutsche Reisen: Diese Optionen bieten Mehrwert

Fahrerkreiserweiterung – flexibel und meist kostenfrei

In den meisten KFZ-Verträgen besteht eine Fahrereinschränkung bezüglich der Nutzung des PKW. Viele Versicherer bieten jedoch eine temporäre Fahrerkreiserweiterung an:

- **Häufigkeit:** 2 bis 4 Mal pro Jahr möglich
- **Dauer:** 2 bis maximal 4 Wochen pro Erweiterung
- **Kosten:** In der Regel ohne Mehrbeitrag
- **Wichtig:** Muss vorab schriftlich beantragt werden

Die Frühlings- und Sommermonate locken mit langen Wochenenden und milden Temperaturen – ideale Bedingungen für Kurztrips und ausgedehnte Urlaubsreisen. Während viele Ihrer Kunden bereits Koffer packen und Routen planen, sollten sie auch ihren Versicherungsschutz im Blick behalten. Besonders, wenn der eigene PKW zum Einsatz kommt, gibt es einige wichtige Punkte zu beachten. Nutzen Sie diesen Überblick, um Ihre Kunden optimal vor der Reisesaison zu beraten.

PRAXIS-TIPP:

Empfehlen Sie Ihren Kunden, die Fahrerkreiserweiterung rechtzeitig vor Reisebeginn zu beantragen – idealerweise 14 Tage vor Abreise. So bleibt genügend Zeit für eventuelle Rückfragen des Versicherers.

Fahrerschutz – die oft übersehene Absicherung

Während Mitfahrer bei selbstverschuldeten Unfällen über die **Kraftfahrzeughaftpflichtversicherung** abgesichert sind, gilt dies nicht für den Fahrer selbst. Eine **Fahrerschutz- bzw. Fahrerunfallversicherung** schließt diese wichtige Lücke:

- Stellt den Fahrer rechtlich einem Insassen gleich
- Gilt meist schon für Fahrer ab 17 Jahre
- Kostet zwischen 30 und 50 Euro jährlich
- Deckt Schmerzensgeld, Verdienstaufschlag und weitere Leistungen

Schutzbrief – mehr als nur Pannenhilfe

Ein Schutzbrief bietet umfassende Assistance-Leistungen:

- Schnelle Hilfe bei Pannen, Unfällen und Diebstahl
- Unterstützung bei Erkrankungen im In- und Ausland
- Arztvermittlung in Notfällen
- Ersatzteilversand und weitere Services

*Auslandsreisen: Besondere Absicherung für grenzüberschreitende Fahrten***Die Internationale Versicherungskarte (IVK)**

Früher als "Grüne Karte" bekannt, dokumentiert die IVK den bestehenden Versicherungsschutz im Ausland:

- Standardmäßig gültig in allen EU-Mitgliedsstaaten, der Schweiz und Norwegen
- Erweiterungsmöglichkeiten für andere Länder (z.B. Türkei) oft gegen Mehrbeitrag oder kostenlos

Auslandsschadenschutz – für unkomplizierte Schadensregulierung

Bei Unfällen im Ausland, die von ausländischen Fahrzeugen verursacht werden:

- Ermöglicht die Abrechnung über die eigene Vollkaskoversicherung
- Vereinfacht und beschleunigt die Schadensregulierung erheblich
- Kann gegen Mehrbeitrag in bestehende KFZ-Verträge eingeschlossen werden
- Greift, wenn die Schuldfrage zu $\frac{3}{4}$ beim ausländischen Unfallgegner liegt

*Checkliste für Ihre Kunden:***Versicherungsschutz vor der Urlaubsreise**

- Gültigkeit der KFZ-Versicherung prüfen
- Benötigte Fahrerkreiserweiterung beantragen
- Fahrerschutz kontrollieren und ggf. ergänzen
- Internationale Versicherungskarte (IVK) für Auslandsreisen mitnehmen
- Auslandsschadenschutz für Fahrten ins Ausland prüfen
- Kontaktdaten der Versicherung und des Schutzbriefdienstes griffbereit haben

Kontakt für weitere Beratung:

Bei Fragen zum passenden Versicherungsschutz für Urlaubsreisen steht Ihnen der KFZ-Support der [pma:] gerne zur Verfügung.

[pma:] Team Sach

WUSSTEN SIE SCHON?

Bei Schadensfällen im Ausland können Betroffene den Zentralruf der Autoversicherer für Auslandsschäden nutzen: +49 40 300 330 300. Dieser Service hilft bei der Vermittlung zwischen deutschen und ausländischen Versicherern.



Juweliere, Goldschmiede und Uhrmacher können sich auf 100 Jahre Erfahrung verlassen

Kein Juwelier-, Goldschmiede- oder Uhrmacherbetrieb gleicht dem anderen: die Lage und Art des Geschäftes, der Warenbestand, die vorhandenen Sicherheitseinrichtungen und nicht zu vergessen die individuellen Bedürfnisse der Inhaber. Nur einige Faktoren, die das Schadenrisiko beeinflussen. Solche Gefahren richtig einzuschätzen und sich vor den daraus resultierenden möglichen Schäden zu schützen ist wichtig, aber oft nicht einfach.

Die Mannheimer Versicherung kann auf 100 Jahre Erfahrung in der Uhren- und Schmuckbranche zurückblicken und steht mit ihrem Markenprodukt VALORIMA seit 35 Jahren für individuell zugeschnittene Versicherungskonzepte. Ein Versicherungsschutz, der genau die Risiken deckt, denen die Uhren- und Schmuckbranche täglich ausgesetzt ist.

VALORIMA ist abschließbar entweder als

- Geschäfts- und Transportversicherung: Allgefahrdeckung für Ware – was nicht versichert ist, wird beim Namen genannt
- Geschäftsversicherung: Versicherungsschutz der Ware und Betriebseinrichtung gegen die Gefahren Feuer, Leitungswasser, Einbruchdiebstahl, Vandalismus nach Einbruchdiebstahl, Raub, Sturm und Hagel
- Optional sind Zusatzbausteine möglich – z.B. VALORIMA Glas-, VALORIMA Betriebshaftpflicht- oder VALORIMA Betriebsunterbrechungsversicherung

Besonderen Risiken begegnen – mit erweiterbaren Highlights

Die Risiken in der Uhren- und Schmuckbranche sind so vielfältig wie die Branche selbst. Mit den Erweiterungsoptionen ist Ihr Kunde rundum abgesichert. So sorgt eines der Highlights für provisorische Sicherungen, falls es zu einem Ausfall von Sicherungseinrichtungen kommt. Ist der Schaden schon passiert, werden auch die Kosten für Gebäudeschäden nach einem Einbruchdiebstahl oder -versuch erstattet. Erfolgt nach einem Schadenfall eine Sicherheitsverbesserung beteiligt sich VALORIMA an den Kosten. Und nicht zu vergessen, das wohl größte Übel der Branche: Trickdiebstahl. Auch gegen diese Gefahr können sich Juweliere, Uhrmacher und Goldschmiede mit einer Erweiterung ihres Versicherungsschutzes schützen.



Für jede Sicherheitsstufe – die VALORIMA Glasversicherung

Kennen Sie einen Juwelier oder Uhrmacher in dessen Geschäftsräumen kein Glas zu finden ist? Nein. Und so muss bei einem Einbruch oder dem Versuch eines Einbruchs die Verglasung zumeist als erstes daran glauben. Egal ob es das Schaufenster, die Vitrine oder die Glastür zur Schaufensterauslage ist. In der Glasversicherung von VALORIMA ist Glasbruch versichert, in jeder Sicherheitsstufe – und egal worauf er zurückzuführen ist.

Bessere Leistungen und erhöhte Deckungssummen

Zum 30. Geburtstag im Jahr 2020 hat VALORIMA eine neue, ebenfalls optional abschließbare Deckungserweiterung ins Angebot aufgenommen: VALORIMA PLUS mit insgesamt mehr als 30 Deckungserweiterungen. Damit profitieren Versicherungsnehmer von besseren Leistungen und erhöhten Versicherungsgrenzen. Hier nur fünf von insgesamt mehr als 30 VALORIMA PLUS Highlights:

- **Vandalismus kann schlimmer als Einbruch sein** – Schmuck und Uhren sind zwar noch an Ort und Stelle, aber die Geschäftsräume haben erheblichen Schaden genommen? VALORIMA PLUS deckt auch Schäden, die durch Vandalismus entstanden sind, unabhängig davon, ob ein Einbruch erfolgt ist.
- **Schmuck muss gezeigt werden** – und das am besten sorglos. Das repräsentative Tragen eines Schmuckstücks aus dem Warenbestand im Rahmen eines geschäftlichen Anlasses ist versichert. Bis zu 25.000 Euro gegen Raub und Transportmittelunfall.
- **Wenn beim Versand etwas schiefgeht** – auch unterwegs kann vieles passieren. Mit VALORIMA PLUS sind Transportschäden bei ausgewählten Paket- und Kurierdiensten bis zu 10.000 Euro abgesichert.
- **Warenbestände schwanken kontinuierlich** – die Bestände von Waren und Materialien unterliegen nicht nur saisonbedingt kontinuierlichen Schwankungen. Keine Gefahr einer Unterversicherung in der VALORIMA Inhaltsversicherung bei Schäden bis 25.000 Euro.
- **Raubüberfälle belasten nicht nur finanziell** – Raubüberfälle stellen eine große Belastung dar – aber ein Schaden durch gestohlene Ware ist nur ein Aspekt von vielen. VALORIMA PLUS kümmert sich um psychologische Ersthilfe, damit es Ihrem Kunden schnell besser geht.

Schon gewusst?

Die insgesamt 17 Mitarbeiter des VALORIMA Teams machen Valorenversicherung nicht nur nebenbei – sie machen sie ausschließlich. Alle wurden speziell auf die Bedürfnisse der Uhren- und Schmuckbranche ausgebildet, so erhalten Juweliere, Goldschmiede und Uhrmacher ein individuell auf die Branche und Ihren Bedarf zugeschnittenes Versicherungskonzept. Die 10 Juwelier-Underwriter im Team stehen deutschlandweit als Ansprechpartner vor Ort zur Verfügung. Bei Bedarf bieten diese auch Ihren Kunden eine kostenlose Sicherheitsberatung vor Ort, damit es nicht erst zum Schadenfall kommt. Zwei zusätzliche Underwriter kümmern sich ausschließlich um die Bedürfnisse der Kunden aus dem Großhandel, wie Schmuck- und Uhrenhersteller, -großhändler, Münz- und Edelmetallgroßhändler sowie Scheideanstalten. Das Team von VALORIMA pflegt intensiven Kontakt zur Branche und steht in regelmäßigem fachlichem Austausch. Unter anderem ist VALORIMA seit vielen Jahren Partner der beiden großen Zentralverbände und seit 2023 auch Partner des BVJ Handelsverband Juweliere. Kein Wunder also, dass sich mehr als die Hälfte aller Juweliere in Deutschland für VALORIMA entschieden hat!

Bei Fragen zu den Möglichkeiten wenden Sie sich gerne an die Maklerdirektion Pools und Verbände. Oder besuchen Sie das MaklerPortal unter www.makler.mannheimer.de.

Mannheimer Versicherung AG

Maklerdirektion Pools und Verbände
Maklerberaterin Sabine Küpper
Baierbrunner Straße 31
81379 München
Telefon 06 21. 4 57 42 77
mdpool@mannheimer.de
www.makler.mannheimer.de



Die verbesserte Betriebshaftpflicht von AXA Firmenkundengeschäft **AUF NEUEM NIVEAU**

Passgenaue Absicherung: umfassend, leistungsstark, auf den Punkt

Unternehmen stehen heute vor vielfältigen Herausforderungen – und Sie als Makler/innen vor der Pflicht, Ihren Gewerbetunden maßgeschneiderte Lösungen zu bieten.

Mit der verbesserten Profi-Schutz Haftpflichtversicherung stellt AXA ein Produkt bereit, das aktuelle Anforderungen optimal adressiert. Es vereint ein sehr umfangreiches Leistungspaket mit maßgeschneiderten Lösungen für verschiedenste Branchen und Tätigkeiten.

Stark in der Basis, flexibel im Detail

Mit der verbesserten Profi-Schutz Haftpflichtversicherung von AXA sind Ihre Firmenkunden optimal abgesichert. Mit der allgemeinen Deckung profitieren sie von einem breiten Leistungsspektrum.

Das neue Produkt von AXA ist darüber hinaus an die spezifischen Anforderungen verschiedener Branchen angepasst.

Ob Gastronomie, Hotellerie, Handel, Handwerk, Dienstleistungen, freie Berufe, Land- oder Forstwirtschaft, Baugewerbe, Heilwesen, Vereine oder Gemeinden – es liefert Firmenkunden den Versicherungsschutz, den sie brauchen.

Heute abschließen, für die Zukunft abgesichert

Die Komfortklausel als weiteres wichtiges Leistungsmerkmal

rundet den umfassenden Versicherungsschutz ab. Sie sichert zukünftige Leistungsverbesserungen automatisch und beitragsstabil zu. Auf Wunsch gilt der Versicherungsschutz des Vorversicherers für die nächsten fünf Jahre. Für Ihre Kund/innen bedeutet dies langfristige Sicherheit.

Einfach beraten, professionell unterstützt

Das überarbeitete Produkt dient Ihnen als leistungsstarker Teil des Angebotsportfolios.

Denn AXA als einer der größten Firmenversicherer am deutschen Markt hat jahrzehntelange Erfahrung in der Firmenkundenabsicherung. So haben Sie einen zuverlässigen Partner an Ihrer Seite.

Weitere Informationen
erhalten Sie unter:

[axa-makler.de](https://www.axa-makler.de)

AXA Konzern AG

Andreas Zöllner
Maklerbetreuer Komposit
Maklervertrieb
Mobil: 01520-9372729
Andreas.Zoellner@axa.de

*Kommen Sie
bei Fragen oder
Unterstützungsbedarf
gerne auf mich zu!*



Von der Beratung bis zum Abschluss – wir machen es Ihnen einfach.

Entdecken Sie jetzt, was unsere verbesserte BU
alles kann.



FÜR DAS, WAS KOMMT.

BU MODERN
Sicher. Für die Zukunft.



DIE R+V IST IHR STARKER GESUNDHEITSPARTNER

Zukunftstrend Gesundheit für Ihr Maklergeschäft

Ihre Kunden erwarten beim Thema Gesundheit mehr als nur reine Absicherung. Deshalb hat die R+V Krankenversicherung Konzepte entwickelt, die ganz auf die Bedarfe Ihrer Kunden einzahlen. Überzeugend in der Leistung wie im Service.

Die zentrale Frage
für Ihre Kunden lautet:

„Wie kann ich meine Gesundheit
langfristig erhalten und verbessern,
um ein erfülltes und aktives Leben zu
führen?“

Als Ihr Gesundheitspartner hat die R+V Krankenversicherung die Kundenbedarfe in drei Themenfeldern zusammengefasst und greift damit vollumfänglich den Wunsch Ihrer Kunden nach ganzheitlichen Gesundheitslösungen auf.

Jetzt informieren

**Bedarf:
Lückenlos gut
versorgt sein**

Immer mehr Menschen sehen sich zunehmend mit Lücken in ihrer Krankenversicherung konfrontiert. Das können Leistungen sein, die nicht ausreichend abgedeckt sind, steigende Anforderungen oder neue Hürden im Versicherungssystem. R+V hat dazu Lösungen entwickelt, die flexible Tarifkombinationen ermöglichen. So können Sie über Zusatzbausteine individuelle Lücken Ihrer Kunden sinnvoll ergänzen, zum Beispiel mit den Bündelpaketen Tarife plus.

**Bedarf:
Das Leben gesund
genießen**

Ihre Kunden erwarten von einer Krankenversicherung heutzutage mehr als nur eine reine Absicherung ihrer Gesundheit. Sie möchten ihr Leben einfach gesund genießen. R+V begegnet diesem Bedarf mit auf die jeweilige Zielgruppe abgestimmten Gesundheitskonzepten. Zum Beispiel dem R+V-BeihilfeKonzept für Beamte, Anwärter und deren berücksichtigungsfähige Angehörige. Oder dem R+V-GesundheitsKonzept AGIL für freiwillig Versicherte. Oder dem R+V-GesundheitsKonzept PROFIL für Firmenkunden.

**Bedarf:
Gesundheit
einfach digital managen**

Als Ihr GesundheitsPartner bietet R+V zudem ein umfassendes Portfolio an digitalen Angeboten und Plattformen, die den Zugang zu Gesundheitsleistungen vereinfachen und erweitern. Dazu gehören verschiedene R+V Gesundheitsservices, die Plattform TeleClinic für den digitalen Arztbesuch und das persönliche Kundenportal „Meine R+V“.

Wissen
kompakt
downloaden

Sie sehen, für jeden Bedarf Ihrer Kunden hat die R+V Krankenversicherung passende Lösungen entwickelt. Die über 100-jährige Erfahrung und die starke Partnerschaft überzeugen bereits über 1,7 Millionen Menschen. Auch deshalb wird die R+V regelmäßig mit Bestnoten bewertet.

Sie haben Fragen? Informative Materialien finden Sie im R+V Maklerportal. Sprechen Sie gerne auch Ihre Ansprechpartnerin Frau Claudia Petring – per E-Mail unter claudia.petring@ruv.de oder mobil unter 0151-26415668 an.

R+V

Für die Besten. Nur das Beste. Mehr Gesundheit für ein starkes Team.



Die neue betriebliche Krankenversicherung der Allianz bietet, was Ihre Firmenkunden wünschen. Das beste Konzept – einfach unschlagbar. Arbeitgeber legen Leistungen im Budgettarifs fest – wird das Budget nicht genutzt, verdoppelt es sich im Folgejahr.

Neue bKV-Budgettarife namens „MeineGesundheit“ lösen das bisherige Budgetangebot ab. Ebenfalls ersetzen neue Zahnbausteine namens „RundumZahn“ die bisherigen bKV-Zahntarife. „Unsere neue bKV spiegelt den Wunsch vieler Unternehmen nach mehr Flexibilität“, sagt Jan Esser, Vorstandsvorsitzender der APKV. „Sie verbindet die Individualisierungsmöglichkeiten der Bausteine mit der Budgetwelt und gibt Arbeitgebern so maximale Freiheit bei der Gestaltung 'ihres' Gesundheitspakets für die Mitarbeitenden.“

Die neuen Tarife sind einzigartig auf dem Markt: Mit den Budgettarifen „MeineGesundheit“ können Arbeitgeber bei der Absicherung von Sehhilfen erstmals unterschiedliche Leistungspakete definieren. „RundumZahn“ ermöglicht als erster bKV-Baustein eine Erstattung von bis zu 100 Prozent für Zahnersatz außerhalb der Budgettarife.

Leistungs-Highlights:

- Drei Sehhilfe-Optionen im Budgettarif – für jeden Bedarf die passende Lösung
- Breite, maximal einfache Vorsorgeleistungen ohne GOÄ-Katalog im Budgettarif
- Budgetverdoppelung bei Leistungsfreiheit
- Leistungsstärkste Zahn-Tarife: RundumZahn
- 100 Prozent Zahnersatz auch außerhalb des Budgets möglich. Keine Sublimits bei professioneller Zahnreinigung
- Unschlagbares, erweitertes Servicepaket – mit mehr Unterstützung im Bereich Psyche

In drei Schritten zum individuellen bKV-Budget: Arbeitgeber wählen Umfang von Budget, Sehhilfe- Leistungen und Zahn-Absicherung

So funktioniert „MeineGesundheit“: Zunächst legen Arbeitgeber fest, wie hoch das Budget ist, das sie pro Jahr und Mitarbeitendem für Gesundheitsleistungen zur Verfügung stellen.

Im nächsten Schritt entscheiden sie sich für eine von drei Absicherungsniveaus im Bereich Sehhilfen: 75 oder 100 Prozent Erstattung. Die bKV übernimmt dann anfallende Kosten für

Brillen, Kontaktlinsen oder Sehschärfe-Operationen bis zur maximalen Budgethöhe – ohne Erstattungs-Obergrenzen (Sublimits). In der Variante „Sehhilfe Extra“ stellen Arbeitgeber ihren Angestellten ein Extrabudget in gleicher Höhe wie die gewählte tarifliche Budgetstufe zur Verfügung. Aus diesem „Extratopf“ werden dann Leistungen für Sehhilfen zu bis zu 75 Prozent übernommen. Arbeitgeber stellen so sicher, dass ihre Mitarbeitenden weiterhin das Budget des Budgettarifs für andere Gesundheitsleistungen, wie etwa Vorsorgeuntersuchungen, nutzen können. Ähnlich legen Unternehmen im dritten Schritt die Absicherung ihrer Belegschaft im Zahnbereich fest: Zahnleistungen (Zahnersatz, Zahnbehandlung und Zahnvorsorge) werden entweder zu 100 Prozent (inklusive GKV-Leistungen) innerhalb des Budgets erstattet – oder können alternativ über einen separaten, ergänzenden Bausteintarif abgedeckt werden. Dieser steht in drei Varianten zur Wahl: „RundumZahn 70“, „RundumZahn 90“ und „RundumZahn 100“. Alle „RundumZahn“-Varianten kommen jeweils für 100 Prozent der Kosten für Zahnbehandlung und -vorsorge auf (inklusive GKV-Leistungen). Die Kosten für professionelle Zahnreinigung werden ohne Obergrenze übernommen. Unterschiede gibt es bei der Erstattung von Zahnersatz, bei dem die Bausteine, inklusive der Leistungen der GKV, wahlweise 70, 90 oder sogar 100 Prozent der Kosten übernehmen – egal, wie hoch diese ausfallen.

Vorsorge und ambulante Leistungen inklusive – keine Gesundheitsprüfung und Wartezeiten

Neben den Wahlmöglichkeiten bei Sehhilfe und Zahn hat die APKV auch den Umfang der neuen Budgettarife sowie die Gesundheitsservices erweitert. Automatisch in jedem Budgettarif enthalten sind Leistungen für Vorsorgeuntersuchungen, Impfungen, Naturheilverfahren beim Arzt (zum Beispiel Chiropraktik, Chiropraktik, Osteopathie) sowie ambulante ärztliche Behandlungen. „MeineGesundheit“ übernimmt die Kosten für Behandlungen beim Heilpraktiker sowie Leistungen für Arznei-, Heil- und Hilfsmittel und auch sämtliche Zuzahlungen nach § 61 SGB V – unter anderem Transportfahrten zum Arzt. Versicherte Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter werden ohne Gesundheitsprüfung aufgenommen und können die Leistungen ihrer bKV sofort in Anspruch nehmen. Es gibt keine Wartezeiten. Bereits laufende und angeratene Behandlungen sind ebenfalls mitversichert.

bKV nicht genutzt?

Doppeltes Budget im nächsten Jahr!

Versicherte profitieren von ihrem bKV-Budget sogar, wenn sie es nicht in Anspruch nehmen: Reichen sie ein ganzes Kalenderjahr keine Leistungen ein, verdoppelt sich im Jahr darauf ihr vereinbartes Jahresbudget. Dieses Extra lässt sich auch gezielt einsetzen, um für das Folgejahr geplante, teure Gesundheits-

leistungen zu finanzieren, beispielsweise einen umfangreichen Gesundheitscheck.

Neuer medizinischer Service: Unterstützung bei psychischer Belastung

Alle neuen bKV-Angebote enthalten die gewohnt umfangreichen medizinischen Assistance-Services, wie Facharztvermittlung, medizinische Rund-um-die-Uhr-Hotline, ärztliche Videosprechstunde oder Pflege-Assistance.

Neu ist, ein telefonisches Coaching, das Mitarbeitende bei psychischer Belastung unterstützt, bei beruflichem Stress oder privaten Problemen. Expertinnen und Experten begleiten dann die Betroffenen über drei Monate hinweg und stehen ihnen bei der Bewältigung ihres Alltags zur Seite.

Gut zu wissen: Alle Gesundheitsservices stehen auch engen Familienangehörigen der bKV-versicherten Mitarbeitenden kostenfrei zur Verfügung.

bKV für alle: ab fünf Mitarbeitenden – im Ruhestand – für die ganze Familie

Um noch mehr Firmen zu ermöglichen, für ihre Angestellten unkompliziert eine bKV einzurichten und die Prozesse für Vermittlerinnen und Vermittler zu vereinfachen, können die Tarife ab dem 01. April bereits ab fünf versicherten Personen abgeschlossen werden.

Möchten Mitarbeitende ihre bKV nach dem Eintritt in den Ruhestand auf eigene Kosten weiterführen oder ihre Familie in bKV-Familiartarifen absichern, steht ihnen dazu online eine einfach zu bedienende Antragstrecke zur Verfügung.

Alle Infos zur Arbeitgeberfinanzierten betrieblichen Krankenversicherung



Allianz

Marc Lorbeer-Feldmann
Tel.: 0221. 9457 22278
Marc.lorbeer@allianz.de

Gesetzlich versichert, aber trotzdem Privatpatient! **DAS IST MÖGLICH?!**

Der Vergleich zwischen der gesetzlichen (GKV) und privaten Krankenversicherung (PKV) ist ein anhaltend aktuelles Thema in der öffentlichen Debatte. Gesundheitspolitiker aller Couleur, Ärzte-, Krankenkassen- und Patientenvertreter diskutieren regelmäßig über die Vor- und Nachteile der beiden Systeme. Manche Differenzen scheinen fundamental zu sein. Jedoch ermöglicht die richtige, personalisierte und kosteneffiziente Beratung selbst gesetzlich Versicherten, die Vorteile des privaten Systems wahrzunehmen.

Um zu verstehen, wie dies möglich ist, muss man sich zunächst des großen Unterschieds in der Finanzierung bewusst werden. Weiterlesen wird daher dringend empfohlen.

Gesetzliche Krankenkassen rechnen nach dem Sachleistungsprinzip ab. Das heißt konkret: Der Arzt reicht die Behandlungskosten direkt bei der zuständigen Krankenversicherung ein – der Patient hat dabei keine Einsicht. Diese Art der Abrechnung erfolgt innerhalb der vier Prinzipien: ausreichend, zweckmäßig, wirtschaftlich und notwendig. Dadurch sind die Behandlungsmöglichkeiten und die Medikamentenauswahl klar limitiert, und die Wartezeiten typischerweise lang.

Dem gegenüber steht das von privaten Krankenversicherungen angewandte Kostenerstattungsprinzip. Hierbei stellt die behandelnde medizinische Einrichtung die Rechnung direkt an den Patienten. Dieser begleicht sie zunächst selbst – bei vollständiger Kostentransparenz – und kann die erstattungsfähigen Kosten anschließend bei seiner Versicherung einreichen. Der große Vorteil: Die Limitierungen des Sachleistungsprinzips gelten hier nicht. Die Behandlung erfolgt nach den Maßstäben der bestmöglichen medizinischen Versorgung. Bei freier Arztwahl und kurzen Wartezeiten geht es ausschließlich darum, das medizinisch bestmögliche Ergebnis zu erzielen. Das Leistungsangebot umfasst nahezu jede medizinische Interventionsmöglichkeit und ist individuell kombinierbar.

Seit 2004 sind gesetzliche Krankenversicherungen verpflichtet, ihren Mitgliedern die Wahl zu ermöglichen. Ergänzungstarife bieten die Möglichkeit, von den Vorteilen der Privatversorgung zu profitieren. Bei Abschluss dieser Tarife greift das Kostenerstattungsprinzip – und verschafft dem gesetzlich Versicherten sämtliche Annehmlichkeiten einer Privatversicherung.

Eine Grundvoraussetzung für diese Tarife ist, dass das Kostenerstattungsprinzip bei der eigenen Krankenkasse angezeigt wird. Der Wechsel des Abrechnungsprinzips kann für sämtliche oder nur bestimmte Teilbereiche individuell vereinbart werden. Entscheidend ist dabei: Die gesetzliche Krankenkasse übernimmt in der Regel nur die Kosten, die durch das Sachleistungsprinzip entstanden wären.

Um von den zusätzlichen Kosten nicht kalt erwischt zu werden, ist die Wahl des passenden Zusatztarifs für den gewünschten Bereich essenziell.

DIE TARIF- UND BERATUNGSMÖGLICHKEITEN SIND IMMENS.

Wenden Sie sich an das Team KV und erfahren Sie, wie Sie Ihren Kunden die beste Behandlung zu besten Konditionen garantieren können!

[pma:] Team KV

IHR INVESTMENTGESCHÄFT - Ungenutztes Potenzial oder bereits Ihr Erfolgsmotor?

Liebe Partnerinnen und Partner,

Vermögensaufbau ist für Ihre Kunden wichtiger denn je: Negativzinsen sind Geschichte, dafür sorgen Inflation und demografischer Wandel für wachsenden Beratungsbedarf. Die Frage ist: Nutzen Sie dieses Potenzial bereits vollständig?

Unsere Erfahrung zeigt: Während einige Partner im Investmentgeschäft sehr aktiv sind, haben andere diesen Bereich bisher aus nachvollziehbaren Gründen noch nicht oder nur wenig erschlossen:

- Zeitdruck und Administration
- Unsicherheit bei Produktauswahl
- Komplexe Regulatorik
- Fehlende Systematik im Beratungsprozess

Wir entwickeln unsere Unterstützung weiter – mit Ihnen!

Um allen Partnern – sowohl erfahrenen Investment-Vermittlern, als auch Einsteigern – passende Lösungen anbieten zu können, starten wir eine Initiative zur Optimierung unseres Investmentangebots. Im Mittelpunkt steht dabei unsere kurze

Umfrage "Investmentgeschäft 2025", die nur 5 bis 7 Minuten Ihrer Zeit in Anspruch nimmt.

Was Sie davon haben:

- Konkrete Unterstützungsangebote, die auf Ihre individuellen Bedürfnisse zugeschnitten sind
- Chance zur Teilnahme an unserem Pilotprojekt
- Vereinfachter Einstieg oder Ausbau Ihres Investmentgeschäfts

Vom Feedback zum Handeln: unser Pilotprojekt

Ihre Rückmeldungen bilden die Grundlage für unsere nächsten Schritte. Darüber hinaus suchen wir engagierte Partner, die mit uns gemeinsam ein zukunftsweisendes Investmentkonzept entwickeln möchten – von der Kundenansprache über die Produktauswahl bis hin zur rechtssicheren Abwicklung.

Als Teilnehmer unseres Pilotprojekts:

- Erhalten Sie exklusiven Zugang zu neuen Tools und Prozessen
- Gestalten Sie unsere Investmentstrategie aktiv mit
- Profitieren Sie von intensivem Austausch mit erfolgreichen Kollegen

**NEHMEN SIE
JETZT AN DER
UMFRAGE TEIL!**

[umfrage.pma.de/
index.php/654385?lang=de](https://umfrage.pma.de/index.php/654385?lang=de)



Geben Sie in der Umfrage einfach an, wenn Sie Interesse an einer Teilnahme haben!

Gemeinsam mehr erreichen

Das Investmentgeschäft bietet enormes Potenzial – sowohl für Ihre Kunden als auch für die Stabilität und Rentabilität Ihres Unternehmens. Lassen Sie uns gemeinsam herausfinden, wie wir dieses Potenzial für Sie optimal erschließen können.

Ihre Meinung zählt – wir freuen uns auf Ihre Teilnahme!

Ihr Team Vermögen



Neue Ertragsquellen erschließen: Warum Investment zu Ihrem Portfolio gehört

Die Zeiten, in denen Berater und Kunden bei Geldanlagen nur an klassische Sparprodukte oder Versicherungen dachten, sind vorbei. Zwischen kurzfristiger Liquidität und langfristiger Altersvorsorge gibt es eine Welt voller Möglichkeiten – und genau hier können Sie als Berater punkten. Mit Fondsvermögensverwaltungen (Fonds-VV) bieten Sie Ihren Kunden eine flexible Lösung für mittelfristige Anlageziele und erschließen sich gleichzeitig eine attraktive Einnahmequelle. Das Beste daran? Sie brauchen kein Investmentprofi zu sein, um Ihre Kunden kompetent zu beraten.

Darum gehören Investments in Ihr Beratungsangebot

- Es gibt kaum eine Alternative zu Investmentfonds / ETFs für die Vermögensbildung (s. a. Fondspolicen)
- Die Rendite der Investmentfonds / ETFs liegt mittel- bis langfristig im Durchschnitt über der Inflation (prozentual)
- Kunden beschäftigen sich selbst mit dem Thema oder werden von Banken sowie anderen Beratern angesprochen
- Langfristige wiederkehrende Einnahmen (Provisionen oder Serviceentgelte)
- Serviceentgelte sind bei einem Provisionsverbot nicht betroffen
- Über eine Fondsvermögensverwaltung (Fonds-VV) ist eine Genehmigung §34d GewO ausreichend
- Eine Fonds-VV ist einfach zu vermitteln
- Bei einer Fonds-VV übernimmt der Vermögensverwalter die Haftung



Die Marktlücke zwischen Sparbuch und Altersvorsorge

Sie vermitteln bereits heute Fondspolice für die Altersvorsorge an Ihre Kunden. Für kurzfristige Liquidität gibt es das Sparbuch, Tages- oder Festgelder. Aber was ist dazwischen, wenn Ihr Kunde mittelfristig in 10 bis 15 Jahren Geld für die Ausbildung der Kinder, den Traumurlaub, sein Traumauto oder ähnliche Wünsche Geld zurücklegen möchte. Hier können Sie Ihrem Kunden mit einem Investmentdepot eine attraktive und flexible Anlageform anbieten.

Tipp: Die mittelfristige Anlage als Türöffner

Fragen Sie Ihre Kunden gezielt nach mittelfristigen Zielen. Fast jeder hat Wünsche, die er sich in 5-15 Jahren erfüllen möchte. Hier schaffen Sie einen natürlichen Gesprächseinstieg für Investmentlösungen.

Einfacher Start — ohne Finanzmarktexperte zu sein

Sie müssen nicht der Finanzexperte sein. Da wir Ihnen verschiedene Fonds-VV-Modelle an die Hand geben.

Wir bieten Ihnen auch einen Koffer voller Ideen, wie Sie Ihre Kunden ansprechen können und auf ihre Fragen und Einwände reagieren.

Zusätzlich stellen wir Ihnen eine spielerische Herangehensweise zur Verfügung, um die finanzielle Bildung Ihrer Kunden zu verbessern. Sie müssen nur den ersten Schritt machen und uns fragen!

Die Vorteile der Fonds-VV im Überblick

Für Ihre Kunden:

- Auch schon mit kleineren Beträgen möglich (Einmalanlage oder Sparplan)
- Jederzeit Zuzahlung und Entnahmen möglich
- Jederzeit Ratenpause oder -stopp möglich
- Professionelle Betreuung der Investments
- Verschiedene Modelle nach Risikoneigung

Für Sie als Berater:

- Änderungen – wenn nötig – mit geringem Aufwand
- Regelmäßige Einnahmen
- Einmalige aber einfache Vermittlung

**Sie möchten mehr erfahren?
Für die entsprechenden Lösungen sprechen Sie gerne Ihr Team Vermögen der [pma:] an.**

[pma:] Team Vermögen

Sonnige Aussichten und Renditen: Direktinvestments in Photovoltaik

Nachhaltigkeit ist längst kein Nice-to-have mehr – sie wird zum Muss. Immer mehr Anleger fragen nach grünen Investments, die Sinn und Rendite verbinden. Für Sie als Berater öffnet das spannende Möglichkeiten: Photovoltaik-Direktinvestments bieten genau diese Kombination – steuerliche Vorteile, planbare Erträge und das gute Gefühl, in die Zukunft zu investieren.

Doch wie genau funktioniert diese Anlageform, und warum ist sie gerade jetzt so gefragt? Wir verraten es Ihnen!

Die Welt der Investitionen ist im Wandel. Nachhaltige Anlageformen gewinnen an Bedeutung und zeigen ihre Vorteile auch immer mehr in Form von attraktiveren Renditen im Vergleich zu herkömmlichen Anlageformen. Besonders Photovoltaik (PV)-Direktinvestments erfreuen sich wachsender Beliebtheit – nicht nur wegen ihrer positiven ökologischen Wirkung, sondern auch aufgrund der lukrativen steuerlichen und finanziellen Vorteile, die sie bieten. Insbesondere Unternehmer, Selbstständige und Arbeitnehmer mit einem hohen zu versteuernden Einkommen oder einer Abfindung können von dieser Anlageform erheblich profitieren.

Was steckt hinter einem Photovoltaik-Direktinvestment?

Bei einem Photovoltaik-Direktinvestment erwerben Anleger Parzellen innerhalb eines Freiflächenprojekts, die mit Solarmodulen und Wechselrichtern ausgestattet sind. Dabei wird der Investor rechtlich zum Betreiber der entsprechenden Anlagenteile. Die Vergütung für den erzeugten Solarstrom ergibt sich durch die Vermarktung des eingespeisten Solarstroms und bietet attraktive Möglichkeiten, vom wachsenden Energiemarkt zu profitieren.

Für Ihre Kunden bedeutet das: Sie investieren in eine nachhal-

tige Energiequelle und sichern sich gleichzeitig eine attraktive Rendite. Besonders interessant sind die steuerlichen Vorteile, da die Photovoltaikanlage als eigenständiges Wirtschaftsgut abgeschrieben werden kann – zusätzlich zur Möglichkeit, die Umsatzsteuer geltend zu machen.

Dies ermöglicht dem Investor stabile Erträge durch den Verkauf des erzeugten Stroms, sowie in den meisten Fällen auch steuerliche Vorteile, wie die Nutzung des Investitionsabzugsbetrags (IAB) und Sonderabschreibungen (AfA).

Warum jetzt?

Die politischen Rahmenbedingungen sind günstiger denn je. Förderungen und staatliche Programme unterstützen den Ausbau erneuerbarer Energien aktiv, und mit dem Fokus auf Energieunabhängigkeit wird Solarstrom zur Schlüsselressource.

Photovoltaik-Direktinvestments profitieren zudem von der Energiepreis-Entwicklung und bieten eine vergleichsweise hohe Kalkulationssicherheit – ein echtes Argument in unsicheren Zeiten.

Aber auch aus strategischer Sicht ist der Zeitpunkt optimal:

Als Berater positionieren Sie sich nicht nur als Anbieter moderner, nachhaltiger Investmentlösungen, sondern auch als Partner, der aktiv auf aktuelle Markttrends reagiert und zukunftsweisende Anlagemöglichkeiten erschließt.

1. Stabilität und Rendite: Ein sicheres Investment



Photovoltaik-Anlagen zeichnen sich durch ihre langfristige Rentabilität aus. Dies wird durch mehrere Faktoren unterstützt:

- **Direkter Erwerb von Vermögenswerten**
Der Investor investiert direkt in spezifische Vermögenswerte einer Photovoltaikanlage, wie Infrastruktur und Wechselrichter.
- **Stabile Erträge und steuerliche Vorteile**
Langfristige Abnahmeverträge bieten stabile Erträge - steuerliche Vorteile wie der Investitionsabzugsbetrag (IAB) und Sonderabschreibungen erhöhen die Liquidität.
- **Nachhaltige & abgesicherte Investition**
PV-Direktinvestments fördern die Erzeugung von sauberer Energie und bieten dem Investor ein nachhaltiges Investment.

Projektentwickler, die PV-Freiflächenanlagen entwickeln, gibt es viele, aber es gibt ein paar Dinge, die der Investor im Blick haben sollte, um mit bestem Wissen und Gewissen ein Investment zu tätigen:

A. Meilensteinzahlungen nach Baufortschritt - Viele Entwickler erwarten Anzahlungen von >50 Prozent des Kaufpreises. Die Zahlungen für Projekte unseres Vertriebspartners Helio Connect sind jedoch an Meilensteine gekoppelt, die den Fortschritt des PV-Projektes widerspiegeln. Die Restzahlung von 80 Prozent ist erst mit dem Netzgang des Projektes zu zahlen. Dies bedeutet für Investoren, dass die Schlusszahlung erst fällig wird, wenn Erträge wirklich generiert werden können. Dies reduziert das Risiko für den Investor erheblich. Die Meilensteine werden dabei von einem unabhängigen technischen Berater geprüft.

B. Finanzierungsoptionen - Viele Projekte kommen ohne Finanzierung. Das heißt, der Investor muss sich selbst um die Finanzierung kümmern. Unser Finanzierungspartner Helio Finanz bietet bei hauseigenen Projekten jedoch verschiedene Varianten an:

- **Globalfinanzierung:** Jedes Projekt ist von Banken vorgeprüft und jeder Kunde mit entsprechender Bonität kann finanziert werden. In Kombination mit dem IAB (siehe 4.) ist dies eine besonders attraktive Möglichkeit, mit nur wenig Eigenkapital hohe Renditen zu erzielen.
- **Kapitalstarke Investoren** (zum Beispiel nach Abfindungen oder Ausschüttungen profitieren von dieser Variante, in der ein Teil des Kaufpreises aus den Stromerträgen zurückgezahlt wird.
- **Helio Finanz** unterstützt nur bei der 1. und 2. Option. Unterlagen für die Hausbank stehen den Partnern über

Datenräume zur Verfügung.

- **Ohne Fremdkapital:** für kapitalstarke Anleger ohne Fremdkapitalaufnahme.

C. Stromvermarktungsstrategie - Für die Rendite der Anlage ist der Ertrag aus dem Verkauf des produzierten Stroms relevant. Vertrauen Sie deshalb auf die Stromvermarktungsexperten. Unser Projektentwickler PARQ energy baut z.B. auf langfristige Stromabnahmeverträge (PPAs) mit mittelständischen Unternehmen und sorgt mit Bündelung von Solar & Wind für eine überdurchschnittliche Rendite.

D. Absicherung gegenüber Risiken - Wählen Sie einen Projektentwickler mit hohen Qualitätsstandards. Hochwertige Komponenten, Bauunternehmen und Dienstleistern mit Tier 1 Rating minimieren mögliche Risiken genauso wie ein umfangreiches Versicherungs- und Bürgschaften Konzept.

E. Kaufpreis und laufende Kosten - Achten Sie nicht nur auf attraktive Kaufpreise, sondern auch die veranschlagten laufenden Kosten, wie z.B. die kaufmännischen und technischen Betriebskosten. Hier profitieren Sie von den Skalierungseffekten von großen Freiflächenanlagen unseres Partners gegenüber kleinen Dachanlagen, die in der Regel deutlich teurer sind.

F. Projektverfügbarkeit - Unser Vertriebspartner Helio Connect ermöglicht es uns, jederzeit Projekte zur Investition anbieten zu können.

2. Steuerliche Vorteile durch den Investitionsabzugsbetrag (IAB) und die Sonderabschreibung



Der Investitionsabzugsbetrag (IAB) ist ein attraktives steuerliches Instrument in Deutschland. Er ermöglicht es, geplante Investitionen steuerlich im Voraus geltend zu machen, auch wenn die Anschaffung erst in den nächsten drei Jahren erfolgt. Die vorgezogene steuerliche Absetzung schafft sofortige Liquidität, die wiederum für die Finanzierung der PV-Anlage genutzt werden kann.

Nach Anschaffung der PV-Anlage können die verbleibenden Kosten durch Abschreibungen über die Nutzungsdauer verteilt steuerlich geltend gemacht werden. Im Jahr der Inbetriebnahme der Anlage kann man zum Beispiel eine Sonderabschreibung nutzen.

Auf Wunsch stellen wir eine Stellungnahme von EY zum Thema PV-Direktinvestments mit IAB und Sonderabschreibungen zur Verfügung. Bitte kontaktieren Sie dazu Peter Sommer.

3. Nachhaltigkeit als entscheidendes Argument



In Zeiten des Klimawandels ist die Nachfrage nach grünen Investments enorm gestiegen. PV-Direktinvestments erfüllen höchste Ansprüche an nachhaltige Kapitalanlagen:

- Reduktion von CO₂-Emissionen: Jede Kilowattstunde Strom, die durch Solarenergie erzeugt wird, ersetzt fossile Brennstoffe und trägt zur Dekarbonisierung der Energieversorgung bei.
- Positive ESG-Bilanz: Immer mehr Unternehmen und Privatpersonen legen Wert auf ihre ESG-Bilanz (Environment, Social, Governance). Eine PV-Anlage verbessert diesen Wert nachhaltig. Auch für den Stromverkauf ist dies ein wichtiger Faktor.
- Beitrag zur Energiewende: Photovoltaik ist ein zentraler Baustein der Energiewende in Deutschland und wird aktiv durch politische Maßnahmen gefördert.

4. Mit Abfindungszahlungen steueroptimiert investieren

Eine Abfindung kann schnell zu einer hohen Steuerlast führen, wenn sie auf einmal ausgezahlt wird. Hier kommt die sogenannte Fünftelregelung ins Spiel, die die Abfindung steuerlich begünstigt. Ein PV-Direktinvestment kann diesen Vorteil weiter maximieren:

- Senkung der Steuerlast: Ein Teil der Abfindung kann gezielt in eine PV-Anlage investiert werden, wodurch die steuerpflichtige Summe reduziert wird.
- Langfristiger Vermögensaufbau: Im Gegensatz zu einer einmaligen Steuerzahlung wird das Kapital in eine Anlageform umgewandelt, die über Jahre hinweg Erträge generiert.
- Nachhaltigkeit und Sinnhaftigkeit: Eine Investition in erneuerbare Energien ist nicht nur finanziell lukrativ, sondern auch gesellschaftlich sinnvoll. Sie bietet eine Möglichkeit, das eigene Vermögen mit einem nachhaltigen Ansatz zu verknüpfen.

Fazit:

Fazit:

PV-Direktinvestments sind eine intelligente und nachhaltige Möglichkeit, Kapital gewinnbringend anzulegen und dabei steuerliche Vorteile optimal zu nutzen. Unternehmer, Selbstständige aber auch Arbeitnehmer, die Ihre Steuerlast mit einer Abfindung reduzieren möchten, finden hier eine Win-win-win-Situation: langfristige Renditen, steuerliche Vorteile und ein Beitrag zur Energiewende.

Werden diese Vorteile mit einer soliden Planung kombiniert, lassen sich finanzielle Ziele ebenso erreichen wie ökologische – eine seltene Kombination, die PV-Direktinvestments zu einem der spannendsten Anlageinstrumente unserer Zeit macht. Nutzen Sie also die Chance und machen Sie Photovoltaik-Direktinvestments zum festen Bestandteil Ihrer Beratung! Ob als Portfolioergänzung für Bestandskunden oder als Türöffner für Neukunden.

Kontaktieren Sie uns – bzw. Peter Sommer - für eine persönliche Beratung. Erfahren Sie, wie Sie diese Anlageform optimal in Ihre Kundenstrategie integrieren und verwandeln Sie Sonnenstrahlen in Renditechancen.

[pma:] Team Vermögen

Wir sind **starpool** Exklusivpartner

Das Beste verdienen – unser Anspruch auf Qualitätsführerschaft

Mehr Tempo, mehr Durchblick, mehr Erfolg. Als einer von bundesweit nur 25 Exklusivpartnern von Starpool können wir Ihnen ab sofort einen Service bieten, der in puncto Geschwindigkeit, Qualität und Konditionen neue Maßstäbe setzt. Nicht das Volumen hat den Ausschlag gegeben – sondern unsere Beratungsqualität. Ein echter Ritterschlag für uns und ein echter Vorteil für Sie.



Ihre exklusiven Vorteile

Unser Baufinanzierungsteam [pma:] Hypo ist nicht aus Zufall Exklusivpartner geworden - wir haben uns durch Qualität und Leistung hervor getan. Und das bedeutet für Sie:

25
Exklusivpartner
bundesweit

24h
Bearbeitungszeit für
Ihre Anfragen

550+
Angeschlossene Banken
und Finanzierungspartner

100%
Fokus auf Qualität
statt Quantität

Direkteinreichung

Wir haben direkten Zugang zu den Entscheidern der angefragten Banken. Ihre Anträge werden ohne Umwege bearbeitet.

Breites Produktspektrum

Zugriff auf über 550 Banken, Bausparkassen und Versicherungen für optimale Finanzierungslösungen.

Priorisierte Bearbeitung

Ihre Anfragen werden automatisch mit Priorität 1 behandelt und innerhalb von 24 Stunden bearbeitet.

Schnellere Prozesse

Schnellere und effizientere Bearbeitung Ihrer Baufinanzierungsanfragen durch optimierte Prozesse.

Persönlicher Ansprechpartner

Sie erhalten Zugang zu einem dediziertem Sales Manager, der Ihre Anfragen persönlich betreut.

Qualitätsführerschaft

Wir wurden nicht für das Volumen ausgewählt, sondern für die Qualität unserer Vermittlungen.

► Profitieren Sie von unserer Exklusivpartnerschaft

Kontaktieren Sie unser Baufinanzierungsteam [pma:] Hypo und erfahren Sie, wie wir Ihnen mit unserem exklusiven Status bei Ihrer nächsten Finanzierung helfen können.

ENERGIEEFFIZIENZ IM DOPPELPAK



ZWEI UNTERNEHMEN – EIN GEMEINSAMES ZIEL: NACHHALTIGE ENERGIELÖSUNGEN MIT WEITBLICK.

In Zeiten steigender Energiepreise und wachsender Anforderungen an Klimaschutz und Gebäudestandards stehen Bauherren, Unternehmen und Kommunen vor komplexen Herausforderungen. Wer heute in Energieeffizienz investiert, braucht sowohl technische Exzellenz als auch unabhängige Beratung. Zwei regionale Akteure, die genau diesen Anspruch verfolgen, sind die Solarkönig Services GmbH aus Sendenhorst und die bundesweit tätige BODE Unternehmensgruppe mit Hauptsitz in Münster und vielen Standorten in NRW.

Solarkönig Services GmbH – Maßgeschneiderte Energietechnik aus einer Hand

Die Solarkönig Services GmbH hat sich auf die Planung und Umsetzung umfassender Energielösungen spezialisiert. Mit einem Portfolio, das von Photovoltaikanlagen über Stromspeicher, Wallboxen und Wärmepumpen bis hin zu intelligentem Energiemanagement reicht, bietet das Unternehmen Komplettsysteme für Privatkunden, Gewerbebetriebe und Industriekunden.

Besonderer Wert wird auf ganzheitliche Konzepte gelegt: Von der ersten Analyse über die technische Umsetzung bis hin zur fortlaufenden Betreuung entstehen bei Solarkönig Lösungen, die Nachhaltigkeit, Wirtschaftlichkeit und Unabhängigkeit miteinander verbinden. Dabei kommt ausschließlich hochwertige, herstellerunabhängige Technik zum Einsatz – individuell geplant und passgenau installiert.

BODE Unternehmensgruppe – Unabhängige Beratung für energieeffizientes Bauen

Die BODE Unternehmensgruppe ergänzt diesen praktischen Ansatz mit einer breiten Palette unabhängiger Planungs- und Beratungsleistungen. Als zertifiziertes Ingenieur- und Architekturbüro bietet BODE fundierte Expertise in den Bereichen Energieberatung, Fördermittelmanagement, technischer Gebäudeausrüstung, Architektur, Bauphysik, Statik und Schulung.

Im Fokus steht stets die individuelle und unabhängige Begleitung von Bauherren, Projektentwicklern, Kommunen und Unternehmen – vom ersten Konzept bis zur Umsetzung. Durch die interdisziplinäre Aufstellung des Teams kann BODE selbst komplexe Anforderungen integrieren und nachhaltige Gebäudeentwicklung zukunftssicher gestalten. Eine besondere Stärke liegt dabei in der systematischen Einbindung von staatlichen und regionalen Fördermitteln, wodurch Projekte wirtschaftlich tragfähig und langfristig rentabel werden.

FAZIT: ZWEI PERSPEKTIVEN – EINE MISSION

Wer heute energieeffizient bauen oder sanieren will, braucht mehr als nur eine geeignete Technik. Er braucht ein Zusammenspiel aus unabhängiger Beratung, intelligenter Planung und verlässlicher Umsetzung.

- Fördermittel sichern und direkt in Maßnahmen umsetzen
- Zeit und Kosten sparen durch abgestimmte Abläufe
- Klarer Fahrplan von der Idee bis zur Inbetriebnahme

Die Energiewende braucht starke Partner – sowohl auf der konzeptionellen als auch auf der praktischen Seite. Unabhängige Fachplanung und erfahrene Umsetzungspartner sorgen gemeinsam dafür, dass Bauherren – ob privat oder gewerblich – von Anfang an auf der sicheren Seite sind. Sowohl die BODE Planungsgesellschaft als auch Solarkönig Services agieren eigenständig, setzen jedoch auf einen partnerschaftlichen Austausch – im Sinne effizienter, nachhaltiger und kundenorientierter Energielösungen.



Verblüffendes Frühlingswissen: 10 Fakten, die selbst Naturexperten überraschen

Der Frühling ist mehr als nur die Zeit erwachender Blumen und zwitschernder Vögel. Er ist ein faszinierendes Naturphänomen mit überraschenden Besonderheiten, die selbst Wissenschaftler ins Staunen versetzen. Während die ersten warmen Sonnenstrahlen unsere Gemüter erhellen, vollzieht sich in der Natur ein minutiös getakteter Wandel. Tauchen Sie ein in die verborgene Welt des Frühlings – vom "reisenden" Frühling über duftende Luft bis hin zu den astronomischen Eigenheiten dieser besonderen Jahreszeit.

1. Der Frühling ist ein Reisender mit 35 km/h

Die Ankunft des Frühlings folgt in Europa einem klaren geografischen Muster: Er startet im Südwesten und wandert schrittweise in Richtung Nordosten. In Portugal blühen bereits Ende Februar die Obstbäume, während in Deutschland oft noch Schnee liegt. Der Vollfrühling erreicht Deutschland erst Mitte April, wobei die Natur in Stuttgart schon weiter ist als in Hamburg. Die Finnen müssen am längsten warten – bis Ende Mai. Umgerechnet bedeutet das: Der Frühling "reist" mit etwa 35 Kilometern pro Tag durch Europa.

2. Pflanzen als präzise Kalender

Blumen, Gräser und Bäume verfügen über erstaunliche Mechanismen, um den optimalen Zeitpunkt zum Austreiben zu bestimmen. Viele Pflanzen besitzen eine Art inneren Zähler, der warme Tage registriert und so den Frühlingsbeginn bestimmt. Entscheidend sind zudem Tag- und Nachtlänge, die durch spezielle Eiweiße in den Blättern wahrgenommen werden. Besonders interessant: Viele Frühblüher wie Schneeglöckchen benötigen den Winter, um ihre Blüten überhaupt erst anzulegen – erst die ersten warmen Tage geben dann den Startschuss zum Blühen.

3. Winterschlaf: Die anstrengende Ruhephase

Entgegen der landläufigen Vorstellung "schlafen" Winterschläfer nicht wirklich. Der Winterschlaf entspricht eher einer Starre mit heruntergefahrenem Stoffwechsel, was vielen Tieren ermöglicht, lange ohne Nahrung auszukommen. Das Erwachen im Frühling ist dabei erstaunlich energieaufwendig: Murmeltiere investieren mehr als 70 Prozent ihrer Energiereserven allein in den Aufwachvorgang.

4. Frühlingsluft ist wissenschaftlich nachweisbar

Das veränderte Geruchserlebnis im Frühling ist keine Einbildung: Warme Luft fördert tatsächlich die Ausbreitung ätherischer Öle – ähnlich wie bei einer Duftlampe, nur natürlicher. Die Intensität der Pflanzengerüche nimmt dadurch zu, und wir können sie deutlicher wahrnehmen. Interessanterweise riecht "Frühlingsluft" für jeden Menschen anders, je nachdem, wo man aufgewachsen ist und welche Gerüche man mit dem Frühling verbindet.

5. Die Zeitumstellung und ihre versteckten Gefahren

Die Umstellung auf die Sommerzeit im März bringt unseren Biorhythmus durcheinander: Während die Sonne ihren gewohnten Stand behält, müssen wir plötzlich eine Stunde früher aufstehen – oft noch bei Dunkelheit. Die resultierende Müdigkeit ist nicht nur unangenehm, sondern auch gefährlich: Studien belegen einen nachweisbaren Anstieg von Verkehrsunfällen in den Tagen nach der Zeitumstellung.

6. Frühling als Neujahrszeit

Während wir Neujahr am 1. Januar feiern, beginnt in vielen Kulturen das neue Jahr im Frühling. In China richtet sich Neujahr nach dem Mondkalender und fällt zwischen den 21. Januar und 21. Februar mit bis zu 15 Tagen Feierlichkeiten. Im Iran und Afghanistan wird Neujahr ("Nowruz") um den 21. März – unseren astronomischen Frühlingsanfang – gefeiert. Tibeter begehen ihr "Losar"-Neujahrsfest im Februar mit bis zu einwöchigen Feierlichkeiten.

7. Menschen als potenzielle Winterschläfer?

Überraschenderweise verfügen Menschen über die genetischen Grundvoraussetzungen für einen Winterschlaf. Diese Erkenntnis interessiert besonders die NASA für zukünftige Weltraummissionen: Astronauten könnten theoretisch während der langen Reise zum Mars in einen winterschlafähnlichen Zustand versetzt werden. Ein erhebliches Problem dabei: Untersuchungen zeigen, dass der Winterschlaf die Anzahl der Synapsenverbindungen im Gehirn reduziert – was zu erheblichen kognitiven Einschränkungen führen könnte.

8. Frühjahrsmüdigkeit hat biologische Ursachen

Die Frühjahrsmüdigkeit ist kein Mythos, sondern basiert auf realen physiologischen Prozessen. Mildere Temperaturen weiten die Blutgefäße, was zu einem leichten Blutdruckabfall führt. Gleichzeitig ist nach dem Winter die Konzentration des Schlafhormons Melatonin oft noch erhöht. Diese Umstellung kann bis zu einem Monat dauern und erklärt die typische Müdigkeit im Frühjahr.

9. Frühlingsgefühle sind wissenschaftlich belegbar

Die sprichwörtlichen "Frühlingsgefühle" haben tatsächlich eine biologische Grundlage. Nach der körperlichen Umstellung auf die neue Jahreszeit steigt die Produktion von Glückshormonen merklich an. Wir fühlen uns fitter, aktiver und oft auch besser gelaunt. In Äquatornähe bleibt dieses Phänomen jedoch aus, da dort kein klassischer Jahreszeitenwechsel stattfindet und Tag und Nacht ganzjährig etwa gleich lang sind.

10. Der astronomische Frühlingsanfang

Der astronomische Frühlingsbeginn – die Tag-und-Nacht-Gleiche am 20. oder 21. März – markiert den Zeitpunkt, an dem Tag und Nacht gleich lang sind. Danach werden die Tage auf der Nordhalbkugel länger als die Nächte. In diesem Moment steht die Sonne exakt über dem Äquator, bevor sie scheinbar nach Norden wandert. Meteorologen verwenden hingegen aus praktischen Gründen den 1. März als Frühlingsbeginn, da sich Wetteraufzeichnungen so besser in Dreimonatsabschnitte gliedern lassen.

[pma:]

ZURÜCK IN DER ZEIT MIT
DEM LUXUS VON HEUTE -

**Anantara Convento di
Amalfi Grand Hotel**



Nur 15 Gehminuten vom Stadtzentrum von Amalfi und etwa 90 Autominuten vom Flughafen Neapel entfernt präsentiert sich das luxuriöse Hotel als außergewöhnlicher Rückzugsort in einem ehemaligen Kapuzinerkloster aus dem 13. Jahrhundert. Das Anantara Convento di Amalfi Grand Hotel, ein Fünf-Sterne-Hotel in den Bergen von Amalfi, ist ein schönes Beispiel für ein liebevoll renoviertes Bauwerk.

Nach einer sorgfältigen Restaurierung historischer Elemente, wie des kunstvollen Kreuzgangs und der 800 Jahre alten Barockkirche, vereint das Fünf-Sterne-Haus nun asketisches Ambiente mit zeitgemäßem Luxus.

Gäste nächtigen in 52 Zimmer und Suiten, von denen viele einst bescheidene Mönchsquartiere waren. Bei der Neugestaltung der Räume blieben Originalfliesen, Gewölbedecken und Kalkwände erhalten; edle Stoffe, skulpturale Möbel und moderne Kunst prägen das gesamte Interieur. Ein Highlight unter den Zimmerkategorien ist die Suite Del Priore mit Fresken über dem Himmelbett und Blick auf den Kreuzgang. Die Eremiten-Suite hingegen profitiert vom eigenen Zitronenhain, andere Suiten von einem eigenen Whirlpool auf der Terrasse.

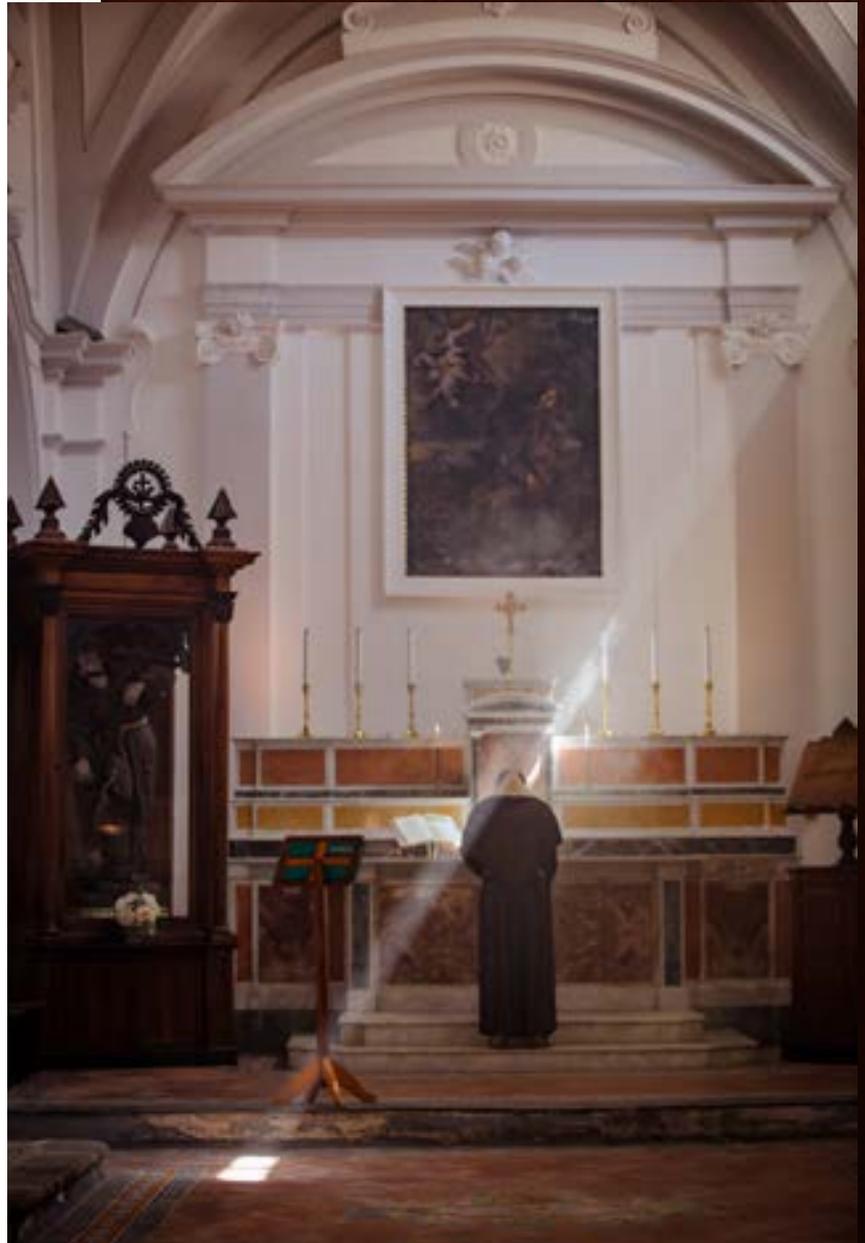




Wellness deluxe verspricht das Anantara Spa mit Infinity-Pool, mehreren Behandlungsräumen und einem Open Air-Fitnessstudio. Spektakulär ist der Panorama-Ruhebereich, der in eine Steilklippe 80 Meter hoch über dem Mittelmeer gebaut wurde.

Gastronomisch verwöhnen mehrere Restaurants die Gäste: Im eleganten Dei Capuccini serviert Chefkoch Claudio Lanuto italienisch-mediterrane Gerichte, bei denen Zutaten aus dem Klostergarten miteinfließen. In der La Locanda della Canonica Pizzeria kredenzt der berühmte Pizzaiolo Gino Sorbillo Gourmet-Pizzen samt Meerblick. Zu den exklusiven kulinarischen Experiences im Convento di Amalfi Grand Hotel gehören das für Anantara typische Dining By Design, das auf Wunsch der Gäste beispielsweise im historischen Kreuzgang gebucht werden kann.

Kulturinteressierte Urlauber werden von einem der letzten Franziskanermönche der Region auf eine Führung durch die faszinierende Klostergeschichte eingeladen. Eindrucksvoll verläuft auch eine Wanderung entlang des Sentiero Degli Dei, dem Pfad der Götter, mit atemberaubenden Ausblicken auf die Halbinseln Sorrent und Capri. Ausflüge ins antike Pompei, Tuk-Tuk-Touren entlang der malerischen Küste mit Stopps in Positano und Ravello sowie eine private Bootstour zum Sonnenuntergang runden das reiche Erlebnisangebot des neuen Luxushotels in Amalfi ab.



[pma:]

HIGHLIGHTS

- Umgestaltetes Kloster aus dem 13. Jahrhundert mit dem ursprünglichen Kreuzgang und der Kirche
- 52 Zimmer und Suiten
- Restaurant und Bar an der Klippe
- Spa, Pool und Fitnessstudio mit Panoramablick
- XII-Kapelle für Hochzeiten
- 10 Gehminuten zum Zentrum von Amalfi

KALENDER

September

Herbstvertriebstage geplant

Münster, Düsseldorf, Würzburg, 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, Felix Maasjost, Markus Trogemann,
Sascha Hülsmann, Marc Engel

Redaktion

Britta Schoke, Nils Gerrit Kutz, Katarina Orlovic,
Malte Diekmann

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

Editorial: Wolfgang Koehler // Zurück in der Zeit: Anantara Hotels // Auf Kurs mit [pma:] + Wertvolle Begegnungen: Dario Ronge

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:] 2.2025.1T

Beraten Sie Kunden mit Wow-Effekt

Der neue Dialog BU-Simulator

Der Dialog BU-Simulator auf einen Blick:

- ✓ verwandelt Zahlen in Emotionen
- ✓ macht abstrakte Risiken greifbar und komplexe Produkte lebendig
- ✓ erhöht Ihre BU-Abschlussquote und hebt Sie von der Konkurrenz ab

Beratung wird Erlebnis:
Dialog BU-Simulator



Mehr erfahren:



Mediolanum Life Plan

In jeder Etappe Ihres Lebens klug investiert

Genau wie die Sportler bei den großen Radrennen brauchen Anleger für den Vermögensaufbau eine langfristige Strategie, einen kühlen Kopf und Ausdauer. Ob Bergtour oder Sprint, ob gute oder schlechte Marktphase: Erfolgreich ist, wer je nach Etappe das Tempo anpasst und seine Ressourcen gezielt einsetzt. So erreichen Profis und Anleger am Ende ihr Ziel.

Eine Strategie für jede Marktphase

Als fondsgebundene Versicherung mit Einmalbeitrag ist der Mediolanum Life Plan der perfekte Begleiter auf Ihrer Reise. Unsere **Intelligent Investment Strategy (IIS)** dient dabei als Gangschaltung, die die Anlagestrategie anpasst, wenn es an der Börse auf und ab geht. Souverän durch alle Etappen an der Börse navigieren – mit dem Mediolanum Life Plan.



Scannen Sie den QR-Code
für mehr Infos zum
Mediolanum Life Plan