

Vorlesungsreihe „Ethik und Verantwortung im Versicherungs- und Finanzvertrieb“

Verbesserung des Versicherungsimages erfordert neutrale Klammer um die zahlreichen Brancheninitiativen. VGA-Präsidiumsmitglied Wolfgang M. Kühn stellt Heidenheimer Vertriebs-Studenten Ethik-Initiativen der Branche vor.

Verbesserung des Versicherungsimages erfordert neutrale Klammer um die zahlreichen Brancheninitiativen.

VGA-Präsidiumsmitglied Wolfgang M. Kühn stellt Heidenheimer Vertriebs-Studenten Ethik-Initiativen der Branche vor.

Die Versicherungs- und Finanzbranche tut bereits viel, um ihr Image zu verbessern. Beispiele, so Wolfgang M. Kühn vor Studenten des Studiengang BWL-Versicherung an der Dualen Hochschule (DHBW) Heidenheim, seien Branchen-Initiativen wie „gut beraten“ und Initiativen einzelner Unternehmens- bzw. Vermittlerverbände wie der GDV-Vertriebskodex oder der „Ehrbare Kaufmann“ des BVK. Wichtig sei jetzt, so das VGA-Präsidiumsmitglied und Leiter der ERGO-Bezirksdirektion Münster, eine neutrale Klammer um diese zahlreichen Initiativen, um die Stoßkraft zu erhöhen.

Kühn sieht vor allem den Verband der Assekuranzführungskräfte (VGA) als übergreifenden Branchenverband in dieser Rolle. Der VGA, so Kühn, erkenne das und sei dabei, diese Rolle in konkrete Projekte zu überführen: Eine ethik- und qualitätsorientierte Zertifizierung von Vermittlerbetrieben auf der Basis der bestehenden Initiativen und eine „Emotionskampagne“, die Schulkindern die positive Bedeutung von Versicherungen spielerisch nahe bringe.

Die Klammerfunktion, so Kühn, solle nicht nur die

Kühn Wolfgang M. Kühn stellt Heidenheimer Studenten die Initiativen und Projekte der Versicherungs- und Finanzbranche vor, die deren Image positiv beeinflussen sollen.

Branchen- und Verbandsinitiativen kanalisieren, sondern auch bestehende gesetzliche Regelungen (z.B. Versicherungsvermittlerverordnung) und insbesondere die Beratungs- und Ausbildungserfordernisse.

„Ausbilden ist gut! Weiterbilden ist besser! Ehrbar

handeln zu wollen ist super!“, so Kühn. Doch das reiche nicht. Wichtig sei es, beim Kunden den Nachweis zu erbringen, dies alles auch tatsächlich und kontinuierlich zu tun. Und dazu sei eine neutrale und verbandsunabhängige Zertifizierungseinrichtung notwendig, die auf der Basis einer ebenfalls verbandsunabhängigen Norm zertifiziere. Er verglich diese Zertifizierung von Versicherungsvermittlerbetrieben mit der Automobilbranche: „Wenn ein Hersteller seine eigenen Autos zertifizieren würde und nicht eine neutrale Institution wie der TÜV, dann hätte die Plakette keine Aussagekraft“.

KinderUni der DHBW Heidenheim: Versicherung emotional

Angesichts des „emotionslosen“ Produkts Versicherung werde aber selbst eine solche Zertifizierung nicht ausreichen, um langfristig das Image der Branche zu verbessern. Das gehe nur durch Vermittlung positiver Emotionen und das möglichst schon im Kindesalter. Ein Beispiel für eine Initiative, die genau dort ansetze, sei eine Veranstaltung im Rahmen der Reihe „KinderUniPlus“ der DHBW Heidenheim. Dort werde Schülern und Schülerinnen der Klassen 2 bis 6 auf einfache Art und Weise erklärt, was eine Versicherung ist und warum man sie braucht. „Und das“, so Kühn, „auf spielerische, angenehme und unterhaltsame Weise ohne Sargdeckelklappen“. Mittels eines Rollenspiels wird deutlich gemacht, dass eine Versicherung zwar nicht vor Schäden wie beispielsweise einem Unfall bewahren kann, dass aber die finanziellen Folgen damit bewältigt werden können. In einem anschließenden Unterrichtsteil wird

dann zusammen mit den Kindern erarbeitet, welche Schäden durch welche Versicherungen abgedeckt werden.

Ist Apple ethisch?

In der anschließenden Diskussion war man sich einig, dass ethischer Verkauf von Versicherungen bedeute, dass dem Kunden nur das verkauft wird, was er will bzw. braucht. Uneinig waren sich die Studenten, wie man feststellen kann, was ein Kunde wirklich braucht. Sei es beispielsweise ethisch vertretbar, wenn ein Unternehmen wie Apple durch erfolgreiche Markenführung Kunden suggeriere, dass sie unbedingt ein Produkt wie iPhone benötigen - das bei ähnlicher Funktionalität teurer als vergleichbare Geräte anderer Hersteller sei. Und auch darüber wurde diskutiert, ob man einen Kunden mit allen Mitteln versuchen soll, zu überzeugen, wenn er die Notwendigkeit einer Absicherung nicht einsieht.

Die Vorlesung von Kühn war Teil der DHBW-Vorlesungsreihe „Ethik und Verantwortung im Versicherungs- und Finanzvertrieb“. Anerkannte Experten aus unterschiedlichen Bereichen der Versicherungs- und Finanzbranche brachten den Studenten nahe, dass ethisches Verhalten im Vertrieb nicht etwa eine Erfolgsbremse, sondern wichtiger Erfolgsfaktor für die gesamte Versicherungsbranche ist.

Pressekontakt:

Prof. Dr. Hans Jürgen Ott

Mobil: 0171 / 5786797

E-Mail: ott@dhbw-heidenheim.de

Unternehmen:

Duale Hochschule BW Heidenheim

Studiengang BWL-Versicherung

Marienstraße 20

89518 Heidenheim

Telefon: 07321 / 2722 - 281 /-280

Fax: 07321 2722-289

Internet: www.dhbw-heidenheim.de

Über den Studiengang an der DHBW Heidenheim

Die Duale Hochschule Baden-Württemberg (ehemals: Berufsakademie) ist eine Hochschulinstitution, die vor knapp 40 Jahren gegründet wurde. Die Kernkompetenz ihrer Absolventen ist die Praxisorientierung, die durch das duale Studium an der Hochschule selbst sowie im Ausbildungsbetrieb der Studenten verankert ist. Das dreijährige Studium vermittelt einen Bachelorgrad mit 210 Credit Points und ist damit für Abiturienten eine sehr attraktive Studienalternative.

In Heidenheim wird seit 2006 ein speziell für die Erfordernisse des Versicherungs- und Finanzvertriebs konzipierter Studiengang angeboten. Die Absolventen übernehmen in Unternehmen der Versicherungs- und Finanzbranche durchgehend sehr attraktive Vertriebs- und Vertriebsführungsfunktionen.

Über den VGA

Zweck des Bundesverbandes der Assekuranzführungskräfte e. V. (VGA) mit Sitz in Köln ist die Wahrnehmung und Förderung aller wirtschaftlichen, beruflichen und sozialen Interessen seiner Mitglieder sowie die Aus- und Weiterbildung aller in der Versicherungswirtschaft Tätigen. Der VGA ist der Berufsverband aller Führungskräfte der deutschen Assekuranz.

Der VGA vertritt die Interessen seiner Mitglieder und des Berufsstandes der Führungskräfte im GDV - Gemeinschaftsausschuss Versicherungsaußendienst - und allen wichtigen Gremien der Versicherungswirtschaft wie z. B. BWV, AVAD, BaFin und auf europäischer Ebene BIPAR, AECA und CEC. Der VGA bringt Parteien, Parlamenten und ihren Abgeordneten seine Meinung in Zusammenarbeit umfassend zur Kenntnis.

dhbw