

IVZ e.V.

Interessenverband hauptberuflicher Versicherungsvertreter der Zurich Gesellschaften e.V.



Liebe Kolleginnen, liebe Kollegen,

auch im Namen meiner Vorstandskollegen begrüße ich Sie alle recht herzlich zu unserer 55. Jahresmitgliederversammlung.

Besonders begrüßen möchten wir die ZURICH-Vorstände und hier allen voran den neuen Vorstandsvorsitzenden der ZURICH Deutschland Herrn **Dr. Carsten Schildknecht**.

Lieber Hr. Dr. Schildknecht,

um Ihnen Ihre erste IVZ-Tagung so einfach wie möglich zu machen, haben wir letztes Jahr vorsorglich gleich mal Bonn als Austragungsort ausgewählt. Das letzte Jahr war für unsere Kolleginnen und Kollegen nicht einfach. Wir sind jedoch zuversichtlich, dass Sie uns heute den Weg in eine bessere Zukunft aufzeigen und sind schon sehr gespannt auf Ihren Vortrag.

Weiterhin begrüßen wir natürlich auch sehr gerne unseren Vertriebsvorstand **Jawed Barna**.

Lieber Jawed,

herzlich Willkommen. Wir hoffen Du hast viele gute Botschaften für unsere Mannschaft eingepackt.

Ebenfalls das erste Mal bei uns ist unser neuer Leben-Chef **Jacques Wasserfall**. Herzlich Willkommen!

Weiterhin begrüßen wir recht herzlich für das Ressort IT und Operations Herrn **Dr. Klaus Endres**, den Chief Claims Officer **Horst Nussbaumer**, sowie erstmalig in neuer Funktion unseren Chief Underwriting Officer Herrn **Dr. Christoph Lüer**, den neuen Chief Financial Officer

Dr. Torsten Utecht und natürlich den Leiter des Vertriebsbereichs ZEP Herrn **Kai Müller**. Herzlich Willkommen!

Auch alle weiteren Führungskräfte und Angestellte der ZURICH sowie unserer Kooperationspartner begrüßen wir recht herzlich.

Wir freuen uns sehr über Ihre Teilnahme, das zeigt, dass unsere Vertretervereinigung bei Ihnen einen hohen Stellenwert genießt. Herzlich Willkommen!

Herzlich willkommen heißen wir natürlich auch den BVK-Präsidenten Herrn **Michael Heinz**. Lieber Michael, schön dass Du da bist.

Mein Pendant von der Schweizer Vertretervereinigung ist heute ebenfalls zu Gast. Lieber **Pascal Zurbriggen**, Grüezi an Dich und Deine Kollegen in die Schweiz!

Unsere beiden Vertretervereinigungen arbeiten seit ein paar Jahren sehr eng zusammen. Das freut uns außerordentlich und befruchtet die gesamte ZURICH. Ich denke wir sollten noch viel mehr über den eigenen Tellerrand hinausschauen und grenzüberschreitende Wachstumsstrategien für die Exklusivpartner entwickeln.

Und wir begrüßen unsere anwesenden Ehrenmitglieder und Ehrenamtsträger sowie natürlich die Wichtigsten: Unsere Mitglieder - **Euch!** Herzlich Willkommen!

Liebe ZURICH-Vorstände,

ich habe zur Vorbereitung meine Reden der letzten 10 Jahre durch gelesen. Alles ok war nie!

Mit dieser Tradition brechen wir sicherlich auch heute nicht.

Aber wenn wir schon beim Thema Tradition angekommen sind: die Agenturen von uns 6 IVZ-Vorständen bestehen seit **304 Jahren** und wir 6 IVZ-Vorstände selbst sind seit **187 Jahren** für ZURICH tätig.

Wir halten diese Zahlen für sehr wichtig um aufzuzeigen, welche Bindung unsererseits zum Konzern besteht und welches Herzblut wir damit verbinden, den aktuellen Transformationsprozess gemeinsam zu einem positiven Ende zu bringen.

Aus der Erfahrung dieser 187 Jahren können wir Ihnen sagen: so schlimm war es selten. Vermutlich noch nie!

Wir fordern sie auf: nehmen sie genügend Geld in die Hand und beenden sie das Chaos, das auf allen Ebenen herrscht, sonst ist das in fünf Jahren ein technisch top aufgestelltes Unternehmen ohne Kunden und vor allem ohne Außendienst.

Gewisse Dinge benötigen Zeit, das wissen wir, und dafür hat jeder hier im Saal Verständnis, aber momentan brauchen selbst einfachste Vorgänge mindestens fünfmal so viel Zeit wie vor dem Tag, an dem ZURICH die Digitalisierung als Zielbild ausgerufen hat. Und genau das sorgt aktuell für eine erhebliche Unzufriedenheit.

Aufwand und Ertrag in den Agenturen passen **überhaupt nicht** mehr zusammen. Vermutlich sehen Sie das für die ZURICH ebenso – wir haben es jedoch nicht verursacht.

Glauben sie uns, das geht auch anders. Mitbewerber zeigen es. Das erleben wir auf jeder AVV-Tagung. Und es hat natürlich mit Geld zu tun. Für 5 Euro bekommt man kein erstklassiges 5- Sternemenü und McZurich wollten wir doch sicher nicht sein, oder?

Liebe Kolleginnen, Liebe Kollegen, liebe Gäste,

nachdem wir nun alle **positiven** Aspekte der ZURICH-IT ausführlich aufgezählt haben, kommen wir nun zu den Punkten, die nicht so gut gelaufen sind.

Ich habe lange überlegt, welche Einleitungsfrage ich für meine heutige Rede verwenden soll. Selbstverständlich suchte ich im Internet.

Der 1. April ist übrigens der einzige Tag im Jahr, an dem die Menschen genau überlegen, ob das wirklich stimmt, was sie im Internet lesen.

Am besten geeignet schien mir dann aber doch die Frage, mit der sich kürzlich mein AVV-Vorstandskollege Peter Pietsch beschäftigt hat:

Die Frage lautet:

„Was wären Sie, wenn die Versicherung eine Nudel wäre?“

Klingt einfach zu beantworten, stimmt's? Ist es aber nicht.

Die Nudel, also die Versicherung wird produziert oder auf Wunsch gefertigt. Es gibt sie in unterschiedlichen Ausprägungen.

Lange, kurze, dicke, dünne, gefüllte, gerollte, sogar eckige ... aber es kommt auf die Zubereitung an, ob und vor allem wie sie schmeckt.

Um im Bild zu bleiben:

Die Nudel will in den besten Restaurants zu Hause sein. Der Vermittler muß sich dabei als Chefkoch und Gastronom verstehen, der die Nudel in das entsprechende Umfeld serviert. Deshalb darf sich der Restaurantchef auch nicht von der Nudel beziehungsweise dem Nudelhersteller erklären lassen, wie sein Restaurant auszusehen hat.

Dem Nudelhersteller sollte dabei klar sein, dass auch er austauschbar ist, **wenn er dem Restaurantchef die Zubereitung zu stark erschwert**. Es gibt **nicht nur** einen Nudelhersteller am Markt!

Und es bringt auch nichts, wenn man dem Gast erklärt, dass ihm die Nudel schmecken müsse, weil man die besten Maschinen für die Herstellung verwendet hat. Dem Gast ist das völlig egal, der beurteilt nur die Zubereitung bzw. den Geschmack.

Wer kein eigenes Geschäftsmodell kreiert, weiterentwickelt und verändert, der wird sich auf Dauer im besten Fall vom Gast Ratschläge erteilen lassen müssen! Im schlechtesten Fall, kommt der Kunde einfach nicht mehr.

Erfolg wird derjenige haben, der es schafft den Menschen Hoffnung zu geben, Vertrauen aufzubauen und dieses zu erhalten und vor allem Lösungen für die geschmacklichen Probleme zu finden. Der Erlebnischarakter sollte dabei nicht auf der Strecke bleiben!

Lange Wartezeiten, bedingt durch eine unzureichende EDV, sind kein prickelndes Erlebnis für den Kunden auch nicht für Vermittler.

Der wiederkehrende Einsatz von künstlichen Geschmacksverstärkern sorgt auch nur bedingt für eine Wiederkehr des Kunden.

Bei einer authentisch guten Kochkunst mit just in time-Lieferung kommt der Kunde aber mit Sicherheit immer wieder gerne.

Ebenso positiv wirken für die Kunden ein guter Name und eine langjährige örtliche Präsenz.

Wir verstehen daher immer noch nicht, warum die ZURICH den guten altbewährten Namen „Multiplus“ in einen Allerweltsnamen wie Privatschutz geändert hat.

Liebe ZURICH-Vorstände,

wenn ich so in den Raum sehe, dann sehe ich viele Kollegen, die sich viele Fragen stellen könnten. Zum Beispiel:

„Wenn man Pasta und Antipasta isst, ist man dann immer noch hungrig?“

oder „Warum ist auf saurer Sahne ein Verfallsdatum?“

oder „Gibt es eingefleischte Vegetarier?“

Aber in Zeiten wie diesen, in denen die Branche sich mehr oder weniger selbst neu erfinden muß, drängen sich den Kollegen natürlich auch zahlreiche wichtigere Fragen auf.

Eine der Fragen, die wir in letzter Zeit häufiger gestellt bekommen, ist folgende:

- **Wann werden im Hause ZURICH die Hebel wieder spürbar auf Wachstum gestellt, denn dieses ist dringend notwendig?**
- **Wann kommt die neue IT-Plattform, die die Verwaltungskosten in Leben deutlich reduziert?**
- **Wann erhalten wir endlich eine durchgängige und einfach zu händelnde Beratungssoftware incl. automatischer Beratungsdokumentation und vor allem ohne manuelle Kopiervorgänge aus Excel Tabellen?**

Aufgrund der großen Bedeutung für unsere Kollegen benötigen wir unbedingt Antworten auf diese Fragen.

Nicht morgen, nicht übermorgen, heute!

Liebe ZURICH-Vorstände,

wir unterstützen weiterhin alle Digitalisierungsmaßnahmen, die uns dabei helfen schneller effizienter und rechtssicherer – übrigens auch für ZURICH - zu werden.

Die Digitalisierung ist rational längst bei uns allen angekommen. Emotional haben wir aber noch Störgefühle. Und das liegt vor allem an der bisherigen Umsetzung im Hause ZURICH. **Vielleicht sollten wir mehr wollen statt müssen.**

Wir haben eine große Entschlossenheit, wenn wir uns endlich entschieden haben. Das ist strukturell konservativ aber eben auch typisch Deutsch.

Wir sind uns aber einig – was digitalisiert werden kann, wird auch digitalisiert werden. Und wir sehen in der Digitalisierung insgesamt große Chancen. Das wird Einiges erleichtern, wenn wir gemeinsam die richtigen Hebel bewegen!

Wir werden hier auch IVZ-seitig in den kommenden Jahren noch mehr Fokus darauf setzen, die bestmöglichen Tools für unsere Mannschaft zu finden und zu erhalten. Unser Ziel ist es den Wandel aktiv mitzugestalten! Den Anfang hierzu haben wir mit unserem gestrigen Workshop zum Thema Digitalisierung gemacht.

Man muß dabei aber auch beachten, dass Digitalisierung keine Strategie ist, sondern Technik. Und man sollte Technik nicht mit Strategie verwechseln!

Es wird auch weiterhin Bereiche geben, die definitiv nicht digitalisiert werden können und für die es in Zukunft vielleicht sogar noch mehr persönlicher Beratung bzw. ZUBEREITUNG bedarf um die Informationsflut zu meistern. Das Internet ist voller Rezepte!

Und genau in diesem Bereich wäre es ab und zu besser auf die Chefköche zu hören, als eigene Gedanken zu entwickeln. Es ist noch kein **Koch-Champion** vom Himmel gefallen bzw. in der Verwaltung des Nudelherstellers geboren worden!

Liebe ZURICH-Vorstände,

es ist dringend notwendig, dass Sie diese Großküche mit vielen Hilfsköchen wieder in eine Showküche mit einem positiven Erlebnischarakter verwandeln und auch einige Entscheidungen der Vergangenheit reparieren!

Um ein Restaurant dauerhaft erfolgreich führen zu können muß das Handwerkszeug passen. Neue Techniken müssen erfolgreich eingeführt werden, um die Prozesse zu optimieren.

Die Küchentechnik, die vor 10 Jahren noch ausreichend für ein Sternerestaurant war, erfüllt die heutigen Ansprüche schon längst nicht mehr!

Die Restaurantmannschaft könnte nicht dauerhaft erfolgreich sein, wenn sie auch noch die Lebensmittel selbst herstellen müsste. Eine erfolgreiche Mannschaft konzentriert sich auf das Kochen, das Servieren und den Kunden. Uns geht es da nicht anders!

Wenn die Situation verfahren scheint, ist es an der Zeit, neue Wege zu gehen!

Es wird Zeit, dass die Innenbereiche zu Produktionsunterstützern oder wie es Horst Nussbaumer einst formulierte - Vertriebsassistenten - werden.

Die Zeit der Produktionsabwehrer muß jetzt endlich ein Ende haben! Es kann nicht sein, dass jeder noch so kleine Vorgang im Firmenbereich mit drei Underwritern abgestimmt werden muß und die EDV-Programmierer müssen den Vertrieb endlich als ihren wichtigsten Kunden wahrnehmen!

Wir sind nicht McZurich! Wir von Vertrieb wollen auch gar nicht McZurich werden. Das können sie mit der DA machen, aber nicht mit personellem, margenstarken und sehr gut ausgebildetem Vertrieb.

Vertrieb muß gegenüber der Sparte daher aus unserer Sicht klare Grenzen setzen. Dabei unterstützen wir, wo wir können!

Die Sparte sieht nur Ihr Ziel, aber um mal einen Vergleich zum Restaurant zu ziehen, wenn einem immer nur die Hälfte der Mannschaft zur Verfügung stehen, dann schafft man es nicht um Sterne zu kochen und den Kunden dauerhaft zu begeistern.

Dann werden andere als Gourmettempel dastehen. Wir haben dann einen Drive In-Schalter mit fortlaufend wechselnder Kundschaft. **Da muß man dann auch die Ziele anpassen!**

Sie möchten den besten Chefkoch, der gleichzeitig noch die Einkäufe tätigt, das Essen serviert und das Geschirr abräumt. **Und kosten darf der auch Nichts! Sorry, aber das funktioniert noch nicht einmal in der Theorie!**

Hier gilt das alt bewährte Sprichwort: „**Niemand kann einem so sehr im Weg stehen, wie man sich selbst!**“

Und genau deshalb ist es zwingend erforderlich, dass die Weichen im Hause ZURICH wieder deutlich spürbarer in Richtung Vertrieb und Wachstum gedreht werden!

Lieber Jacques Wasserfall,

im Jahr 2013 habe ich im Rahmen meiner Eröffnungsrede zu Hr. Nagel wörtlich gesagt: *„Eine Absenkung der Bruttobeiträge bei der BG1 in der Größenordnung von 30-40% halten wir für unnötig. Ihre Vertriebe würden es Ihnen danken, wenn Sie die Absenkung in Kürze zumindest teilweise wieder rückgängig machen würden.“* Zitat Ende.

Im Jahr 2015 in Hamburg, als die Beiträge bei gleichzeitig verbessertem Bedingungsmerk erneut deutlich reduziert wurden, habe ich diese Forderung wiederholt.

Wenn wir jetzt hören, dass wir in der ehemals grasgrünen Biometrie gestiegene Schadenquoten zu verzeichnen haben, fragen wir uns einmal mehr, warum man nicht auf uns gehört hat. Der Vorstand, der diese Thematik zu verantworten hat, ist nicht mehr da. Diejenigen, die evtl. Folgen hieraus ausbaden müssen, sitzen heute im Saal.

Wenn die ZURICH jetzt nach APE sucht, sollte sie sich selbst hinterfragen, warum sie vorher ohne Not die APE für jeden Abschluss im Schnitt ca. um 1/3 reduziert und sich dabei zusätzlich für Krisenzeiten die Anpassungsmöglichkeit beschnitten hat.

Die gleichen Menschen sollten sich die Frage stellen, ob die Kollektivzusammensetzung damals nicht besser und ertragreicher war

als die Heutige. Aus unserer Sicht haben wir nun zu wenig hochpreisigen BG3-Anteil. Aus diesem Bereich haben wir uns aufgrund der Neukalkulationen verabschieden müssen. Diese APE-Treiber fehlen uns heute genauso, wie die höheren Prämien im Bestand.

Wir geben daher auch heute noch einmal offiziell zu Protokoll, dass wir in der BG1 weiterhin zu billig und in der BG3 weiterhin zu teuer sind und bitten erneut darum, dass Sie hier kurzfristig wieder nachjustieren. Im Sinne des Kollektivs und des Vertriebs. **Because Change HappenZ!**

Ein weiteres Thema, das nach wie vor unzählige unbeantwortete Fragen aufwirft, ist das Thema Vario Invest.

Gemäß einem Vergleich aus dem Januar 2018 sind die Effektivkosten bei einer 30jährigen Laufzeit ca. 0,8% höher als der Marktdurchschnitt und ungefähr doppelt so hoch wie bei der Allianz. Die Effektivkosten sind auch deutlich höher als bei unseren vorherigen Riester Produkten. Und das bei deutlich reduzierten Provisionen! Selbst bei 40 Jahren Laufzeit liegen wir immer noch 0,6% über dem Marktdurchschnitt.

Wenn wir uns dann noch vor Augen führen, dass das Zinsniveau seit Einführung gestiegen ist, und man uns dann erklärt, dass an diesem Produkt nichts verdient wird, muß man sich schon die Frage stellen, ob 10 von 8 Aktuaren mittlerweile das Rechnen verlernt haben. An unseren Provisionen können diese Effektivkosten definitiv nicht liegen!

Wahrscheinlich sind die hohen Kostentreiber hier genauso wie bei der Geringverdienerförderung im eigenen Versäumnis in Sachen Verwaltungsplattform zu suchen.

Wenn alleine die Stückkosten bei einer Geringverdienerförderung mehr ins Gewicht fallen, als die AP und BP des Vermittlers zusammen, dann ist das schon mehr als grenzwertig. Die normalen und guthabenbezogenen Verwaltungskosten kommen ja noch hinzu. Und auch da ist ZURICH ja bekanntlich ebenfalls nicht besonders günstig.

Besonders spannend ist es dass uns die ZURICH vor einem Jahr noch geschrieben hat, dass man von den 6,5 % Verwaltungskosten 2% für die Vorfinanzierung der AP benötigt und die gleiche ZURICH uns nun schriftlich erklärt, dass man keinen Spielraum habe um als Ausgleich für die Zillmerung die laufende Vergütung etwas anzuheben.

Lieber Hr. Wasserfall,

welcher Zurich würden Sie glauben? Der von vor einem Jahr oder der von vor 4 Monaten oder geht es Ihnen vielleicht wie uns?

Die Verwaltung eines Lebensversicherungsvertrags sollte im digitalen Zeitalter sicherlich durchschnittlich keine 70-80 EUR pro Jahr kosten.

Lieber Hr. Dr. Endres,

die Einsparungen aus GM07 und Future G sollten in die IT und den Vertrieb investiert werden. Das ist aber nie geschehen! Deshalb haben wir aktuell auch die großen Probleme.

Und da wo Sie endlich mal investiert haben, wurden die Investitionen nie fertig gestellt, sondern immer bei spätestens 80 % die Reißleine gezogen, weil durch Fehlsteuerungen, falsche Firmenauswahl und der unglaublichen hauseigenen Komplexität ein deutliches Missverhältnis zwischen Aufwand und Ergebnis geschaffen wurde.

Das einzige IT-Programm, das aktuell sauber läuft, ist unser altes Agentursystem AS. Stichwort Tradition.

Alles andere sind On- und Offline-Tools, die wie ein Blinker am Auto funktionieren....

Geht, geht nicht, geht, geht nicht !

Das sind unfertige Baustellen, die deutlich vor Einführungsreife eingeführt wurden und uns seitdem nur Zeit und Nerven kosten.

**Das muß hier und heute auch mal deutlich zur Sprache kommen!
Das muss endgültig aufhören!**

Die Lateiner unter uns würden hierzu wohl den altbewährten Spruch „Veni, vidi, violini“ verwenden. „Ich kam, ich sah, ich vergeigte!“

Die größte Sorge bereitet uns das neue Agentursystem Cockpit, da das Agentursystem am meisten genutzt wird.

Wir sind der Meinung, dass Cockpit zum aktuellen Zeitpunkt noch nicht praktikabel ist. Es fehlt eine Scan-Funktion sowie ein durchgängiges Dokumentenmanagementsystem, man braucht eine 18 seitige Powerpoint um zu wissen wie man einen Brief an den Kunden generieren kann, man sucht auf unzähligen Unterseiten Infos zusammen, die man bei AS auf den ersten Blick gesehen hat.

Cockpit ist zudem insgesamt viel zu langsam und bildet aktuell nicht unseren Agenturworkflow ab.

Hier müssen wir nun dringend an den Tisch kommen und Maßnahmen einleiten, wie wir die aktuellen Sorgen der Agenturen schnellstmöglich gelöst bekommen.

Böse Zungen behaupten aktuell, dass die EDV-Abteilung noch nicht einmal mehr in der Lage ist die Dateinamen von Excellisten mit hunderten von Fehlern richtig zu schreiben. Bei uns schreibt man **PAIN-**Point-Listen jedenfalls ohne T.

Und beim Versand solcher Listen sollten normalerweise auch gleich die passenden Schmerztabletten mitgeschickt werden.

Liebe ZURICH-Vorstände,

die Grenze der Belastbarkeit durch unfertige IT ist definitiv überschritten! Wenn wir dann hören, dass ZURICH sich entgegen der vertrieblichen Meinung für die Weiterführung der IS2-Beratungssoftware entschieden hat, und dann aufgrund einer anscheinend überhöhten Forderung seitens IS2 kein Geld mehr für die Speicherung der Berechnungen übrig war, dann ist das wirklich nicht mehr zum Lachen.

Jeder einzelne aufgrund der fehlenden Speichermöglichkeit neu einzugebende Vorgang kostet den Agenturen mindestens eineinhalb Stunden unnötige Arbeit!

Die Summe, die die Firma ISERT für das Gesamtpaket Vorsorgeinventur ausgerufen hatte, liegt nach unseren Informationen in etwa auf der Höhe der jährlichen IS2-Lizenzgebühren.

Und im Gegensatz zur IS2-ZURICH-Software können die Vermittler bei der ISERT-Software heute noch die allerersten Beratungen von 2002 öffnen und mit wenigen Klicks auf die aktuellen Gegebenheiten abändern. Im Gegensatz zur ZURICH-IT.

Kein Wunder, dass sehr viele Kollegen im Bereich EDV aktuell lieber eigene Wege einschlagen als den ZURICH-Way mitzugehen, denn Kunden- bzw. Vermittlernutzen sieht definitiv anders aus, als das was ZURICH im Bereich IT seit Jahren praktiziert.

Henry Ford sagte einst: „**Das Geheimnis des Erfolges ist, den Standpunkt des Anderen zu verstehen.**“ Das ist ZURICH-seitig in diesem Bereich aktuell in Frage zu stellen!

Die Prioritäten wurden fortlaufend darauf angelegt, dass ZURICH intern die perfekte Dunkelverarbeitung erreicht.

Aber für was braucht man Dunkelverarbeitung, wenn nichts mehr rein kommt? Ich sprach im letzten Jahr davon, dass wir alle von Dunkelverarbeitung träumen, aber es noch nicht einmal bei Licht schaffen. Nach den letzten 12 Monaten, weiß glaube ich jeder, was ich damals gemeint habe.

Leider hat man vergessen, eine Außenbeleuchtung anzubringen und die Lieferwägen der Vermittler mit Lichttechnik und Navigation zu versorgen. Mit der Folge, dass man vor lauter Dunkelheit den Weg nicht mehr findet.

Fakt ist jedenfalls, dass angesichts dessen, wie ZURICH das Geld in den letzten Jahren verschwendet hat, nun definitiv keinerlei Entgegenkommen mehr seitens IVZ in Sachen Provisionskürzungen zu erwarten ist.

Die Kosten für die Agenturen sind durch die IT-bedingte Mehrarbeit massiv gestiegen und das Betreuungspersonal ist nur noch rudimentär vorhanden. Dann ist es nur folgerichtig, wenn wir auch unsere Provisionen an die Maklercourtage angleichen.

Auch wenn wir etwas verändern, wozu wir weiterhin bereit sind, es muß am Ende **mehr Chance bzw. mehr Geld** für den deutlich gestiegenen Aufwand in der Tasche des Vermittlers landen!

Aufwand und Ertrag stehen aktuell in keinem adäquaten Verhältnis mehr. Die Regulatorik ist schon schlimm – Zurich ist schlimmer. Das muß sich schnell ändern.

Wir können jeden Kollegen verstehen, der sein Heil aktuell in der Flucht sucht, außerhalb ZURICH, weil er dort gutes Kochbesteck zur Verfügung gestellt bekommt. Pfannen, bei denen nichts anbrennt!

Glauben Sie uns - wir haben Geduld. Wir haben Geduld ja damals auch noch ganz klassisch gelernt ...**mit 56K-Modems.**

Dennoch ist die Frustrationsgrenze **nun** endgültig erreicht. Die ZEP hat gemäß BVK-Strukturanalyse mit die höchste Zahl an abwanderungswilligen Agenturen. Und deren Gründe liegen vor allem in einer Sehnsucht nach mehr Einfachheit und Zufriedenheit. **Unsere Mitglieder wollen einfach mal wieder in Ruhe und normal arbeiten können.**

Mit Kunden über Ihre Versorgungslücken zu sprechen und dafür gute Lösungen zu suchen. Das macht viel mehr Spaß als sich stundenlang durch EDV zu quälen oder mit IT-Hotlines zu telefonieren! Wir sind Praktiker und keine ITler. Hätten wir ITler werden wollen, hätten wir einen Arbeitsvertrag bei IBM, Microsoft oder anderen, aber **nicht** bei ZURICH unterschrieben.

Neben dem Großthema EDV, das sicherlich nicht von heute auf morgen gelöst werden wird, sollten wir aber auch anderweitig versuchen, die Hebel wieder auf gemeinsames Wachstum umzulegen. **Wir alle brauchen Wachstum!**

Beginnen sollten wir damit, dass wir ab sofort keine Vermittler mehr verlieren. Zu viele sind schon gegangen. Und da waren sehr viele sehr gute dabei, die uns heute sehr gut tun würden.

Im Jahr 2008 hat ZURICH sich selbst im Projekt Agentur der Zukunft das Ziel gesetzt, die beste AO Deutschlands zu werden.

Beim Verschriften des Ziels muß sich dabei anscheinend im Nachgang jemand verschrieben haben, denn wenn wir nicht aufpassen geht der Trend eher zur „kleinsten AO Deutschlands“. Nachdem wir grundsätzlich immer positiv denken, erkennen wir auch hier das Klein aber fein.

Die Produktionsdurchschnitte, die Cross Selling-Quoten und die fantastischen Schadenquoten sprechen ganz klar für die ZEP. Groß und fein, wäre uns aber dennoch lieber.

Weiterhin sollte die Sparte SME aufhören durch fortlaufende Sanierungsmaßnahmen die Bestände weiter zu verkleinern und sich stattdessen endlich auch mal selbst wieder mit Wachstum beschäftigen. Wieviel Zeit verbringt heute ein Underwriter mit Angeboten und wieviel mit Sanierungen?

Vermutlich verbringt er seine Zeit eher mit Sanierung und Kundenvertreibung? Und eines kann man deutlich sagen, solange der Verkauf immer erst dann beginnt, wenn der Kunde JA zu uns gesagt hat, wird es uns nicht gelingen zu wachsen! **Auch das muß sich unverzüglich ändern!**

Auf die vielen Stücke, die wir heute nicht mehr im Bestand haben, können wir keine Fixkosten mehr verteilen. Um nur mal ein Beispiel zu nennen: unser KFZ-Bestand hat heute nur noch etwa die Hälfte der Stücke wie vor 10 Jahren!!!

Wieso wundert man sich dann darüber, dass die Kostenbelastung massiv gestiegen ist? Der durchschnittliche Provisionssatz für die Agenturen ist in den letzten 10 Jahren durch neu hinzukommende Agenturen im Schnitt gesunken. Daran kann es nicht liegen! Das liegt viel mehr an den gesunkenen Stücken, den Verwaltungskosten und den Gewinnerwartungen.

Liebe ZURICH-Vorstände,

wir planen langfristig und weiterhin gemeinsam mit ZURICH.

Wir fordern dafür aber hier und heute mehr Mut auf Seiten ZURICH ein, damit wir endlich wieder gemeinsam wachsen können. Das Rein und Raus aus den Klamotten muß endlich ein Ende finden.

Den Maklervertrieb hat ZURICH durch die ständigen Richtungswechsel schon in weiten Teilen verloren, der Exklusivvertrieb ist Stand heute noch da, auch wenn wir im vergangenen Jahr eigentlich schon weg waren.

Lassen Sie uns gemeinsam daran arbeiten, dass das auf Dauer auch so bleiben kann. Wenn die IT-Plattformen erfolgreich eingeführt wurden, können wir uns auch vorstellen mal wieder zu fusionieren.

Das Potential der ZEP ist enorm. Die Kundenzufriedenheit sowie das Kundenvertrauen in die ZURICH-Agenturen ist, wie alle NPS-Umfragen belegen, schon heute überdurchschnittlich hoch.

Und wir sind auch heute schon im Vergleich zu anderen AOs sehr produktiv, wohl wissend, dass auch wir noch Potential haben *bei all den eben geschilderten Problemen!*

Natürlich können und müssen auch wir unseren Teil zum gemeinsamen Wachstum beitragen.

Wir müssen als ZEP insgesamt wieder zu höheren Terminquoten kommen. Trotz aller Probleme, mit denen die Agenturen aktuell belastet sind, sehen wir uns hier auch heute schon in der Pflicht, zu prüfen, wo ggf. noch Freiräume liegen und diese vertrieblich noch besser zu nutzen.

Wenn jemand das Unmögliche möglich machen kann, dann sind das die ZURICH Exklusivpartner.

Hier bauen wir auf jeden Einzelnen unserer Kollegen.

Ein gutes Vertriebsjahr 2018 ist für uns alle von großer Wichtigkeit!

Und dabei ist unser Job gemeinsam mit den ZURICH-Verantwortlichen zu unterstützen, wo es nur geht und Vertriebshemmnisse schnellstmöglich aus dem Weg zu räumen. Hinsichtlich der Verdienstmöglichkeiten wurde in diesem Jahr auf jeden Fall ein spürbarer Mehrwert geschaffen.

Auch das muß an dieser Stelle lobend erwähnt werden. Herzlichen Dank hierfür auch noch mal an dieser Stelle an Jawed Barna und Kai Müller.

Was aus unserer Sicht noch etwas Optimierung bedarf, sind die fixen Plätze bei den Wettbewerbsreisen. Wir halten es für motivierender anstelle einer fixen „Teilnehmerzahl“ lieber fixe Mindestziele vorzugeben.

Die jüngsten Auswüchse, dass Kollegen sich in der ersten Endstandliste noch in „Sicherheit wiegen“ und sogar noch im Rahmen der Auftakttagungen geehrt werden und nach der Korrekturphase

aufgrund Sonderabsprachen bei einzelnen Agenturen im Zuge von Bestandsübertragungen plötzlich mit der 2. Endstandsliste nicht mehr mitfahren, sorgt definitiv eher für Demotivation.

Das Erreichen bestimmter Ziele sollte jede Agenturen selbst in der Hand haben und auch selbst planen können! Bitte nehmen Sie diesen Gedanken in Ihre zukünftigen Planungen mit auf.

Kein Sportler rennt blind, ohne zu wissen, wie lange das Rennen geht, aber genau das ist es, was sie heute mit den Incentive Wettbewerben erwarten.

Sehr geehrter Hr. Wasserfall,

beim Thema Vertriebshemmnisse denken wir natürlich auch sofort an unseren Premium-Bestand. Seit Februar 2015 arbeitet ZURICH an der Heilung des ICCPI-Bestands.

Sie ist längst überfällig, um das Vertrauen der Kunden und auch der Vermittler in die Leistungsfähigkeit der ZURICH-Lebensprodukte wieder herzustellen.

Zu ICCPI haben wir für heute mit 2-3 Jahren Verspätung endlich die versprochene Lösung erwartet. Sie wurde angekündigt.

Die Tatsache, dass ZURICH dennoch weiterhin keine Lösung bietet und uns und unsere Kunden im Regen stehen lässt, ärgert uns sehr.

Wir haben diese Thematik nicht verursacht. Wir haben das fehlgeschlagene Produktkonzept nicht entwickelt. Aber wir sind diejenigen, die das Vertrauen der Kunden aufs Spiel setzen, weil im Hause ZURICH seit 3 Jahren trotz mehrfacher Ankündigung keiner in der Lage ist, das Problem zu lösen.

Glauben Sie ernsthaft, dass es uns bei unseren ICPPI-Kunden ohne eine Lösung in diesem Bereich gelingt weitere ZURICH-Produkte zu installieren? Glauben Sie ernsthaft, dass wir weitere BAVs in diesen Firmen platzieren können?

Anscheinend dachte man das bisher bei Leben, denn sonst hätte man uns schon eine Lösung präsentiert.

Zur Lösung von Problemen braucht es Entscheider!

Seit 1.4.2018 können Sie Entscheidungen treffen. Wir bauen auf Ihre Entscheidungskraft! Entscheiden Sie sich gegen drohende Kündigungen und für zukünftigen Umsatz.

Weiterhin wäre es gut, wenn Sie oder auch Horst Nussbaumer uns sagen könnten, bis wann wir auch in der BU-Schadenabwicklung wieder das halten, was wir in unseren Prospekten versprochen haben.

Im Bereich BU-Leistung sehen wir aktuell Entwicklungen, die gefühlt eher zum Tatort am Sonntagabend als zur ZÜRICH Deutschland passen. Tendenziell geht es eher Richtung Stromberg! Dieser Trend sollte dringend gestoppt werden!

Preise für unterschiedliche Endalter sollten in Weblife angezeigt werden. Hierzu haben wir schon mehrfach den Kaskovergleich in KFZ als Kopierbasis benannt. Auch das würde viel Zeit sparen und sicherlich auch die Abschlusswahrscheinlichkeit erhöhen. Das muß höher priorisiert werden.

Im Hinblick auf MIFID 2 hoffen wir zudem darauf, dass wir in Kürze in die gemeinsame Projektarbeit bezüglich einer Beratungssoftware für das Kapitalanlagegeschäft einsteigen. Außer einem halbstündigen Telefonat im August 2017 ist nichts geschehen. Wir haben noch nicht einmal ein Feedback auf unseren Protokollentwurf erhalten. Und auch kein offizielles Protokoll. Wir würden uns freuen, wenn dennoch alles reibungslos klappen würde, aber wir haben diesbezüglich Zweifel.

Schon in den 90er Jahren hat der spätere Vertriebsvorstand des Deutschen Herolds Manfred Hässler in Bamberg geschult: *„Wer mehr als Versicherungen verkauft, verkauft auch mehr Versicherungen!“*

Dieser Satz gilt heute noch wie damals.

Wer einen Bausparvertrag macht, bekommt zum Beispiel mit, dass der Kunde bauen will, und kann den Hausbau versicherungstechnisch absichern!

Wer das Finanzierungsgeschäft macht, macht auch das Annex-Versicherungsgeschäft dazu.

Lieber Jawed,

wir sehen in einer sich verändernden Bankenwelt Chancen für unsere Branche und unseren Vertriebsweg, denn wir gehen nach wie vor von einer spürbaren Filialschließung in der Bankenwelt aus.

Die Hälfte aller Bankfilialen bundesweit soll geschlossen werden. Vermutlich geht es sogar schneller als geplant, denn seit 2009 sind schon ca. 8000 Filialen geschlossen worden. Alleine in Berlin sind im vergangenen Jahr 82 Bankfilialen geschlossen worden.

Dadurch ergeben sich Chancen im Bereich Kapitalanlagen und Finanzierungen aber auch bei der Umdeckung von Sachversicherungen aus Bankbeständen.

Im Bereich Finanzierungen fehlt uns leider immer noch die Lösung für die §34i-Kollegen. Diese sollten allesamt für die Baufinanzierungsplattform freigeschaltet werden. Die Kollegen haben nach der Tagung in Magdeburg die Weiterbildung gemacht und warten nun auf die Umsetzung. Wir bitten darum hier kurzfristig das GO zu geben! Gerne noch heute.

Die ZEP betreut schon heute rund 500 Millionen EUR Investmentbestand. Wir halten dies zudem für einen Zukunftsmarkt für unsere Kollegen, so dass dieser Punkt sehr wichtig für uns ist. Auch das Investmentgeschäft ist folglich sehr wichtig für die ZEP, aber ohne entsprechende EDV-Unterstützung halten wir das Direktgeschäft nach Einführung der Richtlinie für nicht mehr händelbar.

Die DWS ist leider nach wie vor ein sehr bürokratischer Partner. Von digitalen Verkaufsprozessen und schlanken Lösungen sind wir hier meilenweit entfernt. Man hört aber, dass dies bei der DVAG anders gehen soll.

Warum, lieber Christian Haake, geht das dann nicht auch für die ZURICH anders?

Warum müssen wir immer noch Mengen an Papier quälen.

Warum müssen wir GWG-Prüfungen machen, die in der aktuellen Anforderung sogar noch über das Gesetz hinausgehen?

Warum schaffen wir es nicht einen Standardvorgang zur VWL-Anlage zu schaffen und diesen als Mitnahmegeschäft ganz schlank abwickeln zu können?

Bei unserem Krankenversicherungspartner DKV haben wir aktuell auch Probleme mit der Leistungsabteilung. Das war mal das große Highlight – das DKV-Aushängeschild!

Lieber Hr. Kurth, woran liegt das und wann ist mit spürbaren Verbesserungen zu rechnen?

Welche Neuigkeiten gibt es zum Treuhänderprozess?

Welche Verbesserungen hat die DKV für die ZEP im Zuge der Vertragsverlängerung angedacht?

Lieber Christoph Lürer,

wir benötigen im GI-Bereich weiterhin eine Gesamtkundenbetrachtung und eine maximale Obergrenze für die BAK im Einzelvertrag und auf Gesamtkundensicht.

Der Kunde bekommt jedes Jahr eine neue Speisekarte mit vielen Zahlen, die deutlich höher sind als im Vorjahr. Wir verlieren fortlaufend gute Kunden! So kann und darf das nicht weiter gehen!

Wir müssen unsere Kunden besser behandeln und schützen.

Es ist immer teurer, Neukunden zu akquirieren als Bestandskunden zu erhalten und auszubauen.

ZURICH muß dazu auch wieder mehr „Versicherer bzw. Risikoträger“ werden. Ich sprach vorhin von Vertriebshemmnissen, die es aus dem Weg zu räumen gilt.

Ich hoffe, Du hast die Planierdrause schon dabei und fängst gleich an uns den Weg zu ebnen. Bei unseren Schadenquoten können und sollten wir nun wieder mutiger agieren.

Wir meinen es ist an der Zeit, die Gewichtung zwischen Ertrag und Wachstum wieder etwas nach zu justieren. **Wer Küken will, muß Eier ausbrüten, nicht aufschlagen!**

Die jüngsten Entscheidungen bezüglich der SFR-Übertragungen und dem Rabattierungsprozess rund um das Ersatzgeschäft auf Privatschutz sind ein sehr guter Anfang.

Herzlichen Dank dafür!

Wir haben aktuell aber noch Zweifel, dass die vorhandenen Rabattvolumina speziell für die Neukundenakquise ausreichen. Wir hoffen, dass hier zügig nachgelegt werden kann.

Im SME-Bereich fehlt uns zudem jegliche Wachstumsstrategie. Hier sind wir nach wie zu bürokratisch aufgestellt.

Viel zu oft müssen wir unnötige Underwritingschleifen drehen. So macht das Geschäft keinen Spaß. So verliert man den Spaß am Vertrieb.

Zudem fand in den letzten Monaten kaum Kommunikation statt. Es kann nicht sein, dass wir über die Releaseinfo im Extranet erfahren, dass die Leitungswasserprämie im Propertybereich deutlich angehoben wird.

Die beste Aktion, die es in den letzten 10 Jahren in GI gab, war die gemeinsame VGV-Bestandsaktion in 2014. Diese haben wir mitentwickelt und diese haben wir zu jeder Zeit positiv begleitet und gemeinsam zum Erfolg geführt. Ohne diese Aktion wären wir in dieser Sparte stand heute sicherlich schon im Run off. Umso mehr verwundert es uns, dass unser Rat in Sachen SME-Geschäft anscheinend nicht mehr gewünscht ist.

Wir haben zudem das Gefühl, dass die Mitarbeiter der Abteilung Fach- und Vertriebsunterstützung speziell im Ziel-Segment SME nur noch als Mailboys agieren, weil ihnen jegliche Entscheidungs-kompetenz gestrichen wurde. Auch das ist für uns ein sehr wichtiges Thema.

Darüber hinaus wäre es wünschenswert mehr Sicherheit zu bekommen, dass die eingesetzten Rabatte nicht gleich wieder dazu führen, dass das APTP erneut stark unter Druck gerät und die Individual-BAK-Exzesse, insbesondere bei unseren TOP-Kunden, von neuem beginnen.

Und wir sollten mal wieder unserem eigenen Credo folgen und Vorreiter werden. Aktuell laufen wir Trends hinterher. Wir erhalten viele Kundenanfragen zum Thema Cyber-Deckung und können Ihnen hierzu keine Lösungen bieten.

Es gibt aber auch sehr viel Gutes an der neuen Privatschutzlinie. Wir haben wieder ein aktuelles TOP-Deckungskonzept, mit dem wir mit breiter Brust angreifen können. Die ZAS wurde zum Glück auch schon um einiges verbessert.

Die Küchengeräte liegen bereit um anzugreifen! Das möchten wir an dieser Stelle auch noch mal ausdrücklich betonen.

Und diese wurden nach dem großen Knall auch für ZURICH-Verhältnisse sehr schnell bereit gelegt. Das wollen wir an dieser Stelle ebenfalls lobend erwähnen.

Jetzt gilt es die zusätzlichen Materialien bereit zu legen, damit unser gemeinsames Kochevent starten kann. Dies werden wir auch sehr gerne positiv begleiten.

Liebe ZURICH-Vorstände,

wir haben eine sehr gute Lösung für das Onlinegeschäft gefunden. Wir freuen uns, dass es Zurich nun auch geschafft hat, die Frage nach der Betreuung durch den Vermittler zu programmieren. Nun gilt es diese mit Leben zu erfüllen. Unklar ist für uns nach wie vor, nach welcher Logik die Vermittler angezeigt werden.

Marketing sollte den Exklusivvertrieb in der digitalen Welt zudem bewerben. Getreu dem Motto: **Wir sind nicht nur digital, sondern haben auch Personal!**

Lassen Sie uns diese Thematik in Kürze getreu dem aktuellen ZEP-Motto „**gemeinsam, aktiv gestalten!**“

Darüber hinaus sollte ZURICH verlässliche Zahlen liefern. Eine so unglückliche Vorstellung wie jüngst bei NBS sollte in Zukunft vermieden werden.

Erfolg hat ein Team immer dann, wenn einzelne Profis das eigene Ego hinten anstellen, um im Team gemeinsam das Beste für alle zu erreichen. Und wir möchten auf Dauer Teil des besten Teams in der gesamten Branche sein!

Die ZURICH hätte in der Vergangenheit in einigen wichtigen Themen sicherlich viel Ärger, Zeit und Geld gespart und mehr Umsatz generiert, wenn wir früher miteinander anstatt aneinander vorbei gesprochen hätten.

Wir schlagen daher vor künftig halbjährliche Strategiegespräche zwischen IVZ- und ZURICH-Vorstand einzurichten, um dort gemeinsam Vertriebsthemen zu arbeiten.

Wir meinen, dass das besser und effektiver für beide Seiten ist und würden uns freuen, wenn Sie das genauso sehen.

Lieber Dr. Schildknecht,

sicherlich haben Sie sich schon ein Bild von ZURICH gemacht und werden uns nachher über Ihren bisher gewonnenen Eindruck informieren.

Sie konnten sich Ihr Team bisher nicht heraus suchen, dennoch haben wir eine Bitte an Sie. Wir haben in den vergangenen Jahren unzählige Strukturänderungen und Personalwechsel im Management durch gemacht.

Wir und auch der Innendienst wären daher zum jetzigen Zeitpunkt froh, wenn jetzt erst mal Ruhe rein käme und wir die aktuelle Struktur und das aktuelle Management wenigstens mal die nächsten 2-3 Jahre beibehalten können.

Wir haben Zweifel, dass nach der jüngsten OP am offenen Herzen andere Manager ohne die Hintergrunderfahrung ein besseres Endergebnis auf die Beine stellen, als die aktuell Vorhandenen.

Liebe ZURICH-Vorstände, liebe Führungskräfte,

wir möchten uns ganz herzlich bei allen bedanken, die sich für die Belange unserer Kunden und Kollegen einsetzen. Unser Ziel ist es ZURICH besser und erfolgreicher zu machen.

Sehr gerne tragen wir unseren Teil dazu bei. Wir möchten gemeinsam Kundenbeziehungen erhalten und Marktanteile gewinnen!

Deshalb sprechen wir die Themen auch offen an!

Wir sagen Ihnen liebe Vorstände und Führungskräfte hier und heute deutlich:

Wir sehen unsere Zukunft weiterhin im Hause ZURICH!

Aber mit einer EDV, die Zeit spart und nicht mehr verschlingt!

Mit einfachen und nachvollziehbaren Prozessen – für ALLE.

Mit dem zwingend über allem stehenden Ziel, endlich wieder gemeinsam zu wachsen!

Lassen Sie uns gemeinsam Vertrieb leben!

Zum Wohle des gesamten ZURICH-Teams.

Wir sind dazu bereit!

Besten Dank für Ihre Aufmerksamkeit!

Marco Seuffert

Vorstandsvorsitzender IVZ e.V.