



**Herbert  
Pilzweger**

Oktober 2011

*Mr Herbert Pilzweger has been an insurance agent Allianz Germany since 1988.*

*He was the Chairman of the European Association of national organisations of Allianz agents from 2007 till 2010.*

*He is a member of the Board of IG (German organisation of Allianz Agents) and has been responsible for the department "Marketing & Communications" since 2006.*

*The views expressed in this interview do not necessarily represent those of BIPAR.*

**BIPAR**  
Av. Albert-Elisabeth 40  
B-1200 Brussels

Tel: +32/2/735 60 48  
Fax: +32/2/732 14 18  
bipar@skynet.be  
www.bipar.eu

## **Was ist Ihrer Meinung nach die Aufgabe eines Versicherungsvermittlers?**

Wir haben ein Beratungsauftrag. Wir müssen unseren Kunden Wege aufzeigen, finanzielle Risiken in den Griff zu bekommen. Im Privatkundengeschäft ist dies vor allem die Absicherung von Einkommen, Familie, Vermögen und natürlich die Altersvorsorge. Im Firmenkundenbereich erarbeiten wir mit unseren Kunden Konzepte zur Reduzierung des Unternehmer-Risikos.

## **Bitte beschreiben Sie den typischen Arbeitstag eines Versicherungsvermittlers**

Natürlich spielt sich viel im Büro vor dem Computer und am Telefon ab. Kundengespräche müssen gründlich vor- und nachbereitet werden. Die Bewältigung der Informationsflut über Neuerungen im Produktportfolio, Markt und Gesetzgebung ist eine echte Herausforderung. Ein Highlight sind die Kundengespräche, in der Agentur, beim Kunden, am Telefon – immer öfter auch mit zusätzlicher Unterstützung über das Internet (Netviewer). Geschäftsreisen gehören auch dazu – Tagungen, Fortbildungen, Besuche bei weiter entfernten Kunden.

## **Welchen Aspekt Ihres Berufes mögen Sie am meisten/am wenigsten?**

Jeder Tag ist anders – jeder Kunde ist anders; Kaum ein anderer Beruf gewährt so viele Einblicke in unterschiedlichste Wirtschafts-, Gesellschafts- und Lebensbereiche. Man kann aus jedem Gespräch etwas neues lernen. Frustrierend hingegen sind die Momente der Machtlosigkeit, wenn die Dinge unbeeinflussbar an einem vorbeirauschen.

## **Welchen Bildungsgrad haben Sie (z.B. Schulabschluss, Lehre, Hochschulstudium)? Welcher Bildungsgrad ist Ihres Erachtens vonnöten, um den Beruf des Versicherungsvermittlers auszuüben?**

Das beste Training ist tägliche Praxis und stete Neugier. Ich arbeite seit meinem 16. Lebensjahr in der Branche, beginnend mit einer kaufmännischen Lehre bei einem Mehrfach-Vermittler.

## **Was hat Sie dazu bewegt, den Beruf des Versicherungs-vermittlers zu ergreifen?**

Der Schritt in die Selbständigkeit. Unternehmer sein, eigene Ideen und Gedanken umsetzen.

**Hat die Öffentlichkeit Ihrer Meinung nach ein falsches Bild vom Beruf des Versicherungsvermittlers?**

Ich glaube, dass solche Vorurteile der Vergangenheit angehören. Heutzutage ist dem Kunden klar, dass Versicherungsvermittler hervorragend ausgebildet sein müssen – und es auch sind. Der Versicherungsvermittler begleitet den Kunden jahrelang in einen besonderen Vertrauensverhältnis. Versicherungsvermittler sind sich dieser Verantwortung bewusst, daher sind Aus- und Weiterbildung und langfristige Kundenzufriedenheit untrennbar miteinander verbunden.

**Der Konkurrenzdruck wird stärker (Bank, Direktversicherer). Aus welchen Gründen sollte ein Verbraucher zu Ihnen kommen und von Ihnen beraten werden?**

Weil wir weiter denken als bis zum nächsten Abschluß.

**Es wird behauptet, diesen Beruf könne man nur mit einer gehörigen Portion Leidenschaft betreiben – Stimmen Sie dieser Aussage zu?**

100%

**Was sind Ihre Zukunftspläne? Wie sehen Sie die Zukunft?**

Ich möchte das Internet und dessen Möglichkeiten noch besser nutzen, um neue Kunden zu gewinnen und bestehende Geschäftsbeziehungen zu Privat- und Firmenkunden zu stärken und auszubauen. Ich finde, persönliche Betreuung unter konsequenter Nutzung der neuen Medien ist kein Widerspruch, im Gegenteil – das ist eine Riesen-Chance für uns.

**Inwieweit hat sich der Beruf und seine Ausübung in den letzten 10-15 Jahren verändert?**

Die Kunden sind heute anspruchsvoller, informierter, vorsichtiger. Das ist gut so, den die Versicherer müssen die Rahmenbedingungen für Vermittler und Kunden neu ausrichten. Nachhaltigkeit, langfristige Kundenzufriedenheit, kundenorientierte Produkte und Prozesse sind DIE Erfolgsgaranten, um im Wettbewerb zu bestehen.

\*\*\*