

Echt. Sicher. Sein.

Die Zeitung für mehr als
8.000 Versicherungsagenturen



20 Jahre
Echt. Sicher. Sein



Liebe Leserin, lieber Leser,

die Versicherungsagentur feiert in diesem Jahr einen runden Geburtstag. Erfahrene Profis in diesem Bereich gibt es freilich schon viel länger, aber seit dem Jahr 2000 sind sie unter einer Berufsvertretung vereint. „Die Versicherungsagentur“ ist seither zu einer echten Qualitätsmarke geworden. Wo Versicherungsagentur drauf steht, können die Menschen Echt. Sicher. Sein. Das ist bekannt!

Als Dachmarke für tausende erfolgreiche Versicherungsagenturen ist es auch gelungen, als gewichtige Interessensvertretung in Erscheinung zu treten. Das hat stark gemacht und uns einen bemerkenswerten Stellenwert in der Versicherungswirtschaft ermöglicht. Dank dieser Stellung sind uns in den vergangenen zwanzig Jahren viele wertvolle Meilensteine gelungen. Dabei denke ich etwa an Verbesserungen der gesetzlichen Rahmenbedingungen oder der medialen Verankerung in Österreich.

Jüngster Erfolg war sicherlich die Umsetzung der IDD-Richtlinien. Das macht uns nachhaltig erfolgreich. Und darauf dürfen wir stolz sein! Auf die nächsten zwanzig Jahre!

Bis dahin wünsche ich viel Freude beim Lesen der aktuellen Ausgabe.

Ihr

Alexander Schwarzbeck
Landesgremialobmann
Salzburg

So geht Facebook! Teil 1 der neuen Facebook-Serie

Alexander Schwarzbeck, Landesgremialobmann der Salzburger Versicherungsagenturen, über erfolgreiche Facebook-Auftritte in der Branche

Soziale Medien sind in den vergangenen zehn Jahren zu einer der bedeutendsten Kommunikationsmöglichkeiten geworden. Der Platzhirsch unter den angesagten Plattformen ist Facebook. Von Experten seit vielen Jahren totgesagt, erfreut es sich weiterhin größter Beliebtheit. Aktuell nutzen etwa 2,5 Milliarden Menschen aktiv dieses Netzwerk, Tendenz weiter steigend. Doch wie können Sie dieses Medium für Ihren Erfolg echt sicher nutzen?



Alexander Schwarzbeck

Im ersten Teil unserer neuen Facebook-Serie haben wir Alexander Schwarzbeck, Landesgremialobmann der Salzburger Versicherungsagenturen, interviewt.

Du bist mit Deiner Agentur schon fast fünf Jahre auf Facebook vertreten. Was kannst Du darüber berichten?

Die Idee war, die Popularität des Mediums Facebook einfach zu nutzen, um Kunden und Interessenten über relevante Neuigkeiten zu informieren. Aus der Idee wurde dann ein Projekt, an dem alle gemeinsam gearbeitet haben.

Wie meisterte das Team diese neue Herausforderung?

Naja, gänzlich neu kann man nicht sagen. Schließlich hatten viele von uns schon davor einen privaten Account. Dennoch war das Ganze eine große Umstellung. Es ist schon ein Unterschied, ob man privat ab und zu online ist, oder ob man Inhalte liefern muss. Als die Seite online ging, gab es kein Zurück mehr, von da an mussten wir liefern. Wir starteten mit leichten Wohlfühlthemen. Nach und nach konnten wir dann Fans für uns gewinnen. Aus dem einfachen Tun wurde eine spannende Routine. Immer wieder entstanden im Team neue Ideen.

Fällt Euch die Themensuche schwer?

Nein, eigentlich nicht. Es passiert so viel Interessantes rund um uns, dass wir immer Inhalte parat haben. Unser Partner UNIQA liefert auch wertvolle Inhalte, die wir gerne teilen. Dabei finden nicht alle gleich viel Anklang, aber das ist ganz normal. Davon darf man sich nicht abschrecken lassen. Ich denke, dass wir das in Summe ganz gut machen, auch wenn wir uns immer wieder an der Nase nehmen müssen, um die Kontinuität gewährleisten zu können.

Würdest Du anderen Agenturen den Schritt in Richtung eigene Facebook-Seite empfehlen?

Auf jeden Fall. Trotz mehr als zwei Milliarden Nutzer bietet dieses Medium immer noch viel Raum für direkten Kontakt mit den Menschen. Wir sind auf diese Weise stets präsent und können über unsere Arbeit einfach und schnell berichten. Unsere Kunden erhalten unkompliziert und ohne viel Aufwand aktuelle Tipps und Neuigkeiten aus der Branche. Welches Medium kann das sonst?

Kannst Du den Lesern ein paar Tipps geben, wie der Start einer neuen Facebook-Seite gelingen kann?

Wichtig ist, keine Angst vor Facebook zu haben. Wenn man ein paar essenzielle Regeln einhält, kann im Grunde nicht viel schiefgehen. Entscheidend ist auf jeden Fall das klare Bekenntnis zu diesem Medium. Wer eine eigene Seite ins Netz stellt, muss diese auch regelmäßig befüllen und aktuell halten. Das gelingt uns leider auch nicht immer. Wenn man aber ein wenig Gefühl für kurze und natürlich fehlerfreie Texte hat, ist der Erfolg so gut wie sicher. Ich würde auf jeden Fall vor dem Start andere Seiten beobachten. Da kann man viel über Facebook lernen. Im Internet findet man zudem jede Menge Tipps zum Anlegen der Seite und zum Posten.

Lieber Alexander, vielen Dank für das Interview!



Was sagen die Experten zur Digitalisierung?

Arno Schuchter, Generali Vorstand für Vertrieb und Marketing, stand dem Echt. Sicher. Sein. Redaktionsteam Rede und Antwort zum Thema Digitalisierung.

Sehen Sie die Digitalisierung in der Versicherungsbranche positiv?

Ja, sehr sogar. Denn die Digitalisierung hat maßgeblichen Anteil an der Weiterentwicklung des Versicherungsgeschäfts. Über alle Vertriebswege werden Versicherungslösungen noch besser an den Kundenbedarf angepasst und mit innovativen Services sowie Präventions- und Assistance-Angeboten kombiniert. Darüber hinaus tragen Digitalisierung, künstliche Intelligenz und Automatisierung wesentlich dazu bei, Services und Abläufe zu vereinfachen und Komplexitäten nachhaltig zu reduzieren. Der Verwaltungsaufwand für unsere Vertriebspartner wird dadurch reduziert und sie gewinnen mehr Zeit für das Wesentliche, nämlich für ihre Kunden.

Glauben Sie, brauchen die Kunden der Zukunft noch Versicherungsagenten vor Ort? Steigt durch Onlineangebote der Druck auf die Versicherungsagenten?

Auch wenn sich die Art der Kommunikation verändert hat, so bin ich fest davon überzeugt, dass der persönliche Kontakt vom Versicherungsagenten zum Kunden weiterhin ein wesentlicher Erfolgsfaktor sein wird. Online-Abschlüsse entwickeln sich am heimischen Markt nur langsam und vorrangig bei einfachen Produkten. Der Vertrieb wird auch künftig primär persönlich erfolgen. Emotionale Themen wie die Absicherung des eigenen Lebens oder der Gesundheit sind in einem Gespräch von Mensch zu Mensch besser aufgehoben als auf einer Internetplattform.

Wie wichtig ist für Sie der Onlineauftritt der Agenturen mit Schadensformular etc.?

Eine regionale und digitale Präsenz sind gleichermaßen bedeutend, damit der Kunde seinen bevorzugten Vertriebsweg auswählen kann. Viele Kunden sind mittlerweile „hybrid“. Sie wollen zum Beispiel bei einer Beratung den persönlichen Kontakt, aber einfache Geschäftsfälle auch gerne mal digital erledigen. Wesentlich ist, dass der Einsatz neuer Technologien für Kunden und Agenten einen Mehrwert bringt.

Danke für das Interview!



Echt. Sicher. Sein.

Unsere Mission
Wo Die Versicherungsagentur draufsteht, ist echte Versicherung drin.

Unsere Vision
Wer eine Versicherung sucht, wählt Die Versicherungsagentur.

Unsere Werte
Die Versicherungsagentur steht für Kompetenz, Vertrauen und Sympathie.

Unser Credo
Die Versicherungsagentur. Echt. Sicher. Sein.



Ihre Produkte zum Echt. Sicher. Sein.

Ab sofort stellen wir Ihnen in der Mitgliederzeitung regelmäßig interessante Produkte aus dem Webshop der Seite www.echtsichersein.at vor.



Der Echt. Sicher. Sein. Kugelschreiber

Ein echter Klassiker unter den Werbegeschenken darf im Webshop natürlich nicht fehlen, der Kugelschreiber. Das edle Schreibgerät mit satinierter Metall-Spitze trägt auf Wunsch Ihren Namen oder Ihre Agenturbezeichnung samt Telefonnummer und E-Mail-Adresse. Selbstverständlich können Sie alternativ auch Ihre Website oder einen kurzen Slogan anführen. Mit dem einfach zu bedienenden Konfigurator erhalten Sie noch vor dem Bestellen eine detaillierte Vorschau.



Das Echt. Sicher. Sein. Vorhängeschloss ABUS+

Welches Produkt symbolisiert Sicherheit mehr als ein robustes Vorhängeschloss mit Sechsstift-Präzisionszylinder? Als edles Geschenk für wertvolle Kunden ist es ein echter Eyecatcher, auf dem Sie drei Zeilen Platz für Ihre Werbedaten haben. Auch hier erhalten Sie im Online-Konfigurator umgehend eine Vorschau, bevor Sie sich für die Bestellung entscheiden.



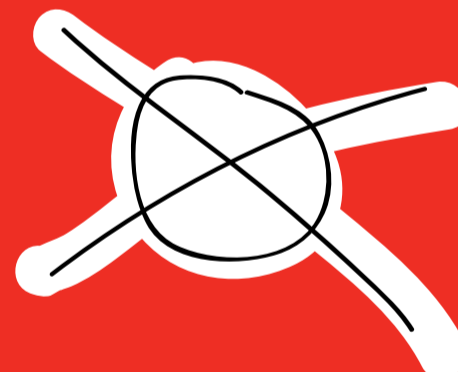
Die Echt. Sicher. Sein. Flügelmappe

Vieles lässt sich in der Versicherungsbranche digital lösen. Ein persönliches Angebot oder wichtige Unterlagen überreicht man aber dennoch gerne händisch. Mit der Flügelmappe im Echt. Sicher. Sein. Design und Ihren Daten sorgen Sie dabei für eine edle Optik. Auch hier können Sie per Online-Konfigurator vorab simulieren, wie die Mappe aussehen kann.

2. bis 5. März 2020: WKO-Wahlen

Im März finden österreichweit Wirtschaftskammerwahlen statt. Stimmberechtigt sind dabei alle Unternehmer, die per Stichtag 22. November 2019 Mitglied einer WKO-Fachorganisation sind und ihre Gewerbe nicht ruhend gemeldet haben. Bei der Wahl können diese ihre direkten Vertreter wählen und damit sicherstellen, dass Kammern und Fachorganisationen die individuellen Interessen und Anliegen wahrnehmen.

Alle Informationen zur Wahl und zur Anforderung der Wahlkarten finden Sie unter
<https://www.wko.at/service/oe/wirtschaftskammerwahlen.html>



Schauen Sie sich die Angebote unter shop.echtsichersein.at an, da ist sicher auch für Sie etwas Spannendes dabei!

**Ganz aktuell:
Wand- und Tischkalender 2021
Jetzt bestellen!**



**Die Versicherungsagentur
Echt. Sicher. Sein.
Salzburg**

Impressum: Für den Inhalt verantwortlich: Landesgremien der Versicherungsagenten in den Bundesländern: Burgenland: Robert-Graf-Platz 1, 7000 Eisenstadt | Kärnten: Europaplatz 1, 9021 Klagenfurt | Niederösterreich: Wirtschaftskammer-Platz 1, 3100 St. Pölten | Oberösterreich: Hessenplatz 3, 4020 Linz | Salzburg: Julius-Raab-Platz 1, 5027 Salzburg | Steiermark: Körblergasse 111-113, 8010 Graz | Tirol: Wilhelm-Greil-Straße 7, 6020 Innsbruck
office@rechtsichersein.at, www.echtsichersein.at | Idee, Konzeption und Artwork: Das Kommunikationshaus Bad Aussee, www.kommhaus.com
Illustration: Anna Schoiswohl | Druck: Mittermüller | Vorbehaltlich Änderungen, Irrtümer und Druckfehler.
Genderhinweis: Wir legen großen Wert auf geschlechtliche Gleichberechtigung. Aufgrund der Lesbarkeit der Texte wird bei Bedarf nur eine Geschlechtsform gewählt. Dies impliziert keine Benachteiligung des jeweils anderen Geschlechts.