



Auf der heutigen Tour  
passieren die beiden Fahrer  
das Lübecker Holstentor

# Büroarbeit auf Rädern

Eingespieltes Team: Lars und David liefern  
mit ihrem Actros Büromöbel von der Ostsee  
nach ganz Europa.

## In Kürze

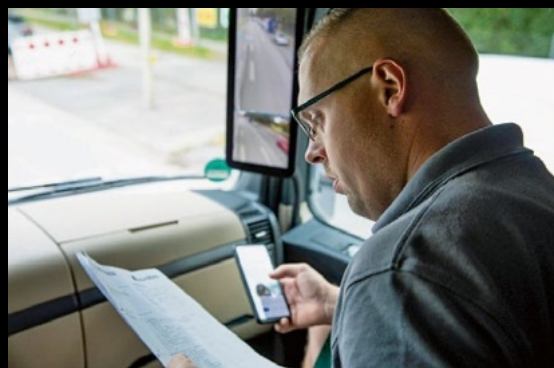
Der Büromöbelhersteller Palmberg startete 1922 als kleine Tischlerei und ist heute eigenen Angaben nach eines der führenden und modernsten Unternehmen Europas dieser Branche. RoadStars hat zwei von insgesamt 95 Palmberg-Fahrern besucht.

**M**orgens um kurz vor sieben ist auf den Straßen in Nordwestmecklenburg nicht viel los, der Tag scheint noch nicht richtig in Gang. In Schönberg auf dem Palmberg, wo der gleichnamige Büromöbelhersteller seinen Sitz hat, wird jedoch bereits fleißig gear-

beitet. Überraschend leise ist es in den Werkhallen, obwohl hier in großem Maßstab geschnitten, geschliffen, furniert und montiert wird. Die Büromöbel-Produktion läuft über hydraulische, digital gesteuerte Fertigungsstraßen. Vieles geschieht vollautomatisch, kontrolliert, reguliert



Im Actros ist eine MirrorCam installiert



Der Beifahrer ist fürs Checken der Adresse zuständig



Beim Ausliefern geht es schon mal eng zu, ...



Seit gut fünf Jahren sind Lars und David mit Büromöbeln unterwegs



## Bei Palmberg fährt man immer im Team

und optimiert von den Mitarbeitern. Dazu gehört auch: Erst hinten bei den Laderampen finden die einzelnen Bestandteile einer Order zusammen und werden passend zur Auslieferung zusammengestellt.

### ABFAHRT AUCH NACHTS

Draußen bugsieren Elektroraupen die grün-weißen Palmberg-Auflieger an die Laderampe. Was in welcher Reihenfolge auf welchen Auflieger kommt, haben die Logistiker am PC akribisch ausgetüftelt und den Packern als farbige Skizzen an die Hand gegeben. So wird die Ladefläche optimal genutzt und die Fahrer haben es später leichter beim Abladen. „Mit den Ladeplänen würden wir selbst im Schlaf jede Lieferung finden“, ist sich Lars Nithammer sicher.

Nachdem geladen ist, übernehmen Lars und sein Kollege David Mintzclaff, zwei der 95 Palmberg-Fahrer, den Auflieger. Ein typischer Arbeitstag beginnt für sie meistens direkt am Pfortnerhäuschen. Dort bekommen sie ihre Papiere und erfahren, vor welchem Tor ihr Auflieger fertig gepackt auf sie wartet. Oft, wenn sie die richtig langen Strecken vor der Brust haben, starten Lars und David ihre Touren mit ihrem Actros bereits in der Nacht.

Für die beiden ist dies kein Problem, sie sind ein eingespieltes Team und schon

seit über fünf Jahren für das Unternehmen unterwegs. David wurde der Beruf quasi mit in die Wiege gelegt. „Mein Vater fährt auch schon seit über 35 Jahren Lkw, ich durfte schon als Kind mit. Nach der Schule folgte dann für mich die Ausbildung zum Kfz-Mechatroniker und danach direkt der Wechsel hinters Lenkrad“, so David, der auch in der Gegend geboren und aufgewachsen ist.

### VIER EINGESPIELTE HÄNDE

Nachdem sie die Papiere geprüft haben, koppeln sie auf und tippen die Lieferadressen ins Navi. Heute geht es in die Umgebung, nach Lübeck. Eine Klinik, eine Praxis und eine Behörde stehen auf der Liste. Heimspiel – und nach der Tour ist Wochenende. Meistens fahren sie aber ins Ruhrgebiet und nach Süddeutschland. Und häufig geht es noch weiter weg, europaweit.

Palmberg-Fahrer arbeiten immer zu zweit. „Schließlich liefern wir ganze Bürolandschaften, die wir direkt beim Kunden aufbauen. Egal wie fit du bist – allein ist die Montage nicht zu machen.“ Mit zwei sich abwechselnden Fahrern sind natürlich auch die Ruhezeiten leichter zu managen. Und: „Auch als Einweiser und Navigationsassistent ist der Kollege sehr wichtig“, erklärt Lars. Ihre Lieblingsstrecke führt



Büromöbel, made in Germany: Palmberg

die beiden Kollegen übrigens in die Schweiz. „Das ist ein ganz anderes Leben dort, eine völlig andere Mentalität. Die Leute sind dort alle supernett und aufgeschlossen – da hupt auch keiner, wenn du mal an der Straße kurz anhalten musst“, so David, der jetzt am Steuer sitzt.

Die berufliche Begeisterung der beiden liegt nicht zuletzt an ihrem Fahrzeug, einem Actros 1842 mit der Fahrerhausvariante Gigaspace. „Gerade im Zwei-Mann-Betrieb kann man sich kein besseres Fahrerhaus wünschen“, sagt Lars, der auf dem Beifahrersitz die Route im Blick behält. Und David ergänzt: „Allein die Ambiente-Beleuchtung und die superbequemen Betten – da ist es unterwegs fast so gemütlich wie zu Hause.“ *Jean-Pierre Hintze*



... aber die Palmberg-Fahrer sind das gewohnt



**RoadStars**

powered by Mercedes-Benz Trucks

Tolle Geschichten von Fahrern und dem Leben unterwegs, spannende Reportagen über Transporte und ganz besondere Trucks sowie Oldtimer, Events und Aktionen. Das und mehr bietet Mercedes-Benz auf

„RoadStars“. TRUCKER zeigt jeden Monat eine ausgewählte Story. Mehr zur Community: [www.roadstars.com](http://www.roadstars.com)  
Neu im Angebot von Mercedes-Benz Trucks ist das Online-Magazin Transport mit Videos, Interviews und Impressionen aus der mobilen Wirtschaft. Schaut doch mal rein: [www.mercedes-benz-trucks.com/transport](http://www.mercedes-benz-trucks.com/transport)



# MATTHIAS SCHMIDT MIT SOCIAL MEDIA ZUM ERFOLG

Der Versicherungsmakler und BU-Spezialist Matthias Schmidt sitzt mit seinem Unternehmen Vers-Kompass fast genau zwischen Heidelberg und Karlsruhe.

Nachdem er ursprünglich als gelernter Immobilienkaufmann bei einem mittelständischen Immobilienmakler gestartet war, überzeugte ihn ein Freund, es doch einmal mit Versicherungen zu versuchen. So begann Schmidt 2014 im Ausschließlichkeitsvertrieb und wurde schließlich 2017 Versicherungsmakler. Die Zeit war reif für diesen Branchenwechsel, denn das Immobilienunternehmen musste 2013 schließen. Matthias Schmidt fragte sich deshalb, wo seine Reise jetzt hingehen würde. Da Schmidt bereits in der Ausbildung erkannt hatte, dass er eher ver-

trieblich orientiert ist, probierte er den Ratschlag seines Freundes aus – und stellte dann schließlich fest, dass seine Landung in der Versicherungsbranche durchaus reibungslos verlief.

Vom Neckar an die Trave – also zu blau direkt, geriet der Versicherungsmakler nach intensiver Recherche und aufgrund des daraus resultierenden Eindrucks, dass die Lübecker als einziger Pool offenbar ihre strukturellen Hausaufgaben gemacht haben. Besonders die simplr App, der unkomplizierte und schnelle Datenimport, das zukunftsweisende Technologiekonzept und nicht zuletzt die Menschen bei blau direkt haben Matthias Schmidt dazu bewogen, sein gesamtes Geschäft über blau direkt abzuwickeln. Hauptsächlich Grund war also das herausragen-

de technologische Umfeld. Überzeugt haben aber auch die „coolen jungen Leute“ bei blau direkt, die auf Augenhöhe zur Verfügung stehen und bei Problemen schnell und unkompliziert helfen können.

Außerdem hält Schmidt die Unternehmenskultur bei blau direkt für sehr beachtlich und anderen Pools überlegen. Grundsätzlich hat dennoch die Technologie, also das, was im Backend stattfindet, den Ausschlag gegeben. Und schließlich läuft die gesamte Abwicklung erstklassig, was eindeutig in der digitalen Ausrichtung von blau direkt begründet ist – ein Hintergrund, der Matthias Schmidt sehr wichtig ist und mit dem er sich durchaus identifiziert.

Üblicherweise akquiriert Schmidt rund



## ” In dieser Situation ist man gezwungen die Digitalisierung auch umzusetzen.

60 Prozent seines Unternehmensumsatzes online. In der momentanen Corona-Krise liegt dieser Anteil natürlich bei 100 Prozent. Der größte Teil davon, um die 60 bis 70 Prozent der Online-Kontakte, wird über seine Social-Media-Kanäle gewonnen. Danach erfolgt dann eine kompetente und zielführende Online-Beratung und aus den meisten Kontakten werden dann Kunden.

Apropos Krise: Matthias Schmidt ist überzeugt, dass die Corona-Krise sich auch auf die Digitalisierung der Versicherungsbranche auswirken wird. Schließlich wurde schon jahrelang über Digitalisierung gesprochen – jetzt ist man gezwungen, sie auch umzusetzen. Auch wenn die Umstände hart sind, muss erkannt werden, dass diese Kri-

se technologisch eine Chance bietet. Und die Versicherungsbranche hat diese Chance auch bitter nötig. Wenn man sich nur einmal vorstellt, dass vor Corona manche Versicherer nicht einmal Online-PDF-Anträge im Angebot hatten! Jetzt müssen sie liefern und endlich auch die Möglichkeiten der elektronischen Unterschrift anbieten. Und Makler, die technologisch kompetent sind, können hier die Entwicklung ergänzen, fördern und daran partizipieren.

Social Media hält Matthias Schmidt dabei für äußerst wichtig. Er postet regelmäßig Beiträge über Instagram und Facebook – nicht nur um neue Kunden zu gewinnen, sondern auch um Vertrauen bei Bestandskunden zu schaffen. Gepostet werden dabei nicht

nur Produktinformationen. Matthias Schmidt versucht die Menschen dabei auch persönlich mitzunehmen und bietet durch private Postings Einblicke in sein Leben und seine Privatsphäre. Er möchte den Menschen vermitteln, wer sich hinter Vers-Kompass und der Person Matthias Schmidt verbirgt, und will so deutlich machen, welcher Mensch hinter der Verpackung seines Versicherungsbetriebes steckt. So etwas führt zu dauerhaften Interaktionen. Andererseits scheut sich Schmidt aber auch nicht, dann und wann Geld in die Hand zu nehmen, um es in gezielte Werbung zu investieren und über Kampagnen neue Kunden zu gewinnen. Schmidt sieht seine Online-Strategie auf 2 Säulen: Einerseits ist es sein Ziel, mit dauerhafter Sichtbarkeit und Interaktion bestehende Bestände zu schützen,



### Der Pionier:

Als einer der Ersten verknüpfte Matthias Schmidt Berufsunfähigkeitsversicherung mit Onlinemarketing

andererseits will er über gezielte Kampagnen neue Zielgruppen, beispielsweise junge Familien, erschließen, um neue Kunden zu gewinnen. Ein durchaus nachhaltiger und wirksamer Effekt. Wegen des praktischen Erfolges ist Schmidt von der Strategie überzeugt.

Die Spezialisierung auf den Bereich Berufsunfähigkeit entstand aus Pragmatismus. In den Anfangsmonaten seiner Karriere als Versicherungsmakler nahm Schmidt die Herausforderung an, neue Kunden zu gewinnen. Für wenig Geld bot sich damals – passend zu diesem Anspruch – ein sehr interessanter Online-Marketing-Kurs zum Thema Online-Vertrieb an. Schmidt vertiefte

sich in die Materie. Dazu kam die Erkenntnis, als Einzelmakler das Sachgeschäft alleine und im vollen Umfang nicht abgewickelt zu bekommen. Für ihn als Einzelkämpfer folgte darauf der Entschluss, sich vollumfänglich auf die Berufsunfähigkeit zu konzentrieren. Denn die ersten Branchenerfahrungen bewegten sich eher im Bereich der Lebensversicherungen und Berufsunfähigkeitsversicherungen. Schließlich konzentriert sich Matthias Schmidt mit Vers-Kompass auch auf eine relativ junge Zielgruppe. Bei einem durchschnittlichen Kundenalter von 25 Jahren ist das Thema Berufsunfähigkeit natürlich sehr wichtig. So lag die Spezialisierung nahe. Schmidt produzierte deshalb

gezielt Inhalte zu diesem Thema und verknüpfte so den Bereich BU mit Online-Marketing – ohne zu wissen, dass er zu den Pionieren in diesem Sektor gehörte.

Schmidt ist sich sicher, dass es in den nächsten Jahren zu einer wesentlich stärkeren Konsolidierung des Versicherungsmarktes kommen wird, als dies bereits der Fall ist. Denn auch ohne Krise ist die Nachfrage nach guter und qualifizierter Beratung immens gestiegen. Die Expansion als digitaler Versicherungsmakler ist da die logische Konsequenz – wobei die Digitalisierung an sich sehr viel, jedoch nicht alles regelt: Es kommt auch auf die Inhalte und die



### Mit dem Rucksack durch Asien:

Bali gehört aufgrund seiner wunderschönen Natur zu den begehrtesten Reisezielen des Versicherungsmaklers

77

## Du solltest bereit sein, Fehler zu machen. Nur so kannst du neue Dinge bewegen.

Beratungsqualität an. Einzelkämpfer auf dem Versicherungsmarkt ist er übrigens längst nicht mehr. Mittlerweile verfügt Schmidts Unternehmen Vers-Kompass über 13 weitere Vermittler sowie 2 Angestellten im Backoffice – eine fachliche wie personelle Verantwortung, die wenig Raum für Freizeit lässt.

Matthias Schmidt ist ein erfolgreicher Macher, der viel Zeit in den Aufbau seines Unternehmens investiert. Da bleibt dann höchstens noch Zeit für Shopping, Jogging und Fitnessstudio. Denn verheiratet ist Matthias Schmidt schließlich auch noch, womit das Freizeitkontingent durchaus gegen null tendiert. Wichtig ist ihm allerdings, regelmäßig auf Reisen zu gehen. Wenn es die Zeit erlaubt, versucht Schmidt, gemeinsam mit seiner Frau alle 8 bis 9 Wochen aus dem Arbeitsalltag auszubrechen und auf kurze oder etwas längere Trips zu gehen, wobei das Thema Reisen in diesem Jahr aufgrund der Pandemie natürlich auch für Matthias Schmidt eher zu vernachlässigen ist.

Keineswegs hintenangestellt werden hingegen seine beruflichen Ziele. Denn seinen Betrieb würde er durchaus gerne auf rund 30 „Wissensvermittler“ erweitern. Als Traum bezeichnet er den angepeilten Stamm von 10.000 Kunden sowie einen 7-stelligen Jahresum-

satz. Das waren schon zu Beginn seiner Karriere als Versicherungsmakler seine beruflichen Ziele, die Schmidt stets im Hinterkopf behielt. Wachstum und Weiterentwicklung beschränken sich bei ihm nicht nur auf den beruflichen Bereich, er sieht dies eher als persönliches Ziel.

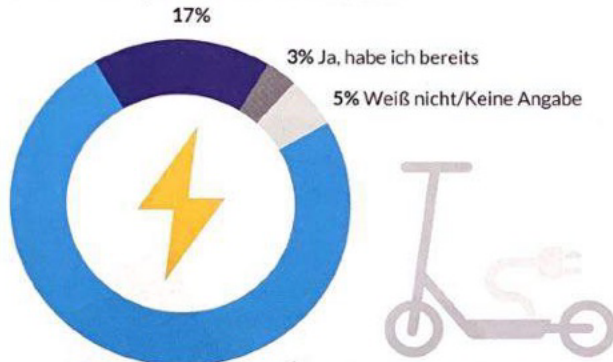
So bedeutet Erfolg für Matthias Schmidt, die Dinge zu tun, die man tun möchte. Erfolg ist außerdem nicht nur Gewinn, sondern ebenso Verantwortung. Erfolg bedeutet mehr Freiheit und das Gefühl, glücklich zu sein. Erfolg bedeutet für Schmidt außerdem, seine Familie, seine Mitarbeiter und sein Umfeld glücklich zu sehen. Und besonders in diesen Zeiten bedeutet Erfolg auch, wenn die Familie und das Umfeld gesund bleiben.

Das Geheimnis seines individuellen Erfolges sieht Schmidt in seiner Fähigkeit zur Selbstdisziplin, die er schon als kleinen Tick bezeichnen würde. Außerdem versucht er, Ideen schnell umzusetzen. Und sein Prinzip ist es, eher Fehler zu begehen, als sich zu viele Gedanken zu machen. Besonders wenn man wachsen und Neues schaffen möchte, sollte man bereit sein, auch Fehler zu machen. Ansonsten sieht er keine großen Unterschiede zu anderen Maklern, denn er möchte sich ungern mit anderen messen und vergleichen. *·jph*

# ENTWICKLUNG DER E-MOBILITÄT FÜR JEDERMANN

Die Elektromobilität in Deutschland wird maßgeblich von der Automobilindustrie angetrieben. Auch die Bundesregierung möchte als Leitanbieter und Leitmarkt Vorreiter sein.

Nein, habe ich nicht, aber ich habe Interesse daran

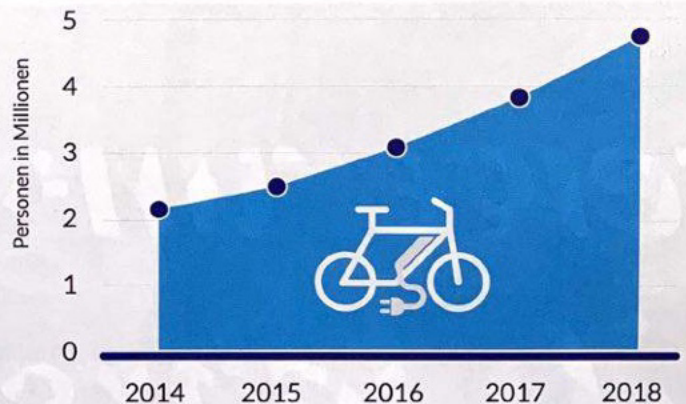


Die Welt des 21. Jahrhunderts ist durch einen ständig wachsenden Mobilitätsbedarf geprägt. Dazu kommt eine zunehmende Vielfalt an Mobilitätsformen, unter anderem auch bei Elektrokleinstfahrzeugen wie E-Scootern. Die Mobilität von morgen wird bestimmt durch Konnektivität, Urbanisierung und Neoökologie. Die Motoren neuer Fortbewegungsformen müssen vernetzt, digital, postfossil und vor allem teilbar sein. Nur so ist die Evolutionsmobilität zu Beginn eines neuen mobilen Zeitalters machbar.

Nein, und ich habe auch kein Interesse daran

▲ Befragte die bereits E-Scooter genutzt haben  
(Quelle: Statista 2019)

Im Bereich der E-Bikes scheint dieses Zeitalter bereits begonnen zu haben, denn der Run auf elektrische Räder hält unvermindert an. Besonders im vergangenen Jahr wurde ein kräftiger Umsatzzuwachs verzeichnet, fast 5 Millionen E-Bikes wurden 2018 in den Haushalten genutzt.



▲ Nutzung Elektrofahräder in Deutschland (Quelle: Statista)



▶ E-Scooter-Hauptstädte (Quelle: Statista 2019)

Trotz Problemen im Straßenverkehr erobern derzeit E-Scooter die deutschen Großstädte. E-Scooter sollen den Verkehr entlasten, stellen jedoch nur einen Mobilitätsbaustein bei der ökologischen Verkehrswende dar. 43 Prozent der 16- bis 64-jährigen Verkehrsteilnehmer würde bei einem ausreichenden Angebot an E-Scootern auf private Autofahrten in der Stadt verzichten, so eine Bitkom-Erhebung. *jph*



Dieses Bild anzeigen

## Der Tod kommt aus Norddeutschland: Wer? Wo? Was? - Unsere Rüstungsindustrie: Die Bestandsaufnahme Taschenbuch – 23.

Juni 2017

von Jean Pierre Hintze (Autor)

★★★★☆ ▾ 1 Kundenrezension

▸ Alle Formate und Ausgaben anzeigen

Taschenbuch  
EUR 12,95

**Lieferung Samstag, 19. Mai:** Bestellen Sie innerhalb 5 Minuten per **Premiumversand** an der Kasse. Siehe Details.

34 neu ab EUR 12,95 3 gebraucht ab EUR 9,95

Wir Norddeutschen versorgen die Welt mit Waffen: Es hat sich herumgesprochen, dass Deutschland auf der Welt der drittgrößte Exporteur von Waffen ist. In unserer Region nicht so im Bewusstsein ist die Tatsache, dass ein wesentlicher Anteil davon aus dem Norden stammt. Dies ist die Bestandsaufnahme, ein Nachschlagewerk mit Informationen zu den

▾ Mehr lesen

### Beliebte Taschenbuch-Empfehlungen des Monats

Stöbern Sie jetzt durch unsere Auswahl beliebter Bücher aus verschiedenen Genres wie Frauenromane, historische Romane, Liebesromane, Krimi, Thriller, SciFi und Fantasy. Hier stöbern

Teilen    

EUR 12,95

Alle Preisangaben inkl. deutscher USt. Weitere Informationen.

Kostenlose Lieferung.


Nur noch 1 auf Lager (mehr ist unterwegs).

Verkauf und Versand durch Amazon. Geschenkverpackung verfügbar.

Menge: 1 ▾

amazon prime

Hier klicken und **GRATIS** Premiumversand mit Prime bekommen. 30-Tage-Probemitgliedschaft

 In den EinkaufswagenLoggen Sie sich ein, um 1-Click<sup>®</sup> einzuschalten. Lieferung nach 23562 Lübeck

Auf die Liste

### Andere Verkäufer auf Amazon

37 Angebote ab EUR 12,95

Möchten Sie verkaufen?

Bei Amazon verkaufen

## Hinweise und Aktionen

- **Ausgewählte Leseempfehlungen des Monats** Entdecken Sie [monatlich wechselnde außergewöhnliche Leseempfehlungen](#) aus den Genres Thriller, Krimis, Frauenromane, Liebesromane, historische Romane und Humor.
- Entdecken Sie die aktuellen **BILD Bestseller**. Jede Woche neu. Hier klicken

## Produktinformation

**Taschenbuch:** 157 Seiten**Verlag:** vitolibro Vito von Eichborn; Auflage: 1 (23. Juni 2017)**Sprache:** Deutsch**ISBN-10:** 3869400250**ISBN-13:** 978-3869400259**Größe und/oder Gewicht:** 13,6 x 1,5 x 21,6 cm**Durchschnittliche Kundenbewertung:** ★★★★★ ▾ 1 Kundenrezension**Amazon Bestseller-Rang:** Nr. 2.053.686 in Bücher (Siehe Top 100 in Bücher)  
Nr. 144971 in Bücher > **Politik & Geschichte**Wenn Sie dieses Produkt verkaufen, **möchten Sie über Seller Support Updates vorschlagen?**Gratis Kindle  
Lese-Apps

Jeder kann Kindle Bücher lesen — selbst ohne ein Kindle-Gerät — mit der **KOSTENFREIEN** Kindle App für Smartphones, Tablets und Computer.

**Den Verlag informieren!**

Ich möchte dieses Buch auf dem Kindle lesen.

Sie haben keinen Kindle? Hier


[Weitere Medieninhalte](#) ↑

## Blogs & Vlogs, m. CD-ROM

Techniken, Standards, Software

☆☆☆☆☆

von Hintze, Jean P.

📖 Buch Gebunden|Unbekannt / Sonstige  
Springer, Berlin 2006

Auf dieser Seite: [Produkt](#)[Schlagworte](#)[Autor](#)[Teilen](#)

CHF 52.00

• Lieferbarkeit unsicher

[In den Warenkorb](#)

Verfügbarkeit



## Produkt

### Details

ISBN/GTIN	x.media.press
Produktart	Buch
Einbandart	Gebunden
Verlag	Springer, Berlin
Erscheinungsjahr	2006
Reihe	x.media.press
Sprache	Unbekannt / Sonstige
Illustrationen	180 S. 23,5 cm
Artikel-Nr.	3447084

### Rubriken

Genre **Kunst**

## Schlagworte

KNV

Internet; Spezielle Anwendungsbereiche Video

## Autor

Hintze, Jean P. ⓘ

Weitere Bücher von Hintze, Jean P.

# DIE MACHT DES GEHIRNS

*Wenn Gerüche, Gefühle und Gedanken das Kaufverhalten beeinflussen, wird es nüchternen Vertrieblern oft unheimlich. Betriebswirte und Neurowissenschaftler wollen die Geheimnisse der biochemischen Willensbildung entschlüsseln.*

Wir können uns noch so frei fühlen – tatsächlich hilft uns unser Unterbewusstsein häufiger bei täglichen Entscheidungen, als wir meinen. Kluges Marketing arbeitet mit versteckten Reizen und Botschaften, die direkt an unser Unterbewusstsein gerichtet sind. Besonders gut funktioniert dies als „Methodik der Markenmassage“ im Supermarkt. Obwohl uns bewusst ist, dass die Markenbrause über wesentlich mehr Zucker als alternative Getränke verfügt, greifen wir zu. Offenbar ist uns die Marke wichtiger als jegliche Kritik. Stimmt – denn mit der Marke verbinden wir mehr als verkopfte Sachlichkeit: nämlich Emotionen, Stimmungen und Klischees, mit denen wir über Jahre durch die Werbung indoktriniert wurden.

## Glück und Zufriedenheit zählen mehr als rationale Vernunft

Auch auf die Preisgestaltung springt das Unterbewusstsein an. So haben Tests mit einer Versuchsgruppe gezeigt, dass Zuckerwasser die Bereitschaft, einen bestimmten Preis zu zahlen, temporär erhöht. Bekannt ist, dass Zucker zur Produktion des körpereigenen Insulins anregt, wodurch ein Botenstoff das Belohnungssystem im Hirn animiert. Durch Ausschüttung des Glückshormons Serotonin empfinden wir beim Genuss zuckerhaltiger

Getränke eine Stimmung der Zufriedenheit und Selbstbestätigung – was offensichtlich fest mit der Erwartung und Akzeptanz eines höheren Preises verbunden ist.



## Die Entschlüsselung des unterbewussten Willens

Mediziner der Neurowissenschaften einer Forschungsgruppe der Zeppelin Universität am Bodensee versuchen deshalb, die betriebswirtschaftlichen Mechanismen unseres Gehirns zu entschlüsseln. Mittels bildgeben-

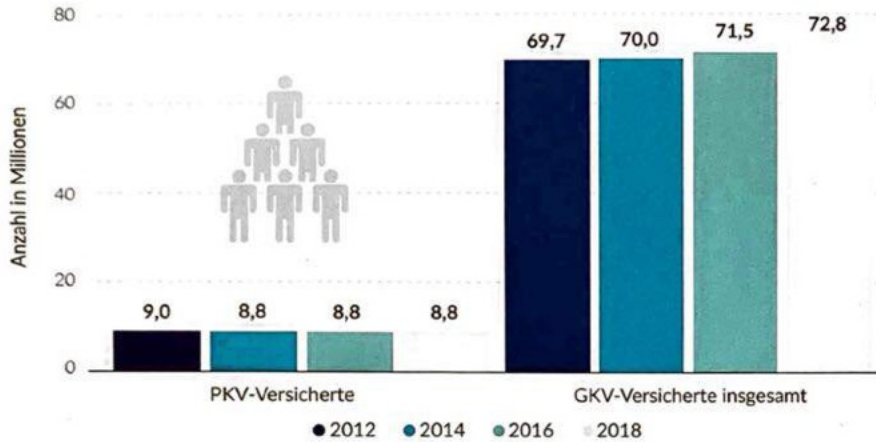
der Verfahren wie der funktionellen Magnetresonanztomografie (fMRT) ist es möglich, während intellektueller Entscheidungsprozesse den Blutfluss im Gehirn zu messen. Damit soll verstanden werden, weshalb freie Menschen sich in bestimmten Situationen irrational entscheiden und weshalb ein offensichtlich angelerntes Verhalten einem „besseren Wissen“ vorgezogen wird. So konnte auch beobachtet werden, dass nicht nur Geschmack, Geruch oder Preis für die unterbewussten Entscheidungen ausschlaggebend sind, sondern auch Qualitätsaussagen. In einer Testreihe führte das vorhandene Bio-Siegel zu einer um 30 Prozent höheren Bereitschaft der Probanden, einen höheren Preis zu zahlen. Und in bestimmten Situationen verleitet uns das Unterbewusstsein dazu, bewusst gegen unsere Überzeugungen zu handeln.

## Wirkungsmechanismen konkret nutzen

Auch wenn die zugrunde liegenden Wirkungsmechanismen noch nicht entschlüsselt wurden, lässt sich viel für die Vertriebspraxis ableiten. Ein Abschlusserfolg lässt sich durch Stimulation der Neuronen zielsicher provozieren. Dazu müssen die positiven Verkaufsstimulanzen wie Qualitäts- und Markensiegel, Kundenfeedbacks und Testergebnisse zwischen sachlicher Produktpräsentation und Abschlussmoment platziert werden. Die Kaufargumente rücken in den Hintergrund – der Kunde will nun das Produkt. *(jph)*

# PKV UND GKV IM VERGLEICH

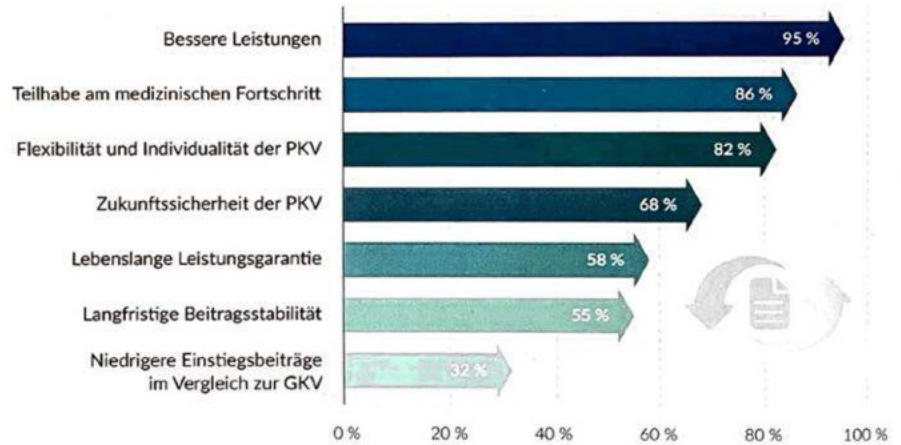
Das Nebeneinander von gesetzlichen und privaten Krankenversicherungen hat Vor- und Nachteile. Während manche die Mitversicherung von Angehörigen und das Mutterschaftsgeld schätzen, ist anderen eine individuelle Gestaltung ihres Gesundheitsschutzes wichtiger. Während der Wechsel von der PKV zur GKV erleichtert wurde, bestehen umgekehrt Einschränkungen und Hürden.



▲ Anzahl der Mitglieder und Versicherten der GKV und PKV von 2012 bis 2018 (Quelle: Statista 2018)

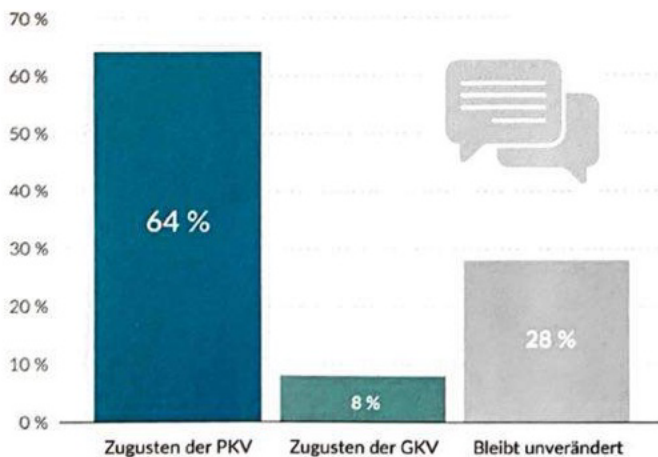
Zwischen 2012 und 2018 waren durchschnittlich 71 Millionen Bundesbürger in der gesetzlichen Kasse versichert – im Gegensatz zu 9 Millionen Privatversicherten. Ein Trend zum Wechsel in die GKV ist deutlich erkennbar, auch wenn Diskussionen über eine „Bürgerversicherung“ offenbar vom Tisch sind. Häufigster Grund für einen Wechsel in die GKV sind die Beiträge.

Obwohl mehr Privatversicherte zur gesetzlichen Kasse wechseln, gibt es gute Gründe für gesetzlich Versicherte, in die PKV zu wechseln. Bevorzugungen bei der Terminvergabe und bessere Leistungen für Privatpatienten in den Praxen und Krankenhäusern werden von Medizinern zwar bestritten, von Patienten wird dies aber durchaus so wahrgenommen.



▲ Gründe für einen Wechsel in die PKV / Anteil der Befragten (Quelle: Statista 2018)

▼ Wer wird stärker am Markt? Meinungen zur Entwicklung von GKV und PKV in Deutschland 2011 (Quelle: Statista 2018)



Die statistische Mehrheit der Bundesbürger ist der Meinung, dass der Wettbewerb zwischen gesetzlichen und privaten Krankenkassen zugunsten der PKV entschieden werden wird. Nur eine Minderheit geht davon aus, dass die GKV die privaten Kassen verdrängen wird. Fast ein Drittel hält das gewachsene duale Gesundheitssystem auch zukünftig für beständig. *jph*



# WAS MACHT EINEN MENSCHEN ZUM ANFÜHRER?

*Entscheidungen treffen muss jeder Mensch im Laufe des Lebens. Der eine trifft diese gerne und mit voller Überzeugung, der andere eher zögerlich und würde lieber andere bestimmen lassen.*

Die wenigsten Menschen treffen gerne Gruppenentscheidungen. Dabei ist die persönliche Entscheidungsbereitschaft wichtig für den gesellschaftlichen und beruflichen Aufstieg. Allerdings kann auch nicht jeder Indianer ein Häuptling sein. Schließlich macht es nicht nur für die Mitarbeiter, sondern auch für sämtliche Betriebsabläufe einen erheblichen Unterschied, ob die verantwortliche Führung von einer angelernten Hilfskraft oder aber einer hoch qualifizierten Fachkraft ausgeübt wird. Für eine Führung, die Betrieb und Mitarbeiter durch Krisen- und Erfolgszeiten führen kann, sind reife Persönlichkeiten gefragt.

## **Indianer brauchen Sicherheiten**

Führungspersönlichkeiten machen nur wenige bis keine Unterschiede zwischen dem eigenen und einem geteilten Risiko. Die Konzentration der Anführer liegt nicht auf der Abwägung von Risiken und Sicherheiten, sondern einzig auf Aufgabe und Entscheidung. Anders ausgedrückt: Nicht geeignet für Führungspositionen sind Persönlichkeiten, die das Risiko scheuen und von Sicherheiten abhängig sind.

## **Häuptlinge geben Sicherheiten**

Deshalb ist eine der wichtigsten persönlichen Voraussetzungen für einen Anführer Selbstvertrauen. Selbstvertrauen vermittelt Sicherheit – Sicherheit, die die Gruppe braucht. Wer sich selbst vertraut, kann sich auf andere einstellen. Wichtig ist, dass es sich um echtes und nicht um gespieltes Selbstvertrauen handelt. Alles andere ist Fassade und sorgt für Unsicherheit.

## **Big Five**

Recruiter achten auf der Suche nach Führungspersönlichkeiten auf 5 Kernkompetenzen („Big Five“):

1. ein hoher persönlicher Grad an emotionaler Stabilität
2. außerordentliche Extravertiertheit (Kontaktfreudigkeit, Eigeninitiative und Kommunikationsfähigkeit)
3. Offenheit und Neugierde gegenüber neuen Erfahrungen
4. Kooperationsfähigkeit und Integration aller untergeordneten Mitarbeiter
5. die Fähigkeit, gewissenhaft und verbissen Aufgaben komplett zu erledigen

Norwegische Arbeitsforscher wollen erkannt haben, dass durchschnittlich mehr Frauen als Männer über diese Kompetenzen verfügen. Allerdings neigen Frauen auch überdurchschnittlich dazu, an diesen Kompetenzen und besonders an ihrem Selbstbewusstsein zu zweifeln. Dennoch befinden sich in Norwegen wesentlich mehr Frauen in Führungspositionen als in Deutschland.

### **Kompetenzen garantieren keinen Erfolg**

Das Vorhandensein grundlegender Kompetenzen begünstigt, dass der Kandidat eine gute Führungskraft wird, garantiert tatsächlich aber keinen Erfolg. Nach Meinung von Arbeitswissenschaftlern und Psychologen gibt es kein Rezept, wie man einen erfolgreichen Anführer finden kann. Wer über alle Grundvoraussetzungen einer guten Führungskraft verfügt, ist noch lange nicht erfolgreich. Erfolgreiche Führungskräfte zeichnen sich meistens durch Folgendes aus:

- 1.** Sie führen Entscheidungen absolut überzeugt und schnell aus

- 2.** Sie verfügen über ein Höchstmaß an Zuverlässigkeit
- 3.** Sie sind wahre Meister im Netzwerken
- 4.** Sie können sich proaktiv und äußerst flexibel an sich verändernde Umstände anpassen

Unternehmen haben deutliche Schwierigkeiten, Führungspersönlichkeiten zu erkennen und zu fördern. Viele Unternehmensberater beklagen sich, dass es zwar in deutschen Unternehmen und Konzernen viele Führungskräfte gibt, darunter aber nur sehr wenige echte Führungspersönlichkeiten zu finden sind. Dies liegt ursächlich an dem Widerspruch, dass wirkliche Führungspersönlichkeiten meistens über Ecken und Kanten verfügen und es deshalb eher schwer haben, in traditionellen Strukturen Karriere zu machen. Die bleibt meistens denen vorbehalten, die sich als angepasste Systemagenten stromlinienförmig an der Karriereleiter nach oben hangeln – ein Problem, das alle Ebenen eines Unternehmens betrifft. *ijph*



**SVEN FOITZIK**  
**DER KLASSISCHE EINZELKÄMPFER**



**Nachwuchsförderung:**

Neben der Arbeit engagiert sich Foitzik als Schiedsrichter im Handballverein seiner beiden Töchter

*Der Reinfeldler Versicherungsmakler Sven Foitzik ist mittlerweile seit fast 20 Jahren zwischen Hamburg und Lübeck aktiv. Eigentlich ist er es schon viel länger, denn bereits sein Vater war als Versicherungsvertreter für die Volksfürsorge tätig. So wundert es nicht, dass Foitzik sich als „Kind der Volksfürsorge“ bezeichnet und sich noch an die Tage erinnert, als die Versicherungsbeiträge zwischen „Tür und Angel“ kassiert wurden. Nach nebenberuflichen Tätigkeiten für die Volksfürsorge absolvierte er als kaufmännische Basis direkt nach der Schule eine Ausbildung zum Groß- und Einzelhandelskaufmann. Anschließend ging es im Jahre 2000 für ihn aber mit der Ausbildung zum Versicherungskaufmann weiter. 2010 war Foitzik dann so weit, sich als Versicherungsmakler selbstständig zu machen.*

Sven Foitzik ist auch im Versicherungsgeschäft ein echter Einzelkämpfer und verzichtet in seinem Maklerbüro in Reinfeld auf Mitarbeiter.

Als echter Norddeutscher weiß er seine norddeutschen Kunden zu nehmen.

Es kommt dabei nicht auf viele Worte an, sondern auf eine direkte, offene und ehrliche Beratung. Und die zahlt sich bei den zahlreichen privaten und gewerblichen Kunden aus – nicht nur hinsichtlich der Kundentreue, sondern auch durch eine Vielzahl von positiven Bewertungen und Kundenempfehlungen.

Nicht das Massengeschäft, sondern die individuellen Anforderungen jedes einzelnen Kunden stehen im Vordergrund, da dem Makler die Nähe zum Kunden sowie eine hohe Beratungsqualität äußerst wichtig sind.

Expansionen seines Maklerunternehmens stehen deshalb auch überhaupt nicht im Vordergrund. Wichtiger ist dem Makler, sich selbst fortlaufend zu schulen und dabei in Sachen Versicherungen und Versicherer stets auf dem neuesten Stand zu sein.

Allein wegen der räumlichen Nähe war es für Sven Foitzik naheliegend, zu blau direkt zu kommen. Der Makler, der mit seiner kleinen Familie am Rand der

Hansestadt Lübeck lebt, hatte dabei am Anfang noch überhaupt nichts von diesem Lübecker Maklerpool gehört. Auf der Suche nach Versicherungskontakten und entsprechenden Vereinbarungen erhielt er dann jedoch einen nachhaltigen und zukunftsweisenden Tipp: einfach mal bei blau direkt anrufen und sich nach den vielfältigen Möglichkeiten des Maklerpools erkundigen. Und dann die Überraschung: Marcel Canales, der empfohlene Kontakt bei blau direkt, war kein Unbekannter. Beide kannten sich aus früheren gemeinsamen Zeiten vom Handball. Foitzik, der heute auch als Schiedsrichter im Handball Erfolge feiert, trainierte Marcel nämlich vor einigen Jahren. So entstand der unkomplizierte Einstieg bei dem Lübecker Maklerpool. Für die Lübecker spricht daneben natürlich auch eine gewisse räumliche Nähe. So ist man nicht ausschließlich auf elektronische Kontakte angewiesen, sondern kann sich auch schnell persönlich kurzschließen.

Was Sven Foitzik aber auch wichtig ist, ist das junge, dynamische Team bei



**Der typische Norddeutsche:**

Als gebürtiger Lübecker weiß Sven Foitzik worauf seine Kunden Wert legen: auf eine direkte, offene und ehrliche Beratung.





blau direkt. Ein Team fern aller traditionellen Ansichten, das perfekt mit den neuesten Techniken umgehen kann. Als Beispiel nennt Foitzik die simplr-App. Die praktische App aus dem Hause blau direkt nutzt er oft und gerne – und empfiehlt sie auch seinen Kunden. Dabei sieht sich Foitzik immer noch als klassischer Versicherungsmakler. Sein ausschließliches Onlinegeschäft tendiert praktisch gen null, er lebt vielmehr von seinen Bestandskunden und deren Empfehlungen.

Allerdings fasziniert ihn das Thema Videomarketing. Mit dieser interessanten Möglichkeit, Kunden direkt und persönlich anzusprechen und zu informieren, hat er selbst zwar noch keinerlei Erfahrungen gemacht, möchte es aber unbedingt bald mal versuchen. Auch deshalb findet er die Anbindung an blau direkt spannend, denn aufgrund der Medienkompetenz des Pools ist es für angebundene Makler schließlich nur ein kleiner Schritt, entsprechende Ideen und Pläne auch umzusetzen.

”

**Erfahrene Intelligenz schlägt immer noch jede künstliche Intelligenz.**

Ängste, irgendwann einmal durch künstliche Intelligenz und digitale Versicherungsmakler überflüssig zu werden, kann Sven Foitzik dabei nicht nachvollziehen. Seine Kunden legen vielmehr Wert auf persönliche Kommunikation, klassische Beratung und eine echte Betreuung, auf die sie sich verlassen können.

”

**Wenn einen die Familie unterstützt, ist alles machbar!**

Deshalb konzentriert sich Foitzik im Bereich der sozialen Medien auch ausschließlich auf seine Facebook-Präsenz. Er investiert täglich höchstens 1 Stunde in die Pflege seiner Internetpräsenzen und die digitale Kommunikation. So bleibt mehr Zeit für persönliche Beratungen – und für sein äußerst zeitintensives Hobby, die Tätigkeit als Handballschiedsrichter in der 3. Handballbundesliga.

”

## Zum Erfolg sind es meistens nur 4 Stufen.

Neben seiner Versicherungstätigkeit ist Sven Foitzik, wie bereits erwähnt, auch als Handballschiedsrichter erfolgreich – zurzeit in der 3. Liga, vorher bereits 9 Jahre in der 2. Bundesliga. Das ist eine Freizeitbeschäftigung, die komplett ausfüllt und keinen Platz für weitere Hobbys lässt; schließlich soll die Familie ja auch nicht zu kurz kommen. Als aktiver Schiedsrichter im Spitzensport wird es häufig schwierig, Familie, Beruf und Freizeit zu vereinbaren. Gespielt wird schließlich an den Wochenenden und Turniere vor der sprichwörtlichen Haustür sind äußerst selten. So ist Foitzik an den Wochen-

enden in einem 300-Kilometer-Radius unterwegs, was nur bei sehr guter Organisation und idealer Familienanbindung machbar und möglich ist.

Ein erfolgreiches, ideales Kundenergebnis ist für den Makler immer ein Spiegel für den eigenen beruflichen Erfolg. Und zu einem solchen Ergebnis führen 4 Stufen. Am Anfang steht immer die persönliche Vorstellung mit der Bedürfnisanalyse als Beratungsgrundlage. Darauf basiert ein schlüssiges Lösungskonzept inklusive individueller Vergleichsanalysen als 2. Stufe, gefolgt von der Vorstellung eines Konzeptes, das auf die Kundenbedürfnisse zugeschnitten ist und als 3. Stufe im Rahmen eines Zweitgespräches ausführlich vorgestellt wird. Letzte und entscheidende Stufe nach Abschluss des Maklervertrages ist die laufende Betreuung und lückenlose Information über gesetzliche und vertragliche Änderungen.

Übrigens: Erfolg ist für Sven Foitzik kein diffuses Ziel, sondern ein greifbarer Zustand. Erfolgreich ist, wer sich mit seinem Ein- und Auskommen wohlfühlt und sich deshalb auch keine Gedanken um seine Zukunft machen muss. *jph*



### Der treue Begleiter:

Familienhund Luna gehört für Sven Foitzik seit 9 Jahren zur Familie