

# Wie bekomme ich sinnvoll einen Monolithen in die Cloud?

Seite 4



**MV**  **2023**  
**Frankfurt a.M.**  
12./13. Mai 2023

Einladung  
Fachtagung  
Programme  
Anmeldung

## iwvKöln

Reinsurance-  
Symposium 2022  
in Baden-Baden

## Interview

Karriere in der  
Männer-Domäne  
Vertrieb

## Zwei Wege – eine Branche

Gespräch mit erfolgreichen Ehemaligen des Instituts für Versicherungswesen der TH Köln

## VVBintern

Die VVB auf neuen Wegen – eine spannende Reise beginnt!



Sehr geehrte Leserinnen und Leser des VVBmagazin, liebe Mitglieder, Freunde und Förderer unserer Vereinigung sowie alle, die sich uns verbunden fühlen,

vor wenigen Tagen traf ich mich am Abend in München mit einigen Freunden. Wir kehrten in ein typisch bayerisches Wirtshaus ein und verbrachten stimmungsvolle Stunden bei lukullischen Genüssen und guten Gesprächen. Thematisch ging es dabei freilich auch um Heiteres aus dem privaten Sektor. Jedoch beschäftigten wir uns nicht weniger eifrig mit Belangen, die mir aus meinem aktiven Vereinsleben in der VVB nur allzu bekannt vorkamen: Wir stellten fest, wie wichtig das Networking ist, wenn man beruflich erfolgreich sein und sich positiv entwickeln möchte – und zwar nicht nur in den Ebenen des Managements. Des Weiteren war es für jeden von uns eine Selbstverständlichkeit, dass lebenslanges Lernen und stetige Wissenserweiterung unabkömmlich sind, möchte man nicht irgendwann auf dem „Abstellgleis“ landen. Wir diskutierten diverse Trends und Aktuelles aus der Finanzdienstleistungsbranche und vergaßen bei alledem nicht die Freuden der uns Menschen auszeichnenden sozialen Interaktion und Geselligkeit. Wie schon erwähnt, erinnerte mich das alles stark in die VVB, denn auch bei uns haben all diese Attribute einen hohen Stellenwert. Einer meiner Freunde, der mir zusammen mit den anderen an diesem Abend Gesellschaft leistete und den gemeinsamen Diskurs pflegte, ist übrigens erst seit gar nicht so langer Zeit Mitglied in unserer Vereinigung. Ein junger Mensch, der zielstrebig seine Karriere in einem großen und bekannten Versicherungskonzern forciert

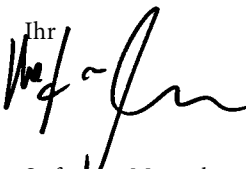
und die VVB mit ihren breit gestreuten Vorzügen bereits schätzen gelernt hat. Also erinnerte ich den Freund an die bevorstehende Mitgliederversammlung in Frankfurt am Main, die am 12./13. Mai stattfinden wird und auch dank des Sponsorings der DVAG (Deutsche Vermögensberatung) die Elemente fachlicher und geselliger Parts zu Highlights werden lässt. Im Innern dieser Ausgabe finden Sie weitere Informationen dazu. Ein Bündel an Veranstaltungen, die ich auch Ihnen ans Herz lege, meine lieben Leserinnen und Leser.

Ein weiteres Vorhaben, für das ich meinen „Spezl“ (bayerisch für Freund, enger Vertrauter) gar nicht erst extrinsisch motivieren musste, war die Reise, auf welche sich die VVB unter der Anleitung von Anne Bahry, Expertin für Veränderung und systemische Coach, begeben hat. Hierbei geht es darum, wie im letzten VVBmagazin 6/2022 bereits angerissen und in diesem Heft vertieft, unsere Vereinigung und ihre Ausrichtung zu reflektieren und zu hinterfragen. Keine Denkverbote und moderne Formate sollen dabei helfen, die VVB vom „Kiel bis zum Top“ zu analysieren, ihre Mehrwerte für alle sichtbar zu machen und sie für die Zukunft gewappnet aufzustellen. Werden auch Sie Teil der Crew auf dieser Reise, und bringen Sie sich mit Ihren Ideen und Erfahrungen gestalterisch ein. Eine tolle Aktion, wie ich finde, die auf der letzten Beiratssitzung initiiert wurde und die mein Vorstandskollegium und ich voll unterstützen.

Und hätte die erwähnte Münchner Runde letzte Woche bei unserem Treffen in der Wirtschaft bereits dieses Exemplar unserer Vereinszeitschrift in den Händen halten können, so bin ich sicher, wäre man nicht minder begeistert von den weiteren lesenswerten Inhalten: zwei Fachartikel von Rudolf Dodel, Softwareentwickler der msg Group, respektive Sebastian Heithoff, Heithoff Consulting Lübeck. Herr Dodel widmet sich dem aktuellen Titelthema „Wie bekomme ich sinnvoll einen Monolithen in die Cloud?“, während Herr Heithoff ein Fachgespräch mit Axel Schwartz und Alexandra Ganz-Cosby unter dem Motto „Zwei Wege, eine Branche“ begleitet. Daneben führt Ute Geishauser ein In-

terview unter dem Blickwinkel vertrieblicher Aspekte und Johanna Striowski berichtet vom Reinsurance-Symposium 2022 in Baden-Baden.

Wie immer wünsche ich Ihnen, meine sehr geehrten Leserinnen und Leser, viel Vergnügen beim Studieren des VVBmagazin. Bleiben Sie uns gewogen und vor allem: Bleiben Sie gesund!

Ihr  
  
Stefan van Marwyk

## INHALT

### Fachthemen

- 4 Ein Monolith in der Cloud: Wie wird die Migration ein Erfolg?
- 6 Zwei Wege, eine Branche: Ganz-Cosby und Schwartz im Gespräch mit Sebastian Heithoff

### Mitgliederversammlung 2023

- 11 Einladung des TP Rhein/Main
- 12 Vorschau auf die Fachtagung Vorstellung der Gastgeberin Deutsche Vermögensberatung
- 13 Programme und Tagesordnung
- 14 Anmeldeformular

### VVBspezial

- 15 Interview mit Dr. Marika Thiersch: Karriere in der Männer-Domäne Vertrieb

### ivwKöln

- 18 Baden-Baden – Reinsurance Symposium 2022 – Exkursion am 23. Oktober 2022

### Treffpunkte/Fachkreise/Termine

- 20 Rückblicke / Ausblicke

### Fachkreise

- 22 Veranstaltungen Februar bis Mai

### VVBintern + Rubriken

- 10 Fachkreisleiter Eine spannende Reise beginnt
- 19 Impressum
- 24 Geburtstage Nachruf auf Franz Josef Gypkens

## DAS INTERVIEW

Dr. Marika Thiersch



Interview mit Dr. Marika Thiersch, Generalbevollmächtigte des Vertriebs der Provinzial Holding

# Karriere in der Männer-Domäne Vertrieb

von UTE GEISHAUSER (DO/D)

Ein Plädoyer für Gleichberechtigung, Team-Bewusstsein, wertorientiertes Führungsverhalten, klare Grenzen und neue Chancen im Vertrieb

**UG:** Frau Dr. Thiersch, seit September sind Sie in der Rolle der Generalbevollmächtigten des Vertriebs der Provinzial Holding verantwortlich für die Ausschließlichkeitsorganisation mit rund 1.300 Agenturen in den Regionen und rund 12.000 Mitarbeiter\*innen im Vertrieb. Mit fünf Millionen Kundinnen und Kunden gehört das öffentliche Unternehmen inzwischen zu den großen Top 10 deutscher Versicherungsgruppen. Sie pendeln jetzt zwischen den Standorten Münster, Kiel, Düsseldorf, Hamburg und Detmold. Die Branche und insbesondere den Vertrieb von Versicherungsprodukten kennen Sie bereits seit vielen Jahren. Aus welchem Grunde haben Sie sich für den Einstieg in diese Branche entschieden?

**MT:** Wie bei so vielen in meiner Branche war es auch

bei mir eher der Zufall. Während meiner Studienzzeit habe ich meine Chance genutzt und konnte nebenbei für die Hamburg-Mannheimer International (HMI) in die Branche hineinschnuppern. So ungewohnt diese nebenberufliche Herausforderung in den ersten Jahren für mich war, hilft mir diese Erfahrung bis heute. Ich weiß nicht nur, was Kaltakquise für junge Vermittler bedeutet, sondern auch, wie sich ein Onboarding als Quereinsteigerin in unserer Branche anfühlen kann.

**UG:** 2009 wurden Sie bereits von Ihrem damaligen Arbeitgeber, der Volksfürsorge, als beste Nachwuchsführungskraft und jüngste Bezirksdirektorin ausgezeichnet. Bei der DVAG lernten Sie den Vertrieb in unterschiedlichen Rollen kennen. 2019

wurde Ihnen die Projektleitung für die zentrale Vertriebsentwicklung für 18.000 Vermögensberater übertragen. Eine unglaubliche Karriereentwicklung in derart kurzer Zeit – zudem der Vertrieb bis heute noch eine Männer-Domäne geblieben ist.

**MT:** Ich hatte das Glück, dass mir meine Führungskräfte relativ früh spannende Aufgaben zugetraut und auch übertragen haben. Ich habe schnell erkannt was ich im Leben erreichen möchte und mich so stets nebenberuflich weiterqualifiziert, um meinen Zielen, näher zu kommen. „Lebenslanges Lernen“, so unbehaglich es für manche\*n klingen mag, erachte ich für absolut wichtig. Und wenn man sich erst mal daran gewöhnt hat, macht es sogar Spaß.

**UG:** In welcher Rolle waren bzw. sind Sie auch heute noch besonders gerne?

**MT:** Jede Führungskraft des operativen Vertriebs hat ständig mit den unterschiedlichsten Charakteren an Mitarbeitern zu tun. Und so spielt auch für mich der direkte Austausch mit meinen Mitarbeitern eine zentrale Rolle meines Aufgabenverständnisses. Um diesem Rollenverständnis gerecht zu werden, absolvierte ich bereits zu Beginn meiner Karriere eine NLP-Coaching-Ausbildung. Rückwirkend betrachtet denke ich, dass durchaus mehr Führungskräfte die Fähigkeiten besitzen sollten, über diese Ansätze Mitarbeiter zu fordern und zu fördern. Ich persönlich verfolge dabei stets ein Philip Rosenthal zugeschriebenes Motto: Wer aufhört besser zu werden, hat aufgehört gut zu sein!

**UG:** Gibt es besondere Erkenntnisse, die Sie heute in Ihre Führungsarbeit integrieren oder die vielleicht sogar Ihren Führungsstil verändert haben?

**MT:** Die Ausbildung zum Change Facilitator hat zu mehr Klarheit über meine eigenen Werte geführt. Für mich sind es die Werte Gleichberechtigung, Anerkennung und Wertschätzung, die ich in meinen Teams vermittele und die ich in der Zusammenarbeit mit Mitarbeiter\*innen, Kolleg\*innen und Vorgesetzten erwarte. Diese Werte bilden die Basis meines Führungsverhaltens. Werte sind zudem für uns alle die wirksamsten Motivationsfaktoren.

**UG:** Bei Ihrem letzten Arbeitgeber, der Nürnberger Versicherung, haben Sie die Verantwortung für ein neu zusammengesetztes Vertriebs-Team übernommen und dieses durch einen umfangreichen Change-Prozess geführt. Was waren – rückblickend betrachtet – die Erfolgsfaktoren für das Gelingen dieses „Team-Umbaus“?

**MT:** Um im Team erfolgreich zu sein, ist es wichtig, dass das „Warum?“ für die Kolleg\*innen und Mitarbeiter\*innen klar erkennbar ist. Zu einem wertschätzenden Miteinander gehören Transparenz über Arbeitsinhalte und die Formulierung von Zielen. Dazu gehört aber auch, einen Rahmen vorzugeben, welcher den Mitarbeiter\*innen durchaus auch Sicherheit geben kann.

**UG:** In Zeiten wie diesen gehört die Umsetzung innerbetrieblicher Change-Prozesse für Sie als Führungskraft zu Ihren täglichen Aufgaben. Welche Intention verfolgen Sie in den aktuellen Gesprächen mit verschiedenen Universitäten zum Thema der Außendienst-Qualifikation der Zukunft?

**MT:** Mit der IDD-Richtlinie schreibt die Politik jährlich lediglich 15 Stunden Weiterbildung für den Außendienst vor. Unsere europäischen Nachbarn stellen bereits seit Jahren weitaus höhere Ansprüche an die Aus- und Weiterbildung des Außendienstes. Um langfristig einen hohen Beratungsstandard für unsere Kunden aufrechtzuerhalten, und auch um neue Mitarbeiter für den Vertrieb zu gewinnen, ist die Reform der Aus- und Weiterbildung aus meiner Sicht unumgänglich. Ich plane einen Studiengang, der speziell auf die zukünftigen Tätigkeiten und Prozesse für den Außendienst ausgerichtet ist, einzuführen. In den Gesprächen mit den Universitäten geht es darum, ein Curriculum zu erstellen, das neben der Versicherungs-Fachlichkeit die Themen „Digitaler Versicherungsvertrieb“, „Dienstleistungsqualität“ und „Persönlichkeitsentwicklung“ enthalten soll.

**UG:** Sie sagen, dass zufriedene Kunden essenziell für die gesamte Branche sind.

**MT:** Ja, das stimmt. Und die Zufriedenheit unserer Kunden treibt mich an. Nur zufriedene Kunden werden wir im immer stärker umkämpften Markt halten können. Der

Markt wird sich konzentrieren, kleinere Unternehmen werden aufgekauft oder fusionieren, mittleren Unternehmen wird es ähnlich gehen, oder sie werden zu Nischenanbietern. Die großen Versicherer werden weiterwachsen und sich als Vollsortimenter abheben. Bei diesen Marktveränderungen darf der Kunde nicht aus den Augen verloren werden! Produkte müssen zukünftig wieder einfacher, Prozesse schlanker und stets an die sich ändernden Kundenerwartungen angepasst werden.

**UG:** Neben der neuen Markenstrategie hat die Provinzial auch ein neues Leitbild mit klarem Kundenfokus erstellt

**MT:** Wir als Serviceversicherer müssen uns weiter sehr anstrengen, dass Kunden zufrieden, treu und empfehlungsbereit sind. Deswegen steht im Leitbild der Kunde an erster Stelle. Hier ist das gesamte Unternehmen gefragt, konsequent aus der Perspektive des Kunden zu denken und zu handeln. Wir sind gerade dabei, „Quick Wins“ zur Steigerung der Kundenzufriedenheit über alle Bereiche hinweg umzusetzen.

Laut GDV ist der Anteil der Frauen auf den einzelnen Führungsebenen im Außendienst deutlich geringer als auf den Führungsebenen im Innendienst; 28.9% gegenüber 11.9%. Auf der Führungsebene eins sind es 15.3% gegenüber 3.9%. Dabei ist zu beobachten, dass der Anteil der weiblichen Führungskräfte im Außendienst seit Jahren stagniert oder auf einigen Ebenen sogar zurückgeht, während er im Innendienst weiter steigt.

**UG:** Der bis heute männerdominierte Vertriebsbereich hat Sie nicht davon abgehalten, Führungsverantwortung zu übernehmen.

**MT:** Ich persönlich empfand es nicht als Nachteil, in diesem männerdominierten Bereich zu arbeiten und auch nicht, als Frau „männerlastige“ Teams zu führen. Ich bin selbst ein absoluter Team-Player, und mir macht es Spaß, Teams zu führen, egal welchen Geschlechts. Es ist aber sehr schade, dass es bis heute in der operativen Vertriebsführung in der Finanzdienstleistung nur sehr wenige Frauen gibt. Wir brauchen

mehr Frauen in der Finanzbranche! Entgegen der gängigen Meinung, dass der Vertrieb familienunfreundlich sei, kann ich jede Frau nur ermutigen, sich die Finanzdienstleistung anzuschauen. Freie Zeiteinteilung, Konzepte für die Kinderbetreuung und Unterstützung durch den Innendienst machen die Vereinbarung von Familie und Beruf absolut machbar, sogar besser machbar, als in den meisten anderen Branchen. Ich ermutige immer wieder Frauen, den Schritt in den Außendienst zu wagen und die abwechslungsreichen Aufgaben in diesem Bereich kennenzulernen.

**UG:** Was raten Sie Frauen, die eine Karriere im Außendienst anstreben?

**MT:** Lassen Sie sich ruhig messen und vergleichen. Sie werden feststellen, dass Sie gut mithalten können. Wichtig ist dabei, dass Sie authentisch handeln und sich nicht „zum Mann verbiegen“. Nutzen Sie Ihre kommunikativen Stärken, und nehmen Sie Ihre Mitarbeiter\*innen mit. Vertrauen Sie auf sich selbst und Ihre Intuition. Bleiben Sie

sich treu, tragen Sie ruhig Röcke oder Kleider und wenn Sie das möchten, können Sie sich auch mal die Türen aufhalten lassen.

**UG:** Was wünschen Sie sich für Ihren und unseren Arbeitsalltag der Zukunft?

**MT:** Eine neue Online-Meeting-Kultur! Seit Corona findet die Kommunikation hauptsächlich vor dem Bildschirm statt. Leider werden immer häufiger Meetings mit der heißen Nadel vorbereitet – meist ohne Agenda oder Konzept. Weil wir alle stark getrieben sind, werden auch zeitliche Meeting-Überschneidungen bewusst in Kauf genommen. Die Ergebnis-Qualität leidet. Das fördert die Unzufriedenheit und widerspricht auch meinen Werten. Ich würde mir wünschen, dass wir alle wieder etwas mehr Ruhe in unseren Arbeitsalltag bekommen. Überlegtere Arbeit schafft wahrscheinlich auch wieder mehr Qualität und effektivere Prozesse: einer der Schlüssel zu mehr Resilienz und weniger Burnout.



*Ute Geishauser begleitet als Coach, Beraterin und Mentorin die aktuellen Entwicklungen der Beratungs- und Finanzdienstleistungsbranche.*

*In Zusammenarbeit mit Kolleg\*innen aus Business, Psychologie und Wissenschaft hat sie das Programm „Leadership in BANI-Zeitalter“ entwickelt.*

[www.flow-im-business.de](http://www.flow-im-business.de)

*flow im business*

Coaching | Mentoring | Beratung

Rechtsberatung

Wirtschaftsprüfung

Steuerberatung

Unternehmensberatung

Aktuarielle Beratung

axis BERATUNGSGRUPPE



BERATUNG  
IN DER  
RICHTIGEN  
PROPORTION

#### Besteuerung von VU

- Deklarationsberatung
- Tax Compliance
- Steuerplanung und -gestaltung
- Versicherungsteuer
- Produktbesteuerung

#### Unternehmensrecht

- Aufsichtsrecht
- Gesellschaftsrecht
- Restrukturierung
- Mergers & Akquisition
- Compliance
- Schaden und Leistung
- Rückversicherung
- Vertrieb

#### Arbeitsrecht

- Individualarbeitsrecht
- Kollektivarbeitsrecht
- Betriebliche Altersversorgung
- Restrukturierung
- Mergers & Akquisition

#### Betriebswirtschaftliche Beratung

- Jahresabschluss- und sonstige Prüfung
- Risikomanagement
- Auditierung
- Zertifizierung
- Unternehmensbewertung
- Versicherungsmathematik

axis BERATUNGSGRUPPE

Rechtsanwälte · Steuerberater · Wirtschaftsprüfer · Unternehmensberater · Aktuare

Dürener Straße 295-297 · 50935 Köln · Telefon: 0221/4743-0 · Fax: 0221/4743-111 · info@axis.de · www.axis.de

Über Anfragen und Bewerbungen von Berufsanfängern und Professionals freuen wir uns. · Ihr Ansprechpartner: Prof. Dr. Jochen Axer