

Versicherungsbranche braucht natürliche Talente

Heinz Meloth schlägt die Brücke vom Mitarbeiter zum Kunden

Mainz, 01.10.2010 – Die Versicherungswirtschaft will die menschliche Beziehung zu ihren Kunden stärker in den Vordergrund stellen. Weg vom Image der anonymen „grauen Herren“ und über den legendären „Herrn Kaiser“ hinaus menschtelt es immer mehr in der Assekuranz. Versicherer und Finanzdienstleister wollen als Fürsorger und Problemlöser auf Augenhöhe verstanden werden. Dazu brauchen sie jedoch empathische Berater statt formal orientierten Verwaltungsspezialisten. Auf der Fachkrestagung „Betriebliche Altersversorgung und Lebensversicherung“ des Vereins der Versicherungs-Betriebswirte (VVB) am 24. September 2010 in Münster sprach der Berater, Coach und Inspirator Heinz Meloth über den Faktor Mensch und Erfolg im Vertrieb.

Meloth ist darauf spezialisiert, die natürlichen Talente von Mitarbeitern aufzudecken und zu fördern. „Im Sport gewinnt nur der eine Medaille, der sein natürliches Talent entdeckt, entwickelt und konsequent auf höchst möglicher Ebene erfolgreich einsetzt. Die Chancen der Wirtschaft sind in dieser Hinsicht bei Weitem noch nicht ausgeschöpft“, so der langjährige Top-Manager. Er zeigte den Versicherungsfachleuten vom VVB auf, weshalb der Unternehmer der Zukunft ein „Menschenspezialist“ ist: „Der Mensch ist der zentrale Erfolgsfaktor im Wettbewerb, und der ‚War of Talent‘ ist längst auch zum ‚War for Talents‘ geworden. Durchsetzen werden sich die Unternehmen, die die gezielte Entwicklung und Förderung der natürlichen Talente ihrer Mitarbeiter in den Vordergrund ihrer strategischen Ausrichtung stellen.“ Nur so hätten die Firmen die Chance, mit anderen im globalen Wettbewerb zu konkurrieren und sie zu übertreffen. „Erfolg entsteht, wenn man die Menschen das tun lässt, was sie am besten können, viel besser als andere“, erklärt Meloth.

Auf dieser Grundlage hat er das Unternehmens- und Führungskonzept „Success-Factory“ zur Produktion von Erfolg entwickelt, in dem die Personalabteilung zur zentralen Produktionsstätte im Unternehmen wird. Meloth: „Betriebliches Know-how wird kapitalisiert, Best-Practice-Methoden werden optimierend angewandt, und neue, exzellente Ideen entstehen. Dort, wo die besten Menschen sind, sind die besten Leistungen, und wo die besten Leistungen sind, sind die besten Kunden.“ Dabei seien die Kundenbeziehungen in der Versicherungswirtschaft besonders sensibel, weil es um Sicherheit und Vertrauen gehe. Entscheidend sei so genannte intrinsische Motivation der Menschen, die aus der Begeisterung für die Sache und die Tätigkeit erwachse. „Nur wer



motivierte Mitarbeiter hat, die ihren Fähigkeiten und Neigungen entsprechend eingesetzt sind, wird langfristig erfolgreich sein“, ist Meloth überzeugt.

Über Heinz Meloth

Heinz Meloth ist Berater, Coach, Trainer und Inspirator mit mehr als 30 Jahren internationaler Management-Erfahrung. Zuletzt war er 15 Jahre Vorstandsmitglied der Cannon-Holding, einem führenden Global Player im Maschinen- und Anlagenbau mit Sitz in Milano/Italien. Dort verantwortete er das Ressort Business Development und gestaltete die strategische Ausrichtung des Unternehmens in vorderster Linie sich neu entwickelnder Märkte. Meloth folgt dem Leitsatz: „Jeder Erfolg ist steigerbar.“ Sein Unternehmensführungskonzept „Success-Factory“ bietet innovative Lösungsvorschläge zur Sicherung und Entwicklung des „Human-Kapitals“. Es stellt den Menschen und seine natürlichen Talente in den Vordergrund und betrachtet diese als wichtigstes Potenzial und Grundlage aller wirtschaftlichen Erfolge.

Weitere Informationen unter www.HeinzMeloth.com.