

POOLWORLD

Fachmagazin für Finanzdienstleister



Blick in die Zukunft **So positioniert sich PHÖNIX MAXPOOL** **in einer Welt des Wandels**

Mehr Zeit für die Beratung
Machen Sie es sich bequem – mit
der Backoffice-Lösung easyOFFICE!

Matchingmodelle in der bAV
Der einfachste Weg zu
unerschlossenen Zielgruppen

Simplr geht's nicht!
Mit dieser Kunden-App wachsen
die Bestände wie von selbst



Der Durchstarter

Kleine Brötchen backen? Nichts für Frank Löffler. Der neue Geschäftsführer der PHÖNIX Schutzgemeinschaft liebt große Herausforderungen und bringt neue Projekte sicher über die Ziellinie, wenn andere noch in den Startlöchern stehen.

Herr Löffler, wie und wann sind Sie in der Versicherungswelt gelandet?

Da gab es einen kleinen Umweg. Ich habe 1991 eine Ausbildung zum Hotelfachmann gemacht. Bis 2001 blieb ich in der Hotellerie, zuletzt als Direktor für drei Hotels. Dass ich der Branche Lebewohl gesagt habe, hatte sicher mehrere Gründe, vor allem ging es mir damals aber um meine Familie. Wie es der Zufall wollte, bekam ich von einem Stammgast direkt am Tag meiner Kündigung das Angebot, als Maklerbetreuer in sein Team zu wechseln. Er kam damals zufällig auf einen Kaffee vorbei und fragte mich nach meinen Plänen. Ich wusste, dass ich irgendwas mit Vertrieb machen wollte, nur nicht mehr in der Hotellerie. So fing ich im Juni 2001 als Maklerbetreuer für die Sparte Rechtsschutz an und habe dann 2007 die Verantwortung als Vertriebsdirektor für die Sparte Rechtsschutz übernommen. 2009 bin ich zur degenia/DMU gewechselt, wo ich die Bereiche Vertrieb und Marketing verantwortet habe.

Klingt nach einem steilen Aufstieg. Gab es zwischendurch auch mal einen Dämpfer?

2013 bekam ich ein interessantes Angebot eines großen osteuropäischen Versicherers. Es ging um den Aufbau einer Zweigniederlassung hier in Deutschland. Ein spannendes Projekt, das nach gut eineinhalb Jahren allerdings vortrefflich gescheitert ist. Die Geschichte ist lang und wild; letztlich war der Mutterkonzern in allerlei Schwierigkeiten verwickelt, von denen zum Start nichts zu erkennen war. Würde ich es wieder machen? Wahrscheinlich ja, auch wenn es wirtschaftlich für mich persönlich ein echtes Desaster war, ich aber im Gegenzug eine Menge neuer Erfahrungen sammeln konnte. Eine Versicherung ganz neu aufzubauen, ist eine viel zu reizvolle

Aufgabe, und wie heißt es so schön: no pain, no gain!

Noch bevor das Projekt endgültig gescheitert ist, bekam ich das Angebot, bei asspario einzusteigen, wo ich bis Anfang 2023 als Vorstand tätig war.

Im letzten Jahr übernahmen Sie die Rolle des Geschäftsführers der PHÖNIX Schutzgemeinschaft. Wie kam es dazu?

Das kam bei einem gemeinsamen Mittagessen mit Oliver Drewes zustande. Wir beide kennen uns durch die Zusammenarbeit zwischen degenia und PHÖNIX MAXPOOL schon ewig. Er fragte mich dann direkt, warum ich denn nicht für ihn arbeite. Ich war eigentlich nicht zum Termin gekommen, um einen neuen Job zu finden, aber die Aufgabe war einfach zu verlockend, um Nein zu sagen. Die PHÖNIX Gruppe hat eine lange Tradition und blickt zugleich in eine erfolgreiche Zukunft – da wollte ich dabei sein.

Stichwort Zukunft: Auf welche neuen Projekte und Angebote dürfen sich unsere Makler bereits freuen?

Die letzten Monate waren wir sehr intensiv damit beschäftigt, einen neuen Risikoträger für unsere Deckungskonzepte zu finden und die Tarife anschließend neu aufzustellen. Ich glaube, dass uns das wirklich gut gelungen ist. Wenn dieses Interview erschienen ist, sollte auch die Umdeckung der Verträge auf die INTER Versicherung bereits abgeschlossen sein. Seit Kurzem haben wir eine Tierkrankenversicherung im Produktangebot. Auch ist es uns gelungen, die Janitos als zweiten Risikoträger zu gewinnen.

Produktseitig möchten wir die Deckungskonzepte Wohngebäude, Hausrat sowie Photovoltaik modernisieren und künftig auch eine Bauleistungsversicherung anbieten. Das Ziel ist es, unsere

Produktpalette in den kommenden Jahren deutlich zu erweitern. Als Vertriebler habe ich außerdem immer ein offenes Ohr für die Impulse, die uns aus dem Vertrieb erreichen. Das Thema Vertrieb wird in den kommenden Jahren insgesamt stärker in den Fokus unserer Arbeit rücken, speziell bei den Deckungskonzepten. Und schließlich ist da noch der Dauerbrenner Digitalisierung: Wir wollen noch schneller und professioneller werden, um unseren Service und unsere Produkte weiter zu verbessern.

Das klingt nach einem vollen Terminkalender. Kriegt man das alles auch unter einen Hut?

Ich habe zum Glück ein tolles Team im Rücken, das mich bei all dem fleißig unterstützt. Meine Kollegin Maren Dienemann übernimmt beispielsweise die Ausarbeitung der Produktdetails und sorgt dafür, dass unsere Tarife bedingungsseitig absolut „State of the Art“ sind.

Gibt es etwas, wobei Sie nach getaner Arbeit so richtig entspannen können?

Ich versuche, mindestens drei Mal die Woche ins Gym zu gehen. Damit die Motivation nicht nachlässt, haben wir vor Kurzem eine MAXPOOL-Sportgruppe gegründet und gehen regelmäßig gemeinsam zum Training. Das ist ideal, um den Kopf freizukriegen. Ansonsten findet man bei mir immer die neuesten Hip-Hop-Tracks in der Playlist. Außerdem backe ich gerne Brot und bin ein ganz passabler Koch. Das ist wohl ein Überbleibsel aus meiner Zeit in der Hotellerie, weil man als Hoteldirektor auch die Küche kennenlernt und sich von den Profis am Herd so den einen oder anderen Trick abschauen kann.

Herr Löffler, ich danke Ihnen für das Gespräch! <