



Concordia und V.E.R.S. Leipzig zertifizieren erstmals Versicherungsagenturen

Michael Fiedler

Die Concordia Versicherung und die V.E.R.S. Leipzig GmbH haben ein gemeinsames Pilotprojekt zur Nachhaltigkeitszertifizierung von Versicherungsagenturen erfolgreich abgeschlossen. Ziel war es, Nachhaltigkeit im Vertrieb alltagstauglich und überprüfbar zu gestalten – mit wissenschaftlicher Begleitung und ohne zusätzliche Bürokratie.

Das gemeinsam entwickelte Zertifizierungsprogramm soll künftig als praxistauglicher Standard im Markt dienen. Es verknüpft wissenschaftlich fundierte Nachhaltigkeitskriterien mit einem schlanken Prüfprozess, der den Arbeitsalltag der Vermittler nicht zusätzlich belastet. „Mit der Zertifizierung möchten wir ein klares Signal setzen: Nachhaltigkeit ist kein Trend, sondern eine Zukunftsaufgabe, die wir aktiv gestalten“, erklärt Julia Palte, Vertriebsvorständin der Concordia Versicherung.

Von der Idee zur Umsetzung

Für die Concordia bedeutet das Leitmotiv „füreinander eintreten“ mehr als klassische Hilfe im Schadenfall – es steht auch für Verantwortung gegenüber Umwelt, Gesellschaft und kommenden Generationen. Im Mittelpunkt des Projekts stand daher die Frage, wie Nachhaltigkeit dauerhaft in die Arbeits- und Entscheidungsprozesse der Agenturen integriert werden kann.

Prof. Dr. Fred Wagner, Initiator und wissenschaftlicher Begleiter des Projekts, sieht darin einen wichtigen Schritt für die gesamte Branche: „Wir freuen uns, gemeinsam mit der Concordia einen praxisnahen und wirksamen Ansatz entwickelt zu haben, der Nachhaltigkeit in der Versicherungsvermittlung konkret und messbar macht.“

Positive Resonanz aus der Praxis

Auch die teilnehmenden Agenturen zeigen sich überzeugt: „Die Zertifizierung für nachhaltigen Agenturbetrieb war für uns ein wertvoller Schritt in Richtung Zukunft. Der strukturierte Prozess hat uns praxisnahe Impulse gegeben, wie wir ökologische und soziale Verantwortung im Alltag leben können“, berichtet Agenturinhaber Ben Ewald. Agenturinhaber Thorsten May ergänzt: „Neben bekannten Aspekten wie Umweltpapier, Elektrofahrzeugen, Energiesparlampen und Abfallmanagement hat mich insbesondere der Themenblock ‚Customer‘ überzeugt. Hierzu

zählen unter anderem Kundenzufriedenheit, Dauer der Kundenbindung und Kundenloyalität in meiner Agentur.“

Individuelle Empfehlungen für mehr

Wirkung

Auf Basis der Ergebnisse erhalten alle teilnehmenden Agenturen individuelle Handlungsempfehlungen. Diese sollen helfen, die Nachhaltigkeitsaktivitäten gezielt weiterzuentwickeln – etwa in den Bereichen Energieeffizienz, Mitarbeiterführung oder Kundenkommunikation.

Versicherungs- und Finanznachrichten

expertenReport



<https://www.experten.de/id/4946881/Concordia-und-VERS-Leipzig-zertifizieren-erstmalig-Versicherungsagenturen/>