

Abo INTERVIEW

«Gemeinsam bringen wir viel Power auf die Strasse»

Hat der Agenturvertrieb noch Zukunft? Okan Pelenk und Anup Nastik vom ZGAV bleiben optimistisch - trotz hybrider Kunden, Fachkräftemangel und KI.

© Lesezeit: 4 Minuten



Setzen sich für die Interessen ihrer Mitglieder ein: Präsident Okan Pelenk (links) und Vizepräsident Anup Nastik vom ZGAV.

Quelle: ZVG

Interview: **Bernd de Wall**
am 14.08.2025 - 06:08 Uhr

Der Regionalverband Zürich der Versicherungs-Generalagenten (ZGAV) setzt sich für die Interessen seiner Mitglieder gegenüber Wirtschaft, Behörden, Politik und der Öffentlichkeit ein. Am 28. August lädt der Verband zu einer Diskussion über Chancen und Risiken der Künstlichen Intelligenz im Aussendienst ein. Nicht die einzige Herausforderung, vor der der Agenturvertrieb steht.

Herr Pelenk, Herr Nastik, Sie sind im Vorstand des Regionalverbands Zürich der Versicherungs-Generalagenten (ZGAV). Seit wann gibt es den Verband – und welche Ziele verfolgt er?

Pelenk: Der ZGAV ist älter, als man denkt. Es gibt ihn bereits seit über 100 Jahren, wir haben also eine lange Tradition. Unser Ziel ist es, die Interessen der Generalagenturen zu vertreten, den Austausch zwischen den Gesellschaften zu fördern und gemeinsam an der Weiterentwicklung des Agenturvertriebs zu arbeiten. Das ist heute wichtiger denn je!

Warum braucht es diesen Austausch unter den Generalagenten?

Nastik: Okan und ich sind ja beide selbst Generalagenten und wissen um die Herausforderungen, die diese Aufgabe mit sich bringt - aber natürlich auch um die Chancen. Der Austausch mit anderen Generalagenten kleiner und grosser Versicherungsgesellschaften ist unheimlich wichtig, weil wir alle vor ähnlichen Herausforderungen stehen: Vom Fachkräftemangel über Digitalisierung bis hin zu den Chancen und Risiken der Künstlichen Intelligenz.

Wir können voneinander lernen, denn jeder geht eigene Wege, mit diesen Herausforderungen umzugehen. Der Austausch untereinander schafft Synergien und stärkt unsere Position am Markt. Der klassische Vertrieb muss sich ja ständig anpassen und verbessern.

Über die Gesprächspartner

Okan Pelenk ist Präsident des ZGAV und seit 2022 Generalagent der Zürich Versicherungen in Winterthur.

Anup Nastik ist Vizepräsident des ZGAV und leitet seit Anfang 2024 die Generalagentur Zürich-City der Allianz Suisse.

Es sind quasi alle Versicherungsgesellschaften im Verband vertreten. Kämpft nicht eigentlich jeder für sich alleine?

Pelenk: Das ist ein Hauen und Stechen (lacht). Nein, im Tagesgeschäft sind wir natürlich alle Konkurrenten und wollen uns nicht die Butter vom Brot nehmen lassen. Aber das ist eine gesunde Wettbewerbssituation. Denn trotz der Konkurrenzsituation haben wir viele gemeinsame Interessen, wie Anup es gerade hervorgehoben hat.

Im Verband arbeiten wir Hand in Hand zusammen, um die Rahmenbedingungen für alle Generalagenturen zu verbessern. Da bringen wir schon einige Power auf die Strasse.

«Trotz der Konkurrenzsituation haben wir Generalagenten viele gemeinsame Interessen.»

OKAN PELENK

Welche sind derzeit die grössten Herausforderungen für die Generalagenturen?

Nastik: Wo soll ich da anfangen? Die Liste ist lang und wird immer länger. Zum einen verändert sich das Kundenverhalten im Zuge der Digitalisierung rasant, Stichwort hybrider Kunde. Kundinnen und Kunden erwarten heute eine nahtlose Verbindung von digitalem Service und persönlicher Beratung.

Zudem wird der Kostendruck auf den Generalagenturen immer höher, vor allem aufgrund von Compliance-Vorgaben und strengeren gesetzlichen Rahmenbedingungen. Und auch der Einsatz von KI ist ein zentrales Thema. Aber wir leben noch - und die Arbeit mit unseren Kundinnen und Kundinnen macht uns immer noch sehr viel Spass. Ich schaue jedenfalls optimistisch nach vorne.

Hat der klassische Agenturvertrieb angesichts der fortschreitenden Digitalisierung und hybrider Kundinnen und Kunden nicht langsam ausgedient?

Pelenk: Totgesagte leben bekanntlich länger! Der Abgesang auf den Agenturvertrieb hat ja schon vor mehr als 20 Jahren mit der Einführung von Direktversicherungen begonnen. Aber wir sehen: Persönliche Beratung bleibt ein zentraler Erfolgsfaktor, der Austausch von Mensch zu Mensch ist durch nichts zu ersetzen. Auch im digitalen Zeitalter.

Digitalisierung und KI sind wertvolle Ergänzungen, die Prozesse optimieren und mehr Raum für direkten Kundenkontakt schaffen - da liegen auch für uns enorme Chancen. Angesichts der wachsenden Produktvielfalt und zunehmenden Komplexität ist persönliche Beratung heute sogar wichtiger als je zuvor, davon bin ich überzeugt.

«Geeignete Talente zu finden, wird immer anspruchsvoller.»

Wie stark macht sich der Fachkräftemangel auf den Generalagenturen bemerkbar – finden Sie noch guten Nachwuchs?

Nastik: Ich sehe es ja in meiner eigenen Agentur: Geeignete Talente zu finden, wird immer anspruchsvoller. Das liegt auch daran, dass sich die Anforderungen an Kundenberaterinnen und Kundenberater in den letzten Jahren stark verändert haben. Ein gutes Wertegerüst, breites und tiefes Fachwissen, gute Kommunikationsfähigkeiten, Networking-Kompetenz und eine hohe Selbstorganisation - das ist heute der Rucksack für diesen Job.

Das macht Auswahl, Onboarding und Entwicklung deutlich komplexer und erfordert gezielte Projekte, um junge Talente zu gewinnen. Aber wer für den Verkauf «brennt», dem öffnen sich auch viele Aufstiegsmöglichkeiten, eine eigenverantwortliche Tätigkeit und ein lukrativer Verdienst.

Gleichzeitig ist die Fluktuation hoch. Lohnen sich die hohen Investitionen in die teure Ausbildung überhaupt, wenn viele Beraterinnen und Berater nach kurzer Zeit wieder abspringen?

Pelenk: Investitionen in die Ausbildung sind auch immer Investitionen in Qualität und damit in die Zukunft. Wenn man sich da durchgebissen hat, profitieren am Ende alle - die Kunden, die Versicherungsgesellschaften, die Agenturen und die Beraterinnen und Berater selbst.

Eine gewisse Fluktuation ist angesichts der Anforderungen kaum zu vermeiden. Es bleiben aber auch viele bei der Stange. Diese langfristig erfolgreichen Kundenberater sind am Ende entscheidend für die nachhaltige Kundenbindung und den Ruf einer Generalagentur.

Am 28. August veranstaltet der ZGAV eine Podiumsdiskussion unter dem Titel «KI im Aussendienst – Geheimwaffe oder Gefahr?» Ohne vorgreifen zu wollen: Verändert die Künstliche Intelligenz alles, auch im Aussendienst?

Nastik: Momentan dreht sich ja alles um die Künstliche Intelligenz, der Kelch geht natürlich auch an uns nicht vorbei. KI wird den Aussendienst jedenfalls deutlich verändern, insbesondere in der Vorbereitung, der Analyse von Kundendaten und im Service.

Das eröffnet neue Möglichkeiten zur Effizienzsteigerung und in der Personalisierung. Das sind die positiven Aspekte. Auf der anderen Seite bringt KI auch Herausforderungen mit sich, etwa im Umgang mit sensiblen Daten, bezüglich Transparenz und in der Wahrung des persönlichen Kontakts.

Trotz dieser Veränderungen bleibt die menschliche Beziehung für den langfristigen Erfolg entscheidend, da sind wir uns einig.

HZ Insurance-Newsletter DAILY BRIEFING

Andrea Hohendahl, Chefredaktor von HZ Insurance, und sein Versicherungsexpertenteam liefern Ihnen die Hintergründe zu Themen, welche die nationale und internationale Versicherungswelt bewegen. Jeden Tag (werktätlich) in Ihrem E-Mail-Postfach. Jetzt kostenlos zum Newsupdate für Insurance-Professionals anmelden.

Ihre E-Mail-Adresse

Was erwartet die Teilnehmenden an Ihrem Event?

Pelenk: Die Teilnehmenden können sich auf spannende Einblicke von Expertinnen und Experten, konkrete Praxisbeispiele und eine offene Diskussion über Chancen und Risiken von KI freuen. Zudem bietet die Veranstaltung eine ideale Plattform, um sich untereinander zu vernetzen und voneinander zu profitieren. Am Apéro werden wir jedenfalls nicht sparen (lacht).