

## DAS INTERVIEW

Interview mit Katrin M. Heigl, Direktorin  
Leitung Sach-Maklervertrieb Süd der  
Allianz Versicherungs-AG

Foto Katrin M. Heigl



# Netzwerken für Innovation und Chancengleichheit

Von UTE GEISHAUSER (DO/D)

Gerade jetzt bietet die Versicherungsbranche spannende berufliche Herausforderungen und neue Möglichkeiten. Mit Know-how, Mut, Neugier und Veränderungsbereitschaft kann echte Innovation in der Branche entstehen. Katrin Heigl, die Gründerin und Wegbereiterin des Netzwerks Women@

Allianz, war beim Branchen-Primus bereits in unterschiedlichen Rollen erfolgreich, und sie hat noch viele weitere spannende Umsetzungsideen. Ihren roten Faden hat sie all' die Jahre nie

aus den Augen verloren. Ein Werdegang, der deutlich macht, wie verschiedene berufliche Stationen ineinander übergehen und auch aufeinander aufbauen, und so einen kohärenten, durchgehenden

Sinn ergeben. Ein Role Model mit Bodenhaftung. Im Oktober habe ich Katrin Heigl im Rahmen der DKM 2023 auf der FEMSURANCE in Dortmund kennengelernt. In ihrem Vortrag „Mind the Gap – Frauen denken an alle anderen außer an sich selbst“ kommt sie schnell auf den Punkt, nennt die Probleme im Bereich Altersvorsorge von Frauen beim Namen und zeigt das „Gender Pension Gap“<sup>(1)</sup> auf. Denn: Bedauerlicherweise weiß ein Großteil der Frauen in Deutschland bis heute noch nicht, wie dramatisch es um die eigene Altersvorsorge bestellt ist. 80% der Frauen in Deutschland kennen das „Gender Pension Gap“ überhaupt nicht. 59% der

**Allianz** 

1) Gender Pension Gap: Die geschlechterabhängige Rentenlücke.  
Quelle: Umfrage des Meinungsforschungsinstituts Q im Auftrag der Allianz Lebensversicherungs-AG (2022)

Frauen wissen nicht, mit wie viel Geld sie im Alter rechnen können. Ihr Vortrag ist sehr professionell. Katrin Heigl ist souverän, kennt alle Zahlen, Daten und Fakten zu dem Thema, aber es sind auch Emotionen im Spiel. Man sieht ihr die Betroffenheit an, denn das Thema Altersvorsorge von Frauen ist ihr wichtig, und sie will etwas bewegen, damit Frauen ihre Altersvorsorge selbst in die Hand nehmen.

## ZUR PERSON:

Mitte 40, arbeitet und lebt mit ihrer Familie in München. Von sich selbst sagt sie: Ich bin zielorientiert, kreativ und versuche, Dinge anders zu machen und dabei verschiedene Perspektiven einzunehmen. Darüber hinaus hinterfrage ich vieles und suche immer den Dialog mit Kolleg:innen, Mitarbeiter:innen und insbesondere unseren Kund:innen.

Das Studium in Internationaler BWL in München, Nizza und Hongkong hat sie komplett selbst finanziert und dafür nicht nur einmal auch als Wiesenbedienung beim Oktoberfest gearbeitet. Katrin Heigl beschreibt sich selbst als Frau, die anpacken kann.

Aus ihrem ursprünglichen Wunsch, in der Automobilbranche Karriere zu machen, wurde leider nichts, denn dort wurden zur damaligen Zeit nur Ingenieure eingestellt. Mit ihrem Einstieg bei einer Beratungsfirma im Rahmen eines Praktikums lernte sie ihren heutigen Arbeitgeber, die Allianz, kennen. Als sie sich 2008 für den Start im Inhouse Consulting der Allianz SE entschied, war dies mit weltweiten Projekteinsätzen über fünf Jahre verbunden.

Wenn man Katrin Heigl auf ihre beruflichen Meilensteine anspricht, erfährt man, dass sie

- ▶ inzwischen die komplette Value Chain der Allianz gesehen hat,
- ▶ das Versicherungsfach von der Pike gelernt hat,
- ▶ die unterschiedlichsten Rollen in allen Vertriebszweigen innehatte (Onlinevertrieb, AO, Genobanken, Bancassurance, Maklervertrieb)
- ▶ „als Karrierefrau aus der Holding“ sich mit einigen Vorurteilen von Männern konfrontiert sah,
- ▶ eine der größten Allianz Geschäftsstellen Deutschlands geleitet und restrukturiert hat,
- ▶ in der Coronazeit, als die Bankfilialen geschlossen waren, in ihrer ersten Rolle als Senior Executive das Bankengeschäft in der Allianz übernommen hat,

- ▶ bereits in der Rolle der Cheflobbyistin für die Ausschließlichkeitsvertreter:innen tätig war und als Schnittstelle zu den Produktgebern sowie zum GDV fungierte,
- ▶ sowie den Allianz-eigenen Mitarbeiterservice Allianz4You restrukturiert und verantwortet hat.

**UG:** *Frau Heigl, seit 2023 sind Sie Direktorin im Sach-Maklervertrieb Süd der Allianz. Mit dem Maklervertrieb verbinden viele oft eine reine Männerdomäne. Haben es Frauen schwerer, sich zu positionieren?*

**KH:** Wir haben im MV inzwischen eine Vielzahl an Kolleginnen – auf Direktorenebene, auf Führungsebene, im Account Management und im Account Support. Daher sind wir der beste Beweis, dass es Entwicklungsmöglichkeiten für Frauen speziell auch im Maklervertrieb gibt, und es gelingt, Karriere und Familie auch in diesem Job unter einen Hut zu bekommen. In der Vergangenheit hatte ich großartige Role Models, wofür ich dankbar bin. Darüber hinaus versuche ich selbst, dies auch in meinem Umfeld vorzuleben und meine eigenen Erfahrungen und Ideen weiterzugeben.

**UG:** *Was waren Ihre Learnings aus diesen unterschiedlichen, sicher auch sehr spannenden beruflichen Stationen? Was können Sie Führungsnachwuchskräften mit auf den Weg geben, gerade wenn sie eine Karriere im Vertrieb planen?*

**KH:** In meinen internationalen Projekteinsätzen habe ich viel gelernt, wenn es um die Themen Diversität und die Selbstverständlichkeit der Zusammenarbeit unterschiedlicher Kulturen geht. Das hat mich auf meinem beruflichen Weg sehr geprägt. Im Ausland durfte ich vor Jahren schon viele erfolgreiche weibliche Role Models persönlich kennenlernen. In den Vertrieb zu wechseln war für mich unglaublich lehrreich. In der Agentur war ich selbst aktiv im Verkauf. Das war erdend und menschlich. Diese Zeit hilft mir heute noch, denn ich weiß, wie das Geschäft funktioniert und wie wichtig eine gute Beratung ist. Auch habe ich gelernt und selbst erlebt, dass Frauen im Kundengespräch anders beraten und keine Scheu haben, kritische Themen wie die „Pflegeabsicherung“ anzusprechen. Das wissen unsere Kund:innen auch sehr zu schätzen. Deswegen sollten wir noch viel mehr Frauen für den Vertrieb gewinnen. Zudem sollten wir alles daran setzen, die Aufklärung über die teils unfassbar großen Versorgungslücken vo-



## IMPRESSUM

### Herausgeber

Vorstand der Vereinigung der  
Versicherungs-Betriebswirte e. V.  
(Anschrift siehe Verlag)

### Vorstand für Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

Stefan van Marwyk  
Düsseldorfer Str. 135, 51063 Köln  
✉ redaktion@vzb-alumni.de

### Redaktionsleitung

Sylvia Pirgiotis  
Wilhelm-Kleinertz-Str. 20, 51149 Köln  
☎ 0163-249 53 18  
✉ sylvia.pirgiotis@vzb-alumni.de

### Verlag

Vereinigung der Versicherungs-  
Betriebswirte e. V. Geschäftsstelle  
Frank Ackermann  
Broichmühlenstr. 4, 50171 Kerpen  
☎ 02237 52145  
✉ gs@vzb-alumni.de

### Redaktionsteam

Frank Ackermann, Wolfgang Franke,  
Nicole Gordine, Stefan van Marwyk,  
Markus Metzler, Sylvia Pirgiotis,  
Johanna Striowsky, Gerd von  
Ullisperger,

### Internet-Adresse der VVB

www.vzb-alumni.de

### Redaktionsschluss

für Heft 3/2024 ist am 15.05.2024.  
Keine Haftung für unverlangt  
eingesandte Texte und Fotos. Die  
Redaktion behält sich vor, Artikel  
und Leserbriefe zu bearbeiten und  
zu kürzen.  
Namentlich gezeichnete Artikel geben  
nicht unbedingt die Meinung der  
Redaktion wieder. Jeder Nachdruck  
muss durch die Redaktion genehmigt  
werden und ist honorarpflichtig.  
Zitate sind erlaubt, Belege davon  
erbeten.

### Bezugspreis

im Mitgliedsbeitrag der VVB  
enthalten,  
für Nichtmitglieder: Einzelpreis 5,-€  
zuzüglich Versandkosten.

Erscheinungsweise: 6 x jährlich

### Gestaltung, Satz, Anzeigenservice und Gesamtherstellung

Grafikhaus CGN KG  
Helene-Wessel-Straße 24, 50999 Köln  
☎ 02234 91195-10  
✉ redaktion@grafikhaus.de  
Internet: www.grafikhaus.de

ranzutreiben, die Beratungsqualität weiter zu steigern und mehr lebensphasenorientierte Produkte zu entwickeln. Mit Laura Gersch, CFO der Allianz Versicherungs-AG, die selbst immer wieder öffentlich auf das „Gap“ im Rentenalter von Frauen eingeht, hat unser Haus die beste Unterstützerin für das Thema gefunden. Was würde ich jungen Kolleg:innen empfehlen: Do what you love and do it right. Seid mutiger als ich es war. Steht ein für eure Bedürfnisse und die eurer Kolleg:innen.

**UG:** *Die Idee, aus der Hauptverwaltung in den Vertrieb zu wechseln kam nicht von Ihnen, sondern von Ihrer Führungskraft.*

**KH:** Ja, das war damals die Idee meines ersten Chefs bei der Allianz. Er ist auch heute noch mein Mentor. Ich kam aus der Holding, aus heutiger Sicht war ich ganz schön arrogant, konnte hervorragend PowerPoint Folien malen und hatte bis dahin noch keinen einzigen Kunden gesehen. Ich wollte nach Möglichkeit sofort eine Führungsaufgabe übernehmen. Im Bewerbungsgespräch mit dem damaligen Vertriebsvorstand wurde mir aber sehr schnell vermittelt, dass ich zuerst die reguläre Vertriebsausbildung durchlaufen muss. Im Rückblick war das sehr gut investierte Zeit, insbesondere die Station als Kundenberaterin in einer Allianz-Agentur in Moosburg habe ich sehr genossen. Jahre nach meinem Allianz-Einstieg noch einmal, gemeinsam mit allen angehenden Versicherungskaufleuten in die klassische Grundausbildung zu gehen, war spannend. Auch jetzt noch, in meiner Leitungsrolle im Bereich Maklervertrieb, hospitiere ich regelmäßig bei unterschiedlichen Einheiten, intern wie extern, denn das Lernen vor Ort ist sehr wichtig. Vor allem den regelmäßigen Kundenkontakt schätze ich sehr.

**UG:** *2015 haben Sie – in Ihrer Zeit in der Ausschließlichkeitsorganisation – das Netzwerk Women@Allianz gegründet. Was hat Sie dazu veranlasst?*

**KH:** Die Idee kam mir, als ich selbst einmal Gast bei einer Veranstaltung war und auf der Bühne eine Generalvertreterin gemeinsam mit einer Kundin über die Vorteile und gegenseitige Unterstützung innerhalb ihres kleinen Netzwerks berichtet haben. Zu unserem ersten Netzwerktreffen 2015 kamen zunächst zehn Kolleginnen aus dem AO-Vertrieb. Heute gibt es über 2.000 Frauen im Netzwerk Women@Allianz aus allen deutschen OEs. 60% davon kommen aus dem Vertrieb, 40% aus anderen Bereichen. Es sind alle Hierarchien vertreten.

**UG:** *Wie erklären Sie sich diesen unglaublichen Zulauf zu Ihrem Netzwerk?*

**KH:** Persönliche Werbung durch die Teilnehmer:innen und interessante Themen bei unseren Events sowie ein geschlossener Raum zum Austausch.

**UG:** *In Ihrem Netzwerk gibt es sicher viele Ideen. Wie heben Sie die Potenziale, die durch das Netzwerk sichtbar werden?*

**KH:** Zum einen mit viel Energie, Mut und Fantasie, die Extrameile für das Netzwerk zu gehen. Wir haben viele großartige Ideen entwickelt, und einige davon sind erfolgreich im Unternehmen ausgerollt worden. So z. B. die digitale Kundenberatung per Videocall und die Initiative „Frauen beraten Frauen“.

Auch das Thema „Jobsharing im Tandem“ kam durch Women@Allianz ins Rollen!

Wir blicken gerne über den Tellerrand und lassen uns von anderen Branchen inspirieren, sind offen für Neues. Diese Impulse kommen durch Vorträge spannender Redner:innen auf unseren Events.

Die Allianz plant die Implementierung von Jobtandems auf Führungsebenen. Im Konzern gibt es bereits Role Models auf dem Executive Level. Inzwischen gibt es auch Führungstandems im mittleren Management. Wir sprechen dabei natürlich auch von Frauen und Männern im Tandem! Der zwischenzeitlich hohe Bekanntheitsgrad unseres Netzwerks fördert zudem die Bewerberanzahl aus der Generation GenZ. Je mehr über das Netzwerk berichtet wird, desto besser! Dafür haben wir auch einige Allianz-Ambassadors, die nach den Veranstaltungen über das Netzwerk berichten.

**UG:** *Welche weiteren Aktivitäten gibt es im Netzwerk?*

**KH:** Wir holen uns auch aktiv Unterstützung von außen, z. B. durch Social Media Expert:innen. Es gibt zwei Netzwerktreffen pro Jahr. Diese finden digital statt und ich moderiere eine zweistündige Live-Sendung aus unserem firmeneigenen Fernsehstudio. Die hohe Beteiligung im Chat fasziniert mich jedes Mal aufs Neue. In der diesjährigen Sendung am 6. März gab es wieder Panel-Diskussionen mit Vorständinnen anderer Branchen, so z. B. mit Sigrid Nikutta, der Vorstandsvorsitzenden der DB Cargo AG. Alle zwei Jahre planen wir zudem eine Präsenzveranstaltung.

**UG:** *Konnte das Netzwerk auch Ideen zur Erweiterung des Benefit-Angebots oder zur Prozessverschlankeung beisteuern?*

**KH:** Aufgrund der Initiative unserer Kolleg:innen gibt es inzwischen hausinterne Resilienz-Workshops und Verbesserungen in puncto Nachhaltigkeit im Alltag. Anregungen zum Agentur-Management wurden ebenfalls bereits umgesetzt. Im Rahmen unserer Veranstaltungen sammeln wir zudem regelmäßig für die Allianz-Kinderstiftung, um soziale Einrichtungen zu unterstützen.

**UG:** *Wie schaut die Konkurrenz auf Women@Allianz?*

**KH:** Sehr positiv. Ich bekomme regelmäßig Anfragen aus der Branche, aber auch von Unternehmen aus anderen Bereichen, wie man ein solches Netzwerk aufbaut und worauf man achten muss.

**UG:** *Was raten Sie Kolleg:innen aus anderen Unternehmen, die ein solches Netzwerk aufbauen möchten?*

**KH:** Seien Sie mutig, stehen Sie für die eigenen Ideen ein, seien Sie bereit, die Extra-Meile zu gehen, holen Sie sich das Buy-in des Managements ein. Ein Netzwerk zu gründen ist ein Ehrenamt, das muss einem bewusst sein. Es ist außerdem wichtig, Mitstreiter:innen mit den verschiedensten Hintergründen zu gewinnen, mit anderen Netzwerken zu kooperieren und bei Niederlagen nicht den Mut zu verlieren. Man braucht Zeit sowie Durchhaltevermögen.

**UG:** *Wie beurteilen Sie die Zukunft der Branche vor dem Hintergrund des anstehenden Generationenwechsels?*

**KH:** Ich bin davon überzeugt, dass es in unserer Branche mit zunehmendem Anteil junger Menschen in all unseren Netzwerken schneller zu Veränderungen und spannenden Innovationen kommt. Wenn wir dieses Erneuerungspotenzial richtig nutzen, werden nicht nur wir als Arbeitgeber sondern auch unsere Kund:innen davon profitieren. Daher ist es wichtig, jetzt aktiv junge Frauen und Männer für die Branche im Innen- und Außendienst zu begeistern.

Wir müssen die Weichen stellen, das Wissen und die Erfahrung der Babyboomer-Generation konservieren und rechtzeitig eine gute Reservecbank aufbauen, so dass die jungen mit den erfahrenen Kolleg:innen zusammenarbeiten und voneinander lernen können. Nur so schaffen wir es, Innovationen zu fördern und uns gemeinsam um das Wohl, den Bedarf und die Anliegen unserer Kund:innen zu kümmern. Our purpose „we secure your future“ spiegelt das sehr gut wider.

## FemSurance



von links: Katrin Heigl, Ute Geishauser, Alexandra Kallmeier, Maxine Adams bei der „FemSurance“ der DKM 2023

### UTE GEISHAUSER

Versicherungsbetriebswirtin(DVA)/systemische Beraterin/Business- & Resilienz-Coach/ Vorstandin KuBl e.V. hat sich auf die Unternehmensberatungs- und Versicherungsbranche spezialisiert.

*Die Stärkung des mittleren Managements, der Aufbau qualifizierter Führungsnachwuchskräfte und die Erarbeitung neuer (familienfreundlicher) Arbeits(zeit)modelle sind ihre aktuellen Beratungsschwerpunkte. Sie arbeitet sowohl im Rahmen unternehmensübergreifender Transformationsprojekte als auch individuell als Mentorin auf Mitarbeiter:innen-Ebene in dem von ihr entwickelten Female-Insurance-Mentoring-Programm (FIM).*

*In unterschiedlichen Workshop-Formaten geht sie auf die Möglichkeiten des Umgangs mit zunehmender Komplexität und Unsicherheit ein. Der ganzheitliche Ansatz zur Steigerung der individuellen und organisationalen Resilienz beinhaltet den Auf- und Ausbau „innerer Kompetenzen“ sowie praxisnahe Micro-Trainingseinheiten aus Resilienzforschung, Psychologie und Medizin.*

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

<https://www.linkedin.com/in/ute-geishauser-3185084/>

*flow im business*  
Coaching | Mentoring | Beratung