

Diese 30 sind für den OMGV Agentur AWARD 2023 nominiert



Die Nominierungsphase ist vorüber und für die vier Kategorien wurden insgesamt 30 Vermittler / Agenturen von 12 unterschiedlichen Gesellschaften nominiert. Bis Anfang Juni kann ab sofort abgestimmt werden, wer mit dem Award ausgezeichnet werden sollte. Die Verleihung der OMGV Agentur Awards 2023 findet am 20. Juni im Rahmen des „Messekongress Kundenmanagement in Versicherungen“ statt.

Zum Mal verleiht die Onlinemarketing Gesellschaft für Versicherungsvermittler gemeinsam mit den Versicherungsforen Leipzig die OMGV Agentur Awards an Versicherungsagenturen für ihre herausragende Onlinekommunikation. Bis zum 20. März konnte man sich hierfür bewerben oder Agenturen nominieren.

Insgesamt sind in diesem Jahr 30 Vermittler / Agenturen in den vier Kategorien „Social Media / Content Marketing“, „Zielgruppenstrategie“, „Kundenbewertungen“ und „Neue Wege. Neue Medien.“ nominiert.

Die Entscheidung darüber, wer am Ende ausgezeichnet wird, fällt erneut nicht nur eine Fachjury, sondern auch wieder die Branche selbst. Bis zum 20. Mai kann jeder aus der Versicherungsbranche via Onlineabstimmung unter www.omgv.academy mitentscheiden. Dabei geht am Ende die Jury-Wertung zu zwei Dritteln und die Branchenabstimmung zu einem Drittel in das Gesamtergebnis ein.

Die Verleihung findet dann am 20. Juni im Rahmen des „Messekongress Kundenmanagement in Versicherungen“ der Versicherungsforen Leipzig statt.

Die Nominierten zum OMGV Agentur Award 2023

Die folgenden Agenturen sind in den vier Kategorien nominiert und können sich Hoffnung machen, am 20. Juni als leuchtendes Beispiel der Branche einen leuchtenden OMGV AWARD inklusive einem Auszeichnungssiegel für die Website zu erhalten.

Die Nominierten in der Kategorie „Social Media / Content Marketing“

Für Social-Media-Erfolg reichen Profile allein im Social Web nicht aus. Man muss auch aktiv sein und Inhalte mit dem berühmten Mehrwert bieten. Das kann auf dem eigenen Blog, im eigenen YouTube-Channel oder einer anderen Social-Media-Plattform passieren – wir zeichnen die Agentur mit dem besten Content aus.

- **Mirco Aschenbrenner (LVM)** für den Instagram-Account seiner Agentur, auf dem er Content rund um die Agentur sowie Versicherungs- und Finanzthemen kurzweilig und vor allem authentisch transportiert und so eine nahbare Kommunikation zwischen Versicherungsagentur und Followern bietet.
- **Bezirksdirektion Babutzka & Team (SIGNAL IDUNA)** für ihre Umsetzung der digitalen Versicherungsagentur, welche neben digitaler Beratung und Online-Rezessionen sich auch gezielt mit Social Media als regionale Marke positioniert. Und dabei auf Facebook, LinkedIn und Instagram mit verschiedenen Content-Formaten wie bspw. Meme-Marketing erfolgreich agiert.
- **Susan Hegewald (DEVK)** für ihre Social-Media-Aktivitäten, bei denen sie auf allen Kanälen aktiv ist. Hier bietet sie Content in manchmal lustigen Formaten, aber immer mit wichtigen Botschaften und zeichnet so ein unkonventionelles Bild vom Beruf des Versicherungsvermittlers.
- **Markus Krems (Gothaer)** für die Social-Media-Kommunikation auf seinem Instagram-Account, mit der er sich als verlässlicher Partner in Sachen Versicherungen und Finanzen positioniert.
- **Versicherungsagentur Matujza & Rieger (LVM)** für ihren Instagram-Account „safeandsimple_“ mit dem sie Versicherungsthemen leicht und unterhaltsam transportieren und so ihre Zielgruppe erreichen.
- **Hauptgeschäftsstelle Mecklenburg-Vorpommern (ARAG)** für die Erstellung von informativen Videoreihen, die Verlängerung von regionalen Offline-Veranstaltungen mit Online-Maßnahmen und Content, mit dem man u.a. auch die polnische Community erreicht, Sprachbarrieren überwindet und Versicherungswissen vermittelt.
- **Geschäftsstelle Neuwied (ARAG)** für die unterhaltsamen und edukativen Inhalte auf Instagram und TikTok und dem damit verbundenen konstanten, gezielten Community-Aufbau.
- **rmb³ (Gothaer)** für ihre Kommunikation auf LinkedIn und Facebook, mit der sie sich als verlässlicher, fairer und immer professionell arbeitender Partner positionieren.
- **Olaf Westermann (LVM)** für die Social-Media-Strategie, bei der die Agentur aktuelle Themen mit versicherungsrelevanten Inhalten und regionalen Einflüssen verbindet und so ihren Bekanntheitsgrad in der Region gezielt steigert.
- **Alexander Wild (Gothaer)** für den seit Jahren kontinuierlichen, hochwertigen, abwechslungsreichen, unterhaltsamen und gleichzeitig informativen Content auf Instagram, Facebook, LinkedIn und TikTok.

Die Nominierten in der Kategorie „Zielgruppe“

Ohne eine Zielgruppe kann man online nicht erfolgreich sein. Denn wenn man sie definiert hat, ihre Bedürfnisse kennt und weiß, wo, wie und wann man sie erreicht, kann man den passenden Content produzieren und sie online gezielt ansprechen. Wir zeichnen die Agentur mit der besten Zielgruppenstrategie aus.

- **Doris Greinert (Provinzial)** vermittelt insbesondere auf LinkedIn unter dem Hashtag #Selbstversorgerin wichtige Impulse für Frauen. Dabei trifft sie einen exzellenten Ton und bringt in ihren Posts wirkliche Mehrwerte für ihre Zielgruppe.
- **Tim Haupt (HDI)** mit den Zielgruppen Entrepreneure & Unternehmensinhaber und Geschäftsführer von Entsorgungsunternehmen, welche er auf LinkedIn gezielt anspricht und insbesondere die zweite Zielgruppe zur Absicherung gegen Cyber-Crime informiert.

- **Arthur Malkov (Mecklenburgische)** spricht nicht nur gezielt Privatkunden an, sondern behandelt auch jeden als VIP und kommuniziert dies auch dementsprechend.
- **Agentur Menze & Menze (HDI)** hat sich auf Freie Berufe spezialisiert, insbesondere die Vermögensschadenhaftpflicht für Steuerberater, Wirtschaftsprüfer und Rechtsanwälte. Und spiegelt dies im Content und Gesamtauftritt auf LinkedIn sehr gut wider.
- **Frank Windelbrand (Allianz)** mit der Zielgruppe der Tierbesitzer, die er u.a. mit Flixcheck und automatisiertem E-Mail-Marketing erreicht. Was er macht, ist vordergründig gar nicht ersichtlich, anhand seiner Zahlen sehr wohl. Er zeigt im DVL-Club auch Kollegen aller Gesellschaften regelmäßig, wie er es aufgebaut hat.
- **Landesdirektion Zellerer (Continental)** für ihren Fokus auf heilkundliche Praxen, welche sie seit mehr als 35 Jahren erfolgreich betreuen und sich dementsprechend positioniert.
- **Versicherungsagentur Zimmermann & Uebe (LVM)** für ihr Engagement und Positionierung als Versicherungspartner der Fans des 1. FC Magdeburg. Diese stellen sie gezielt und erfolgreich in den Mittelpunkt ihrer Social-Media-Kommunikation auf Instagram und Facebook.

Die Nominierten in der Kategorie „Kundenbewertungen“

Empfehlungen und Vertrauen sind zwei wichtige Säulen für jeden Vermittler. Bewertungsportale bringen diese auch in die digitale Welt. Wir zeichnen die Agentur aus, die dieses Marketinginstrument am besten nutzt.

- **Agentur Blehm & Neb (LVM)** für ihren Fokus auf Online-Bewertungen. Sie hat das Thema Bewertungsmanagement in alle Arbeitsabläufe mit Kundenkontakt integriert, um kontinuierlich Feedback in Form von Kundenbewertungen (vor allem bei Google und ProvenExpert) zu erhalten. Darüber hinaus integrieren sie das Thema Bewertungen geschickt in ihre Kommunikation, unter anderem auf ihren Social-Media-Kanälen.
- **Mario Bosnjak (AXA)** mit über 400 verifizierten eKomi-Bewertungen und einem Durchschnitt von 4,8 Sternen für seine Agentur MB Versicherungsvermittlung GmbH.
- **Florian Dietze (ARAG)** mit seinen dreistelligen Kundenbewertungen auf KennstDuEinen, Google und Facebook.
- **Maik Ebert (ERGO)** mit seinen bald 400 Kundenbewertungen auf Google und eKomi und insbesondere für seine individuellen Reaktionen auf die Rezessionen.
- **Agentur Eisele & Groß (Provinzial)** für ihre mehr als 400 Bewertungen auf ProvenExpert und fast 180 auf Google.
- **Mourad El-Founti (LVM)** dafür, dass er als Ein-Personen-Betrieb über 300 echte Google-Rezensionen erhalten hat und seine Kunden so zufrieden mit ihm sind, dass sie nicht nur Sterne vergeben, sondern auch einen Kommentar verfassen.
- **Benjamin Lindpere (LVM)** für den Fokus auf Kundenbewertungen. Hierbei werden die Kunden der Agentur nicht nur bei Beratung oder Schadensabwicklung darauf angesprochen, sondern ebenso ist die individuelle Beantwortung von Bewertungen Teil des Arbeitsprozesses. Wodurch mittlerweile fast 500 Google-Bewertungen mit einem Durchschnitt von 4,9 Sternen erzielt wurden.
- **Philipp Pönisch (Gothaer)** für Kundenbewertungen auf ProvenExpert und Google, welche er auf beiden Plattformen seit Jahren sammelt und die seine kontinuierliche gute Arbeit belegen.

Die Nominierten in der Kategorie „Neue Wege. Neue Medien.“

Messenger, Stories, Podcasts oder TikTok – die Online- und Social-Media-Welt hat mehr als Facebook & Co zu bieten. In dieser Kategorie zeichnen wir die Agentur aus, die den Mut hatte,

einen neuen Weg zu gehen, der nicht zwingend digital sein muss, und schon erste Erfolge verzeichnen kann.

- **David Bauer (AXA)** für sein Veranstaltungs-Format „Fries & Fonds“ bei dem er Know-how zu Versicherungs-, Finanz- und Immobilienthemen vermittelt und am Ende den Abend mit seinen Teilnehmern bei Pommes ausklingen lässt.
- **Sandro Collura (LVM)** für sein Sponsoring des TikTok-Community-Fußball-Events von @DerNickmann. Das Turnier war ein reines Online-Event. Hier hat sich für die „Community“ eine Chance ergeben, gegen TikToker, Content Creator und den ehemaligen Fußballprofi Mo Idrissou anzutreten.
- **Domenique Döpke (Allianz)** für die gezielte und innovative Social-Media-Strategie seiner Agentur. Gemeinsam mit Karin Schwarz hat er 120 Facebook-Gruppen eröffnet, die zusammen eine Million Mitglieder haben und sich alle an Tierliebhaber richten. Hierüber generieren sie über 1.500 Anfragen im Monat und haben es so innerhalb von 1,5 Jahren zur Generalagentur mit mittlerweile 23 Mitarbeitern geschafft.
- **Jan-Eric Hennig (LVM)** ist als „Versicherungsbürg“ seit Jahren auf Social Media präsent und geht immer wieder neue Wege, um weg vom verstaubten Versicherungsvertreter hin zum modernen Betrieb zu kommen. Dabei richtete er sich sowohl an seine Kunden als auch an die Branche, um der Vermittlerschaft Mut zu machen und sie zur Veränderung zu motivieren.
- **Die Versicherungstherapeuten GmbH (Signal Iduna)** für ihre innovative Kundenansprache, die u.a. Produktvorstellungen mittels VR-Brille beinhaltet, welches Kunden ein 360-Grad-Erlebnis, von sonst nur schwer zu „greifenden“ Produkten, vermittelt. Hinzu kommen tägliche Social-Media-Aktivitäten und wöchentliche Podcastfolgen, was in der Gesamtheit einen hohen Kundenmehrwert bietet.

Warum verleiht die Onlinemarketing Gesellschaft für Versicherungsvermittler den OMGV Award?

[MarKo Petersohn](#) ist der Gründer der Onlinemarketing Gesellschaft für Versicherungsvermittler (OMGV) und verleiht seit 2018 gemeinsam mit namenhaften Partnern wie der DKM, dem AMC und den Versicherungsforen Leipzig den OMGV Award, um die Leuchttürme der Branche ins Rampenlicht zu rücken. Denn diese haben frühzeitig erkannt, dass das Internet keine Bedrohung ist, sondern Chancen bietet. Sie besitzen Neugier, Kreativität und Ausdauer, um auf neuen Wegen Kunden zu finden und selbst gefunden zu werden. Sie lassen sich nicht von Rückschlägen entmutigen, sondern probieren es immer wieder und immer weiter, bis es funktioniert. Sie trotzen allen Widerständen und sind Vorbilder für andere Vermittler, weil sie neue Maßstäbe für die Versicherungsbranche gesetzt haben und weiterhin setzen.

Kurz und knapp. Wir verleihen den Award an herausragende Versicherungsvermittler im Onlinemarketing, weil sie es verdienen.

Kontakt

MarKo Petersohn
E-Mail: petersohn@as-im-aermel.de
Telefon: 0341-99 99 09-47

Pressekontakt:

Nadine Marquardt

Unternehmen

Versicherungsforen Leipzig GmbH
Hainstraße 16
04109 Leipzig

Internet: www.versicherungsforen.net

Über Versicherungsforen Leipzig GmbH

Die Versicherungsforen Leipzig verstehen sich als Dienstleister für Forschung und Entwicklung (F&E) in der Assekuranz. Als Impulsgeber für die Versicherungswirtschaft liegt ihre Kernkompetenz im Erkennen, Aufgreifen und Erforschen neuer Trends und Themen, zum Beispiel im Rahmen von Studien und Forschungsprojekten unter unmittelbarer Beteiligung von Versicherern. Basierend auf aktuellen wissenschaftlichen und fachlichen Erkenntnissen entwickeln und implementieren sie zukunftsweisende Lösungen für die Branche.

Mit dem speziellen Wissen der Versicherungsbetriebslehre, der Versicherungsinformatik, der Versicherungsmathematik und des Versicherungsrechts schaffen die Versicherungsforen Leipzig die Basis für die Lösung anspruchsvoller neuer Fragestellungen innerhalb der Assekuranz. Zudem setzen sie in ihrer Arbeit auf wissenschaftliche Interdisziplinarität und hohen Praxisbezug.

Durch ihre langjährige Tätigkeit haben die Versicherungsforen Leipzig ein einzigartiges Netzwerk mit über 235 Partnerunternehmen innerhalb der Versicherungsbranche aufgebaut, das zum gegenseitigen Gedanken- und Erfahrungsaustausch und zur Kommunikation sowohl zwischen den Praktikern als auch zwischen Praxis und Wissenschaft anregt.

Die Versicherungsforen Leipzig sind als Unternehmen der LF Gruppe Teil ihres Innovationsökosystems. Zusammen mit den Energieforen, den Maklerforen, den Bankenforen und den Digital Impact Labs bieten sie eine einzigartige Verbindung von Branchenexpertise und Branchennetzwerk, Wissenschaft, Start-ups und Innovations-Know-how. In der LF Gruppe bündeln die Unternehmen ihre Kompetenzen und ermöglichen so Synergien sowie einen Blick über den Tellerrand.