

Der neue Mann beim Wirtschaftsdienst

Michael Marek bringt viel Erfahrung aus dem Banken- und Versicherungsbereich mit



Seit dem 1. Oktober 2008 hat der Wirtschaftsdienst des BDP einen neuen Geschäftsführer: Dr. Michael Marek. Im September absolvierte er in Bonn bei der bisherigen kommissarischen Geschäftsführerin und des WD, DPV-Chefin Ina Jungbluth, eine Einführungszeit; in absehbarer Zeit wird er seinen Arbeitsplatz jedoch in Berlin haben. »report psychologie« sprach mit ihm im September.

Sie sind in einer Zeit zum BDP gekommen, in der viel von dem neuen »Haus der Psychologie« in Berlin die Rede ist und natürlich viel über den Umzug gesprochen wird. Wie wirkt sich das auf Ihren Neubeginn aus?

Es bedeutet z.B., dass ich derzeit in Bonn viele Unterlagen sichte und dabei gleich prüfe, welche für die zukünftige Arbeit von Relevanz sind und mit nach Berlin müssen. Im Übrigen finde ich es sehr interessant, in einer solchen Aufbruchsstimmung meine neue Tätigkeit zu beginnen. Das scheint mir eine gute Zeit zu sein.

Warum haben Sie sich für die Arbeit beim Wirtschaftsdienst des BDP entschieden?

Ich komme Menschen damit wieder ein Stück näher, hoffe ich. Vor etlichen Jahren bin ich nach einer Ausbildung zum Fachwirt in die Versicherungsbranche eingestiegen und habe zuletzt beim Versicherungsverein des Bankgewerbes gearbeitet. Die Verbindung zu Kunden und Vertriebspartnern war mir stets wichtig, weshalb ich mich immer um eine Balance zwischen Verwaltungsaufgaben und dieser mehr auf Menschen und ihre Bedürfnisse gerichteten Arbeit bemüht habe. In-

folge von Umstrukturierungen ließ sich diese Balance nicht mehr gut erstellen. Außerdem schreckte mich die Vorstellung, bis zur Rente weiter am gleichen Platz zu sitzen; ich wollte mit 50 noch einmal etwas Neues anfangen.

Hatten Sie je mit Psychologie bzw. Psychologen zu tun?

In meinem Lehrstudium gehörte Psychologie in Teilbereichen zur Ausbildung dazu. Ich habe dann in Erziehungswissenschaften promoviert und mich mit bildungspolitischen Fragen in der Dritten Welt beschäftigt. Interkulturelle Psychologie, von der damals noch nicht gesprochen wurde, wäre bei einem Projekt in Mosambik, wo ich als Berater tätig war, vielleicht manchmal hilfreich gewesen.

Meine Entscheidung für den BDP hatte aber vor allem mit der konkreten Aufgabe innerhalb eines Verbandes zu tun, die ich für sehr interessant halte.

Was ist das Interessante an der Aufgabe?

Das Interessante an der Aufgabe sind aus meiner Sicht die Gestaltungsspielräume. Ich denke, es gibt eine Reihe von Möglichkeiten, die bisher nicht oder nur unzureichend genutzt wurden. Um mit den Mitgliedern des Verbandes ins Gespräch zu kommen, ihre Bedürfnisse besser kennenzulernen und Angebote auf diese Bedürfnisse ausrichten zu können, stehen viele Kommunikationswege – »report psychologie«, der Newsletter, das Internet – zur Verfügung. Aber ich denke auch an Mitgliederversammlungen, Stammtische, Landespsychologentage, kurz: Gelegenheiten, bei denen ich Psycholo-

gen mit verschiedenen Arbeitsfeldern treffen kann. Ich möchte auf Menschen zugehen und mich nicht in meinem Büro verschanzen.

Wo sehen Sie, abgesehen von der Verbesserung der Information, noch Gestaltungsmöglichkeiten?

Es gibt aus meiner Sicht zunächst im Versicherungsbereich noch Themen, die in der Vergangenheit nicht oder nur im Ansatz bearbeitet wurden. Ich will prüfen, ob die Produkte, die wir haben, noch aktuell und bedarfsgerecht sind. Auch andere Dienstleitungen sind möglich, aber ich bin nicht angetreten, um jetzt mit einem bunten Fächer aus neuen Arbeitsfeldern zu wedeln. Ich möchte anbieten, was auch wirklich gebraucht wird. Bei dieser Arbeit geht es auch um Geld, das verlangt vor allem Solidität.

Wie eine Umfrage und ein Ideenwettbewerb im Verband gezeigt haben, gibt es einen starken Beratungsbedarf bei den jungen Mitgliedern, die sich zum einen in der zurzeit sehr bewegten Hochschullandschaft, zum anderen auf einem komplizierten Arbeitsmarkt zurechtfinden müssen. Haben Sie diese Zielgruppe im Blick?

Der Wirtschaftsdienst ist für alle Mitglieder da, sollte allen etwas bieten können. Dass Studenten oder Berufsanfänger ganz spezielle Bedürfnisse haben, ist mir be-

wusst, und ich gehe gern darauf ein, genauso wie auf die der Freiberufler und der Angestellten, der Psychotherapeuten und der Mitglieder der anderer Sektionen.

Wie sehr berührt es Sie, wenn in einigen Zeitungen bereits wieder vom wirtschaftlichen Abschwung in Deutschland die Rede ist?

Ob es den Leuten besser geht und sie mehr in der Tasche haben oder ob sie bei jeder Anschaffung stark rechnen müssen, das wirkt sich im Versicherungsbereich schon aus. Auf der anderen Seite sind die zu versichernden beruflichen und privaten Risiken ja unabhängig vom Geldbeutel vorhanden. Insofern sind solche Nachrichten nicht gleichbedeutend mit fehlenden Möglichkeiten für eine positive Entwicklung des Wirtschaftsdienstes. Viel mehr beschäftigt mich die Frage, wie man die im Verband vorhandene besondere Kompetenz, was die Anliegen und Bedürfnisse von Psychologen und Psychotherapeuten betrifft, optimal umsetzen kann. Ich muss da noch einiges lernen, aber für den Verband gilt heute schon: Wir sind die Spezialisten! Und das muss erkennbar sein in dem, wie wir uns von anderen Versicherungsvermittlern und -maklern unterscheiden. Diese Kompetenz stellt ein gutes Argument dar, um auch künftig auf dem Markt bestehen und im Interesse der Verbandsmitglieder arbeiten zu können.