Prof. Dr. Matthias Beenken

Übersicht über betreute Diplom- (DA), Bachelor- (BA) und Masterarbeiten (MA)

(1. = Erstgutachter; 2. = Zweitgutachter)

Erfolgreich abgeschlossene Arbeiten Stand 27.8.2026

2026 FH Dortmund

1. Erfolgsfaktoren beim Personalmanagement von Quereinsteigern im Versicherungsvertrieb am Beispiel der Provinzial Versicherung AG (BA, 1.)
2. Potenzielle Auswirkungen von KI-basiertem Kundenservice an der Telefonhotline auf die Kundenzufriedenheit am Beispiel der SIGNAL IDUNA Gruppe (BA, 1.)
3. Der Einfluss von CRM-Systemen auf die Arbeitsunterstützung des selbstständigen Ausschließlichkeitsaußendienstes – eine Untersuchung am Beispiel der SIGNAL IDUNA Gruppe (BA, 1.)
4. KI-gestützte Gesprächssimulation im Versicherungsvertrieb am Beispiel der Provinzial Versicherung AG (BA, 1.)
5. Auswirkungen des Altersvorsorgereformgesetzes auf die Wettbewerbssituation der Lebensversicherung gegenüber kapitalmarktbasierten Investmentprodukten – eine Untersuchung am Beispiel der Provinzial Versicherung (BA, 1.)
6. Recruiting von Fachkräften in der Versicherungsbranche im Kontext des Fachkräftemangels (BA, 1.)

2026 TH Köln

1. Gesellschaftliches Ansehen vs. Kundenerfahrung – Die Diskrepanz zwischen dem Image des Versicherungsvertriebes und persönlicher Zufriedenheit von Kunden (BA, 1.)

2025 FH Dortmund

1. Analyse der Auswirkungen von regulatorischen Rahmenbedingungen im Bereich nachhaltiges Finanzwesen auf Finanzinstitute und Investoren (BA, 2.)
2. Vorbereitung und Erstellung eines Nachhaltigkeitsberichts nach ESRS-Richtlinien: Der Prozess und die Herausforderungen dargestellt am Beispiel eines Metallhalbzeugherstellers (BA, 2.)
3. Chancen und Risiken der digitalen Altersvorsorgeberatung unter besonderer Berücksichtigung der Kundenzufriedenheit (MA, 1.)
4. Der Vertriebsprozess der betrieblichen Krankenversicherung bei der LVM Versicherung (BA, 1.)
5. Stärkung der Wettbewerbsposition von Ausschließlichkeitsvermittlern gegenüber digitalen Geschäftsmodellen am Beispiel der LVM-Versicherung (BA, 1.)
6. Steigerung der Marktbekanntheit durch den Einsatz von Influencern am Beispiel des Continentale Versicherungsverbunds (BA, 1.)
7. Spannungsfeld zwischen Nachhaltigkeit und wirtschaftlichen Aspekten (BA, 2.)
8. Behavioral Finance - der Einfluss von soziodemografischen und -ökonomischen Merkmalen bei Default-Nudges in Bezug auf nachhaltige Finanzanlagen (MA, 1.)
9. Die Rolle der Öffentlichkeitsarbeit von Versicherungsunternehmen zur Bewältigung von Krisen ausgelöst durch Großschadenereignisse am Beispiel der Provinzial Versicherung AG (BA, 1.)

2025 TH Köln

1. Der Einfluss des Kostenausweises in der privaten Rentenversicherung auf die Abschlussbereitschaft (BA, 1.)

2024 FH Dortmund

1. Islamische Bestattungsfonds (BA, 1.)
2. Quantifying the Economic Implications of the EU Taxonomy on Corporate Financing - A Cost of Capital Perspective (BA, 2.)
3. Das Konzept des Gender Pay Gaps: Frauen im selbstständigen Verkaufsaußendienst der Versicherungsbranche (BA, 1.)
4. Anwendung von ESG-Kriterien für die Nachhaltigkeitsbewertung bei Finanzprodukten (BA, 2.)
5. Sourcingstrategien im Versicherungsvertrieb am Beispiel des Provinzial Konzerns (BA, 1.)
6. Der Einfluss der Mitarbeiterzufriedenheit auf das Employer Branding als Voraussetzung für eine erfolgreiche Personalakquise am Beispiel des Continentale Versicherungsverbundes a. G. (BA, 1.)
7. Nachhaltiges Eventmanagement im Versicherungsvertrieb am Beispiel des Ausschließlichkeitsvertriebs der Continentale (BA, 1.)
8. Net Promoter Score im Anreizsystem des Versicherungsvertriebes: Chancen und Risiken am Beispiel der SIGNAL IDUNA Gruppe (BA, 1.)
9. Die Auswirkungen agiler Arbeitsweisen auf die Zufriedenheit von Führungskräften am Beispiel der SIGNAL IDUNA (BA, 1.)
10. Die Auswirkungen einer aktiven Steuerung von Keywords und Suchanzeigen auf die Customer Journey von Versicherungskunden im Omnichannel-Marketing am Beispiel der SIGNAL IDUNA (BA, 1.)
11. Nachhaltiger Erfolg im Versicherungsvertrieb – der Einfluss individueller Persönlichkeitsmerkmale der Vertriebsmitarbeiter und Motivationsstrategien auf den Absatz nachhaltiger Versicherungen (BA, 1.)

2024 TH Köln

1. Lösegeld in der Cyber-Versicherung - Analyse der rechtlichen Rahmenbedingungen und Lösungsansätze für Versicherer (BA, 2.)
2. Generationendifferenzierte Mitarbeiterbindung als Instrument zur Bekämpfung des Fachkräftemangels in der Versicherungsbranche (BA, 1.)
3. Optimierung der Ausbildungspraxis in Versicherungsunternehmen: Eine empirische Untersuchung aktueller Methoden und Empfehlungen für die Zukunft (BA, 1.)
4. Prämienzahlungsverzug in der Kfz-Haftpflichtversicherung (BA, 2.)
5. Frauen im Versicherungsvertrieb: Eine Analyse der Unterrepräsentanz von weiblichen Kundenberatern im Ausschließlichkeitsvertrieb (BA, 1.)

2024 Universität Graz

1. Digital Sales – Ein Gamechanger im Versicherungsvertrieb? (BA, 1.)

2023 FH Dortmund

1. Behavioral Insurance in der Kfz-Versicherung - Optimierung von Versicherungswebseiten durch Behavior Patterns – (MA, 1.)
2. Nachhaltige Haftpflichtversicherung aus Kundensicht am Beispiel der Provinzial Holding AG (BA, 1.)
3. Digitale Ökosysteme als Kundenbindungsinstrument im Bereich Sachversicherung am Beispiel des Provinzial Konzerns (BA, 1.)
4. Prüfung der Einführung einer agilen Organisation am Beispiel der VOLKSWOHL BUND Versicherungen (BA, 1.)
5. Die Wirksamkeit der Corporate Identity-Komponenten am expliziten Beispiel des Continentale Versicherungsverbundes (BA, 2.)
6. Bankenregulierung und Finanzmarktstabilität: Auswirkungen strengerer Bankenregulierung auf die Banken (MA, 2.)
7. Agiles Projektmanagement am Beispiel von Scrum im Rahmen der IT-Transformation am Beispiel der LVM Versicherung (BA, 1.)
8. Prozessoptimierung durch die Einführung eines Maklerverwaltungsprogramms am Beispiel der Dortmunder Allfinanz Versicherungsvermittlungs-GmbH (BA, 1.)
9. Die Wirksamkeit von Betrugserkennungssoftware im Kraftfahrzeug-Schaden-Bereich am Beispiel des Continentale Versicherungsverbundes (BA, 2.)
10. Internes Employer Branding als Grundlage einer einheitlichen Arbeitgebermarke am Beispiel der Provinzial Versicherung (BA, 1.)
11. Vermittlervergütung im Ausschließlichkeitsvertrieb von Versicherungen im Spannungsfeld von Regulatorik und Kundeninteressen am Beispiel von SIGNAL IDUNA (BA, 1.)
12. Der Framing Effekt als Instrument zur Reduzierung der Treibhausgas-Emissionen in Zusammenhang mit dem Vertrieb von Finanzdienstleistungen (MA, 1.)
13. Der Einfluss der Corona Pandemie auf die Digitalisierung der Kundenkommunikation im Versicherungsvertrieb am Beispiel der SIGNAL IDUNA Gruppe (BA, 1.)
14. Die Anpassung von Rückversicherungsstrategien in der Sachversicherung nach Großschadenereignissen (BA, 2.)
15. Nachhaltigkeit im Bankensektor – eine vergleichende Untersuchung der GLS Bank und Deutschen Bank (BA, 2.)
16. Einfluss der Regulatorik auf die Nachfrage nach nachhaltigen Versicherungen (BA, 1.)
17. Vorstände als Enabler der digitalen Transformation in deutschen Versicherungsunternehmen (BA, 2.)

2023 TH Köln

1. Digitaler Vertrieb von Versicherungsprodukten für Privatkunden am Beispiel des S-Versicherungsmanagers der Sparkasse (BA, 1.)
2. Der Einfluss der Berufserfahrung auf die Kooperationsbereitschaft zwischen dem Versicherungsinnen- und -außendienst (BA, 1.)

2022 FH Dortmund

1. Untersuchungen zur Veränderung des Darstellungs- und Handlungsprofils von Finanzberatern durch die „Taxonomieverordnung“ (TVO) (BA, 1.)
2. Dienstleistungen für das Risikomanagement von Industrieunternehmen durch Versicherer (BA, 1.)
3. Risiko- und Krisenmanagement in Zeiten der Corona-Pandemie am Beispiel der Automobilindustrie (MA, 1.)
4. Anpassung der Vertriebsstrategie im Ausschließlichkeitsvertrieb zur Erschließung des Nutzens der Digitalisierung am Beispiel des Continentale Versicherungsverbundes (BA, 1.)
5. Der wirtschaftliche Nutzen von Photovoltaikanlage-Versicherungen für den Versicherungsnehmer und den Versicherer (BA, 2.)
6. Betriebliche Krankenversicherung – eine betriebswirtschaftliche Analyse am Beispiel der Ventillösung der LVM Krankenversicherungs-AG (BA, 1.)
7. Möglichkeiten zur Gewinnung und Bindung von jungen Kunden über die familiäre Anbindung am Beispiel der LVM Versicherung (BA, 1.)
8. Risiko-Reports als Instrument zur Erkennung von Emerging Risks – Überblick und Kategorisierung der Reports von Rückversicherern (MA, 2.)
9. Gestaltung einer nachhaltigen Versicherungsagentur am Praxisbeispiel der Provinzial Versicherung (BA, 1.)
10. Die Provinzial als zukunftsorientierte Marke im Rahmen des Megatrends Mobilität am Beispiel eines Carsharing-Pilotprojekts mit den Provinzialagenturen (BA; 1.)
11. Prüfung der Einführung eines Onlinevertriebs für die LVM Kraftfahrtversicherung im Hinblick auf die Notwendigkeit und die Umsetzungsmöglichkeiten (BA, 1.)
12. Die Umsetzung regulatorischer Vorgaben zur Nachhaltigkeitsberichterstattung in der Versicherungsbranche am Beispiel des Provinzial Konzerns (BA, 1.)
13. Sustainable Fashion – Entwicklung einer Konsumententypologie im Bereich der nachhaltigen Mode (BA, 2.)
14. Untersuchung des Einflusses von Mentoring-Programmen auf den Erfolg von Trainee-Programmen (BA, 2.)
15. Behavioral Insurance: Nudging als Instrument zur Förderung des Vertriebs nachhaltiger Versicherungsprodukte in Deutschland (MA, 1.)
16. Die Positionierung von Versicherungsunternehmen in den sozialen Medien zur Erreichung unternehmerischer Ziele (MA, 1.)

2022 TH Köln

1. Die Auswirkungen der digitalen Arbeitswelt auf die Berufsausbildung und die Anforderungen der Generation Z – Eine Untersuchung der veränderten Anforderungen an Ausbildende und Auszubildende (BA, 1.)
2. Vertrieb der Beitragsentlastungskomponente in der privaten Krankenversicherung (BA, 1.)
3. Untersuchung von Optimierungspotenzialen innerhalb des Ausbildungsprozesses zur Steigerung von Mitarbeiterbindung, am Beispiel der gegenwärtigen Wahrnehmung von Auszubildenden der R+V Versicherung (BA, 1.)
4. Die Auswirkungen des Coronavirus auf den Vertrieb der Versicherungsbranche (BA, 2.)
5. Silent Cyber Risiken in der Krankenhaushaftpflichtversicherung – Eine Analyse der Risiken und Handlungsmöglichkeiten für Versicherer (BA, 2.)

2022 Universität Graz

1. Übernahmekonzept eines Versicherungsmaklerbetriebes aus Sicht des Käufers (MA, 1.)
2. Das Paneuropäische Private Pensionsprodukt im Onlinevertrieb von Versicherungsunternehmen (MA, 1.)
3. Positionierungsstrategien von Versicherungsmaklern – Erfolgspotenziale, Problemfelder und Lösungsansätze (MA, 1.)

2021 FH Dortmund

1. Vertriebsportale als Marketinginstrument – eine explorative Untersuchung von Einflussfaktoren der Portalnutzung durch den Versicherungsmakler unter Betrachtung der Wertschöpfungskette (BA, 1.)
2. Die Bedeutung von zielgruppenspezifischer Kundenbegeisterung eines Versicherungsunternehmens am Beispiel des Provinzial Konzerns (BA, 1.)
3. Das Konzept der ganzheitlichen Beratung im Ausschließlichkeitsvertrieb am Beispiel der Beratungssoftware „Schutzengelkompass“ in der Provinzial Holding AG (BA, 1.)
4. Der Einfluss der ökologischen Nachhaltigkeit auf die Personalbeschaffung am Beispiel der VOLKSWOHL BUND Versicherungen (BA, 1.)
5. Die Bedeutung digitaler Services für die Wettbewerbsposition einer Privaten Krankenversicherung am Beispiel der LVM Krankenversicherungs-AG (BA, 1.)
6. Konzeptionierung eines Marktbeobachtungsprozesses zur richtlinienkonformen Umsetzung der Product Oversight and Governance am Beispiel des Beihilfetarifs der SIGNAL IDUNA Gruppe (BA, 1.)
7. Die Auswirkungen der Covid19-Pandemie auf den Ausschließlichkeitsvertrieb der SIGNAL IDUNA Gruppe und die Analyse der ergriffenen Maßnahmen (BA, 1.)
8. Die Nachfrage nach Altersvorsorge, durch die junge Generation, unter besonderer Berücksichtigung der Anforderungen der EU-Vertriebsrichtlinie (IDD) (BA, 1.)
9. Nachhaltigkeit in der deutschen Wirtschaft – Eine Bewertung der Unternehmen des DAX 30 anhand eines auf dem CSR Ansatz basierenden Modells (MA, 2.)
10. Die Eingliederung der Transparenzverordnung in die Wertschöpfungskette innerhalb der Finanzberatung (MA, 1.)

2021 TH Köln

1. Einfluss der Digitalisierung auf den Vertrieb von Versicherungsprodukten und die sich daraus ergebenden Anforderungen an ein zukunftsorientiertes Vertriebsmanagement – eine Expertenbefragung der ALTE LEIPZIGER Versicherung AG (BA, 1.)
2. Chancen und Risiken für den klassischen Versicherungsmarkt durch Online-Versicherer (BA, 2.)
3. Nutzen agiler Softwareentwicklung für Einführungsprojekte, Bestandsführungssysteme in der privaten Krankenversicherung (BA, 1.)
4. Die Risikoprüfung am Point of Sale – Umsetzung für die Private Krankenversicherung (BA, 1.)
5. Proaktivität des Kundenservice der SIGNAL IDUNA Gruppe – Eine qualitative Analyse des Anspracheverhaltens (BA, 1.)

2020 FH Dortmund

1. Der Erfolgsfaktor Mensch in einem Change-Prozess am Beispiel des Provinzial Nord-West-Konzerns (BA, 1.)
2. Die Bedeutung alternativer Bezahlverfahren für die Versicherungsbranche am Beispiel der Moped-Versicherung des LVM Versicherung (BA, 1.)
3. Offenlegung von Interessenkonflikten im Rahmen der Europäischen Richtlinien IDD und MiFID II (MA, 1.)
4. Die Bedeutung von Maklerportalen im Wertschöpfungsprozess eines Versicherungsmaklers am Beispiel der prokundo GmbH (BA, 1.)
5. Instagram als Plattform zur modernen Markenführung und zum Vertrieb von Produkten (BA, 1.)
6. Der Kompetenz- und Tätigkeitsrahmen eines Versicherungsmaklers und die damit verbundene Weiterbildungspflicht am Beispiel des Unternehmens LEUE & NILL GmbH + Co. KG (BA,1.)
7. Bedeutung von Intrapreneurship für eine Innovationskultur am Beispiel der SIGNAL IDUNA Gruppe (BA, 1.)
8. Kundennutzen bei verschiedenen Beratungsgrundlagen am Beispiel von Ausschließlichkeitsvertretern und Maklern (BA, 1.)
9. Risikomanagement in kleinen und mittleren Unternehmen: Eine empirische Untersuchung (MA, 1.)
10. Weiterbildung als Garant für wirtschaftlichen Erfolg von Versicherungsvermittlern? (MA, 1.)
11. Auswirkungen der Effizienz der Vorsorgeberater bei der Westfälischen Provinzial Versicherung AG auf den Geschäftsstellenvertrieb (BA, 1.)
12. Prozessorganisation und -optimierung – eine Kostenanalyse am Beispiel der Automatisierung des Dokumentenmanagementsystems im Continentale Versicherungsverbund (BA, 2.)
13. Die Bedeutung der digitalen Transformation für die Stärkung der Kundenbindung am Beispiel des Projekts „App-Entwicklung“ im Provinzial NordWest Konzern (BA, 2.)
14. Cyberversicherung für kleine und mittelständische Unternehmen – Risikowahrnehmung und Risikomanagement (MA, 1.)
15. Digitale Geschäftsmodelle zur Innovation des traditionellen Versicherungsvertriebs am Beispiel von Schadenversicherungen für KMU (MA, 1.)

2020 TH Köln

1. Erfolgsfaktoren des P2P-Geschäftsmodells in der Versicherungswirtschaft – das Geschäftsmodell der Zukunft? (BA, 1.)
2. Aktive und passive Investmentstrategien im Vergleich – eine Fallstudie am Beispiel 12-jähriger rollierender Zeiträume für den risikobehafteten Teil eines Privatanleger Portfolios (BA, 2.)
3. Motivatoren der Generationen X und Y im Versicherungsvertrieb mit Schwerpunkt extrinsischer Motivation am Beispiel der Barmenia Versicherung (BA, 2.)
4. Das Vertriebsmanagement rund um die DIN-Norm 77230 am Beispiel eines Versicherungsmaklers (BA, 1.)
5. Die Pflichten des Versicherungsmaklers im Schadenfall (BA, 1.)
6. Ganzheitliches Risikomanagement im Bereich der gewerblichen Sachversicherung für Klein- und mittelständische Unternehmen unter Berücksichtigung der ISO 31000 (BA; 1.)
7. Einwirkung der modernen Führung auf die Mitarbeitermotivation (BA, 1.)

8. Implementierung agiler Arbeitsmethoden in Versicherungsunternehmen – am Beispiel der RheinLand Versicherungsgruppe (BA, 2.)
9. Entwicklung eines Customer Relationship Management-Konzeptes zur Steigerung der Effektivität und Effizienz am Beispiel der Ecclesia (BA, 1.)
10. Rückversicherung als risikominderndes Instrument für Erstversicherer am Beispiel der Naturgefahrendeckung (BA, 2.)
11. Motivation der LVM-Agenturmitarbeiter sowie Vereinbarkeit der IDD-Anforderung „im bestmöglichem Kundeninteresse zu handeln“ unter Berücksichtigung der LVM-Mitarbeiterbefragung (BA, 1.)
12. Quantified Health – Chancen und Barrieren von Pay-as-you-live-Modellen in der Krankenversicherung (BA, 1.)
13. Neue Beratungspflichten für den digitalen Versicherungsvertrieb nach Umsetzung der IDD in nationales Recht (LL.M., 2.)
14. Verkaufsgesprächsführung im Versicherungsvertrieb mit Techniken der Neurolinguistischen Programmierung (BA, 2.)

2019 FH Dortmund

1. Generation Z – Eine Analyse der besonderen Merkmale und Anforderungen an den Arbeitsmarkt im Hinblick auf Handlungsempfehlungen für den Continentale Versicherungsverbund unter besonderer Berücksichtigung des Vergleichs der Erwartungen der Arbeitgeber mit den Anforderungen der Generation Z (BA, 1.)
2. Der Einfluss von Mitarbeiterbindungsmaßnahmen auf die Wechselbereitschaft der Mitarbeiter der LEUE & NILL Gruppe (BA, 1.)
3. Internationale Versicherungsprogramme im Risikomanagement global agierender Industrieunternehmen (BA, 2.)
4. Der Einsatz von Self-Service-Technologie zur Optimierung der Kundenbindung (BA, 2.)
5. Der Einfluss der wahrgenommenen Work-Life Balance Angebote auf die Mitarbeiterbindung junger Mitarbeiter/-innen der VOLKSWOHL BUND Versicherungen (BA, 1.)
6. Country Risk in Valuation for M&As – Selected Latin American Countries (MA, 1.)
7. Wie gut erfüllen Schaden-/Unfallversicherung in Abhängigkeit ihrer Rechtsform und ihre Größe die Solvenzanforderung? (MA, 1.)
8. Auswirkungen von latenten Steuern unter Solvency II bei der Signal Iduna Gruppe am Beispiel der PVAG (MA, 2.)
9. Cyber-Versicherungen für private Haushalte – Eine empirische Untersuchung mit einer Vertiefung der Kumulproblematik (MA, 1.)
10. Die disruptive Umgestaltung des deutschen Retail Bankings, Wettbewerbsvorteile im Retail Banking von FinTechs gegenüber traditionellen Banken (BA, 1.)
11. Insurance-Linked Securities: Markt-Überblick und Wachstumschancen von Katastrophenanleihen (MA, 2.)
12. Die Deregulierung des Unternehmensanleihenmarktes – Chancen für den Mittelstand (MA, 2.)

2019 TH Köln

1. Die Steuerung von Outsourcing-Prozessen – Eine Analyse am Beispiel eines Versicherungsunternehmens (BA, 2.)
2. Online-Vertrieb von Versicherungsprodukten – Welche Chancen und Risiken ergeben sich für Versicherungsmakler durch die Versicherungsvertriebsrichtlinie IDD (BA, 1.)
3. Auswirkungen von Führungsverhalten auf die Motivation von Mitarbeitern (BA, 2.)
4. Verbesserungsmöglichkeiten bei der Rekrutierung von Versicherungsvermittlerinnen im Vertrieb vor dem Hintergrund des Nachwuchsmangels am Beispiel der Zurich Gruppe Deutschland (BA, 1.)
5. Prozesse des Onlinemaklervertriebs (BA, 1.)

2019 Universität Graz

1. Spannungsfeld: Bestmögliches Interesse des Kunden (IDD) und marktwirtschaftliche Ziele des Versicherungsmaklers (MBA Insurance, 1.)

2018 FH Dortmund

1. Führt die Weiterbildung im Zuge der Insurance Distribution Directive-Umsetzung zur höheren Effektivität und Effizienz der Maklerbetreuer der Volkswohl Bund Versicherungen? (BA, 1.)
2. Die Maschinen- und Maschinen-Betriebsunterbrechungsversicherung für Onshore Windenergieanlagen unter Berücksichtigung der Risikosituation und Abgrenzung von Wartungskonzepten (BA, 2.)
3. Weiterbildung in der Versicherungsbranche unter gesetzlichen und betriebswirtschaftlichen Gesichtspunkten am Anwendungsbeispiel der Ecclesia Gruppe (BA, 1.)
4. Der Aufbau einer attraktiven Arbeitgebermarke im Rahmen des Employer Brandings unter besonderer Berücksichtigung der Generation Y (BA, 1.)
5. Vertrieb von Cyber-Versicherungen an regionale klein- und mittelständische Unternehmen (BA, 1.)
6. Entwicklung einer Social Media Kanalstrategie für Instagram am Beispiel der Westfälischen Provinzial Versicherung AG (BA, 1.)
7. Smart Home Versicherungen (MA, 2.)

2018 TH Köln

1. Einfluss von Vergütungen auf die Beratungsqualität in der privaten Altersvorsorge - Vergleich von Beratungsprozessen durch Honorarberater und Versicherungsmakler anhand eines Fallbeispiels (BA, 1.)
2. Der Einfluss gewerberechtlicher Vorschriften auf Prozesse im Versicherungsmakler-Betrieb am Beispiel der Umsetzung der Vierten EU-Geldwäscherichtlinie in deutsches Recht (BA, 1.)
3. Das Konsumentenverhalten am Beispiel der Pflegezusatzversicherung: Beeinflusst die kognitive Dissonanz der Kunden signifikant die Kaufentscheidung? (BA, 2.)
4. Auswirkungen von Anreizsystemen bei Agentur-Außendienstmitarbeitern am Beispiel der LVM Versicherung (BA, 1.)
5. Kostensenkungsprogramm als Blockade für Motivation im Betrieb? Chancen und Risiken der Kommunikation (BA, 2.)
6. Prozessoptimierung bei Versicherungsmaklern unter Berücksichtigung der Digitalisierung (BA, 2.)
7. Auswirkung der Insurance Distribution Directive auf den Verkaufsprozess des hauptberuflichen Außendienstvertreters der DEVK Versicherungen (BA, 2.)

2017 FH Dortmund

1. Weiterbildungsbedarf von Versicherungsvermittlern am Beispiel des Continentale Versicherungsverbunds a.G. (BA, 1.)
2. Einfluss der Digitalisierung auf die Wertschöpfungskette der Versicherungsvermittlung der Ausschließlichkeitsvertreter am Beispiel des Continentale Versicherungsverbundes (BA, 1.)
3. Identifikation von Erfolgsfaktoren für die Change-Kommunikation am Beispiel einer Softwareeinführung i der Ausschließlichkeit im Provinzial Nordwest-Konzern (BA, 1.)
4. Kundenkaufverhalten im digitalisierten Zeitalter am Beispiel der privaten Reisekrankenversicherung und die Implikationen für die Vertriebsstrategie der Signal Iduna Gruppe (BA, 1.)
5. Online-Kundenbewertungen als Bestandteil des Marketings von Versicherungsmaklern (BA, 1.)
6. Risikomanagement von Klimarisiken – Konzeption eines Klimarisikoansatzes (MA, 2.)
7. Nischenprodukte in der Kraftfahrtversicherung – Prüfung einer möglichen Erweiterung der Produktpalette der LVM Versicherung vor dem Hintergrund der Digitalisierung (BA, 1.)
8. Der Einfluss von Videomarketing auf die Emotionalisierung von Versicherungsprodukten (BA, 1.)
9. Die Generation Y und die Insurtechs: Welches Nutzenversprechen haben Insurtech-Angebote für die Endkundengruppe der Digital Natives? (BA, 1.)
10. Cyber-Risiken: Analyse der Risikoexponierung und des Risikobewusstseins sowie des Versicherungsbedarfs mittelständischer Unternehmen in Deutschland unter Einsatz einer Markterhebung (MA, 2.)
11. Eine komparative Analyse der verschiedenen SFCR Berichte im Wettbewerbsumfeld der Volkswohl Bund Lebensversicherung a.G. (MA, 2.)

2017 TH Köln

1. Lösungsansatz eines systematischen Nachfolgeprozesses bei der Unternehmensnachfolge in kleinen und mittleren Unternehmen am Beispiel von Versicherungsagenturen (BA, 2.)
2. Schadenregulierung durch Versicherungsmakler (Master LL.M., 2.)
3. Kritik der Versicherungsmakler an der Förderung der Honorarberatung im Zuge der geplanten Umsetzung der Versicherungsvertriebsrichtlinie (IDD) am Beispiel des AfW Bundesverbands Finanzdienstleistung e.V. (BA, 2.)
4. „Selbstständig oder angestellt“ – Perspektiven des künftigen Versicherungsvertriebs (BA, 1.)
5. Behavioral Economics: Eine empirische Untersuchung zu der Beeinflussung des Versicherungsnehmers durch den Versicherungsvermittler beim Ausfüllen der Gesundheitsangaben in einem BU-Antrag (BA, 1.)
6. Provisions- und Anreizmodelle in Verbindung mit der Realisierung der IDD bei der apoFinanz (BA, 1.)

2016 FH Dortmund

1. Wirkung von emotional und rational sachlich ausgerichtetem Marketing in der Lebensversicherung auf das Beratungsinteresse der Verbraucher am Beispiel der Westfälischen Provinzial Versicherung AG (BA, 1.)
2. Wandel der Altersstruktur im Versicherungsvertrieb – Das Geschäftsstellenentwicklungsprogramm der Westfälischen Provinzial Versicherung AG als zukunftsorientierte Maßnahme (BA, 1.)
3. Die Bedeutung der Haptik im Dialogmarketing von immateriellen Gütern am Beispiel von Versicherungen (BA, 1.)
4. Die Hidden Characteristics Problematik der Prinzipal-Agent-Theorie am Beispiel verschiedener Maßnahmen beim Continentale Versicherungsverbund (BA, 1.)
5. Weiterbildungspflicht im Rahmen der europäischen Insurance Distribution Directive (IDD) am Anwendungsbeispiel der Ecclesia Gruppe (BA, 1.)
6. Nachwuchskräftegewinnung durch Trainee-Programme am Beispiel des Continentale Versicherungsverbundes (BA, 1.)
7. Personalbindung dual Studierender am Praxisbeispiel des Studiengangs Versicherungswirtschaft dual der Fachhochschule Dortmund (BA, 1.)
8. Agenturnachfolge bei Versicherungsvermittlern am Beispiel der Ausschließlichkeitsorganisation der SIGNAL IDUNA Gruppe (BA, 1.)
9. Theoriebasierte und systematische Betrachtung der Personalwerbung in der Versicherungs- und Finanzvertriebsbranche mit Blick auf das Branchenimage – Eine Analyse, kritische Betrachtung und Empfehlung anhand ausgewählter Beispiele (BA, 1.)
10. Herausforderungen des elektronischen Vergabeverfahrens für Versicherungsunternehmen am Beispiel der Westfälischen Provinzial Versicherung AG (BA, 1.)
11. Honorarberatung – die Beratung der Zukunft? (BA, 1.)
12. Telematik-Tarife in der Kfz-Versicherung unter besonderer Berücksichtigung der Wettbewerbsstrategien ausgewählter Versicherungsunternehmen (BA, 1.)
13. Compliance im Versicherungsvertrieb, Die Umsetzung des Verhaltenskodexes für den Vertrieb von Versicherungsprodukten am Beispiel der AXA Konzern AG (BA, 1.)
14. Unternehmensbewertung - Überblick der gängigen Verfahren und Einfluss subjektiver Faktoren auf den Unternehmenswert (MA, 2.)

2016 TH Köln

1. Welche Pflichten hat ein Versicherungsmakler, und wie werden diese im Beratungsprozess umgesetzt (BA, 1.)
2. Aktives Schadenmanagement in der Kraftfahrt-Versicherung: Theoretischer Überblick und empirische Erhebung (BA, 2.)
3. Ermittlung von Einflussfaktoren auf die langfristige Bindung von ehemaligen Agenturauszubildenden im Vertrieb der LVM Versicherung (BA, 1.)
4. Altersvorsorgeberatungen durch die Verbraucherzentrale – Eine kritisch Betrachtung zu empfohlenen Vorsorge über Fonds anstelle einer Rentenversicherung (BA, 1.)
5. Kundenbeziehung als Determinante der Kundenklassifikation (BA, 2.)
6. Run-off: Ein Weg, Lebensversicherer zukunftsfähiger zu machen? (BA, 2.)
7. Die Weiterbildungsinitiative „gut beraten“ in der Praxis – Gestaltung von Weiterbildungsmaßnahmen für angestellte Kundenberater unter Berücksichtigung der gesetzlichen Rahmenbedingungen am Beispiel der Ausschließlichkeitsorganisation der Sparkassen (BA, 1.)
8. Sportsponsoring in der Versicherungsbranche am Beispiel des SIGNAL IDUNA Parks (BA, 1.)

9. Wie können Haftungsrisiken eines Versicherungsmaklers bei der Betreuung von Gewerbekunden im Bereich der Sach- und Haftpflichtversicherung verringert werden (BA, 2.)
10. Berichtspflichten von Solvency II und deren Umsetzung am Beispiel der Signal Iduna Gruppe (BA, 2.)
11. Big Data – Kundengewinnung und -bindung in der Lebensversicherung (BA, 2.)
12. LVRG und IDD – Herausforderungen für die Steuerung des Vertriebs am Anwendungsbeispiel des Debeka Lebensversicherungsvereins a.G. (BA, 1.)
13. Chancen und Risiken des Einsatzes von Facebook am Praxisbeispiel der Thomas Ploch Versicherungen e.K. (BA, 1.)
14. Die Auswirkungen der Niedrigzinsphase auf das Produktportfolio eines Lebensversicherers (BA, 2.)
15. Auswirkungen des demografischen Wandels auf den Versicherungsvertrieb in Deutschland am Beispiel der LVM Versicherung (BA, 1.)
16. Implementierbarkeit des deutschen Versicherungsvertriebsmanagements in Vietnam am Beispiel der Unfallversicherung (BA, 1.)
17. Einsatz von Social Media-Marketing in der Ausschließlichkeitsagentur zur Förderung einer nachhaltigen Kundenbeziehung und Neukundengewinnung (BA, 2.)
18. Unternehmensnachfolge – Übernahme einer Versicherungsagentur in der Ausschließlichkeit (BA, 1.)

2016 HWR Berlin

1. Untersuchung des Umsetzungsgrades der IDD-Vermittlerrichtlinie bei den Öffentlichen Versicherungen Sachsen-Anhalt (BA, 2.)
2. Chancen und Risiken aus der Nutzung von Technologie und mobiler Applikationen im Versicherungsvertrieb (BA, 2.)
3. Kommunikation mittels Social Media – Untersuchung der Konsequenzen für den Partnervertrieb der WWK Lebensversicherung a.G. (BA; 2.)
4. Untersuchung der Konsequenzen der neuen Vermittlerrichtlinie IDD für die Geschäftstätigkeit der GMFS Versicherungsmakler GmbH unter ökonomischen Gesichtspunkten (BA; 2.)

2015 HWR Berlin

1. Ökonomische Beurteilung der Agenturnachfolgemodelle des Continentale Versicherungsvereins a.G. (BA, 2.)
2. Einführung der Honorarvermittlung als Alternative zur provisionsbasierten Vermittlung, Kritische Beurteilung der Auswirkungen auf die Versicherungsunternehmen in Deutschland (BA, 2.)
3. Analyse der Auswirkungen des Lebensversicherungsreformgesetzes auf den Vertretervertrieb der R+V (BA, 2.)
4. Analyse der Chancen und Grenzen ausgewählter Compliance-Kodizes im Maklervertrieb aus Versicherersicht (BA, 2.)
5. Instrumente des Onlinevertriebsmarketings – Analyse und vergleichende Beurteilung anhand von ausgewählten Versicherungsunternehmen (BA, 2.)

2015 Fachhochschule Dortmund

1. Key Account-Management-Implementierung in der Gruppenversicherung Kranken am Praxisbeispiel der Continentale Krankenversicherung a.G. (BA, 1.)
2. Provisionsbetrug durch den Versicherungsvermittler an einem Versicherungsunternehmen, verdeutlicht am Praxisbeispiel eines Lebensversicherers (BA, 1.)
3. Identifikation wichtiger Funktionen eines Online-Kundenportals zur Stärkung der Kundenbindung in der Westfälischen Provinzial Versicherung AG (BA, 1.)
4. Organisationsentwicklung im Außendienst der SIGNAL IDUNA Gruppe (BA, 1.)
5. Beratungsqualität – Die Berufsunfähigkeitsversicherung und ihre Alternativen zur Absicherung des Einkommens aus Maklersicht (BA, 1.)
6. Technische Optimierung durch Einführung eines automatischen Anrufverteilsystems im Kraftfahrzeug-Schadenbereich des Continentale Versicherungsverbundes (BA, 1.)
7. Provision versus Honorar, Theoretische und empirische Untersuchungen zu Vergütungssystemen für Versicherungsmakler (BA, 2.)
8. Ausbaumöglichkeiten des Kraftfahrtversicherungsvertriebs in Sparkassen (BA, 1.)
9. Eine kritische Analyse des Gesetzes zur Absicherung stabiler und fairer Leistungen für Lebensversicherte (Lebensversicherungsreformgesetz – LVRG) (BA, 2.)

2015 Fachhochschule Köln

1. Ausschließlichkeitsagentur der Zukunft unter Betrachtung einer etablierten Versicherungsagentur im SIGNAL IDUNA-Konzern (BA, 1.)

2014 Fachhochschule Dortmund

1. Kundenbindung in der Gesetzlichen Krankenversicherung am Beispiel der BARMER GEK (BA, 1.)
2. Der Einfluss der Mitarbeiterbewertung auf die Mitarbeiterzufriedenheit am Beispiel der Volkswohl Bund Versicherungen (BA, 1.)
3. Personalbedarfsermittlung und -planung am Praxisbeispiel der Volkswohl Bund Versicherungen (BA, 1.)
4. Umsetzung und Praxis der Dokumentationspflicht nach § 61 VVG in der Versicherungswirtschaft am Beispiel eines Mystery Shoppings (BA, 1.)
5. Berufsbegleitende Weiterbildung – Entwicklung eines Beratungskonzepts auf individueller Ebene am Beispiel des Continentale Versicherungsverbunds (BA, 1.)
6. Informationspflichten in der Versicherungsvermittlung, Mehrwert der Vermittlererstinformation und des Vermittlerregisters aus Kundensicht (BA, 1.)
7. Positionierung der Vapiano SE (BA, 2.)
8. Warenkreditversicherung für kleine Unternehmen, Problemdarstellung und Lösungsansätze (BA, 1.)
9. Zielgruppengerechtes, externes Personalmarketing am Beispiel der Azubi-Recruiting-Homepage des Versicherungsmaklers Leue & Nill (BA, 1.)
10. Personalentscheidungen im Mehrfachvertretervertrieb anhand eines Praxisbeispiels der Cura Versicherungsvermittlung GmbH (BA, 1.)
11. Auswirkungen der Einführung einer verpflichtenden Honorarberatung in der Versicherungsvermittlung für mittelständische Versicherungsmakler am Praxisbeispiel der Klawonn Assekuranz GmbH (BA, 1.)
12. Geschäftsmodelle und finanzwirtschaftliche Situation von Versicherungsmaklerpools – Analyse der Auswirkungen verschiedener Parameter auf den Geschäftserfolg (BA, 2.)
13. Der Effectuation-Ansatz als Schwerpunkt des Unternehmensgründungsprozesses (BA, 2.)
14. Der Vertrieb von Anlage- und Vorsorgeprodukten aus dem Bereich Islamic Finance auf dem deutschen Privatkundenmarkt (BA, 1.)

2014 Fachhochschule Köln

1. Honorarberatung als Alternative zu der am Umsatz orientierten Vergütung / Provision im Versicherungsvertrieb am Beispiel der privaten Krankenversicherung (BA, 2.)
2. Haben sich die Anforderungen an die Maklertätigkeit nach dem Sachwalterurteil aus dem Jahr 1985 noch weiterhin verstärkt? (BA, 1.)

2013 Fachhochschule Dortmund

1. Die Entwicklung des Krankenversicherungssystems in Deutschland und eine Prognose möglicher Szenarien, unter besonderer Berücksichtigung der Auswirkungen des demografischen Wandels (BA., 1.)
2. Versicherungsbelegschaftsgeschäft – Potenziale und Möglichkeiten des Belegschaftsgeschäftes am Beispiel der Douglas Holding (BA, 1.)
3. Externe Unternehmenskommunikation: Strategieentwicklung für die Public Relations in Konflikt- & Krisensituationen am Beispiel der privaten Krankenversicherer (BA, 1.)
4. Die betriebliche Altersversorgung am Anwendungsbeispiel der Wehrhahn Kartonagenfabrik GmbH (BA, 1.)
5. Kritische Analyse des Sportsponsorings als Finanzierungs- und Kommunikationsinstrument (BA, 2.)
6. Chancen und Risiken von Ethnomarketing am Praxisbeispiel einer Versicherungsagentur (BA, 1.)
7. Erfolgsfaktoren zur Reintegration von älteren Arbeitnehmern (BA, 1.)

2013 Fachhochschule Köln

1. Entscheidungskriterien für Versicherungsunternehmen in Bezug auf die Gestaltung der Ventillösung für deren Ausschließlichkeitsvertrieb auf dem deutschen Versicherungsmarkt (BA, 2.)
2. Verbesserung des Images der Versicherungsbranche, Was können Frauen, speziell im Vertrieb, dazu beitragen? (BA, 2.)

2013 Hochschule Wismar

1. Darstellung und Bewertung der Novellierung zur EU-Vermittlerrichtlinie unter IMD2 hinsichtlich deren Einflussfaktoren auf die Anreizsysteme zur Steuerung von Ausschließlichkeitsvermittlern auf dem deutschen Versicherungsmarkt (MA, 2.)

2012 Fachhochschule Dortmund

1. Krisenkommunikation von Unternehmen am Beispiel der Versicherungsgesellschaft Ergo (BA, 1.)
2. Anwendung der internationalen Risikomanagement-Norm ISO 31000 zur Steigerung der Beratungsqualität von Dienstleistern – dargestellt am Beispiel des Versicherungs- und Finanzdienstleisters Klug und Kölsch OHG (BA, 2.)
3. Der ORSA-Prozess unter Solvency II – Anforderungen in der Praxis am Beispiel einer GAP-Analyse für die Volkswohl Bund Versicherungen (MA, 2.)
4. Social Media im Versicherungsvertrieb –Einführung von Social Media in die Geschäftsbereiche der Cura GmbH & Co. KG (BA, 1.)
5. Preisdifferenzierung als Marketinginstrument im Tourismus (BA, 2.)

2012 HWR Berlin

1. Eine kritische Betrachtung der Auswirkungen von Honorarberatung und -vermittlung aus Sicht der Ergo Versicherungsgruppe AG (BA, 2.)
2. Neue rechtliche Rahmenbedingungen im Versicherungsvertrieb – eine Analyse der Auswirkungen auf die Beratungsqualität (BA, 2.)

2012 Fachhochschule Köln

1. Beratung und Vermittlung von Versicherungsprodukten im Bankensektor anhand praktischer Beispiele (BA, 2.)

2011 Fachhochschule Dortmund

1. Die Bedeutung von Sponsoring am Beispiel von ausgewählten, internationalen Versicherungskonzernen (BA, 1.)
2. Markteintrittsstrategien im Auslandsgeschäft von Versicherungsunternehmen am Beispiel der SIGNAL IDUNA Gruppe (BA, 1.)
3. Neukundengewinnung in netzwerkorientierten Märkten – Integrierte Social Media Strategien ergänzen traditionelle Ansätze (BA, 2.)
4. Nutzen und Grenzen der Mikroversicherung am Praxisbeispiel Kamerun (DA, 1.)

2011 Fachhochschule Köln

1. Die Bestimmungen des Gesetzes gegen den unlauteren Wettbewerb – Umsetzung am Beispiel der SIGNAL IDUNA Gruppe (BA, 2.)
2. Personalbeschaffung im Vermittlermarkt am Beispiel der SV SparkassenVersicherung – Reaktionsmöglichkeiten vor dem Hintergrund des demographischen Wandels (BA, 2.)
3. Die Umsetzung der VVG-Reform mit dem Schwerpunkt der Beratungs- und Dokumentationspflichten am Beispiel der Ausschließlichkeit (BA, 2.)

2011 HWR Berlin

3. Vertriebsmodell Spree-Neiße – Kritische Analyse der Transfertauglichkeit für weitere Sparkassen am Beispiel der Sparkasse Barnim (BA, 2.)

2010 Fachhochschule Köln

1. Qualitätsunterschiede in Vermittlerverträgen für den hauptberuflichen Ausschließlichkeitsvertreter (DA, 2.)
2. Einführung betrieblicher Zeitwertkonten – Modelle aus Sicht des Arbeitgebers (BA, 2.)
3. Der Einsatz von Produktratings bei der Versicherungsvermittlung (BA, 2.)
4. Das Finanzstärkerating als Begründung für den Rat des Versicherungsvermittlers (BA, 2.)
5. Der Maklerpool in der PKV (BA, 2.)
6. Die Honorarberatung und deren Auswirkung auf die Ausschließlichkeit (BA, 2.)
7. Beratungsqualität der Verbraucherzentralen aus Sicht der Vermittlerrichtlinien (BA, 2.)
8. Versicherungsmakler – Die Problematik der Beratungsgrundlage gem. § 60VVG 2008 in Bezug auf Direktversicherer (BA, 2.)
9. Minusgeschäft oder Türöffner – Die Vermittlung von Kfz-Versicherungen aus Maklersicht, am Beispiel eines Maklerbetriebs (DA, 2.)
10. Wahrnehmung der VVG-Reform durch den Versicherungsnehmer bei Vertragsschluss, am Beispiel des Ausschließlichkeitsvertriebs der Nürnberger Versicherungen (BA, 2.)

2010 HWR Berlin

1. Analyse und strategische Optionen der Anpassung an aktuelle vertriebspolitische Änderungen der Berliner Volksbank aus Sicht der R+V Versicherung AG Filialdirektion Berlin (BA, 2.)
2. Honorarberatung mit Hilfe von Nettotarifen im Privatkundensegment der Versicherungen – Analyse und Beurteilung vor dem Hintergrund aktueller Diskussionen in der Fachpresse (BA, 2.)
3. Analyse der Herausforderungen des Agenturbetriebs für den Agenturgründer und Ableitung von Unterstützungsmaßnahmen seitens der Allianz Beratungs- und Vertriebs-GmbH (BA, 2.)
4. Herausforderungen und Lösungsansätze für eine nachhaltige Unternehmensnachfolge mit dem Analyseschwerpunkt der Implementierung eines Agenturbachfolgemodells bei der AXA Versicherung AG (BA, 2.)
5. Die Internetnetzung im Versicherungsvertrieb der Allianz Deutschland AG – eine ökonomische Analyse aus Sicht der Ausschließlichkeitsvertreter (BA, 2.)

2009 Fachhochschule Köln

1. Kundenbindungsmanagement bei Versicherungsmaklern – Erfolgsfaktoren in Theorie und Praxis (DA, 2.)
2. Verkaufen nach VVG 2008 – Auswirkung der Kostenoffenlegung beim Verkaufsprozess am Beispiel des AO-Vertriebs der SIGNAL IDUNA-Gruppe (BA, 2.)
3. Die Beratungsdokumentation in der Ausschließlichkeit (BA, 2.)
4. Wiederanlagestrategie in der Lebensversicherung aus vertrieblicher Sicht anhand der AXA Versicherung AG (BA, 2.)
5. Auswirkungen der EU-Vermittlerrichtlinie am Beispiel einer Ausschließlichkeitsagentur (BA, 2.)
6. Entscheidungsfaktoren und Erfolgsanalyse bei der Kooperation von Versicherungsmaklern mit Poolunternehmungen (BA, 2.)
7. Beratungsgrundlage nach dem Vermittlergesetz und deren Auswirkungen auf den Vermittlerbetrieb am Beispiel von Mehrfachvertretern (BA, 2.)

2008 Fachhochschule Köln

1. Beratungs- und Dokumentationspflichten bei Versicherungsunternehmen bei der Vermittlung von Fernabsatzverträgen nach dem neuen VVG (DA, 2.)
2. Bankassurance: Die Umsetzung der gesetzlichen Regelungen in Bezug auf die Versicherungsvermittlung (DA, 2.)
3. Aufbau eines Maklerbetriebs unter besonderer Berücksichtigung des Vermittlerrechts (DA, 2.)
4. Die Altersvorsorgeberatung des gebundenen Versicherungsvertreters vor dem Hintergrund der Neuregelung des Versicherungsvermittlerrechts (DA, 2.)
5. Wie wirkt sich die VVG-Reform auf die Vertriebsprozesse von Versicherungsunternehmen aus? – am Beispiel der Barmenia Krankenversicherung a.G. (BA, 2.)
6. Vertragsschlussverfahren nach der VVG-Reform und deren Auswirkungen auf den Versicherungsvermittlerbetrieb am Beispiel eines Mehrfachvermittlers (BA, 2.)
7. Die Vermögensschadenhaftpflichtversicherung des Versicherungsmaklers (DA, 2.)
8. Die Beratungsgrundlage des Versicherungsmaklers nach § 60 VVG – Praktische Probleme und Lösungsansätze (DA, 2.)
9. Die Umsetzung der Informations- und Beratungspflichten der EU-Vermittlerrichtlinie innerhalb strukturierter Allfinanzvertriebe in Deutschland (DA, 2.)
10. Betriebswirtschaftliche Analyse von ausgewählten Agenturen in der Ausschließlichkeit (DA, 2.)
11. Umsetzung der Informationspflichtenverordnung im Zuge der VVG-Reform in der Privaten Krankenversicherung am Beispiel der Central Krankenversicherung AG (DA, 2.)

2007 Fachhochschule Köln

1. Dem Versicherungsmakler zur Verfügung stehende Mittel zur Erfüllung der Dokumentationspflicht nach dem neuen EU-Versicherungsvermittlergesetz (DA, 2.)
2. Wirtschaftliche Folgen veränderter Provisionsmodelle in der Lebensversicherung für den Vertrieb am Beispiel der Zurich Gruppe (DA, 2.)
3. Eine visionäre Betrachtung der Ausschließlichkeitsorganisation: Einpersonenagentur vs. Mehrpersonenagentur (DA, 2.)
4. Das Verkaufsgespräch der Zukunft, Auswirkungen des neuen Vermittlergesetzes auf das Verkaufsgespräch des Ausschließlichkeitsvertriebs in der deutschen Assekuranz (DA, 2.)
5. Zukünftige Vertriebswege in der privaten Krankenversicherung (PKV) (DA, 2.)

2006 Fachhochschule Köln

1. Chancen und Grenzen eines Maklerservice als Ventillösung für die Ausschließlichkeitsorganisation in der Versicherungswirtschaft (DA, 2.)
2. Die Einbindung von Bankprodukten in den Ausschließlichkeitsvertrieb eines Versicherungsunternehmens im Sinne eines Allfinanzkonzeptes, am Beispiel der Provinzial Rheinland Versicherung AG/Provinzial Rheinland Lebensversicherung AG und den rheinischen Sparkassen (DA, 2.)
3. Die EU-Vermittlerrichtlinie und ihre Auswirkungen auf den nebenberuflichen Versicherungsvermittler (DA, 2.)

2005 Fachhochschule Köln

1. Die Einbindung von Bankprodukten in den Ausschließlichkeitsvertrieb eines Versicherungsunternehmens im Sinne eines Allfinanzkonzepts (DA, 2.)
2. Vertriebscoaching – Analyse und Bewertung aus der Sicht eines Schleswig-Holsteinischen Versicherers (DA, 2.)