



Wieder alles im Griff?

Während eine Vielzahl der großen Vertriebe in den letzten zwei Jahren mehr oder weniger stark mit den negativen Auswirkungen der Finanz- und Wirtschaftskrise zu kämpfen hatten, sind „kleinere Vertriebe“ eher verschont geblieben. Über Vergangenheit und zukünftige Trends befragte finanzwelt die Vertriebswelt.

Nicht gerade rosig waren die Umsatzzahlen 2009 (s. Schaubild) für die meisten Vertriebe. So hat besonders das Vertrauen in bankennahe Produkte enorm gelitten. „Der Absatz von Kapitalanlagen und Finanzierungen kam zeitweise nahezu zum Erliegen“, so **Mario Freis**, Vorstand OVB Holding AG, über die vergangene Entwicklung. Und so kam es, dass bei den meisten Big Playern des Marktes (**DVAG, AWD, MLP, OVB und Bonnfinanz**) die Vertriebsprovisionen im Jahr 2009 gegenüber dem Vorjahr mehr oder weniger rückläufig waren – zweistellige Rückgänge bei den Provisionserlösen waren dabei keine

Seltenheit. Eine Ausnahme unter den Big Playern ist **TELIS FINANZ**. Der Regensburger Finanzdienstleister konnte seine Gesamterlöse im Jahr 2009 von 80,1 Mio. Euro (2008) auf 86,2 Mio. Euro steigern, ein



Mario Freis
Vorstand OVB Holding AG

Plus von 7,6 %. Das Eigenkapital wurde auf 31,2 Mio. Euro erhöht, damit liegt die Eigenkapitalquote bei 47,3 % (2008: 26,7 Mio. Euro/42,5 %). Auch die Zahl der von TELIS FINANZ verwalteten laufenden Finanz-, Vorsorge- und Vermögensverträge erhöhte sich um 16,8 % auf 815.000.

Mit Blick auf die prekäre internationale wirtschaftliche Situation sollte man diese Rückläufe jedoch etwas „vorsichtiger“ betrachten. So sorgte das weltweite Wirtschaftswachstum fast bei allen großen Vertrieben dafür, dass ihre Gesamterlöse im Geschäftsjahr 2007 sich auf ein neues



Rekordhoch in ihren Unternehmensgeschichten gesteigert hatten. Besonders das 3. und 4. Quartal 2008 sowie das komplette letzte Jahr waren so maßgeblich durch die tiefgreifende Finanz- und Wirtschaftskrise gekennzeichnet. Diese schwierigen wirtschaftlichen Rahmenbedingungen haben zu einer weitreichenden Zurückhaltung bei vielen Privat- und Firmenkunden der Vertriebe geführt. „Der Einbruch durch die Finanz- und Wirtschaftskrise wurde durch die Probleme von Lehman Brothers eingeläutet. Die meisten Wettbewerber, die ihre Geschäftsmodelle auf ambitioniertes Wachstum ausgerichtet haben, stehen vor einem Problem. Die Folge wird sein, dass sich Unternehmen vom Markt verabschieden werden, obwohl sie dringend gebraucht werden“, erklärt



Michael Rentmeister

Vorstandsvorsitzender Bonnfinanz AG

dann auch **Michael Rentmeister**, Vorstandsvorsitzender der Bonnfinanz AG.

Vor diesem Hintergrund ist es dann auch verständlich, wenn manch ein Vertriebs-Gigant sich trotz oder gerade wegen der schlechten Rahmenbedingungen recht zufrieden mit den Ergebnissen gibt. So konnte die DVAG sogar in den Zeiten der Krise ihr zweitbestes Geschäftsergebnis erzielen. Als Jahresüberschuss konnten 138,8 Mio. Euro verbucht werden. Demgemäß erklärt **Professor Dr. Reinfried Pohl**, Gründer und Vorstandsvorsitzender der Deutschen Vermögensberatung (DVAG): „Damit liegt der Jahresüberschuss weitaus höher als bei allen anderen relevanten Wettbewerbern in der Branche zusammen. Zudem übertrifft er den Gewinn der Mehrzahl der im M-Dax notierten Aktiengesellschaften. Hier zeigt sich einmal mehr die systematische Überlegenheit des soliden Geschäftsmodells der Deutschen Vermögensberatung, das sich gerade in wirtschaftlich schwierigen Zeiten bewährt.“ Die Geschäftspolitik des selbstgenannten Familienunternehmens sorgte dann auch dafür, dass im letzten Jahr über 300.000 Neukunden für die DVAG gewonnen werden konnten – mehr als die hessische Landeshauptstadt Wiesbaden an Einwohnern zählt und ein neuer Rekordwert für das Unternehmen.

Bei einigen anderen Vertrieben wie AWD, MLP, Bonnfinanz oder auch OVB kamen zusätzlich im Zusammenhang der internationalen Krise gewisse bekannte Restrukturierungsmaßnahmen (finanzwelt berichtete) verbunden mit einer Neuorientierung des Kostenmanagements hinzu. Gewürzt mit einer Mischung „sonstiger hausgemachter Probleme“ förderte dies zunächst gewiss keine Steigerung des Neugeschäfts. Diese Punkte scheinen nun aus dem Wege geräumt, die Weichen wurden neu gestellt und der Vertriebszug kann wieder – wie seinerzeit gewohnt – rollen. Wenn es nicht zu neuen Blockaden kommt ...

Die strategischen Änderungen im ersten Quartal 2010 konnten allerdings noch nicht ganz für eine Belebung sorgen. So musste der OVB im 1. Quartal dieses Jahres weiterhin Verluste im Vergleich zum Vorjahresquartal hinnehmen: Die Umsätze reduzierten sich um 11,6 % auf 47,6 Mio. Euro (Vorjahr 53,8 Mio. Euro), das operative Ergebnis (EBIT) fiel um 62,4 % auf 1,3 Mio. Euro (Vorjahr 3,4 Mio. Euro), während das Nettoergebnis sich auf 1,1 Mio. Euro halbierte (Vorjahr 2,4 Mio.



finmap AG

Unabhängigkeit neu erleben

Sie arbeiten zurzeit in der Ausschließlichkeit eines Produktgebers und möchten endlich unabhängig beraten? Oder, Sie fühlen sich als Makler oft allein gelassen und die Administration, Haftung, gesetzliche Reformen etc. wachsen Ihnen über den Kopf? Oder Sie wollen sich als Finanzberater weiterentwickeln?

Da haben wir was für Sie!

Finanz- und Versicherungsmakler (w/m) bundesweit

Genießen Sie einen All-Inclusive-Service:

- ➔ unabhängige Produktauswahl
- ➔ ausgereiftes Aus- und Weiterbildungsprogramm
- ➔ individuellen Service
- ➔ modernste Online-Tools
- ➔ Kundenbestände
- ➔ angenehmen Teamspirit
- ➔ Entwicklungsperspektiven
- ➔ Unterstützung durch umfangreiche Marketingmaßnahmen

Wenn Sie die Begeisterung für eine ganzheitliche, anspruchsvolle Beratung mit uns teilen; Sie ihre Kunden langfristig betreuen möchten und gerne im und für ein Team arbeiten – dann sind Sie bei uns richtig. Verbinden Sie bei uns die Vorteile eines freien Maklers mit der Einbindung in ein Netzwerk qualifizierter Finanzdienstleister – das nennen wir Unabhängigkeit!

Die finmap ist ein Vertriebsunternehmen mit einem innovativen Geschäftsmodell. Wir sind Teil der Volz Gruppe AG, ein Unternehmensverbund mit mehr als 50 Jahren Erfahrung im Finanzdienstleistungsbereich. Die langjährige IT- und Back-Office Expertise von Volz, die Finanzstärke der Unternehmensgruppe und das Know How der finmap ermöglichen völlig neue Perspektiven im Finanzvertrieb.

Sie sollten ein erfolgreicher Finanzprofi mit mehrjähriger Erfahrung innerhalb der Finanzberatung sein. Ausstrahlung, Teamgeist, Kontaktfähigkeit und ein ausgeprägtes Engagement ergänzen ihr Profil? Dann bewerben Sie sich bei uns.

Wir freuen uns auf Sie!

finmapAG,
Personalentwicklung, Lübecker Str. 1,
22087 Hamburg, Fon: (040) 1804 7899 31,
kariere@finmap.de, www.finmap.de



Euro). Auch MLP konnte im ersten Schritt noch keinen gravierenden Aufschwung verzeichnen. Sowohl die Provisionserlöse gingen leicht um 2 % auf 109,1 Mio. Euro als auch die Gesamterlöse (Provisionen, Zinsgewinne etc.) von 125,5 Mio. auf 121,2 Mio. Euro im 1. Quartal im Vergleich zu 2009 zurück. Immerhin stimmte bei MLP das Ergebnis vor Zinsen und Steuern. Dieses konnten die Wieslocher im 1. Quartal um 26 % auf 4,0 Mio. Euro (Q1 2009: 3,2 Mio. Euro) steigern. Bei Redaktionsende standen die Ergebnisse der anderen Big Player noch nicht fest!

Scheinbar unbescholten von den Einschüssen der Wirtschaftskrise kamen im Gegensatz zu den Riesen einzelne „mittelständische“ Vertriebe davon. So konnten Unternehmen wie die aus Hofheim-Diedensbergen stammende ASG AssecuranzService GmbH & Co. KG oder die Dresdner INFINUS Vertrieb & Service AG sehr wohl ihre Provisionserlöse gegenüber den Vorjahren steigern – im Fall des Dresdner Vertriebs sogar um fast 20 %. **Walter Klein**, geschäftsführender Gesellschafter der ASG, erklärt zum kontinuierlichen Wachstum seines Unternehmens:

„Sicherlich haben die Auswirkungen der Finanzmarktkrise und die neuen gesetzlichen Regelungen die Umfeldbedingungen für Beratung und Vertrieb nicht gerade einfacher gemacht. Unsere Erfahrung zeigt jedoch, dass sich – nicht trotz, sondern wegen dieser Zeiten mit großem Medien- und Druck bei Finanzthemen – die Kundenbindung zum Berater teilweise signifikant gesteigert hat.“

Wirft man einen Rund-um-Blick auf das Produkt-Neugeschäft bei den Vertrieben, gibt es keine Überraschungen, wenn es darum geht, welche Produktwelten in 2009 mit Problemen zu kämpfen hatten. So sind es vor allem die Investmentfonds und die geschlossenen Fonds, die aufgrund der beschriebenen Misere und des verlorenen Vertrauensverhältnisses nur noch schwer beim Kunden vermittelt werden konnten. „Wir beobachten bei der Produktverteilung eine Verschiebung zugunsten traditioneller Lebensabsicherungsprodukte. Hier können wir auch in absoluten Werten einen deutlichen Zuwachs beobachten. Weniger nachgefragt werden derzeit fondsgebundene Produkte sowie Investmentfonds. Da der Beratungsfokus der AWD-Gruppe bei Alters-

vorsorgeprodukten sowie bei Produkten zum langfristigen Vermögensaufbau liegt und die AWD-Gruppe hier mehr als 80 % ihrer Umsätze generiert, profitieren wir von der gegenwärtigen Entwicklung“, heißt es aus dem Hause **AWD**.

Auch Altersvorsorgeprodukte – trotz ihrer Notwendigkeit – erlitten bei einigen Unternehmen einen Rückgang. Konnte beispielsweise MLP noch 6,6 Mrd. Euro Altersvorsorge Neugeschäft im Jahr 2008 verzeichnen, schrumpfte diese Produktparte in 2009 auf 5,1 Mrd. Euro. „Die Verunsicherung vieler Anleger durch die tiefgreifende Finanz- und Wirtschaftskrise zeigte sich vor allem im Vermögensmanagement und in der Altersvorsorge. Im Fokus vieler Kunden stand dagegen eine Stärkung des Risikoschutzes – was zu einer sehr dynamischen Entwicklung in unserer Sparte Sachversicherung geführt hat“, beschreibt MLP-Vertriebsvorstand **Muhyddin Suleiman**. Dennoch bleiben die Altersvorsorgeprodukte ein wichtiger Baustein in der Produktberatung für die kommenden Jahre.

Als Gewinner des letzten Jahres kann man die „Vermittlung von Krankenversi-



Professor Dr. Reinfried Pohl
Vorstandsvorsitzender Deutsche Vermögensberatung AG



Walter Klein
geschäftsführender Gesellschafter ASG AssecuranzService GmbH & Co. KG



Muhyddin Suleiman
Vertriebsvorstand MLP

cherungen“ zählen. Eine Vielzahl der Vertriebe konnte hier ihr Geschäft in der Vermittlung von PKV-Policen ankurbeln. Die DVAG vermittelte in der Krankenversicherungsparte mit 101,5 Mio. Euro Jahresprämie so viel Neugeschäft wie nie zuvor, ein Plus gegenüber dem Vorjahr in Höhe von 14,5 %. Dieses Ergebnis war unter anderem auch deshalb möglich, weil das gemeinsam mit der Partnergesellschaft **Central Krankenversicherung AG** entwickelte und im Juli 2009 eingeführte Tarifkonzept „central.vario“ im Marktsegment für Krankenvollversicherungen eine sehr positive Resonanz auslöste. Der Anteil der DVAG am Neugeschäft der Central beläuft sich auf über 38 %. Auch ASG ist mit dieser Sparte mehr als zufrieden, wie Klein deutlich mitteilt: „Die Entwicklung im KV-

Altersvorsorge und Vermögensaufbau im Mittelpunkt“, erörtert OVB-Vorstand Freis.

Fragt man die Vertriebe nach den Herausforderungen des neuen Jahres, erhofft man sich besonders endlich einmal vernünftige Rahmenbedingungen. „Das Vertriebsleben wird immer komplizierter. Man muss sich ernsthaft fragen, ob in Deutschland unabhängige Beratung von der Politik überhaupt gewünscht ist. Der Berater soll unabhängig von Produkten beraten und informieren, darf dies telefonisch nach UWG nur zu einem bestehenden Vertrag tun oder wenn er eine Einwilligung des Kunden hat. Er darf seinen Kunden nicht anrufen, um sich diese Einwilligung erteilen zu lassen – das ist ein Widerspruch in sich. Das Schema, nach denen diese Gesetze entwickelt

wichtigen Schwerpunkt in der Kostenverteilung zwischen Berater und Unternehmen (lesen Sie hierzu auch „Soll ich oder soll ich nicht?“, finanzwelt Ausgabe 01/2010).

Auch beim Thema Konsolidierung sind sich die befragten Vertriebe einig. Sie gehen hier von einer Konsolidierung im Bereich der Finanzvertriebe aus. Steigende Regulierung und Qualitätsanforderungen sind von kleineren Unternehmen oft nicht zu bewältigen. Gerade kleinere Finanzvertriebe werden daher in Zukunft vor zum Teil unüberwindbaren Problemen stehen. Einzelne Vertriebe sehen auch den Vertriebsweg Maklerpool als gefährdet an. Die Gründe liegen ihrer Ansicht nach in der geringen Steuerfähigkeit und im anhaltend schwierigen Marktumfeld. Ebenso der

Geschäftszahlen der Vertriebe (Provisionen und EBIT in Euro)

	Provisionen 2009	Provisionen 2008	Provisionen 2007	EBIT 2009	EBIT 2008	EBIT 2007	Hauptberufl. Berater 2009	Kunden 2009	Kunden 2008	Kunden 2007
ASG	33,1 Mio.	31 Mio.	25 Mio.	1.075.599,50	968.531,05	k.A.	k.A.	147.137	131.211	107.378
AWD	528,7 Mio.	633 Mio.	717,5 Mio.	12,6 Mio. ¹⁾ - 41,1 Mio. ²⁾	19,7 Mio.	83 Mio.	11.143 ³⁾	441.643	429.159	480.800
Bonnfinanz	72,475 Mio.	81,713 Mio.	95,080 Mio.	3,565 Mio.	- 2,505 Mio.	1,101 Mio.	1.151	450.000	k.A.	k.A.
DVAG	1,097 Mrd.	1,224 Mrd.	1,004 Mrd.	217,3 Mio.	233,2 Mio.	209,2 Mio.	16.000	5,4 Mio.	5,2 Mio.	4 Mio.
INFINUS	94,4 Mio.	80,4 Mio.	44,6 Mio.	54,1 Mio.	43,6 Mio.	20,7 Mio.	1.012	70.000	53.000	41.000
MLP	472,4 Mio.	511,5 Mio.	554,1 Mio.	42,2 Mio.	56,2 Mio.	113,9 Mio.	2.383	785.000	728.000	701.000
OVB	201,6 Mio.	260,2 Mio.	246,2 Mio.	9,6 Mio.	28,8 Mio.	29 Mio.	4.664	2,77 Mio.	2,78 Mio.	2,61 Mio.

1) vor Einmal- und Restrukturierungsaufwendungen; 2) nach Einmal- und Restrukturierungsaufwendungen; 3) darunter 2.902 Berater in Ausbildung, 1.646 gebundene Vermittler und 869 sonstige Berater
Quelle: Eigene Darstellung nach Angaben der Unternehmen

Bereich ist einfach sehr gut, wir haben hier deutlich zugelegt. Die ASG-Gruppe ist heute einer der größten PKV-Vermittler Deutschlands.“

Hoffnung auf das laufende Jahr machen weiterhin staatlich geförderte Produkte wie Riester-, Rürup- oder Betriebs-Rente.

Mit dem „Gesetz zur verbesserten steuerlichen Berücksichtigung von Vorsorgeaufwendungen“, dem so genannten Bürgerentlastungsgesetz, wurden mit Wirkung zum 1. Januar 2010 die Abzugsmöglichkeiten bei der Einkommensteuer für Vorsorgeaufwendungen verbessert. Je nach Einkommen stehen den Bundesbürgern dadurch mehrere hundert Euro im Jahr zusätzlich zur Verfügung, die sich in die private Vorsorge investieren lassen, um die persönliche Vorsorgesituation zu optimieren. „In Deutschland bildet das Bürgerentlastungsgesetz deshalb einen Beratungsschwerpunkt im Vertrieb. International bilden wir unsere Vertriebsschwerpunkte mit Blick auf die spezifische Marktsituation. Dabei stehen vor allem

werden, ist anachronistisch und teilweise falsch. Da muss der Gesetzgeber noch eine Menge Hausaufgaben machen“, so Klein. Aber auch andere Themen könnten spannend werden. So sieht der AWD auch einen

Vertriebsweg Banken wird es laut Meinung einzelner Vertriebe schwieriger haben. So kommen Banken laut AWD „... immer mehr in den Ruf, ihre Berater unter Verkaufsdruck zu setzen und damit eben keine qualitativ hochwertige Beratung mehr zu leisten. Dieses Vorgehen wird für den Vertriebsweg Bank langfristig sicher zum Nachteil werden.“ Generell sieht die Mehrzahl der Vertriebe zukünftig eine Stärkung des Vertriebswegs der bankenunabhängigen und selbständigen Finanzberater. Das aktuelle BGH Urteil zur Provisionoffenlegung hat dieses Modell dabei noch einmal gestärkt.

Und so gilt abschließend festzustellen, dass alle befragten Teilnehmer der Branche vor einer Überregulierung des Marktes warnen, die die Vermittlung von Finanzdienstleistungen unnötig verkompliziert, verteuert oder gänzlich unattraktiv macht. Schließlich wäre dies auch nicht im Sinne des Verbraucherschutzes. ■

Marc Oebme

