

## Maklerpools und Verbände

# Viel Bewegung im Markt

Bild: iStockphoto

Maklerpools schienen noch vor einem Jahr ein sicheres Dach für Versicherungsvermittler zu sein. Ein erfolgreiches Geschäftsjahr lag hinter ihnen, ihre Umsätze waren 2007 durchschnittlich um 25 Prozent gestiegen. Doch dann machte die Finanzkrise für viele die Erwartungen auf weiteres Umsatzwachstum zunichte. Dennoch scheint die Mehrzahl der Pools das letzte Jahr ganz gut überstanden zu haben. Die Unternehmen meldeten moderat gestiegene Umsätze.

Für einige Maklerpools lief es 2008 deutlich besser als im Vorjahr: Bei ASG AssecuranzService GmbH & Co. KG betrug das Plus über 20 Prozent. Allerdings rechnet sich ASG nicht länger den Pools zu, sondern agiert mittlerweile als Vertrieb. Die Netfonds GmbH aus Hamburg verbesserte ihren Umsatz trotz Finanzkrise um stolze 43 Prozent. An die Spitze katapultierte sich Fonds Finanz mit einem Zuwachs von 73 Prozent.

Voll erwischt von der Finanzkrise wurde der Primus BCA AG, bis zum letzten Jahr noch unangefochtener Marktführer unter den Pools. Die BCA-Bilanz 2008 weist bei Umsatz und Ertrag einen drastischen Rückgang auf. Umsatzerlöse sanken um 22 Prozent, und der Gewinn des Vorjahres verwandelte sich in einen Verlust in Millionenhöhe. Das lag nicht nur am operativen Geschäft. Als größter Verlustbringer erwies sich die Beteiligung an der Carat Fonds Service AG, auf die außerplanmäßige Abschreibungen von mehr als drei Millionen Euro fällig wurden. Die BCA-Vorstände bezeichneten denn auch das Jahr 2008 als das Katastrophenjahr schlechthin für die Finanzbranche.

Das Eigenkapital von BCA ist im letzten Jahr auf ein Drittel seines Wertes abgeschmolzen, die Kapitaldecke dünn geworden. Deshalb holte sich der Maklerpool vier Versicherer an Bord, die sich mit jeweils gut acht Prozent beteiligten. Sie blieben damit unterhalb der ausweispflichtigen Grenze von zehn Prozent, aber die Stimmrechte des Versichererquartetts sollen bei 50 Prozent plus eine Aktie liegen. Die Versicherer stärken die Kapital-

basis und vor allem die Liquidität des Maklerpools: Sie haben zum Start zwei Millionen Euro zur Verfügung gestellt und eine Zusage für weitere acht Millionen gegeben.

### Lieber keine Zahlen als falsche

Der Maklerpool Invers lieferte bislang keine Ergebnisse für 2008. Es ist Prinzip des Unternehmens, nur testierte Ergebnisse zu veröffentlichen. Invers-Geschäftsführer Udo Rummelt hatte sich sogar mit dem Aufruf an die Fachpresse gewandt, „Schluss zu machen mit teils unrealistischen Zahlengestalten in diversen Umfragen und so genannten Maklerpool-Hitlisten“. Rummelt empfiehlt stattdessen, auf Angaben der gesetzlich vorgeschriebenen Pflichtveröffentlichungen zurückzugreifen. Dieser Appell ist verständlich, denn in der Branche herrscht ein scharfer Wettbewerb. Manches Unternehmen ist versucht, Zahlenkosmetik zu betreiben. Zu den bekannten Tricks gehört, Neugeschäft zu zählen, das angeschlossene Makler direkt beim Produktgeber einreichen, oder es fließt Geschäft von Vertrieben ein, die an anderer Stelle nochmals mit ihren eigenen Ergebnissen in Hitlisten und Rankings separat auftauchen.

Der Vorschlag des Invers-Geschäftsführers, nur die gesetzlichen Pflichtveröffentlichungen im Unternehmensregister heranzuziehen, hat allerdings einen Haken: Die Bilanzen werden oft erst zehn bis zwölf Monate nach Ablauf des Geschäftsjahres eingestellt. Außerdem machen die meisten Pools von den Erleichterungen für kleine und mittlere Unternehmen Gebrauch. In diesem Fall müssen sie nur die Bilanz, aber keine Gewinn- und Verlustrechnung veröffentlichen, und ihre Umsätze werden nicht transparent.

## IN KÜRZE

In diesem Artikel lesen Sie:

- Trotz Krise erhöhten einige Maklerpools ihren Umsatz, aber bei einigen Pools sieht die Bilanz düster aus.
- Zahlreiche Makler arbeiten mit mehr als einem Pool zusammen.
- Die Weiterbildung ist bei Pools ein wichtiges Qualitätsmerkmal.

Bereits 84 Prozent aller Makler arbeiten mit Pools, Verbänden, Servicegesellschaften oder Konzeptanbietern zusammen, stellte die Deutsche Versicherungsbörse ([www.deutsche-versicherungsboerse.de](http://www.deutsche-versicherungsboerse.de)) in ihrem dvb-Makler-Audit 2009 fest. Der wichtigste Grund für die Zusammenarbeit sei der Zugang zu Produkten, die Makler ohne Pool nicht vermitteln könnten.

### Pools und Verbände gefragt

Dabei ist Exklusivität selten – nur knapp neun Prozent der Makler wollen sich laut Makler-Audit auf einen Pool beschränken. Mit 27 Prozent sind dagegen dreimal so viele Makler bereit, sogar mehr als fünf Pools mit Anträgen zu bedienen. Für den einzelnen Pool bleibt deutlich weniger Geschäft übrig. Die Folge: Mehr Vertriebspartner bedeuten nur ein Mehr an Aufwand, aber noch keinen Zuwachs an Umsatz, geschweige denn Ertrag.

Der Anschluss an einen Pool ist meist kostenlos, ebenso wie viele Serviceleistungen. Verbände wie Vema, Charta oder GermanBroker.net hingegen erheben Mitgliedsbeiträge und leistungsabhängige Gebühren. Diese auf den ersten Blick teure Variante bietet einige Vorteile: Die Courtage fließt in voller Höhe an den Vermittler. Außerdem muss er sich nicht um eine mögliche Insolvenz seines Pools sorgen; Bestand und Einnahmen sind vor der wirtschaftlichen Schieflage des Partners sicher.

Ohne funktionierende IT-Unterstützung ist heute ein Maklerunternehmen nur noch im Ausnahmefall überlebensfähig.



VM-Autor: **Sabine Brunotte**, freie Journalistin und Autorin der Studie „Gemeinsam stärker? - Maklerpools und Verbände 2009“. Weitere Informationen unter [www.brunotteKonzept.de](http://www.brunotteKonzept.de)

Unternehmen	Homepage	Gründung	Geschäftsmodell	Schwerpunkt Unternehmensausrichtung				Mitarbeiter	Innendienst	Kompetenz-Center für
				Pooling	Marketing-Services	IT	Kaufm. Geschäftsbetrieb			
1:1 Assekuranzservice AG	www.1zu1.ag	2006	Maklerpool, Dienstleister	x	x	x	x	90	LV, SUH, KV, Finanzierungen/Bausparen	
AmexPool AG	www.amex-online.de	1979	Maklerpool, Dienstleister	x			x	20	SUH,	
Aruna GmbH	www.aruna.de	k. A.	Maklerpool	x				25	LV, SUH, KV, Investment, Beteiligungen, Finanzierungen/Bausparen	
ASG AssekuranzService GmbH & Co. KG	www.asg24.de	1997	Vertrieb					60	LV, SUH, KV, Investment, Beteiligungen, Finanzierungen/Bausparen, Immobilien	
BCA AG	www.bca.de	1985 (AG st. 12.98)	Maklerpool	x		x		68	LV, SUH, KV, Investment, Beteiligungen	
Blau direkt GmbH	www.blaudirekt.de	2000	Maklerpool, Dienstleister, Plattform, Softwarehaus	x		x		32	LV, SUH, KV	
CHARTA Börse für Versicherungen AG	www.charta.de	1994	Maklerverbund		x	x	x	24	LV, SUH, KV, Investment, Recht, IT	
CLARUS GmbH	www.clarus.de	2005	Maklervertrieb		x	x	x	56	LV, SUH, KV, Investment, Beteiligungen, Finanzierungen/Bausparen, Gewerbe Sach	
Consensus Holding AG	www.consensus.de	1990 (als GmbH)	Maklerverbund		x		x	20	LV, SUH, KV, Finanzierungen/Bausparen	
Conzeptia Service GmbH	www.conzeptia.com	1994	Maklerverbund, Dienstleister		x		x	8	LV, SUH, KV, Investment, Finanzierungen/Bausparen	
Degenia Versicherungsdienst AG	www.degenia.de	1998 als GbR, 2000 als AG	Assekuradeur					28	SUH, KV	
Fair in Finance AG	www.fair-in-finance.de	2001	Maklerpool, Dienstleister	x		x		15	LV, SUH, KV, Investment, Beteiligungen, Finanzierungen/Bausparen (SUH in Kooperation mit AmexPool)	
FinanzNet Holding AG	www.finanz.net	1996	Maklerverbund	x				4	eigene Produkte, Beteiligungen	
Fonds Finanz Maklerservice GmbH	www.fondsfinanz.de	1996	Maklerpool	x				75	LV, SUH, KV, Investment, Beteiligungen, Finanzierungen/Bausparen, Konsumentenkredite, Gewerbeversicherung, Kfz, Immobilien	
Fondskonzept AG	www.a-fk.de	1999	Maklerpool, Dienstleister, Haftungsdach	x		x		12	Beteiligungen, Finanzierungen/Bausparen	
GermanBroker.net AG	www.germanbroker.net	2001	Maklerverbund, Servicegesellschaft für Versicherungs- und Finanzmakler	x	x	x		22	Produktentwicklung, Marktforschung	
Invers Versicherungsvermittlungsgesellschaft mbH	www.invers-gruppe.de	1995	Maklerpool	x	x	x	x	48	LV, SUH, KV, Investment	
Jung, DMS & Cie. AG	www.jungdms.de	2003	Maklerpool, Haftungsdach	x	x	x		85	LV, SUH, KV, Investment, Beteiligungen, Finanzierungen/Bausparen	
MaxPool GmbH	www.maxpool.de	k. A.	Maklerpool, Dienstleister, Assekuradeur	x	x	x	x	30	eigene Deckungskonzepte	
Midema Assekuranz-Assekuradeur GmbH	www.midema.de	1998	Maklerpool, Assekuradeur	x				10	Assekuradeur	
Monad GmbH	www.monad.de	1996	Maklerpool	x	x	x	x	24	Coaching	
Netfonds GmbH	www.netfonds.de	2000	Maklerpool, Dienstleister, Haftungsdach	x		x	x	43	LV, SUH, KV, Investment, Beteiligungen, Finanzierungen/Bausparen	
Partner Office AG	www.partneroffice.de	Markteintritt 10.2007	Maklerpool, Dienstleister	x	x	x	x	93	Outsourcing der gesamten administrativen Tätigkeiten	
Pecupool GmbH	www.pecupool.de	2004	Maklerpool, Dienstleister	x		x		20	SUH	
Pma Finanz- und Versicherungsmakler GmbH	www.pma.de	1983	Maklerpool, zusätzlich Mehrfachagent durch die pma Finanz-Service GmbH	x	x	x	x	50	Full-Service-Unterstützung über die gesamte Prozesskette	
VEMA Versicherungs-Makler-Genossenschaft e. G.	www.vema-eg.de	1997	Maklerverbund					14	LV, SUH, KV	
Vfm Versicherungs- & Finanzmanagement GmbH	www.vfm.de	1995	Maklerverbund	x	x	x	x	29	LV, SUH, KV, Investment, Finanzierungen/Bausparen	
VFV GmbH – Der Sachpool	www.der-sachpool.de	1995	Maklerpool	x				8	SUH, KV	

Quelle: eigene Umfrage, Frühjahr 2009, © BrunotteKonzept 2009, Alle Angaben basieren ausschließlich auf den Antworten der befragten Unternehmen; nicht beteiligte Unternehmen sind nicht aufgeführt.

Mitarbeiter Vertrieb	Zielgruppe Vertriebspartner	Courtagessatz volumenabhängig	Bonusplan	Bestandscourtage	Direktanbindung an VU möglich	Courtage- Frequenz	Kosten Mitgliedschaft
30	Versicherungsmakler, Finanzmakler, Vertriebe, Financial Planner, Immobilienmakler	x		x		monatlich und 14-täglich	keine Kosten
7	Versicherungsmakler, Vertriebe	x		x	x	monatlich	k. A.
	Versicherungsmakler			x	x	monatlich	keine Kosten
	Versicherungsmakler, Finanzmakler, Vertriebe, Financial Planner, Banken/Sparkassen, Immobilienmakler, Vertreter	x		x		14-täglich	keine Kosten
2	Versicherungsmakler, Finanzmakler, Vertriebe, Financial Planner, Banken/Sparkassen	x		x		2x im Monat	einmalig 25 Euro
1	Versicherungsmakler, Finanzmakler			x		14-täglich	98 Euro einmalig; lfd. Kosten je nach Modell von 0 bis 249,- Euro monatlich; kostenlose Mitgliedschaft an Mindestumsätze geknüpft
2	Versicherungsmakler				x	Direktanbindung	3.120,- Euro jährlich zzgl. Aufwendungen für Aktienkauf
25	Versicherungsmakler, Vertriebe, Vertreter (Hauptzielgruppe: A0-ler, die ins Maklertum wechseln möchten)		x	x		monatlich	keine Mitgliedschaft; bei durchschnittlichen Umsätzen sind Leistungen kostenlos
12	Versicherungsmakler, Finanzmakler, Vertriebe, Financial Planner,	x	x	x	x	2 x im Monat	210 Euro im Jahr
	Versicherungsmakler	x	x	x	x	Direktanbindung	36,90 Euro monatlich
3	Versicherungsmakler, Vertriebe, Banken/Sparkassen			x	x	monatlich	keine
8	Versicherungsmakler, Finanzmakler, Vertriebe, Financial Planner, Banken/Sparkassen	x	x	x	x	14-täglich	keine Kosten
3	Versicherungsmakler, Finanzmakler, Vertriebe			x	x	k. A.	keine Kosten
167	Versicherungsmakler, Finanzmakler, Vertriebe, Financial Planner, Immobilienberater, Banken/Sparkassen, Vertreter (Ventil), Versicherer (Ventil)			x	x	täglich	keine Kosten
3	Versicherungsmakler, Finanzmakler, Vertriebe, Financial Planner	x	x	x		k. A.	k. A.
1	Versicherungsmakler, Finanzmakler, Financial Planner		x	x	x	4-24 x jährlich	ab 840 Euro pro Jahr
11	Versicherungsmakler, Finanzmakler			x	x	monatlich	keine Kosten
7	Versicherungsmakler, Finanzmakler, Vertriebe, Financial Planner, Immobilienmakler, Banken/Sparkassen	x	x	x	x	3x im Monat	keine Kosten
10	Versicherungsmakler; Finanzmakler, Vertriebe, Vertreter	x		x	x	monatlich	keine Kosten
3	Versicherungsmakler			x	x	monatlich	49 Euro monatlich
10	Versicherungsmakler, Finanzmakler, Vertriebe, Financial Planner,			x		14-täglich	keine Kosten
10	Versicherungsmakler, Finanzmakler, Vertriebe, Financial Planner, Banken/Sparkassen	x		x	x	Vers. täglich, Investment 3 x im Monat	25 Euro einmalig, keine laufenden Kosten
5	Versicherungsmakler, Finanzmakler, Vertriebe, Banken/Sparkassen, Vertreter			x	x	14-täglich, täglich in Planung	nach Leistungsumfang; monatl. Gebühr und Overhead für Abwicklung
1	Versicherungsmakler, Finanzmakler, Vertriebe, Immobilienmakler, Internetportale	x	x	x		monatlich	keine Kosten
5	Versicherungsmakler, Finanzmakler, Vertriebe, Financial Planner, Banken/Sparkassen; Mehrfachagenten über pma-Finanz-Service GmbH	x	x	x		2x pro Monat	k. A.
3	Versicherungsmakler			x	x	Direktanbindung	für Nichtmitglieder kostenfrei; Mitglieder Aufnahmegebühr 500 und Anteil 2.600 Euro
2	Versicherungsmakler, Banken/Sparkassen, A0-Vertreter auf dem Weg in die Unabhängigkeit		x	x	x	monatlich	nach Vertragslaufzeit; ab 201,- Euro monatlich
3	Versicherungsmakler, Vertriebe			x		monatlich	keine Kosten

## WAS VERTRIEBE VON MAKLERPOOLS ERWARTEN UND WIE SICH PARTNEROFFICE DARAUF EINSTELLT

Je nach rechtlichem Status, Unternehmensgröße und Kundenstruktur stehen Makler und Vertriebe vor ganz unterschiedlichen Herausforderungen, die nach individuellen Lösungen verlangen.

Darauf stellen wir uns mit einem Baukasten-System ein, bei dem nur berechnet wird, was unser Partner tatsächlich nutzt. Wir schaffen Entlastung im Tagesgeschäft durch ein exzellentes Backoffice, qualitativ hochwertige Dienstleistungen und technische Services. PartnerOffice kann Vermittlern alle Tätigkeiten abnehmen, die nicht zu deren Kerngeschäft gehören.

Neben kompetenten Expertenteams setzen wir auf unser Online-Portal Partnernet mit

anwenderfreundlicher Kunden-, Vertrags- und Vermittlerverwaltung, Reportingmöglichkeiten sowie zahlreichen Beratungs- und Analyse-Tools. Für Vertriebe leisten wir die ideale

Unterstützung: Abwicklung nach individuellen Anforderungen des Partners und Abrechnungen auch für komplexe Strukturen.

Dr. Ullrich Hammer, Vorstand der Partner Office AG, Köln



hig. Ob Maklerverwaltungsprogramm, Vergleichssoftware, Beratungsdokumentation oder Portfoliotools – der Bedarf von Maklern für diese Anwendungen steigt. Auf die Frage, welche Leistungen in Marketing und Vertrieb wichtig sind, setzten Makler Beratungssoftware sowie Vergleichsrechner an die oberste Stelle (Quelle: InnoValue Research 2008). Ein gut funktionierendes Maklerverwaltungsprogramm (MVP) ist das Herzstück eines Maklerbetriebes und unterstützt im besten Fall die komplette Prozesskette ohne Medienbruch. Nur drei von 28 Pools und Verbänden verzichten auf das Angebot eines MVP. Dabei setzen die meisten Unternehmen auf eigene Entwicklungen, aber es kommen auch bekannte Branchenlösungen zum Einsatz.

Elektronische Medien sind bei Maklern auf dem Vormarsch. Hoch in der Maklergunst stehen Online-Anträge für das Privatgeschäft sowie die Online-Tarifierung, hat das dvb Makler-Audit 2009 ermittelt. Danach nehmen der Download von Produktinformationen und Formularen sowie elektronische Bestandsinformationen Spitzenränge ein. Eine Ursache dafür ist mit

großer Wahrscheinlichkeit, dass der Gesetzgeber das Policenmodell abgeschafft hat. Dem Kunden müssen jetzt vor Antragstellung alle relevanten Informationen in Textform vorliegen und das ist nur mit elektronischen Unterlagen möglich. Pools und Verbände haben sich auf diesen Bedarf eingestellt; 19 der befragten Unternehmen bieten Online-Anträge für das Versiche-

rungsgeschäft an. Den Online-Formular-Service haben 23 von 28 Unternehmen in ihr Service-Angebot aufgenommen.

## Marketing und Vertriebsunterstützung

Für Maklerbüros, die sich kein eigenes Marketing-Know-how leisten, sind Marketing-Services wichtig. Große Pools wie die Jung, DMS & Cie. bieten umfangreiche Leistungen. Das Zauberwort heißt „Marketing on Demand“. Neben den klassischen Instrumenten Geschäftsdrucksachen, Büroausstattung und Werbematerial werden weitere Werbeformen wie Anzeigen-, Kino- und Plakatwerbung, Messen oder Pressearbeit auf professionellem Niveau geboten. Individualisierte Verkaufsunterlagen und Aktionspakete mit fertigen Mailings runden den Auftritt ab.

Für Call-Center-Dienstleistungen hat sich bislang nur ein Teil der Pools und Verbände entschieden. Während immerhin knapp die Hälfte der Unternehmen den Vertriebspartnern Inbound-Leistungen zur Verfügung stellt, bieten nur vier Outbound-Services an. Adressen potenzieller Kunden sind im Vertrieb im Wortsinn Geld wert und werden als „Leads“ gehandelt. Ein Teil der Makler nimmt die Unterstützung durch Lieferung von Leads gern an. Andere sind hingegen skeptisch oder mit der

## MEGATRENDS

Auf die Versicherungswirtschaft und Finanzdienstleistungsindustrie wirken Megatrends, denen sich keiner entziehen kann, ohne seinen Erfolg dauerhaft zu gefährden. Das Streben nach Transparenz, Fairness und Kundenorientierung ist ein solcher Trend. Die Finanzkrise hat nicht nur Vermögen, sondern auch das Vertrauen, gerade vieler Privatkunden, in die Leistungsfähigkeit unserer Industrie geschmälert. Bei dem Bemühen, dieses Vertrauen zurückzugewinnen, kommt dem Makler einer Schlüsselrolle zu. Unterstützt wird er dabei von leistungsfähigen Netzwer-

ken und Dienstleistern. Deren unbedingte Unabhängigkeit von Produktgebern ist Voraussetzung für seinen Markterfolg. Der Kapitalbedarf von Pools, gepaart mit der Bereitschaft, von Versicherern „Produktion“ zu kaufen, kann keine Begründung für falsche Kompromisse sein.

Hartmut Goebel, Vorstand GermanBroker.net AG



## INTEGRIERTE FINANZANALYSE VON JUNG, DMS & CIE.

Die Stimmung an den Finanzmärkten hat sich in den vergangenen Monaten ein wenig aufgehellt. Bei Anlegern herrscht allerdings noch große Unsicherheit, welche Produkte nicht nur eine zufriedenstellende Rendite, sondern vor allem auch zahlreiche Sicherheitsmerkmale aufweisen, um mögliche Verluste zu vermeiden. Einst funktionierende Diversifikationsstrategien haben in der Krise versagt und neue Portfoliostrukturen sind gefordert. Dementsprechend empfehlen wir verstärkt aktive Vermögensverwaltungsansätze, die Beimischung von Managed Futures und Laufzeit-Rentenfonds. Unter Volkswirten wird bereits über eine kommende erhöhte Inflation spekuliert. Daher rücken auch Inflati-

on-Linked Bonds stärker in den Fokus. Nach wie vor stark gefragt sind die DWS Riester-Rente und jüngst auch die Rürup-Rente von Allianz Global Investors.

Zur Unterstützung der Vorsorge-Beratung werden künftig immer mehr Programme zur integrierten Finanzanalyse mit automatischer Angebotserstellung eingesetzt werden.

John Schröder, Vorstand Admin & Finance der Jung, DMS & Cie. AG



Auswertung ihres eigenen Bestandes plus Empfehlungen bereits gut ausgelastet. Von den Befragungsteilnehmern bietet immerhin fast die Hälfte Leads an. Personalrekrutierung und Vorbereitung neu gewonnener Mitarbeiter auf die Sachkundeprüfung sind für kleinere Maklerbetriebe relativ aufwändig. Auch hier setzen Pools und Verbände an und unterstützen ihre Vertriebspartner in der Personalarbeit.

### Weiterbildung sichert Qualität

Bei Maklerpools und Verbänden sichert Weiterbildung die Qualität des Bestandes und ist wesentliches Leistungs- und Differenzierungsmerkmal. Neben der Qualifizierung vorhandener Vermittler dient das Qualifizierungsangebot dazu, neue Vertriebspartner zu gewinnen. Deshalb finden sich Angebote für wechselwillige Vermittler aus der Ausschließlichkeit im Programm. Auf dem Lehrplan stehen Einsteiger-Workshops, Management- und Mitarbeiterqualifizierung für Maklerunternehmen sowie Schulungen über Unternehmensführung und Nachfolgeregelung. Online-Schulungen sind im Vertrieb beliebt. Die Möglichkeit, via Internet Wissen weiterzu-

geben, setzt sich immer mehr durch. Die Vorteile für Veranstalter und Teilnehmer liegen auf der Hand: geringe Kosten, keine Fahrzeiten und optimale Zeitökonomie.

Ein weiterer Schritt zur Differenzierung ebenso wie für die Unterstützung der

## WAS AUS SICHT VON NETFONDS BEI MAKLERN IN DER KRISE BESONDERS GEFRAGT IST

In Krisenzeiten besinnt man sich auf das Wesentliche: die eigene Kernkompetenz. Was für den Berater gilt, gilt auch für den Pool. Als integrierter Dienstleister für Finanzmakler hat Netfonds über Jahre wichtige Kompetenzfelder aufgebaut. Makler nutzen unsere Abwicklungsdienstleistung, aber auch optional das Wissen und die Erfahrung qualifizierter Mitarbeiter. Die Kompetenz erstreckt sich ebenso auf rechtliche Bereiche, in denen Netfonds die Partner aktiv mit Informationen und Handlungsempfehlungen unterstützt.

Das NFS-Haftungsdach schafft den sicheren Rechtsrahmen für kundenorientierte Beratung über alle Produktklassen

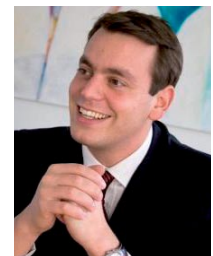
Vertriebspartner sind Zertifizierungen. Bislang ist dies hauptsächlich eine Domäne der Verbände. Die VEMA e. G. setzt ebenso wie Charta auf eine Verbundzertifizierung nach ISO 9001. Die Industrienorm DIN EN ISO 9001 ist ein Qualitätsmerkmal für private und gewerbliche Kunden. Sie stellt sicher, dass Unternehmen über ein gut funktionierendes Qualitätsmanagement verfügen, das transparente Abläufe, effiziente Prozesse, klare Ziele und messbare Ergebnisse gewährleistet. Doppelter Vorteil für zertifizierte Makler: Sie haben ihre betrieblichen Abläufe optimiert und können sich gleichzeitig gegenüber anderen Marktteilnehmern profilieren.

### Wer braucht ein Haftungsdach?

Ein zusätzliches Angebot von BCA, Fondskonzept AG, Netfonds und Jung, DMS & Cie. ist das Haftungsdach. Dieses braucht, wer Finanzanlagen vermittelt und über keine eigene Banklizenz verfügt. Für Vermittler ist der Gang unter das schützende Dach zwar im Vergleich zur Lizenz kostengünstig, aber nicht unumstritten. Makler fürchten, ihre Unabhängigkeit zu verlieren, weil sie

hinweg. Und gerade jetzt muss ein Pool Impulse für das Neugeschäft geben. Wir informieren über die Entwicklung an den Immobilien-, Zins- und Aktienmärkten. Dabei setzen wir auch auf Sparpläne mit Beitragsgarantie oder Investitionen in Sachwerte, wie unser Engagement bei der Solit Gold & Silber KG beweist.

Martin Steinmeyer, Geschäftsführer Netfonds GmbH



## IN DER KRISE BESTEHEN DURCH ZERTIFIZIERUNG

Die Industrienorm DIN EN ISO 9001.2008 ist ein wichtiges Qualitätsmerkmal für private und gewerbliche Kunden und schafft gerade jetzt ein Plus an Vertrauen, Kompetenz und Sicherheit.

Das gehört bei Vema zur Umsetzung:

- Regelmäßige Workshops für die interne Kommunikation,
- Systematische Erfassung aller Fehler und Verbesserungsvorschläge,
- Schulungsbedarfsanalysen und ein mitarbeiterbezogener Schulungsplan für eine stetige Weiterqualifizierung des Mitarbeiterstammes,
- Zeitnahes und messbares Erkennen von Wachstumschancen durch jährliche Mitarbeiter- und Kundenzufriedenheitsanalysen,
- Festlegen konkreter Qualitätsziele mit Maßnahmenkatalog, fester Verteilung der Zuständigkeiten und Erledigungsdatum,

- Regelmäßiger Austausch von Tools und kollegiale Kommunikation zwischen den Qualitätsbeauftragten der einzelnen Versicherungsmakler,

- Benchmarking der eigenen Qualitäts-Kennzahlen mit anderen zertifizierten Betrieben,

- Jährliche Audits durch Vema oder TÜV Süd sichern die Qualität und helfen bei Weiterentwicklung und Optimierung der Betriebsorganisation.



Andreas Brunner, Vorstand Vema

unter dem Haftungsdach per Gesetz gezwungen sind, ihr gesamtes Anlagegeschäft über den Haftungsgeber zu vermitteln.

Jung, DMS & Cie. ist der mit Abstand größte Anbieter und hatte Ende 2008 rund 560 gebundene Vermittler unter Vertrag. Andere Pools, die noch im letzten Jahr die Einrichtung eines Haftungsdaches planten, haben mittlerweile davon Abstand genommen. Die Maklerpools Invers und Fonds Finanz wollen ein Dach nur für den Fall errichten, dass die bislang noch erlaubnisfreie Vermittlung von Fonds und Beteiligungen genehmigungspflichtig wird. Für die meisten Makler spielt das Haftungsdach eine untergeordnete Rolle, wie auch das dvb Makler-Audit 2009 feststellte. Danach liefert es nur für 12,6 Prozent der Befragten einen Grund für die Zusammenarbeit mit Pools.

Die Beteiligung von vier Versicherern bei BCA hat die Diskussion neu angefacht: Kann ein Pool unabhängig bleiben, wenn Produktgeber in nennenswertem Umfang beteiligt sind? Die Reaktionen sind kontrovers. Zwei Drittel der Unternehmen spre-

chen sich dagegen aus. Es gibt zwei Lager: Unternehmen, die von Produktgebern gegründet wurden oder an denen Produktgeber eine Beteiligung halten und auf der anderen Seite Pools und Verbände, bei denen das nicht der Fall ist. Dementsprechend fallen die Antworten aus. Als größte Gefahr gilt Kritikern der Verlust der Unabhängigkeit. Pools, an denen Produktgeber beteiligt sind, sehen hingegen ihre stärkere Kapitalbasis als wesentlichen Vorteil an. Ob de facto eine Beteiligung vorliegt, ist generell nicht so leicht auszumachen. Denn Abtretungen, Sicherungsübereignungen oder Vorauszahlungen auf künftige Courtagen etc. werden selten öffentlich. Auch Pools unterliegen der Stornohaftung; allein die Rückforderung nicht verdienter Courtage-Anteile bei Storni kann zu erheblichen Verbindlichkeiten führen.

Der Markt ist in Bewegung, eine Konsolidierungsphase steht an. Beteiligungen und Übernahmen werden zunehmen. Ein gutes Beispiel dafür ist Jung, DMS & Cie. Das Unternehmen übernahm 2007 den Gamax-Brokerpool. Konzernmutter von

Jung, DMS ist die Aragon AG, an der Credit Suisse mit acht Prozent und seit 2008 der Axa-Konzern mit 25,01 Prozent beteiligt sind. Aragon wiederum plant, auch durch Zukäufe zu wachsen. Der Wiesbadener Finanzkonzern hat durch eine Kapitalerhöhung über acht Millionen Euro flüssiggemacht, die vor allem für Akquisitionen im Vertrieb genutzt werden sollen. Davon wird auch Tochter Jung, DMS profitieren, die bereits im Segment Haftungsdach durch Zukauf der DVV (DBV Vermittlungsgesellschaft mbH für Versicherungen und Vermögensbildung) und Kooperationen kräftig gewachsen ist. Weitere Einkäufe sind erwünscht, und Jung, DMS will als Treiber im Konsolidierungsprozess agieren. Dabei kann eine Consulting-Einheit des Unternehmens nützlich sein, die im Frühjahr an den Start gegangen ist.

## Beteiligungen und Konsolidierung

Jüngstes Beispiel für Kooperationen ist die Bardo Vertriebs-GmbH, ein Zusammenschluss von Dr. Maasjost & Collegen AG, Consensus, Conzeptra, Maxpool, Finanz-Zirkel, BAV Beratungsgesellschaft (BVV) sowie der Value Experts Vermögensverwaltung. Die Zusammenarbeit auf Verwaltungsebene habe bereits begonnen, die Integration auf Einkaufs-, Service- und IT-Ebene sei eingeleitet, heißt es. Das Beispiel zeigt, wo viele Pools der Schuh drückt: Administration und IT kosten Geld, das bei stagnierender oder rückläufiger Produktion und sinkenden Beständen knapp wird. Dennoch müssen Services einen akzeptablen Standard halten, damit der Dienstleister für seine Vertriebspartner attraktiv bleibt.

Kooperationen sind ein intelligenter Ansatz, dieses Dilemma zu lösen. Allerdings „menschelt“ es oft: Wer gibt den Ton an, wessen Standards werden übernommen, wer repräsentiert den Zusammenschluss in der Öffentlichkeit? Auch wenn die geschäftliche Ausrichtung passt, sind Kooperationen mancher Belastungsprobe ausgesetzt.

Im Umfeld von Maklerpools und Verbänden gibt es Bewegung, nicht nur als Folge der Konsolidierung, sondern es treten auch neue Akteure an.

■ Ökorenta hat den ersten Maklerpool für nachhaltige Versicherungs- und Finanzprodukte, die Ökorenta Finanz AG, initiiert. Partner sind die Versicherer Barmenia, Münchener Verein und Volkswohl Bund. Die Chancen für einen ökologisch ausgerichteten Pool sieht Ökorenta-Gründer Tjark Goldenstein darin, dass inzwischen bei mehr als der Hälfte aller Versicherungskunden ethisch-ökologische Kriterien bei der Kapitalanlage ausschlaggebend seien.

■ Erst sah es danach aus, als sei finmap, 2008 von der Volz-Gruppe gegründet, auch ein Maklerpool. Auf der Homepage ist zu lesen: „finmap ist weder ein Pool. Noch ist finmap eine Plattform. Noch ein bloßer Online-Abwickler. finmap ist vielmehr die nächste Evolutionsstufe des klassischen Back- und Frontoffice-Abwicklers.“ Was darunter zu verstehen ist, konnten wir nicht in Erfahrung bringen, da sich das Unternehmen nicht an unserer Befragung beteiligt hatte. Nun scheint sich finmap aus dem Maklermarkt zurückgezogen zu haben, wie „Das Investment“ im Zusammenhang mit dem Weggang von Vertriebsgeschäftsführer Carsten Möller berichtete.

■ Im Umfeld von Pools will sich künftig die VFVG GmbH & Co. KG als Konzeptmakler (Produktmanagement) und IT-Dienstleister (Software-Abwicklung) bewegen. Neben IT-Lösungen stehen die Übernahme des Produktmanagements, Unterstützung bei Umdeckungsaktionen, technische Umsetzung einer Schnittstelle zur vorhandenen Bestandsverwaltungs-Software sowie eine Online-Plattform auf der Agenda.

■ Bereits längere Zeit am Markt ist der Finanzdienstleister Four Gates, der mit den Feldern Assekuranz und Allfinanz, Immobilien/Investments, Asset Management sowie Leasing eine breite Produktpalette bietet. 2008 hat Four Gates einen Maklerverbund gegründet, der den vorhandenen Vertrieb ergänzen soll.

Four Gates belegt den Trend zur Diversifizierung der Vertriebskanäle, der auf Synergien und Skaleneffekte setzt. Diese Entwicklung zeichnet sich auch bei anderen Unternehmen ab. Mittlerweile stehen Vertriebe bei mehr als der Hälfte der befragten Unternehmen auf dem Wunschzettel für Vertriebspartner. Das ist betriebswirtschaftlich sinnvoll und führt zu Effizienzvorteilen sowie zur intensiveren Nutzung der vorhandenen Infrastruktur wie beispielsweise IT. ■

# Sicher. Günstig. Gut.

Das **IDEAL** SterbeGeld *kompakt*

**Versicherungsschutz**  
schon ab **4,39 €** im Monat

## ■ Bestattung – das oft unterschätzte finanzielle Risiko

Gerade in wirtschaftlich turbulenten Zeiten achten Ihre Kunden verstärkt auf ihre Finanzen. Günstige Preise werden vor allem wahrgenommen.

Mit dem **IDEAL SterbeGeld kompakt** bieten wir neu ab September 2009 auch für Ihre preissensiblen Kunden Vorsorge für den Fall der Fälle und Entlastung für die Angehörigen.

- unschlagbar günstige Beiträge
- lebenslanger Versicherungsschutz
- ohne Gesundheitsfragen

Wollen Sie mehr erfahren? Sie erreichen uns unter **01802/ 433 255** (6 ct/Anruf – aus dem Mobilfunknetz max. 60 ct/ Anruf) oder über [www.ideal-versicherung.de](http://www.ideal-versicherung.de)