

INFINUS GRUPPE erwartet Rekordergebnis für 2009

(ac) Die INFINUS GRUPPE aus Dresden rechnet nach eigenen Angaben auch im Jahr 2009 mit einem erneuten Umsatzrekord. INFINUS Vertrieb & Service AG Vorstand Dr. Keywan Kadkhodai erwartet für den Allfinanzvertrieb einen Zuwachs im zweistelligen Bereich. Auch Jens Pardeike, Vorstand des INFINUS AG Finanzdienstleistungsinstituts, meldet eine durchweg positive Entwicklung. So konnte das Wertpapierhandelshaus im Jahr 2009 seine gute Position unter den deutschen Haftungs-dächern dank hoher Beratungsqualität und Kontinuität weiter ausbauen. ■ 21291

Neuer Internetauftritt für AMEXPool

(ac) Mit einer komplett überarbeiteten Website präsentiert sich die AMEXPool AG seit kurzem im

Internet. Von dem Internetkonzept sollen vor allem die an den Versicherungsmaklerpool angebotenen Vermittler profitieren. Ein Online-Vergleichsrechner erleichtert dabei die Auswahl des passenden Deckungskonzeptes im privaten Kompositbereich, während das eingebundene Bestandsdatenportal die gesamte Abwicklung des Tagesgeschäftes vereinfachen soll. Diverse Online-Tarifrechner sowie die Abbildung des kompletten AMEX-Tarifbuchs in elektronischer Form ermöglichen den Vermittlern, auf sämtliche Unterlagen zu den jeweiligen Konzepten jederzeit zuzugreifen. Auch die Vertragsdaten der Kunden, Courtagerechnungen sowie Informationen zu Schäden und Rechnungen können jederzeit online abgerufen werden. Zusätzlich gibt es jetzt einzelne Berechnungsmöglichkeiten für jeden AMEX-Rahmenvertrag in der Kfz-Sparte. ■ 21310

BCA: Neuer Service zur Erstellung einer Kunden- zeitschrift für Vermittler

(ac) Vertriebspartner der BCA können mit Unterstützung einer webbasierten IT-Lösung des Bad Homburger Maklerpools ihre eigene Kundenzeitschrift herausgeben. Hierzu stellt BCA Artikel online zur Verfügung, die dann vom angebotenen Vermittler zu einem individuellen „finanztelegramm“ zusammengestellt werden können. Direkt im eShop des finanztelegramms bestimmt der Makler menügeführt, wie die eigene Ausgabe aussehen, konfektioniert oder auch versandt werden soll. Pro Erscheinungstermin steht jeweils eine Investment- und/oder eine Versicherungs-Version zur Auswahl. Der Makler kann sein Firmenlogo und ein Editorial integrieren. Weitere Informationen zu dem neuen Service gibt es im Internet unter www.fintel.bca.de. ■ 21255

ZEUS erweitert Zielgruppe – Beratungsschwerpunkt jetzt Familien

(ac) Die 1974 gegründete ZEUS Unternehmensgruppe hat sich bisher auf die Vorsorge junger Menschen konzentriert. Nun weitet der Vertrieb sein Spektrum auf die Absicherung der ganzen Familie aus und will weitere Vertriebspartner gewinnen.

Nachgefragt bei Klaus John, Vorstand und Geschäftsführer der ZEUS Unternehmensgruppe

AssCompact: Herr John, warum erfolgt der Wechsel in Ihrer Geschäftsstrategie?

Klaus John: Seit mehr als 35 Jahren hat ZEUS seine besondere Kompetenz im Vorsorgemarkt für junge Menschen erfolgreich herausgestellt und in diesem Segment Vorreiterfunktion im Markt der Assekuranz übernommen. Bei der durchgeführten Neuausrichtung in diesem Jahr spielten vor allem die demografische Entwicklung unserer Gesell-

schaft sowie die Anforderungen des Marktes eine Rolle. Die Menschen werden immer älter, sodass der Wunsch nach einer ganzheitlichen Versorgung immer größer wird. Mit der Erweiterung unseres Leistungsspektrums auf die ganze Familie reagieren wir auf den konkreten Bedarf des Marktes. Somit erhalten wir unsere Wettbewerbsfähigkeit und bleiben zukunftsträchtig.

AC: Welche Bereiche deckt Ihr Angebot nun genau ab?

KJ: Eine elementarere Erneuerung unseres Produktportfolios ist sicherlich die neue strategische Ausrichtung von ZEUS als Spezialist der Einkommenssicherung – und das nun mit Fokus auf die ganze Familie. Erfolgsansatz ist eine ganzheitliche Beratung mit dem Ziel, das momentane Einkommen insbesondere junger Familien auch für die Zukunft abzusichern. Wir bieten klare Handlungskonzepte für unsere Kunden. Mittelpunkt unserer Beratung ist die Absicherung von Berufsunfähigkeit oder Unfall. Unser USP

ist nicht wie am Markt üblich die Altersvorsorge mit Bausparen und Kapitalanlage, sondern wir sind weiter der erfolgreiche Spezialist für Einkommenssicherung.

AC: Planen Sie, künftig noch weitere Zielgruppen anzusprechen?

KJ: Wir pflegen nachhaltig unsere rund 270.000 Kundenbeziehungen und begleiten unsere Kunden von Geburt an, in allen Lebensabschnitten – generationsübergreifend. Und das soll auch die weiteren 35 Jahre so bleiben.

AC: Sie sind eine 100%ige Tochter der Versicherungsgruppe Deutscher Ring. Gibt es weitere Produktpartner? Und bleibt Ihre strategische Ausrichtung als Mehrfachagent bestehen?

KJ: Neben dem Deutschen Ring vor allem noch die Continentale. Daneben haben wir noch weitere namhafte Versicherer im Angebot. Wir wollen uns weiterhin als Mehrfachagent positionieren.