

Viele Köpfe, viele Meinungen!

Das Jahr 2010 neigt sich mit großen Schritten dem Jahresendgeschäft entgegen. Eng mit dem Erfolg eines Produktanbieters ist das Thema Vertrieb verbunden. Wie war die Zusammenarbeit?

Die Versicher waren im Großen und Ganzen zufrieden. So können die privaten Krankenversicherer, aufgrund der kürzlich gesetzlich veränderten Wechselvereinfachungen für gut verdienende gesetzlich Versicherte sicher nicht klagen und verteilen derzeit leckere Sondervergütungen an den Vertrieb, um noch einmal das Neugeschäft anzukurbeln. Festzuhalten gilt es: Versicherungen laufen erfahrungsgemäß gut im Vertrieb! **Im Bereich der geschlossenen Fonds stehen die Zeiten langsam wieder auf Wachstum.** Einige Assets, wie zum Beispiel das Thema Nachhaltigkeit, laufen bereits sehr gut, andere, wie das Thema Schiffe, haben sich konsolidiert. Auffällig ist jedoch, wie

positiv die Anbieter reagieren. Keine übermotivierten selbstbeweihräuchernden Worte sind da zu hören, nein, absolut kritische und offene Statements erhält man von den Emissionshäusern. Und vermehrt hört man von Vertriebsseite sehr positive Resonanzen, wie sehr die Emissionshäuser um optimierte Vertriebsunterstützung bemüht sind. Weiter so! **Und was sagen die Banken bzw. die Investmenthäuser?** Die Analysten befürchten einen Währungskrieg zwischen den USA und China und betrachten mit Sorge die Dinge, die sich da rund um Euro-Land (Irland, Griechenland, Portugal, Italien und Spanien) abspielen. Wie geht's weiter mit dem Euro? Und obwohl die ökonomischen Vorzeichen nicht gera-

de rosig aussehen, bleiben die Aktienkurse beständig hoch.

Summa summarum: Viel Arbeit für die Berater. Was derzeit jedoch laut Vertrieb gut läuft, sind Produkte aus dem sicheren Hafen: Gold, Silber und Platin sind auf den Jahreshöchstständen; Rohstoffe, wie Weizen, Baumwolle etc. boomen. Über alle Bereiche hinweg wünscht sich der Vertrieb, nebst guten Produkten, vor allem eine gezielte und professionelle Vertriebsunterstützung durch die Produktgeber. Besonders in Krisenzeiten zeigt sich, ob man sich auf einen Partner verlassen oder ob man *ihn* verlassen kann. ■

Marc Oehme



Dr. Keywan Kadkhodai
Vorstand INFINUS Vertrieb & Service AG

Das Jahr 2010 war für die INFINUS GRUPPE das bisher erfolgreichste Jahr der Unternehmensgeschichte. Zu unserem Erfolgsrezept gehören Orientierung und Sicherheit für Berater und Kunden, verbunden mit einer breiten Produktpalette inklusive hauseigener Produkte. Zusätzlich bietet die INFINUS mit Deutschlands erstem Dachpool den Zugriff auf die Serviceleistungen mehrerer Pools und somit auf die besten Produkte am Markt. Die große Nachfrage und sehr positive Resonanz bestätigten, dass wir uns mit diesem Konzept am Puls der Zeit befinden. Im kommenden Jahr soll der Dachpool perfektioniert werden. Ebenfalls auf der Agenda 2011 stehen die Verstärkung der Unternehmensbeteiligungen und der Ausbau der hauseigenen Produktreihe. Wir konzipieren gemeinsam mit Produktpartnern fortlaufend neue, zeitgemäße Produkte, welche exklusiv über INFINUS angeboten werden. Auch 2011 rechnen wir mit gesundem, kontinuierlichem Wachstum.



Helmut Kriegel
Vorstand maklermanagement.ag

„Die Stimmung ist besser als die Lage!“ So könnte man den Jahresausklang 2010 beschreiben. Von Maklern hören wir, dass ihre Kunden weiterhin sehr zurückhaltend sind, langfristige Verpflichtungen einzugehen. Umso wichtiger ist es, zu fragen, welche Unterstützung unsere Kunden, die Makler, benötigen. Wir sind überzeugt, dass es nicht ausreicht, die Geschäftspartner allein mit guten Produkten auszustatten. Für uns ist es daher der Dreiklang aus modernen Produktlösungen, einem maklergerechten Service und einer praxisnahen Vertriebsunterstützung, der für den Makler zum Erfolg wird. Als Vertriebs-service-Gesellschaft richtet sich unser Fokus auch weiterhin darauf, Makler darin zu unterstützen, produktiv zu arbeiten, ihre Kunden auf hohem Niveau zu beraten und gleichzeitig eine bessere Abschlussquote für sich erzielen zu können. Insofern sind Makler auch in schwierigen Zeiten mit der maklermanagement.ag gut aufgestellt.



Walter Klein
Geschäftsführender Gesellschafter ASG
AssecuranzService GmbH & Co. KG

Die Qualität des Supports variiert stark. Bewährt ist die vertriebswegsbezogene Betreuung, also die Spezialisierung der Serviceabteilungen auf unterschiedliche vertriebliche Ausrichtungen. Bei der Technik sehen wir massiv Verbesserungsbedarf: Ein einheitlicher „Datenstrom“, der für die unkomplizierte Policierung und Abrechnung nötig ist, existiert kaum. Wir müssen diese Probleme auf eigene Kosten lösen. Die genannte Technik-Lösung von allen relevanten Produktgebern wäre sehr wichtig. Beim Thema „Imageverbesserung der Versicherungs- und Finanzwirtschaft“ ist noch viel Luft nach oben. Die Produktgeber sollten durch gezieltes Marketing und PR gemeinsam mit der Branche daran arbeiten, das Image zu verbessern. Kommuniziert werden muss, dass sich eine Trendwende vom Versicherungsvertreter hin zum qualifizierten Finanzberater vollzogen hat.



Dr. Rolf Wiswesser
Geschäftsführer für Partner- und
Produktmanagement AWD Holding

Die qualifizierte Beratung ist bei AWD das Fundament für nachhaltiges Geschäft. Um dies zu unterstützen, liegt ein zukünftiger Schwerpunkt auf der gemeinsamen Entwicklung von Produktinnovationen in der Altersvorsorge. In einem herausfordernden Marktumfeld kommt hierbei einer risikogerechten und transparenten Beratung eine immer wichtigere Rolle zu. Ein zweiter Schwerpunkt liegt auf der Schaffung von noch schlankeren Prozessen und elektronischen Schnittstellen. Hierbei benötigen wir ganz besonders die Unterstützung unserer Partner. AWD misst jährlich die Zufriedenheit des Vertriebs mit dem Service der rund 170 Produktpartner. Grundsätzlich wird die Unterstützung positiv bewertet. Gute Ergebnisse sind aber kein Lorbeerkrantz, auf dem man sich ausruhen kann. Wichtig ist das beständige Streben nach Verbesserung.