



Michael Lorch (1,68 m), Dynamo Dresden, bringt Oliver Gießen (2,08 m), Rot-Weiss Ahlen, in Bedrängnis.

Kleine und mittlere Vertriebe

Keine Angst vor den **Großen**

Sie stehen oft im **Schatten großer Mitbewerber**, dabei verfolgen viele von ihnen flexible, erfolgreiche Strategien im Finanzvertrieb. Kleinere Vertriebe sind das **Rückgrat der Branche**. **Cash** berichtet.

Oliver Lepold

Lepold@cash-online.de

Das Who's Who der Branche wird vom Markt stets ungeduldig erwartet – die große Marktübersicht der Finanzvertriebe (siehe **Cash** 7-8/2006). Rund 150 deutsche Finanzvertriebe sind dort mit ihren Provisionserlösen und Mitarbeiterzahlen aufgeführt. Ein Blick auf die mittleren und hinteren Plätze der **Cash**-Hitliste ist aufgrund differenzierter Konzepte und Erfolgswege dabei meist wesentlich spannender als die vorherrschbare Ge-

schäftsentwicklung großer Organisationen. Aus diesem Grund hat **Cash** alle an der Umfrage beteiligten Finanzvertriebe (außer Maklerpools), deren Beraterzahl ohne Backoffice zwischen fünf und 50 liegt, in einem eigenen Ranking zusammengefasst (siehe Tabelle Seite 130).

Markt noch nicht ausgeschöpft

Wenig Zahlen- und Faktenmaterial gibt es zum Vergleich von kleinen und großen Vertrieben respektive den unabhängigen Einzelkämpfern (nach dem englischen „Independent Financial Advisor“ mit IFA abgekürzt) und Strukturvertrieben. Eine aktuelle Umfrage der JPMorgan Asset Management, Frankfurt, unter 150 Vermögensverwaltern und Finanzberatern liefert eine Momentaufnahme des IFA-Marktes und versucht dabei, einige der erwähnten Lücken zu schließen.

„Der Markt für unabhängige Finanzberatung ist bei weitem noch nicht

ausgeschöpft“, konstatiert **Christoph Bergweiler**, Leiter Distribution Sales JPMorgan Deutschland. So empfinden laut Studie die freien Berater untereinander einen geringen Wettbewerbsdruck, lediglich 16 Prozent sehen ihre Kollegen als direkte Konkurrenten an, am ehesten werde noch der Bankvertrieb als Rivale betrachtet (siehe Grafik). Die großen Strukturvertriebe spielen in dieser Konkurrenzbeurteilung kaum eine Rolle.

Die kleineren Vertriebsorganisationen beanspruchen eine Reihe von Vorteilen gegenüber ihren sehr viel größeren Mitstreitern. „Wir leben im Unterschied zu den Großvertrieben den ganzheitlichen Beratungsansatz“, sagt **Ingo Butzbach**, Vorstand der Global Vermögensberatung AG, Wiesbaden, selbstbewusst. Anderslautende Verlautbarungen der Großen würden sich schnell in Schall und Rauch auflösen, wenn Stornoquoten und Mitarbeiterfluktuation betrachtet würden – so sie

Fotos: freelens pool, Teufel equity partner, GmbH

denn überhaupt ehrlich bekannt gegeben würden.

Viele kleine Vertriebe reklamieren ferner, sich flexibler und schneller auf Marktveränderungen einzustellen, da sie oftmals von der Produktpalette breiter und unabhängiger aufgestellt seien. „Produkte und Produktlinien großer Vertriebsorganisationen werden, selbst wenn sie nicht zu Versicherungskonzernen oder Banken gehören, oftmals durch hohe Provisionsdifferenzen gesteuert, damit von Produktgebern maximale Vergütungen oder Sachleistungen fließen“, so Butzbach weiter.

Flexibler und näher am Kunden

In der Produktbeschaffung sieht auf andere Weise auch **Roman Teufl**, Geschäftsführer Teufl equity Partner GmbH, Forstinning, eine Stärke der Kleinen. „Speziell im Bereich geschlossene Fonds können wir individuelle Produkte besser auf einen begrenzten Kundenkreis zuschneiden“,

All diesen Vorteilen stehen allerdings eine Reihe struktureller Nachteile gegenüber. Die im Vergleich zu den größeren Konkurrenten niedrigere Eigenkapitalausstattung und der geringere Gesamtumsatz können zu Liquiditätsproblemen führen, insbesondere wenn die Qualität der kaufmännischen Leitung zu wünschen übrig lässt.

„Mankos sind in der Regel die Kapitalausstattung und die Infrastruktur“ stellt Roman Teufl fest. Zu Letzterer gehören insbesondere die Aufwendungen für die EDV-Unterstützung, ohne die Finanzberatung heutzutage kaum noch als professionell angesehen wird.

„Eine manuelle Auswertung der Finanzanalyse beim Kunden ist per se nicht schlechter, leider verbindet man in Deutschland eine gute Beratung oftmals automatisch mit einer professionellen computergesteuerten Auswertung“, beklagt Global-Vorstand Butzbach. Diese koste kleine Unternehmen mitunter unverhältnismäßig viel Geld.

Manko beim Networking

Marktteilnehmer überschaubarer Größe verfügen darüber hinaus in der Regel über weniger Power bei der Öffentlichkeitsarbeit und auch beim Networking. „Beim Vergleich von kleineren, mittleren und größeren unabhängigen Finanzberatern fällt auf, dass erfolgreiche Finanzberater mit höherem Finanzvolumen – ab zehn Millionen Euro – wesentlich mehr Wert auf gute Kontakte zu Steuerberatern, Wirtschaftsprüfern und Rechtsanwälten legen“, zitiert Bergweiler die JPMorgan-Studie. Diese Berufsgruppen seien als Multiplikatoren für mehr als ein Drittel der befragten Berater wesentlich für die Neukundengewinnung.

Weitere Kennzeichen größerer freier Vertriebe: Markenpflege, die Überwachung und das Risikomanagement der Kundenportfolios genieße höhere Bedeutung. „Auch das Angebot von Produktinformationen und ein professioneller Webauftritt spielt für größere Beratungsunternehmen eine wichtigere Rolle als für kleinere“, so Bergweiler weiter. Dort gebe es noch viel Optimierungspotenzial.

Doch was den Zukauf von Know-how und Vertriebssupport betrifft, bestehen erhebliche Meinungsunterschiede in der Zielgruppe. „Wir haben in fast 30 Jahren zum Beispiel auf den Feldern Software und Personal mit vielen Dienstleistern zusammengearbeitet. Resümee: Externe Beratungsleistungen stehen selten in einer vernünftigen Relation von Kosten und Nutzen“, kritisiert Ingo Butzbach. „Wir greifen, so oft es geht, auf externe Hil-

Wettbewerber freier Berater



Angaben in Prozent, Mehrfachnennungen möglich

Quelle: JPMorgan Asset Management Studie

so Teufl. Die oftmals vorhandene Spezialisierung kleiner und mittlerer Vertriebe sei dabei ein Vorteil.

Ein weiterer nicht zu vernachlässigender Punkt ist die größere Nähe zum Kunden durch eine persönlichere und individuellere Ansprache durch die Berater. „Die Entscheidungsträger im Vertrieb weisen durch den teilweise direkten Bezug zu den Kunden eine viel höhere Marktsensibilität auf“, erläutert **Martin Sakraschinsky**, Vorstand factum Immobilien AG, Dresden, einem Spezialvertrieb für Immobilien.

Flachere Hierarchien ermöglichen nahen Kontakt zu wichtigen Mitarbeitern und flexible, kurze Entscheidungswege, weniger Fluktuation und damit meist auch ein positives Betriebsklima.

Starke Power für Ihr Neugeschäft!



Abschlußquote erhöhen und im Jahresendgeschäft richtig Gas geben!

Factoring ist die optimale Unterstützung für den Vertrieb im Bereich Investmentanlagen. Mit dem Ankauf von LVs, RVs und Bausparverträgen ab nur 1000 € Rückkaufswert bieten wir Ihnen eine attraktive Komplettlösung.

- Einfacher Weg zum Wechsel der Anlageform
- Ankauf bereits ab 1000 Euro Rückkaufswert
- Ankauf aller deutscher und österr. Verträge
- Keine Fristen und Wartezeiten
- Kein umfangreicher Papierkram
- Todesfallschutz kann erhalten bleiben
- Überprüfung des Rückkaufswertes
- Abwicklung und Überweisung des Rückkaufswertes innerhalb von ca. 20 Tagen
- Überweisung wahlweise auf Kundenkonto oder Einzahlungskonto der neuen Anlage
- Stornoquote senkt sich um bis zu 50%

Wenn Sie im Jahresendgeschäft richtig durchstarten möchten:

PACTA Invest
Hotline 0871 / 92300-14
www.pacta-invest.de



„Sie müssen kein Anwalt sein, um Kindern ihre Rechte zu sichern.“

Franziska Reichenbacher
TV-Moderatorin und Botschafterin des Deutschen Kinderhilfswerks



Auf die Kinder kommt es an.

Jetzt Mitglied werden
Tel. 030 - 308 693-23

Kleine und mittlere Vertriebe

mit einer Anzahl von Beratern zwischen fünf und 50

Rang	Gesellschaft/Finanzvertrieb (Allfinanzvertrieb, falls nicht durch Fußnote näher spezifiziert)	Provisionserlöse 2005 in Mio. Euro	Veränderung zu 2004 in Prozent	Veränderung zu 2003 in Prozent	Anzahl der Mitarbeiter ¹⁾	Telefon	Internet www.
1	Hartmann u. Partner GmbH & Co. KG, Rendsburg	15,40	+10,0	+28,3	40	04331/59010	hartmann-und-partner.de
2	ForumFinanz AG, Bonn	8,50	-15,0	k.A.	22	0228/62920	forumfinanz.de
3	terraplan Immob. u. Treuhandges. mbH, Nürnberg ²⁾	8,00	+33,3	+33,3	50	0911/935760	terraplan.info
4	factum Immobilien AG, Dresden ²⁾	7,03	+50,9	+129,7	16	0351/3108821	factum-ag.de
5	IMAC GmbH & Co. KG, Leonberg ²⁾	5,09	+16,2	+47,1	19	07152/926280	imac-immobilien.com
6	Immo Vesta GmbH, Berlin ²⁾	4,80	+14,3	k.A.	23	030/8938170	immo-vesta.de
7	AVA AG, Grünwald	4,20	-2,3	+2,4	42	089/4195950	ava-ag.de
8	Eura AG, Mannheim	3,73	-9,0	+3,6	35	0621/418910	aura-finanz.de
9	Porath Consult GmbH & Co. KG, Neuwied ³⁾	3,70	+48,0	+85,0	21	02631/97730	porathconsult.de
10	Profi-Partner AG, München ²⁾	3,64	+46,8	+57,6	28	089/514150	profi-partner.de
11	dima24.de GmbH, Unterföhring	3,40	+47,8	+198,2	25	0800/2425000	dima24.de
12	Nowinta GmbH, Aalen	3,10	-7,5	+67,6	26	07361/91230	nowinta.de
12	Eura AG, Mannheim	3,10	-24,4	-13,9	35	0621/418910	aura-finanz.de
14	Global Vermögensberatung AG, Wiesbaden	2,98	+4,2	+20,2	42	0611/58010	global-gruppe.de
15	Top-Gesellschaft für Investmentber. AG, Itzehoe⁴⁾	2,90	+7,4	+31,8	8	04821/67930	top-invest.de
16	UDI GmbH, Nürnberg	2,70	+17,4	+42,1	8	0911/9290550	udi-online.de
17	Teufl equity partner GmbH, Forstinning	2,13	+50,0	+373,3	40	08121/223890	teufl.com
18	Fonds Laden Gesellsch. f. Anleger mbH, München	2,10	+7,7	+20,0	9	089/7409906	fonds-laden.de
19	BSC Neutrale Allfinanz-Vermittl.-GmbH, Kronach	2,00	-11,1	+62,6	37	09261/962860	bsc-gmbh.com
20	Plan F AG, Stuttgart	1,91	-26,0	+15,8	13	0711/7220770	planf.de
21	die FinancialArchitects AG, Geislingen	1,90	+140,5	k.A.	25	07433/2608223	die-fa.de
22	fin@nzoptimierung.de GmbH, Northeim ⁵⁾	1,82	-9,0	k.A.	16	05551/914100	finanzoptimierung.de
23	Mira GmbH & Co. KG, Buxtehude ³⁾	1,52	-17,4	+24,6	6	04161/593310	mira-anlagen.de
24	Hesse & Partner GmbH & Co., Bremen	1,50	+50,0	+63,0	9	0421/499820	hesse.de
25	Colonial Consulting GmbH, Bad Segeberg	1,35	-12,3	+35,0	43	04551/96976	colonial-consulting.de
26	ofg Finanzdienste AG, Weinheim ³⁾	1,30	+30,0	+136,4	15	06201/94510	ofg.de
27	Magnus-Plan AG, Braunschweig	1,24	-18,4	+45,9	35	0531/256860	magnusgroup.de
28	Win Cap Finanzdienstleistungen EK, München ²⁾⁶⁾	1,23	k.A.	k.A.	33	089/124730	wincap.de
29	Hanse-Allfinanz Vermittlungsges. mbH, Rostock	1,16	-24,7	-8,7	25	0381/405370	hanse-allfinanz.de
30	finax Finanzplanung GmbH, Hannover	1,15	-1,7	+53,3	48	0511/85626920	finax.de
31	Finanz-, Beratungs- u. Vermittl. GmbH, Oberkirch	1,10	-8,3	-4,3	21	07802/925290	fbv.de
32	Heberle und Kollegen Limited, Rostock ³⁾	1,10	+37,5	+57,1	27	0381/3779810	heberle-kollegen.de
33	MRP GmbH Wirtschaftsberatung, Stuttgart ²⁾	1,00	0,0	0,0	6	0711/4890790	mrp-gmbh.de
34	Kaiser & Partner GbR, Erfstadt	0,95	+11,8	-50,0	8	02235/92540	versicherungsgutachter.de
35	Korpuhn & Partner GmbH, Marl	0,85	+13,3	+30,8	50	02365/43700	korpuhn.de
35	PRO Quest GmbH, Berlin ³⁾	0,85	+21,4	+112,5	33	030/85406170	proquest-akademie.de
37	F.I.P. Finanzm. GmbH & Co. KG, Benediktbeuern ³⁾	0,80	-20,0	0,0	20	08857/89990	maxifo.de
38	Rolf Flaake Vermögensberatung, Bielefeld ³⁾	0,73	+21,7	-2,7	6	0521/164880	rolffaake.de
39	Regensburger Beratungsforum GmbH, Regensburg	0,65	-70,5	+1,6	13	0941/208240	rebufo.de
40	Finsys Finanzsystem GmbH, Kaufbeuren	0,64	-54,6	k.A.	25	08341/960200	finsys.de
41	H. Kausch GmbH, Berlin ²⁾	0,50	-16,7	-28,6	15	030/20645595	kausch-gmbh.de
42	Aureum Consilium GmbH, Aalen	0,47	+6,8	+1075,0	23	07361/969350	au-con.de
42	GVK Gesell. f. innov. Verm.konzepte, Abensberg	0,47	-9,6	+17,5	9	09443/6511	gvk-online.de
44	Pro Vision Group GmbH, Wittenberg/Luth.	0,42	+121,1	+320,0	9	03491/429893	pro-vision-group.com
45	HK Finanz-Vermittlung GmbH, Pulheim	0,24	+9,1	+33,3	6	0221/2408942	hk-finanz.de

Grüne Zahlen stehen für testlerte Ergebnisse. ¹⁾ in der Regel haupt- und nebenberufliche Berater ohne Backoffice ²⁾ Spezialvertrieb Immobilien/-finanzierung ³⁾ Spezialvertrieb geschlossene Fonds ⁴⁾ Spezialvertrieb Investmentfonds ⁵⁾ Zahlen geschätzt ⁶⁾ Neugründung in 2005

fe zurück“, sagt hingegen **Walter W. Kaiser**, Geschäftsführer Kaiser & Partner GbR, Erfstadt, „allerdings muss sie sich gerade im IT-/Softwarebereich rechnen.“ Derzeit sucht er ein Unternehmen, das geeignete Handelsvertreter als neues Berater vermittelt.

„Von kleinen Vertriebsplayern wird vor allem das Führungcoaching nachgefragt, dazu gehört auch die Hilfe bei der Betreuung und Aktivierung neuer Handelsvertreter“, bestätigt **Thomas**

Münzel, Geschäftsführer Newbizz Unternehmensberatung, Hamburg, der eine große Bandbreite an Support-Dienstleistungen für Vertriebe anbietet.

EDV-Unterstützung bei der Installation und Einarbeitung in Vergleichssoftware, die Erstellung einer Internetpräsenz sowie die Erschließung neuer Kundenpotenziale zählen zu weiteren, besonders gefragten Angeboten. Es gibt aber auch klare No-Go-Areas. „Beratung im Bereich Vertrieb und

Kundengewinnung ist in vielen Fällen ausdrücklich nicht gewünscht“, sagt Vertriebschef Teufl. Grund: „Da die individuelle Note der jeweiligen Unternehmensführung ursächlich für den bisherigen Erfolg war, lässt sich dies in den meisten Fällen nicht oder nur schwer von Dritten beraten.“

Ein anderes spezielles Problem laut JPMorgan-Studie ist die Nachfolgeregelung bei kleinen Vertriebsunternehmen. „Mitarbeitern, die als potenzielle

Nachfolger in Frage kommen, wird deshalb gern rechtzeitig Verantwortung übertragen. Teilweise werden sie auch kapitalrechtlich in das Geschäft eingebunden“, erläutert Bergweiler. Weitere Erkenntnis: Die meisten, für die ein Verkauf in Frage kommt, würden laut Studie ihr Geschäft am liebsten einem Kollegen übertragen (48 Prozent). 39 Prozent könnten sich auch vorstellen, ihr Geschäft einem Pool zu veräußern.

EU-Richtlinien fordern Vertriebe

Durch die anstehenden Regulierungen des Marktes durch die Bundesregierung aufgrund der EU-Richtlinien sind alle Marktteilnehmer gefordert – große wie kleine. „Gerade Letztere sind meist auf das Tagesgeschäft fixiert und haben keine Strategien entwickelt, um in einem Markt mit höheren Haftungs- und Qualifikationsauflagen zu bestehen“, kritisiert Researcher Bergweiler.



„Bessere Qualität in der Beratung ist das Erfolgsgeheimnis“

Roman Teufl, Teufl equity partner GmbH

Ein Ergebnis der JPMorgan-Studie: Berater mit großem Investitionsvolumen sind eher als kleinere Büros geneigt, die Haftungsfrage gegen Gebühr an einen Pool auszulagern. Gleiches gilt für eine mögliche Regulierung durch die BaFin nach KWG Paragraf 32. „Da dies mit hohen Kosten einhergeht, dürfte dies für Unternehmen mit geringem verwalteten Vermögen keine Alternative sein, diese würden den Markt im Zuge einer stärkeren Regulierung wohl eher verlassen“, so Bergweiler.

Nach aktuellen Erkenntnissen (siehe Seite 126) kann jedoch für die deutschen Fondsvermittler im Zuge der EU-Richtlinie MiFID (ehemals als Wertpapierdienstleistungsrichtlinie bezeichnet) mit Ausnahmeregelungen gerechnet werden, die ein massenhaftes Unterschließen unter Haftungsdächer

wohl gar nicht nötig macht. Hinzu kommt, dass die von Cash• befragten betroffenen Unternehmen sich zumindest für die bereits in Umsetzung begriffene EU-Versicherungsvermittler-richtlinie sehr wohl gerüstet sehen.

„Von einer überproportionalen Belastung für kleinere Vertriebe kann nicht gesprochen werden, denn die Ausbildung der Berater, eine vernünftige Protokollierung und die entsprechende Vermögensschaden-Haftpflicht sind für jeden Vertrieb ohnehin seit langem ein Muss“, sagt Teufl. Eine Marktregulierung mit entsprechendem Ausscheiden von nicht qualifizierten Mitbewerbern werde ohnehin beinahe allseits begrüßt.

Organische Expansion

Engagierten kleinen und mittelgroßen Vertrieben geht es jedoch nicht nur darum, im Markt zu überleben, sondern auch organisch zu wachsen. Recruiting und Ausbildungskonzepte spielen eine wichtige Rolle bei der moderaten Expansion kleiner Vertriebe.

Erzwungenes Wachstum habe einen hohen Preis. „Nachdem die nebenberuflichen Zugangswege durch neue hauptberufliche Möglichkeiten ergänzt wurden, hat sich die Ausschussquote leider kaum verbessert“, so Global-Vorstand Butzbach. Von 100 Interessenten fingen zehn die Ausbildung an, nur einer werde letztlich erfolgreich. Da neue Berater derzeit nur noch mit Garantien gewonnen werden könnten, sei dies ein erheblicher Kostenfaktor.

„Die Qualität der neuen Mitarbeiter ist wesentlich für den Erfolg der Expansion“, sekundiert Sakraschinsky. Immobilien-Spezialist factum AG achte aus diesem Grund insbesondere auf die wirtschaftlichen Verhältnisse und die Reputation in der Heimatregion der Bewerber. „Die strikte Einhaltung von Umsatzzielen ist wichtig, zudem greifen wir kaum auf Fremdvertriebe zurück und arbeiten nur mit direkten Mitarbeitern in den Niederlassungen.“

Wesentlich für den Erfolg der Expansion ist nicht zuletzt die Identifikation der Mitarbeiter mit den Unternehmenszielen. „Sie brauchen das Gefühl, nicht nur für ihre Chefs zu arbeiten“, so Vertriebschef Kaiser. Sein Unternehmen hat daher ein Beteiligungsprogramm für Berater beschlossen und werde zur AG umfirmiert.

Cash•-Fazit Kleine und mittlere Vertriebe brauchen sich belleibe nicht hinter den großen Strukturen zu verstecken. Entscheidend für ihren Erfolg sind Unternehmergeist, die kluge Auswahl geeigneter Berater und die richtige Expansionsstrategie.

DATA CONTROL



Die Clevere Kombi

Data Control 5.0 und DCS Vertrieb



Data Control 5.0 ist die optimale Backoffice- und Abrechnungslösung für die Hauptverwaltung und DCS-Vertrieb 1.0 die ideale Vertriebssoftware.

Ein unschlagbares Gespann!

Die Highlights:

- Einfachste Bedienung
- Perfekte Information zu bestehenden Kunden mit Verträgen und Vertriebspartnern
- Komplette Datenerhebung der Finanzsituation zu Kunden und Interessenten mit diversen Selektionsmöglichkeiten
- Termine aus den Bereichen Kunden, Verträge und Vertriebspartner
- Kompletter Briefverkehr und Serienbriefverkehr mit Historie
- und vieles mehr...

Weitere Informationen erhalten Sie bei:



Data Control
Software GmbH

Keltenring 12
82041 Oberhaching

Tel.: 0 89 - 613 95 - 200

Fax: 0 89 - 613 95 - 299

www.datacontrol.de
office@datacontrol.de