

Das Jahr der großen Herausforderungen

In kaum einem Jahr zuvor standen Finanzdienstleister vor derartigen Herausforderungen wie in 2013. Für die Anbieter von Beteiligungsmodellen hieß das große Thema AIFM. Für die Vermittler stand der § 34f GewO im Vordergrund, zusätzlich machte ihnen die Diskussion um Provisionsdeckelung und Provisionsverbot das Leben schwer. Die Versicherer kämpften mit dem Niedrigzins und schleppendem Neugeschäft in Leben und PKV. Von Unisex, neuen biometrischen Produkten und wachsenden Anforderungen an ihr Risikomanagement ganz zu schweigen.

finanzwelt zieht mit den Experten der Branche ein Resümee für das Jahr 2013 und gibt eine Vorschau auf die Produkt- und Finanzwelt 2014

Was war für Sie die größte geschäftliche Herausforderung des Jahres 2013?

Was war für Sie die wichtigste Entscheidung, um diese Herausforderung zu bestehen?

Wie beurteilen Sie ihre Geschäftsaussichten für das Jahr 2014? Was sind Ihre Ziele für 2014, wie planen Sie diese zu erreichen?

Was tun Sie, um Ihre Vertriebspartner zu unterstützen und in 2014 zu mehr Erfolg zu führen?



Andreas Wania
Hauptbevollmächtigter
ACE European Group Limited Deutschland

In einem wettbewerbsintensiven Industrierversicherungsmarkt trotz Naturkatastrophen, wie Hagel, Sturm und Hochwasser, Neugeschäft profitabel zu zeichnen und den Bestand zu vernünftigen Konditionen zu erneuern, war für ACE die größte geschäftliche Herausforderung in diesem Jahr. Entscheidend für uns ist, an unserer Underwritingphilosophie festzuhalten. Unsere Underwritingdisziplin hat für uns oberste Priorität – und das ist unsere Stärke. Damit einher geht auch die Bestimmung von Faktoren, die der Differenzierung vom Wettbewerb dienen. Insgesamt streben wir auf ein positives 2014 zu. Im Bereich der multinationalen Versicherungsprogramme sehen wir bereits heute gestiegenes Interesse seitens der Verantwortlichen, und zwar speziell hinsichtlich rechtssicherer Programme. In den vergangenen Jahren hat die ACE Group in den Aufbau global tätiger Teams sowie eine dazugehörige Infrastruktur und ein Netzwerk investiert. Wir können unseren Kunden daher aktuell in 197 Ländern hohe Servicestandards und transparente Lösungen anbieten. Zudem wollen wir in 2014 mit neuen Produkten wie Umwelt- und Cyberversicherungen die Möglichkeiten in diesen Nischen ausnutzen. Der interaktive Austausch mit unseren Maklern ist für uns ein wichtiger Faktor; um auf deren Bedarf sowie den ihrer Kunden eingehen zu können. Relevante Impulse erhalten wir zusätzlich zu den persönlichen Gesprächen auch aus unseren Veranstaltungen, wie beispielsweise im Sommer zum Thema Ladungsversicherung oder im Herbst zum chinesischen Versicherungsmarkt und zu Umweltversicherungen.



Jürgen Kempfen
Leiter Maklervertrieb Allianz Lebensversicherung
und Allianz Private Krankenversicherung

Die Zinsen in Deutschland sind auf einem historisch niedrigen Niveau angelangt. Für Vorsorge-sparer wird es aufgrund der niedrigen Zinsen zunehmend schwieriger, ihre Vorsorgelücke zu schließen. Entweder müssen sie höhere Beiträge zahlen oder ein(e) chancenreichere(s) – damit aber auch risikoreichere(s) – Anlage(Konzept) nutzen. Viele Kunden wünschen sich deshalb neben Sicherheit auch zunehmend Chancen auf höhere Renditen bei ihren Vorsorgelösungen. Mitte 2013 hat Allianz Leben mit „Perspektive“, unserem neuen Altersvorsorgekonzept, eine mögliche Antwort auf die niedrigen Zinsen gegeben. Unsere kapitalmarktnahen Vorsorgekonzepte und unser neues Vorsorgekonzept „Perspektive“ bieten höhere Renditechancen für diejenigen, die etwas niedrigere Garantien als zum Beispiel bei der klassischen Rentenversicherung akzeptieren. Beim Vorsorgekonzept „IndexSelect“ konnten unsere Kunden in 2013 unmittelbar Renditechancen nutzen und von einer hervorragenden Wertentwicklung profitieren. Gleichzeitig bieten die Vorsorgekonzepte ein hohes Maß an Sicherheit, z. B. in Form einer Beitragsgarantie zum Rentenbeginn und einer in Euro garantierten Mindestrente. Auch für 2014 sehen wir gute Chancen im Maklervertrieb. Der Neugeschäftsanteil der Makler betrug bei Allianz Leben zum dritten Quartal rund 33 %. Damit konnten wir diesen Anteil gegenüber 2012 auf sehr hohem Niveau halten. Denn der Bedarf der Menschen an Altersvorsorge, Risikoabsicherung sowie Pflege- und Berufsunfähigkeitsabsicherung ist aufgrund der demografischen Entwicklung und der Kapitalmarktsituation ungebrochen hoch.



Dr. Walter Botermann
Vorsitzender des Vorstands
ALTE LEIPZIGER - HALLESCHER Konzern

Die anhaltende Niedrigzinsphase stellt die Unternehmen vor große Herausforderungen. Die notwendige Bildung der Zinszusatzreserven und die Stärkung der Eigenmittel und auch des Eigenkapitals sind die Antworten unseres Konzerns. Dies ist gelungen. In Untersuchungen und Ratings

schneiden die Unternehmen des ALTE LEIPZIGER – HALLESCHER Konzerns sehr gut ab. Stetige Unternehmensstrategien beibehalten und damit Zukunftssicherheit für unsere Kunden schaffen, ist dabei entscheidend. Dem Jahr 2014 sehen wir positiv entgegen. Die ALTE LEIPZIGER Leben wird sowohl auf den Bereich der Berufsunfähigkeitsprodukte, der klassischen und fondsgebundenen Produkte als auch auf die private und die betriebliche Altersversorgung (bAV) großen Wert legen. Dort steht das Breitengeschäft über Direktversicherung im Vordergrund. Im Bereich der Krankenversicherung geben unsere Vollversicherungsprodukte „NK“ und „PRIMO“ eine Antwort auf die Probleme der demografischen Entwicklung – und das auf hohem Qualitätsniveau. In der betrieblichen Krankenversicherung (bKV) wird die HALLESCHER als einer der führenden Anbieter wahrgenommen. Unsere Kompetenz – aber auch die Innovationskraft, die wir z. B. mit den Vorsorge-Schecks unter Beweis stellen – trägt dazu bei, die bKV 2014 noch stärker als Geschäftsfeld innerhalb der PKV zu etablieren. Für das Breitengeschäft der bAV unterstützen wir unsere Geschäftspartner in der Ansprache mittelständischer Unternehmen gezielt weiter: Die HALLESCHER setzt in der bKV neben attraktiven Produkten besonders auf die Prozesse. Für den gemeinsamen Erfolg in diesen Wachstumsmärkten begleiten wir unsere Geschäftspartner intensiv mit umfassender Wissensvermittlung und Service.



Markus Jost
Vorstand Lebensversicherung Basler Versicherungen

2013 war geprägt von der Fokussierung unseres Lebensversicherungsgeschäfts auf ertragreiche und zukunftsfähige Produkte. Die anhaltenden Niedrigzinsen wirkten dabei als beschleunigender Faktor. Wir werden künftig nicht mehr das komplette Produktspektrum anbieten, sondern uns als Spezialist für Biometrie, kapitalschonende Fondspolizen und standardisierte bAV-Produkte aufstellen. Anfang 2014 führen wir dazu für alle Vertriebswege „Basler Beruf + Pflege“ ein. Darin kombinieren wir innerhalb eines Vertrages Leistungen bei Berufsunfähigkeit mit einer Rente im Pflegefall. Unsere Vertriebspartner können damit jüngere Menschen auf das Thema Pflege ansprechen. Das Interesse bei Maklern ist auch aufgrund des transparenten Bedingungswerks bereits sehr groß. Einen vollkommen neuartigen Ansatz verfolgen wir beim geplanten Nachfolgeprodukt für die klassische Lebensversicherung. Ab 1. Januar 2015 sollen unsere Vertriebspartner eine Produktkombination erhalten, die sich flexibel und risikogerecht an die Lebenssituation und an das Anlageverhalten ihrer Kunden anpassen lässt. Da wir insgesamt unsere Kräfte bündeln, werden wir in der Produktentwicklung und im Vertriebservice besser, schneller und partnerorientierter.



Günther Soboll
Hauptbevollmächtigter Canada Life Deutschland

Es kommt viel Gegenwind vom Verbraucherschutz und z. T. auch von der Presse. Bei aller Würdigung der Bedenken – ein herausragendes Problem bleibt bestehen: Den meisten Menschen hilft nur frühzeitige Altersvorsorge, sonst geht die Rechnung für den Ruhestand nicht auf. Die Beratungsansätze, die wir Vermittlern anbieten, an die bestehenden Produkte anzupassen, war unsere größte Aufgabe. Unser sehr starkes Bonitätsrating durch ASSEKURATA war ebenfalls ein wichtiger Schritt. Es bestätigte auch, dass wir bei der Umsetzung von Solvency II schon sehr gut aufgestellt sind. Für das kommende Jahr sind wir optimistisch, denn der Nutzen von Altersvorsorge ist heute größer als je zuvor. Und die Rentenversicherung leistet etwas, das andere Produkte nicht können: Sie zahlt eine lebenslange Rente. In der Biometrie sind die Chancen sogar exzellent, so dass wir unsere Produkte weiterentwickeln möchten. Wir möchten Vermittlern im Alltag bis hin zum Kundengespräch bestmöglichen Service bieten. So ergänzen seit kurzem neue Module unsere Beratungssoftware „VorsorgePLANER“: Der Wiederanlagemanager unterstützt beim Thema Einmalanlagen, mit dem „InvestmentPLANER“ können Vermittler die Anleger-

mentalität ihrer Kunden herausfinden und eine dazu passende Anlagestrategie entwerfen. Auch engagieren wir uns für die Aus- und Weiterbildung von Vermittlern und sind seit Jahren Förderer der Deutschen Makler Akademie. Zudem wickeln wir immer mehr Prozesse online ab. So wird 2014 die Antragstellung für unsere Risikoprodukte Schwere Krankheiten Vorsorge und Grundfähigkeitsversicherung durch die vorbefüllten Anträge leichter.



Andrea Schölermann
Leiterin des Produktmanagements
Condor Lebensversicherungs-AG

Der wesentliche Schwerpunkt der Condor Lebensversicherung lag 2013 auf der Weiterentwicklung und dem Ausbau des Produktangebots. Dazu gehörten vor allem die Überarbeitung unserer erfolgreichen BUZ, die Erweiterung unserer INDEX-Rente-Produktfamilie und der neue, sachwertorientierte Verkaufsansatz „real“ unserer fondsgebundenen Congenial-Tarife. Im Jahr 2014 will Condor ungeachtet des anhaltenden Niedrigzinsumfeldes wachsen. Dafür setzen wir unter anderem auf unsere indexorientierten Produkte. Die Condor INDEX-Rente verbindet sehr gut die Chancen des Aktienmarktes oder eine sichere Verzinsung mit dem Werterhalt der Police. Zudem wollen wir bei unseren Congenial-Produkten weiter zulegen. Hier bieten wir ab 2014 die neue, nachhaltigkeitsorientierte Anlagevariante „blue“ an. Und das für Condor wichtige Segment Berufsunfähigkeit werden wir mit einer selbstständigen Berufsunfähigkeitsversicherung (SBU) sowie einer Einsteiger-SBU mit sehr preiswerten Tarifen weiter ausbauen. Unseren Vertriebspartnern und Kunden zeigen wir 2014 noch deutlicher, wie die Finanzstärke von Condor in die Produkte wirkt. Damit helfen wir dem Makler und seinen Kunden, die richtige Entscheidung für die Risikoabsicherung und die Altersvorsorge zu treffen.



Andreas W. Grimm
Vorstand Marketing und Vertrieb CSS Versicherung AG

2013 war ein sehr spannendes Jahr. Wir haben mit der betrieblichen Krankenversicherung ein Geschäftsfeld aufgebaut, das in der Branche noch ganz am Anfang stand. Wir konzentrieren uns im Unternehmensgeschäft auf große, mittelständische Unternehmen. Diesen bieten wir einen sehr leistungsstarken Bausteintarif an, den wir um besondere Assistance-Leistungen erweitert haben. Somit profitieren nicht nur einzelne Mitarbeiter, sondern das ganze Unternehmen. Wir haben für 2014 große Erwartungen an das Unternehmensgeschäft, bei dem wir deutliche Zuwächse erwarten. Dort werden wir das Leistungsportfolio sicherlich noch enger mit dem betrieblichen Gesundheitsmanagement verzahnen und so ein noch attraktiveres Produkt anbieten können. Aber auch im Privatkundengeschäft erwarten wir nach der Erweiterung des Produktkatalogs deutliche Impulse für mehr Wachstum – insbesondere in jüngeren Zielgruppen und für Kinder. Für unsere Vertriebspartner haben wir unsere komplette Prozesswelt auf den Kopf gestellt und einen neuen Angebots- und Abschlussprozess geschaffen. Der neue Angebotsrechner zeigt schon jetzt, wie einfach es geworden ist, mit der CSS zusammenzuarbeiten. Und wir arbeiten weiter daran, noch einfachere Prozesse bereitzustellen.



Philipp J. N. Vogel
Vorstand DFV Deutsche Familienversicherung AG

2013 stand für uns erneut im Zeichen unserer DFV-DeutschlandPfleger, für deren geförderte und ungeforderte Tarife wir mit Spitzenplatzierungen oder dem Siegel „Testsieger“ viele Auszeichnungen erhalten haben. Das hat sich auch im hohen Wachstum in diesem Geschäftsfeld niedergeschlagen. Nimmt man außerdem das mit „sehr gut“ (A+) auf der zweithöchsten von 11 Ratingstufen bei ASSEKURATA angesiedelte Gesamturteil für unser Unternehmen hinzu, wird deutlich: In puncto Nachhaltigkeit und Solidität stehen wir ebenfalls auf einer Stufe mit etablierten Versicherern. Mit Blick auf 2014 und die aktuellen Koalitionsverhandlungen ist zu erwarten, dass Pflege als existenzielles Risiko noch stärker ins Zentrum der öffentlichen Diskussion rücken wird. Es hat erhebliche Sprengkraft, denn die gesetzliche Pflegeversicherung gerät von vielen Seiten unter Druck. Klar ist: Ohne eine Stärkung der privaten Pflegevorsorge wird eine generationengerechte Entschärfung des Pflegeproblems nicht möglich sein. Angesichts des Umbruchs im Versicherungsmarkt sollten Makler dies mit Blick auf nachhaltige und langfristige Kundenbindungen als Chance begreifen. Die Pflegevorsorge bietet hierfür ein erhebliches Potenzial.



Rüdiger R. Burchardi
Sprecher des Vorstands Dialog Lebensversicherungs-AG

Die größte geschäftliche Herausforderung des Jahres 2013 war für mich die marktgerechte Umsetzung der neuen Unisex-Tarife. Nach der Unisex-Umstellung kam es maßgeblich darauf an, dem Makler preis- und leistungsstarke Produkte anzubieten. Das ist uns in vollem Umfang gelungen. Die hohen Zuwachsraten dieses Jahres in unseren Produktparten Risikoversicherung und Berufsunfähigkeitsversicherung stellen den besten Beweis dar: Die Geschäftsaussichten der Dialog Lebensversicherung für 2014 beurteile ich sehr positiv. Basis hierfür sind unser klares Unternehmensprofil als Spezialversicherer für biometrische Risiken und unsere eindeutige Fokussierung auf den Makler. 2014 möchten wir wieder ein Wachstum erreichen, das wie in den Vorjahren über dem Markt liegt. Wir werden dazu unsere bestehenden Verbindungen nutzen sowie durch gezielte Ansprache die Zahl unserer 15.000 Vertriebspartner weiter erhöhen. Auf der Produktseite haben wir unser Angebot durch innovative Neuerungen optimiert, die sich positiv auf Flexibilität und Bezahlbarkeit der Prämie auswirken. Unsere Vertriebspartner unterstützen wir dabei einerseits durch Entwicklung von Produkten, die der Markt braucht und die daher für den

Vertriebspartner ein hohes Verkaufspotenzial und eine längerfristige Kundenbindung bieten. Andererseits durch eine laufende Verbesserung unseres Service, die dem Makler hilft, einfacher und schneller zum Abschluss zu kommen und damit Zeit für seine Beratungstätigkeit zu gewinnen.



Martin Gräfer
Vorstand Vertrieb und Service
Versicherungsgruppe die Bayerische

Die Branche hatte im abgelaufenen Jahr mehrere Herausforderungen zu meistern: Diskussion um die Rentabilität von Altersvorsorgeprodukten in Zeiten niedriger Zinsen, Zurückhaltung der Kunden bei Lebensversicherungsprodukten und organisatorische Fragen rund um politische Auflagen, etwa durch Solvency II. Die Versicherungsgruppe die Bayerische hat ein strategisches Ausbauprogramm aufgelegt, um uns langfristig fit für die Zukunft zu machen. Die Ziele: Unsere Unternehmensgruppe mit ihrer über 150-jährigen Historie auch für die nächsten Jahrzehnte nachhaltiges, ertrageiches Wachstum zu generieren – ein klares Signal auch an Vertriebspartner und Kunden. Deshalb bin ich zuversichtlich, dass die Bayerische auch 2014 überdurchschnittlich wachsen wird. Der Markt hat unser Bausteinkonzept mit den Tarifvarianten Smart – Comfort – Prestige hervorragend angenommen, bietet es doch für Kunden die Chance, Versicherungsschutz maßgeschneidert und kostengünstig zu erhalten. Und unsere BU, unsere funktionale Unfallversicherung „Multi Protect“ und unsere Schwere-Kranken-Versicherung „Premium Protect“ bieten genauso einzigartige Produktvorteile wie unsere XXL-Rente mit 2,75 % Mindestverzinsung – einzigartig in Deutschland – oder wie unsere mehrfach prämierten Kranken- und Zahnsatzversicherungen V.I.P. Unsere Vertriebspartner stehen bei uns 2014 im Mittelpunkt: Mit neuen Services und schneller Reaktion wollen wir unser Versprechen „100 % persönlich und schnell“ einlösen.



Dr. Rolf Wiswesser
Vertriebsvorstand ERGO Versicherungsgruppe

Die anhaltende Niedrigzinspolitik der Europäischen Zentralbank und die Verschärfung der Eigenmittelvorschriften durch Solvency II haben in 2013 das Geschäft in der Lebens- und Krankenversicherung vor erhebliche Herausforderungen gestellt. Unternehmensintern ist die Umsetzung unserer neuen Vertriebsstrategie die größte Herausforderung. Die Vertriebe stehen vor der Herausforderung, ihre Beratungsleistung und die Effizienz ihrer Prozesse zu revolutionieren. Produktseitig benötigen wir neue Konzepte, die die Herausforderungen der Märkte aus der Kundenperspektive beantworten. ERGO hat vor diesem Hintergrund die neue Produktgeneration „ERGO Rente Garantie“ und „ERGO Rente Chance“ entwickelt, die eine neue Balance zwischen Sicherheit, Rendite und Flexibilität ermöglicht. Der Bedarf nach Beratung wächst auch in 2014. Zugleich stellen die politischen Entscheidungen in der kommenden Legislaturperiode einen Unsicherheitsfaktor für unsere Branche dar: Wir müssen uns im nächsten Jahr auf weitere Veränderungen bei der Altersvorsorge und im Geschäftsfeld Gesundheit einstellen. Zu einer Vereinfachung unserer Vertriebsstrukturen und zu einer weiteren Verbesserung der Beratungsqualität wird die Zusammenführung unserer Vertriebe unter dem Dach unserer neuen Vertriebsgesellschaft ERGO Beratung und Vertrieb AG beitragen. Davon werden auch unsere Vertriebspartner profitieren.



Ulrich Neumann
Leiter des Maklervertriebs im Gothaer Konzern

In den letzten fünf Jahren haben wir das Ergebnis im Maklervertrieb je nach Sparte um 20 bis 30 % gesteigert – das wollen wir fortsetzen! Kurzfristig schaffen wir das durch die weitere Professionalisierung und Weiterbildung unserer Vertriebsmannschaft, mehr Kompetenz und Vollmachten am Point of Sale, Mehrwerte für Makler sowie eine noch zielgruppendifferenziertere Betreuung der Makler. Mittel- bis langfristig wollen wir aber noch mehr: Wir wissen, dass sich unsere Makler Ansprechpartner mit umfassendem Spezialwissen und großem Entscheidungsspielraum wünschen. Parallel dazu hat sich der Markt in den letzten Jahren stark verändert: Makler schließen sich Pools an oder zu Verbänden zusammen. Dem wollen wir mit einer neuen Betreuungsstruktur gerecht werden. Die Vorarbeiten finden im Jahr 2014 statt, die Umsetzung erfolgt zum 1. Januar 2015. Große Maklerunternehmen mit Schwerpunkt in einer bestimmten Sparte werden dann direkt aus der Sparte betreut und haben so einen Ansprechpartner mit umfassendem Spezialwissen und hoher Entscheidungskompetenz. Große Pools und Vertriebe werden weiterhin über das Nationale Key Account Management bedient. Die regional angesiedelten Maklerunternehmen werden wir durch unsere Innen- und Außendienstmitarbeiter in den Maklerdirektionen professionell bedienen. Ergänzend wird eine zentrale Einheit für die Maklervertriebsunterstützung in Köln geschaffen, die Ansprechpartner für Makler mit geringerem Geschäftsvolumen sein wird.



Thomas Klein
Leiter Sales & Marketing
Heidelberger Lebensversicherung AG

Die Neugeschäftsentwicklung stagnierte in diesem Jahr erwartungsgemäß auf niedrigerem Niveau. Mit der Verkündung unseres neuen Geschäftsmodells im August 2013 tragen wir diesen Entwicklungen Rechnung und werden uns zukünftig noch stärker auf die Ansprüche und Bedürfnisse der bestehenden Versicherungsnehmer ausrichten. Die Heidelberger Leben hat bereits 2012 damit begonnen, den Fokus der Geschäftstätigkeit weg von der vorrangigen Akquise neuer Versicherungsnehmer mehr auf das bestmögliche Management des bestehenden Geschäfts zu legen. Die Entscheidung, diesen Weg einzuschlagen, hat letztlich dazu geführt, dass wir von unseren neuen Gesellschaftern als geeignete Partner für die Umsetzung einer Konsolidierungsstrategie

gie ausgewählt wurden. Es ist zu befürchten, dass die Nachfrage nach Altersvorsorgeprodukten weiter flach bleibt. Dies wird den Trend zur Konsolidierung weiter verstärken. In diesem Marktumfeld sehen wir hohes Potenzial für die Schaffung einer Konsolidierungsplattform. In 2014 werden wir uns auf die Umsetzung unseres neuen Geschäftsmodells konzentrieren. Wir werden uns auf die produktiven Vertriebspartner mit größeren Beständen konzentrieren, diese mit verschiedenen Serviceleistungen in ihrer täglichen Arbeit unterstützen und gemeinsam Initiativen zur Bestandserhaltung aufsetzen.



Robert Dietrich
Hauptbevollmächtigter Hiscox Deutschland

Unsere größte Herausforderung in diesem Jahr bestand darin, sowohl Versicherungsmakler als auch Unternehmen für das Thema Cyber-Risiken zu sensibilisieren. Vielen war nicht bewusst, dass hier sinnhafte Versicherungslösungen existieren. Deren Bedeutung für Unternehmen ist durchaus mit der Feuerversicherung für ein Haus zu vergleichen. Entscheidend für 2013 war, langem Atem zu haben. Obwohl der Geschäftserfolg zunächst auf sich warten ließ, blieben wir standhaft und haben das Thema Cyber-Risiken weiter forciert. Da es sich hier um einen völlig neuen Markt handelt, mussten wir von vornherein einen längeren Atem einplanen. Und das zahlt sich jetzt aus. Wir blicken durchweg optimistisch ins neue Jahr. Unsere Zielgruppen, vermögende Privatleute sowie kleine und mittlere Unternehmen, wachsen kontinuierlich. Wir kennen die Bedürfnisse unserer Kunden und dieses Wissen leistet einen unschätzbaren Dienst bei der Erreichung unserer Ziele. Mit neuen, maßgeschneiderten Produkten werden wir auch in 2014 wachsen. Unsere wichtigsten Vertriebspartner sind Makler. Wir arbeiten eng mit ihnen zusammen und optimieren unsere Prozesse kontinuierlich. Von der individuellen Betreuung über Schulungen, Business-Planung und Marketingaktivitäten bis hin zur gemeinsamen Wahrnehmung von Kundenterminen bieten wir ihnen ein breites Spektrum der Zusammenarbeit.



Peter Thomas
Vorsitzender der Vorstände INTER Versicherungsgruppe

Die neu ausgerichtete INTER auf dem eingeschlagenen Kurs weiter voranzubringen und damit unsere Marktposition weiter zu festigen war unsere größte Herausforderung in diesem Jahr. Neben der Überarbeitung der Produktpalette war die Neuausrichtung unseres Vertriebes mit Fokus auf Kundenzielgruppen und unabhängige Vermittler entscheidend. Die kontinuierliche Verbesserung unserer Vertriebspartner bestätigt unsere Geschäftsausrichtung, die wir auch in 2014 fortführen werden. Unsere Ziele sind in der KV weiterhin gegen den Markttrend einen Zuwachs an versicherten Personen zu erreichen und die hohe Beitragsstabilität der vergangenen Jahre fortzusetzen. Sowohl in LV wie auch in Komposit haben wir zwischenzeitlich unser Produktportfolio modernisiert und bedarfsgerecht an den Zielgruppen ausgerichtet, so dass wir auch hier entsprechende vertriebliche Effekte erwarten. Neben der ständigen Optimierung der Produktpalette unterstützt die INTER ihre Vertriebspartner mit wohl einzigartigen Apps, die neben Beratungsunterstützung, Analyse und Angebotsaufnahme sogar die Möglichkeit für rechtswirksame Unterschriften bieten. Dieser Top-Service ist jeweils speziell zugeschnitten auf unseren Vertrieb wie auch passgenau von unabhängigen Vermittlern komfortabel einsetzbar. Letztere können sogar eigene Makleraufträge erstellen und gegenzeichnen lassen.



Peter Schneider
Vorstandssprecher Janitos Versicherung AG

2013 wurde das gesetzliche und regulatorische Umfeld für deutsche Versicherer zunehmend komplexer. Für Janitos als kleinen und agilen Kompositversicherer gehörten SEPA und der GDV-Verhaltenskodex zu den anspruchsvollsten Projekten. Wir sind der Initiative beigetreten, um im Sinne unserer Vertriebspartner dem Wunsch nach mehr Transparenz und Beratungskompetenz zur Stärkung des Images unserer Branche in der Öffentlichkeit zu entsprechen. Gleichzeitig traf die Vielzahl der unwetterbedingten Schadensmeldungen die gesamte Branche. Schlechte Erreichbarkeiten und lange Bearbeitungszeiten waren spürbare Folgen, auf die wir mit internen Maßnahmen reagiert haben. Auch 2014 wird für uns als Maklerversicherer spannend. Es gilt, in einem hart umkämpften Wettbewerbsumfeld zukunftsorientierte, innovative Produkte anzubieten. Unsere bewährte „Multi-Rente“ wird in der Biometrie weitere Akzente setzen, die exklusive „Update Garantie“ das Haftungsrisiko für Makler weiter senken. Gleichzeitig werden ein professionelles Beschwerdemanagement und der Fokus auf die Kundenzufriedenheit mit Blick auf die Anforderungen von EIOPA erforderlich. Hier sind wir bestens gerüstet und blicken zuversichtlich ins Jahr 2014.



Rolf Schünemann
Vertriebsvorstand LV 1871
Lebensversicherung von 1871 a. G. München

Auch im Jahr 2013 hat die LV 1871 mit biometrischen und fondsgebundenen Vorsorgelösungen den Nerv der Zeit getroffen. Besonders im Fokus: die Golden BU Lösungen und der Online-Investmentwegweiser meinpolice.com. Die vier flexiblen Auszahlungsoptionen 4flex wurden mit dem Goldenen Bullen ausgezeichnet. Bei den Golden BU Lösungen betrachten wir die persönliche Situation jedes Kunden. Das Ergebnis ist ein passgenauer und fairer Beitrag, zugeschnitten auf den individuellen Vorsorgebedarf der Einzelnen. Unsere Fondskompetenz haben wir sukzessive gestärkt und werden hier auch im nächsten Jahr Maßstäbe setzen. Auf meinpolice.com

vereinigen wir Versicherungen und Fonds. Dort stellen wir tagesaktuell umfangreiches Datenmaterial von Fonds zusammen und informieren über fondsgebundene Versicherungslösungen – eine neue Art der Investmentinformation, die in Deutschland ihresgleichen sucht. Den persönlichen Dialog mit unseren Geschäftspartnern wollen wir in Zukunft noch weiter stärken. Zusätzlich setzen wir auf die sozialen Medien und technische Tools wie die Golden BU App. Im neuen LV1871-Blog auf blog.lv1871.de bieten wir Vorsorgewissen für Versicherungsprofis. Der Blog vervollständigt unser Social-Media-Angebot, das auch Twitter, Facebook, YouTube und XING umfasst.



Walter Capellmann
Hauptbevollmächtigter
Monuta Versicherungen Deutschland

Unsere größte Herausforderung in diesem Jahr war es, die Begeisterung der Vertriebspartner für den innovativen Beratungseinstieg in Vorsorgeverfügungen und Trauerfall-Vorsorge zu wecken. Einen klaren Fokus haben wir auf unsere Expertise als spezialisierter Partner für die freien Partner sowie auf den Aufbau und die Etablierung des Online-Vertriebskanals für Makler gesetzt. Dem nächsten Jahr sehen wir positiv entgegen, wir streben an, Premium-Partner für das Neugeschäft in der Trauerfall-Vorsorge (unter den Top 3 der Versicherer) zu werden und wollen den bestehenden Multi-Kanal-Vertrieb ausbauen. Dafür bieten wir weitere „Plug and Play“-Lösungen an und werden unsere kundengerichtete Services weiterentwickeln.



Dr. Reiner Reitzler
Vorstandsvorsitzender
MÜNCHENER VEREIN Versicherungsgruppe

Die größte geschäftliche Herausforderung für unser Haus war es, unter „erschwerenden Rahmenbedingungen“ unser strategisches Geschäftsfeld Pflegezusatzversicherung aktiv voranzutreiben. Ich denke, mit unserer Pflege-App für Vertriebspartner, neuen Produktbausteinen wie der Todesfallleistung oder der Integration der neuen Pflegeförderung in unseren Produktbaukasten ist uns das eindrucksvoll gelungen. Dies bestätigen auch die Vertriebspartner! Angesichts gesetzlicher „Pflichtaufgaben“ wie Solvency II, SEPA, Zinszusatzreserve oder der wirtschaftlichen Rahmenbedingung historisch niedriger Zinsen ist es eine echte Herausforderung, bei strategisch bedeutsamen Themen weiterhin zu agieren statt zu reagieren. Dafür danke ich unseren Mitarbeitern und Vertriebspartnern herzlich. Entscheidend war in diesem Jahr die strategische Weichenstellung der Vergangenheit: Unsere Versicherungsgruppe setzt seit vielen Jahren auf die Pflegeversicherung, ein Geschäftsfeld mit großem Potenzial. Auch turbulente Rahmenbedingungen lassen sich gut meistern, wenn die Grundausrüstung stimmt. Wir werden auch im nächsten Jahr weiterhin den Themen Pflege und KV-Zusatz besondere Aufmerksamkeit schenken. Unser Ziel für 2014 ist es, dem Anspruch als Innovationsführer gerecht zu werden, den Vertriebspartner zu Recht an unser Haus stellen. Die „DEUTSCHE PRIVAT PFLEGE PLUS“ setzt hier seit Jahren Maßstäbe, und das soll auch so bleiben. Gerade haben wir mit Einführung unserer Pflege-App für das iPad Maßstäbe gesetzt: Bedarfsermittlung, Angebot, Antrag und Abschluss laufen so spielerisch und papierlos über das iPad. Kunden und Vertriebspartner nehmen das hervorragend an. Die App „Pflege 2 Go“ ist übrigens kostenlos im App-Store erhältlich. Ich denke, dieses Werkzeug wird die Produktion bei technikaffinen Vermittlern in 2014 weiter beleben.



Michael Dreibröd
Vorstandsvorsitzender myLife Lebensversicherung AG

Zentrales Thema 2013 im Bereich der Risikoabsicherung war die Entwicklung einer hochwertigen und vor allem bezahlbaren BU für junge Menschen – online sofort abschließbar unter www.mylifedirekt.de. Gerade in dieser Zielgruppe sehen wir einen enorm hohen Absicherungsbedarf und wollen den veränderten Kommunikationsformen mittels einfacher Videobotschaften und verständlicher Sprache via Internet Rechnung tragen. Im Bereich der Altersvorsorge haben wir ein kostenoptimiertes Produkt gegen Einmaleinlage auf den Markt gebracht. Wir sind dabei unserer Philosophie gefolgt, ausschließlich auf provisionsfreie Netto-Produkte zu setzen und alternative Geschäftsmodelle wie die Honorarberatung zu fördern. Für 2014 sehen wir uns gut aufgestellt, müssen uns aber wie alle anderen den verschärften Marktbedingungen stellen. Als relativ junger Versicherer können wir uns allerdings viel schneller auf veränderte Markterfordernisse einstellen als andere. Diesen Vorteil werden wir konsequent in der Unterstützung alternativer Vergütungsmodelle nutzen, sodass wir für 2014 mit einem soliden Wachstum unserer Beitragseinnahmen rechnen.



Dr. Ralf Kantak
Vorsitzender des Vorstands SDK

Die größte Herausforderung 2013 waren die Unisex-Tarife, die auch nach dem Stichtag 21.12.12 viele Kapazitäten gebunden und den Vertrieb dadurch zum Stocken gebracht haben, dass insbesondere die Vollversicherung teurer wurde. Der Pflege-Bahr ist ein wichtiger Schritt für die private Pflegevorsorge und Risikoabsicherung der Menschen. Allerdings steckte den Produktverantwortlichen die Unisex-Tarifierung noch in den Knochen. Die wichtigste Entscheidung war, dennoch mit dem Fördertarif für die Pflege so früh wie möglich an den Markt zu gehen. Großes Potenzial sehen wir 2014 erneut in der betrieblichen Krankenversicherung. Mit Gründung der gesundwerker eG Anfang 2013 gelingt es uns, die finanzielle Vorsorge für den Krankheitsfall mit gesundheitlicher Vorsorge im betrieblichen Gesundheitsmanagement zu verbinden. Ergänzend

INVESTITIONEN IN IMMOBILIEN IN FORM EINER STILLEN BETEILIGUNG.



Die THAMM & PARTNER GmbH, Gesellschaft für Grundbesitz, steht für anspruchsvoll sanierte Baudenkmäler und innovative Neubaukonzepte. THAMM & PARTNER erhielt für die Sanierung eines denkmalgeschützten Gebäudes in Potsdam den „Brandenburgischen Bauherrenpreis für herausragende städtebauliche Verdienste“. Das Unternehmen ist Bestandshalter sowie Bauträger und verfügt über mehr als 60 Objekte mit über 560 Wohnungen in Berlin, Potsdam, Leipzig und Görlitz. Die Eigenkapitalquote liegt bei ca. 90 %. THAMM & PARTNER war eines der ersten deutschen Immobilienunternehmen mit einer Vertrauensschaden-Versicherung.

1982: Gründung der THAMM & PARTNER – Gesellschaft für Grundbesitz

1999: Beginn der Kapitalmarktemission in Form Stiller Beteiligungen

2012: Auszahlung der Kapitalabfindung für 10-jährige
Anlageperiode: 178,50 % der ursprünglichen Anlagesumme
(Mai 2012) und 190,14 % der Anlagesumme (November 2012)

VORTEILE FÜR ANLEGER:

- Wertzuwachs der Anlagesumme ca. 8 % p.a.
- Überdurchschnittliche Rendite und Teilhabe an den stillen Reserven des Unternehmens
- Sicherheit u.a. durch Vertrauensschaden-Versicherung
- Eigenkapital von ca. 90 %
- Variable Anlagepläne
- Mindestanlagesumme: 5.000 Euro



Kontakt:
IVM GmbH
Gesellschaft für Innovatives Vertriebsmarketing
Hebbelstr. 61
85055 Ingolstadt
T 0841 4929-30
F 0841 4929-324
info@ivm-online.net
www.ivm-online.net

THAMM Emission®

mit Ertrag und Sicherheit

www.thammemission.de

planen wir weitere Produktoptimierungen in der betrieblichen Krankenversicherung. Ganz aktuell haben wir begonnen, in Webinaren die Produkte der SDK vorzustellen. Mit knackigen Produktfilmen unterstützen wir die Ansprache beim Kunden vor Ort. Die steuerliche Förderung der betrieblichen Krankenversicherung wird hoffentlich von der Politik auf die Agenda genommen. Es ist nicht nachvollziehbar, dass die bisherige Regelung der 44-Euro-Grenze nicht mehr gilt.



Ulrich Leitermann
Vorstandsvorsitzender SIGNAL IDUNA Gruppe

Die größte Herausforderung in diesem Jahr war die vom Staat künstlich niedrig gehaltenen Zinsen. Dieses gigantische Entschuldungsprogramm, das den Staat um über 40 Mrd. Euro im Jahr entlastet, trifft die vorsorgewilligen Bürgerinnen und Bürger. Aber es gibt keine Alternative. Wer für später vorsorgen will, muss heute anfangen zu sparen. Wie auch schon in den letzten Jahren bestand unsere Aufgabe darin, unsere Kapitalanlagen langfristig und risikoorientiert zu managen. Wir konnten dadurch in der Neuanlage immer noch 3,7 % Verzinsung erzielen. Die Absicherung im Alter; auch bei Krankheit und Pflegebedürftigkeit, sind und bleiben große gesellschaftspolitische Herausforderungen und werden damit auch weiterhin einen wesentlichen Einfluss auf unsere Geschäftsentwicklung 2014 haben. Vor diesem Hintergrund sehe ich besondere Wachstumschancen in den Bereichen Altersvorsorge und Gesundheit, weil wir unseren Kunden für die Absicherung des Lebensstandards und die Erhaltung der Gesundheit passgenaue Produkte für jeden Bedarf bieten. Unser Ziel ist es außerdem, im Bereich der Kompositversicherungen weiterhin deutliche Zuwächse zu generieren. Dazu wollen wir konsequent unseren Service für unsere Kunden und Vertriebspartner optimieren. Wir setzen auf qualifizierte Beratung. Dazu liefern wir qualitativ hochwertige Produkte und eine Vertriebsunterstützung, die sich nach Bedürfnissen unserer Vertriebspartner richtet.



Marco Ambrosius
Head of Sales Standard Life Deutschland

Aus meiner Sicht ist das anhaltende Niedrigzinsumfeld nach wie vor die größte Herausforderung für die Versicherungsbranche. Wir fokussieren uns bereits seit einiger Zeit darauf, den Kunden Lösungen anzubieten, mit denen sie eine ansprechende Rendite erwirtschaften können, ohne ein allzu hohes Risiko eingehen zu müssen. Daher ist das aktuelle Umfeld zwar nicht einfach, es bietet aber für unsere Produkte große Chancen. Wir beurteilen die Aussichten für 2014 sehr positiv. Auch das kommende Jahr wird von niedrigen Zinsen geprägt sein und investitionsorientierte Produkte werden immer mehr an Bedeutung gewinnen. Mit unseren Produkten sind wir hervorragend aufgestellt. Gerade bei Fondspolizen erwarten wir im kommenden Jahr hohe Zuwachsraten und wir werden hier unsere Position weiter ausbauen. Der Vermittlermarkt wird sich in den kommenden Jahren nicht zuletzt aufgrund von regulatorischen Vorgaben stark verändern. Für die Makler bedeutet das, dass sie sich professioneller aufstellen müssen, als sie das bislang getan haben. Nur so werden sie die künftigen regulatorischen Anforderungen bewältigen können. Wir sehen uns hier in der Pflicht, unsere Vertriebspartner mit hochwertigen Services und Dienstleistungen auf ihrem Weg zu mehr Professionalität zu unterstützen.



Ralf Berndt
Vorstand Vertrieb und Marketing
Stuttgarter Lebensversicherung a.G.

2013 ist geprägt von den Auswirkungen der Finanzkrise, insbesondere in Form der anhaltenden Niedrigzinsphase. Außerdem wird das Marktumfeld erschwert durch die Kritik von Verbraucherschutz und Medien. Trotz rückläufigem Neugeschäft im Markt wächst die Stuttgarter überdurchschnittlich – Haupttreiber sind die bAV sowie unser Hybrid-Produkt. Unsere Finanzstärke halten wir für einen wichtigen Grund dafür. Das hat Fitch mit der Heraufstufung von „A“ auf „A+“ honoriert, die in der jetzigen Branchensituation mehr als bemerkenswert ist. Die größten kommenden Herausforderungen sind der Niedrigzins und die zu erwartenden regulatorischen Veränderungen. Stärker als bisher wird es auf Qualität ankommen. Mit unserer Finanzstärke sind wir hierfür hervorragend ausgestattet. Zu Qualität in Angebot und Beratung gehört u. E. nach wie vor die klassische Lebensversicherung. Gleichzeitig arbeiten wir weiter an unseren Produkten. Wir haben z. B. die GrüneRente und unsere Pflegevorsorge eingeführt. In 2014 werden wir unser Angebot um gemanagte Portfolios erweitern. Die bAV wird an Bedeutung zunehmen. Für jede bedarfsorientierte Vorsorge ist eine qualifizierte Beratung die wichtigste Voraussetzung. Hierbei werden wir unsere Geschäftspartner weiter gezielt unterstützen und uns mit einem intensiven Weiterbildungsprogramm im Rahmen der Initiative „gut beraten“ engagieren. Daneben wird Transparenz immer wichtiger für das Vertrauen in die Versicherer und in das Produkt Lebensversicherung. Deshalb werden wir die Gesamtkostenquote bei allen kapitalbildenden Tarifen ausweisen.



Manfred Behrens
CEO Swiss Life Deutschland Holding GmbH

Die größte geschäftliche Herausforderung des Jahres 2013 war die Neuausrichtung von Swiss Life in Deutschland als ein Finanzberatungs- und Versicherungsunternehmen. Dass uns dies erfolgreich gelungen ist, darüber freue ich mich besonders. Ganz klar waren unsere wichtigen Weichenstellungen in der Vertriebsunterstützung entscheidend für 2013. Dies sowohl in Bezug auf

unsere Endkundenvertriebe Swiss Life Select, HORBACH, tecis und Deutsche Proventus als auch auf den Intermediärvertrieb. Hier werden wir künftig noch besser sein. Kunden, Geschäftspartner und Berater profitieren von einem weiter ausgebauten Service. Unsere Versicherung sieht sich in 2014 weiter anhaltend niedrigen Zinsen gegenüber. Das Geschäftsumfeld wird also herausfordernd bleiben. Dazu kommen die Diskussionen zu den Provisionen für Lebensversicherungen. Dabei wird aber ausgeblendet, welchen Wert eine qualifizierte Beratung für die Bürgerinnen und Bürger bringt. Diesen Unterschied werden wir in den Diskussionen herausstellen. Zur Vertriebsunterstützung profitieren unsere Geschäftspartner der Versicherung von einem neuen Beratungs- und Angebots-Tool, unsere Berater in den Endkundenvertrieben u. a. von einem zentralisierten Backoffice, einer weiter verbesserten Beratungssoftware und schnelleren Prozessen.



Lars Georg Volkmann
Vertriebsvorstand VPV Versicherungen

Unsere größte Herausforderung in diesem Jahr war, ertrageiches Wachstum zu erzielen, insbesondere vor dem Hintergrund der andauernden Niedrigzinsphase. Um dies zu erreichen, haben wir eine Reorganisation der personengebundenen Vertriebswege Ausschließlichsorganisation und Makler durchgeführt. In 2014 sind im Bereich Vorsorge die Geschäftsaussichten angesichts der demografischen Entwicklung grundsätzlich gut. Im Kernbereich Leben rechnet allerdings wegen des Niedrigzinsumfelds und der gesenkten Leitzinsen mit einer Stagnation oder sogar einem leichten Rückgang. 2014 werden wir uns vor allem darauf konzentrieren, das Niveau wieder auszubauen. Um dem vielfältigen Bedarf gerecht zu werden, bieten wir eine umfassende Produktpalette – auch über intelligente Kooperationen mit starken Partnern. Wir werden unseren Vertriebspartnern ermöglichen, sich durch die Einbindung digitaler Medien noch mehr als bisher auf die Kundenberatung konzentrieren zu können. Neue Tools ermöglichen es uns, hier viele Aufwände zu reduzieren. Wir setzen auch auf digitale Lösungen, um die Vertriebschancen zu erhöhen. Ein Beispiel dafür sind die Vermittler-Websites, mit denen sich unser Außendienst künftig individuell präsentieren kann.



Rainer Gelsdorf
Geschäftsführer Württembergische Vertriebservice GmbH

Die größte Herausforderung im Jahr 2013 war für uns das politisch gesteuerte Niedrigzinsumfeld, verbunden mit einer wachsenden Skepsis gegenüber unserer Branche. Wir haben uns deswegen bewusst dazu entschieden, diesem Misstrauen entgegenzusteuern: mit Aktionen, die das Vertrauen stärken sollen. Denn wir sind überzeugt, dass die Rentenversicherung auch im Niedrigzinsumfeld nach wie vor eine der besten Lösungen für die Altersvorsorge ist. Wir bieten mit unseren Lebens- und Rentenversicherungen eine Gesamtverzinsung, die deutlich über der heutigen Inflationsrate und meist auch über der Verzinsung anderer sicherer Anlageformen liegt. Hinzu kommt die steigende Bedeutung der lebenslangen Rentenabsicherung, die umso wichtiger einzuschätzen ist, je niedriger die erzielbaren Zinserträge am Kapitalmarkt sind. Für das kommende Jahr rechnen wir mit einer weiterhin steigenden Nachfrage im Bereich der betrieblichen Altersvorsorge. Dieser Herausforderung stellen wir uns, indem wir unsere Maklerbetreuer weiter qualifizieren und das bestehende Netz an Spezialisten der betrieblichen Vorsorgeversicherung ausbauen. Auf diesem Weg möchten wir die Vermittler im Jahr 2014 noch besser und umfassender unterstützen.



Timo Hertweck
Vertriebsvorstand WÜRZBURGER VERSICHERUNGS-AG

Am sehr guten Geschäftsergebnis aus dem Jahr 2012 anzuknüpfen, war sicherlich die größte geschäftliche Herausforderung des Jahres 2013. Hierfür haben wir uns noch stärker auf unsere Kernkompetenz Unfallversicherung und den Ausbau der Nischen- und Annexprodukte konzentriert. Selbstverständlich haben wir auch weiter in unsere IT-Infrastruktur investiert, um in Zukunft weitere online-basierte Geschäftsfelder noch besser unterstützen und abwickeln zu können. Entscheidend dabei war, Mehrwerte für unsere Geschäftspartner auszubauen und zu sichern sowie die Trennung von unprofitablen Geschäftsbereichen. Aufgrund der anhaltenden Niedrigzinspolitik und der ewigen Diskussion über eine Provisionsdeckelung, Verlängerung der Haftzeiten und Offenlegung der Vergütungen im Bereich Leben und Kranken wird 2014 für die gesamte Branche in diesen Bereichen sicherlich ein sehr schwieriges Jahr werden. Die Gespräche der letzten Monate haben uns gezeigt, dass in vielen neuen Vertriebskonzepten das Sachgeschäft zukünftig seinen Platz finden und fester Bestandteil sein wird. Wir verspüren bei unseren bestehenden und potenziellen Vertriebspartnern eine Tendenz zurück zum Sachgeschäft, das schließlich die Basis eines gesunden Wachstums für unsere Geschäftspartner und uns bildet. Daher fokussieren wir uns noch mehr auf die Bedürfnisse unserer Geschäftspartner und bieten diesen weiterhin Spitzenprodukte und einen erstklassigen Service. Im Servicebereich überarbeiten wir gerade unser Vermittlerportal und weiten die Schnittstellen zu diversen Maklerverwaltungsprogrammen aus. Die Antragsabwicklung und der Datenrücktransport sollen in Zukunft noch einfacher genutzt werden können.



Ralph Brand
Vorstandsvorsitzender Zurich Gruppe Deutschland

Zurich Deutschland zeigte sich in 2013 äußerst dynamisch und voller Energie. Wir haben das ablaufende Jahr insbesondere dazu genutzt, um uns konsequent neu aufzustellen. Klares Ziel war

dabei, dem Thema Kundenorientierung eine neue Wertigkeit zu verpassen, die sich auch tatsächlich in neuen Strukturen, Prozessen, Produkten und Serviceleistungen widerspiegelt. Kundenorientierung ist damit kein Lippenbekenntnis, sondern Kern unserer Strategie für profitables Wachstum in der Zukunft. Gleichzeitig sprechen wir nun auch unsere Vertriebspartner verstärkt mit zielgruppenspezifischeren Produkten an und bieten ihnen einen besseren Service. Wir haben Defizite aus der Vergangenheit identifiziert und konsequent Verbesserungen umgesetzt, was insbesondere von unseren Vertriebspartnern sehr positiv wahrgenommen und bewertet wird. Wir sehen uns insofern bestätigt, den richtigen Weg eingeschlagen zu haben. Produktseitig haben wir unsere Strategien sowohl im Schaden-/Unfall-, als auch im Lebensversicherungsgeschäft weiter ausgebaut und gefestigt. Hier haben wir mit unserer Protection- und Biometrie-Produktoffensive Impulse im Markt gesetzt. Im Sachversicherungsbereich seien stellvertretend für unsere Innovationskraft neue Produkte zur Elektromobilität oder zur Deckung von Cyber-Risiken erwähnt. Sowohl strategisch als auch produktseitig haben wir die Weichen für 2014 gestellt: Wir werden in den von uns definierten strategischen Geschäftsfeldern profitabel wachsen und die Kundenorientierung noch stärker in unserer Unternehmensphilosophie verankern, um so neue, intuitive Produkte und einen starken Service zu bieten.



Dr. Hartmut Leser
Vorstand Aberdeen Asset Management Deutschland AG,
Head of Distribution Germany & Austria

Aberdeen wird 2014 Produkte fokussieren, die dem Anleger helfen sollen, seine Performance im aktuell schwierigen Umfeld zu verbessern, wie z. B.: selektive Nutzung von Aktien- und Renteninvestments in den nach wie vor attraktiven Emerging Markets, die Verbesserung der Zinserträge vor dem Hintergrund niedriger Zinsen sowie Investments in ausgesuchte attraktive Aktienmärkte. Besonders herausgestellt werden Produkte wie Schwellenländeranleihen, Anleihen aus asiatischen Ländern, Hochzinsanleihen weltweit und europäische Unternehmensanleihen sowie Aktien in Japan, Europa und Lateinamerika. Aberdeen erwartet, dass gerade Schwellenländeranleihen aufgrund des Niedrigzinsumfelds weiterhin von renditehungrigen Anlegern nachgefragt werden. Da viele Schwellenländer eine vernünftige Haushalts- und Geldpolitik verfolgen, wurde die Bonität strukturell verbessert und die historisch hohe Volatilität dieser Assetklasse deutlich gesenkt. Aberdeen hat sein Vertriebs- und Serviceteam in 2013 ausgebaut und wird auch 2014 weitere Anstrengungen in dieser Richtung unternehmen. Gerade im stark wachsenden Wholesale-Bereich will Aberdeen die Vertriebspartner durch einen erstklassigen Service überzeugen.



Hubert Dänner
Leiter Amundi Asset Management, Deutschland

Herausfordernd in diesem Jahr war, im aktuellen Börsenumfeld renditestarke Produkte für risikosensible Anleger anzubieten – sowohl auf der Aktien- als auch auf der Rentenseite. Unsere Herausforderung in 2013 war, das richtige Produktangebot zu bieten. Mit dem Amundi Funds Bond Global Aggregate haben wir einen Rentenfonds in den Fokus gestellt, der flexibel in Staatsanleihen, Schwellenländer- und Unternehmensanleihen sowie Währungsstrategien investiert. Damit erzielt der Fonds seit 2007 ein Plus von mehr als 12 % p. a. Auch auf der Aktienseite hatten wir mit dem First Eagle Amundi International Funds unseren Fokus auf einen überzeugenden Value-Fonds mit gedämpftem Risiko gelegt (10,67 % p. a. seit Auflegung 1996). Für 2014 sind wir optimistisch und konzentrieren uns auf das Thema Wealth Preservation, also Produkte, mit denen Anleger ihr Vermögen auch in schwierigen Märkten erhalten können. Ein weiterer Schwerpunkt werden SMART Equities sein. Ziel ist hierbei, das Verlustrisiko zu begrenzen und in Bullenmärkten trotzdem attraktive Ergebnisse zu erzielen. Zur Unterstützung unserer Vertriebspartner haben wir unser Team kürzlich verstärkt. Außerdem planen wir, unsere Medienpräsenz zu intensivieren und den Bekanntheitsgrad von Amundi weiter zu steigern.



Claude Hellers
Leiter Retail / Wholesale Vertrieb
Fidelity Worldwide Investment, Deutschland

Wir sind mit unabhängigen Finanzberatern groß geworden. Sie bleiben für uns wichtig. Die Regulierung hat hier zu einer Konsolidierung geführt. Ich gehe dennoch davon aus, dass die unabhängige Beratung durch Regulierung und veränderte Kundenanforderungen an Bedeutung gewinnen wird. Die guten Berater werden wachsen. Dabei unterstützen wir sie nicht nur mit Einzelfonds, sondern auch mit Portfoliolösungen, die wir gemeinsam mit unserer Fondsplattform FFB anbieten. Wir profitieren davon, dass unser Geschäftsmodell auf zwei Säulen beruht: Assetmanagement und Fondsplattform. Der Dow Jones hat neue Rekordstände erreicht, die Zinsen sind weiter extrem niedrig. In diesem Umfeld führt an Aktien und einem ausgewogenen Anleihemix kein Weg vorbei. Hier sind wir als Universalanbieter mit unserer breiten Palette an Anleihe- und Aktienfonds im Vorteil. Wir sehen uns in der Pflicht, unsere Partner in der Beratung zu unterstützen. Dazu konzipieren wir im Dialog mit ihnen verständliche Informationsmaterialien. Zudem ermöglichen wir in Veranstaltungen den direkten Kontakt zu unseren Fondsmanagern. Aber auch komplette Portfoliolösungen wie unser Systematisches Anlagemanagement SAM werden für Berater immer wichtiger.



Dr. Christian Dicke
Geschäftsführer Fondsdepot Bank GmbH

Dieses Jahr stand die administrativ möglichst schlanke Umsetzung des § 34f GewO für unsere Partner und uns im Vordergrund. Als Fondsdepot Bank haben wir mit der Einführung des „Strate-

gielvestment“ Fondsdepots bereits im letzten Jahr für den Berater eine haftungs- und verwaltungsreduzierende Produktalternative im Vertrieb geschaffen. Durch die freie Wahl des Vermögensverwalters sowie automatisierter Verlustschwellenüberwachung und Risikoadjustierung kann sich der Berater auf die Beratung der Kunden konzentrieren. 2014 bietet unter anderem durch die aktuell sehr positive Marktentwicklung gute Chancen. Mit neuen, online-basierten Depotformen sowie effizienten Prozessen rund um den mobilen und digitalen Datenaustausch wollen wir sowohl vertriebslich als auch abwicklungsseitig Akzente setzen. Darüber hinaus bieten wir unseren Partnern dedizierte Services wie die Organisation und Begleitung von Endkunden-Events oder vorbereitete Mailings und Informationsmaterial bei Kapitalmaßnahmen zu betroffenen Investmentfonds. Alles in allem glauben wir an ein gutes Jahr für die Fondsbranche.



Karl Stäcker
Sprecher der Geschäftsführung
FRANKFURT-TRUST Investment-Gesellschaft mbH

Die größte Herausforderung in 2013 war es, Privatkunden nach zwei Börsencrashes wieder für renditeträchtige Investmentfondsanlagen zu begeistern. Unsere Vertriebspartner verlangten daher nach Fonds, die hohe Renditen mit klugem Risikomanagement verbinden. Wir haben den für vermögende Privatkunden unseres Mutterhauses BHF-BANK aufgelegten „BHF Flexible Allocation FT“ Fondsanlegern zugänglich gemacht. Durch seine sehr flexible Steuerung der Aktienquote konnte der Fonds seit Auflegung Ende 2007 deutlich besser als eine reine Aktienanlage abschneiden und dies bei geringeren Wertschwankungen. Diese Leistung wird von den wichtigsten Fondsrating-Agenturen mit Bestnoten und vor allem auch vom Markt mit Zuflüssen von über 200 Mio. Euro honoriert. Wir haben 2013 eine sehr gute Grundlage geschaffen, um weiter wachsen zu können. Im Fokus unserer Vertriebsaktivitäten wird aber nicht nur der „BHF Flexible Allocation FT“ stehen, sondern im Zuge der anhaltenden Erholung an den Aktienmärkten auch erfolgreiche Aktienfonds aus unserem Haus. Die wichtigste Unterstützung, die wir unseren Vertriebspartnern geben können, ist kontinuierliche Information: Wie reagieren unsere Fonds auf Marktbulenzen, was erwartet das Fondsmanagement und wie erklärt sich die Performance? Durch Roadshows, Factsheets, Videointerviews und Web-Präsentationen erhalten unsere Partner die nötigen Antworten.



Jörg Spielberger
Head of Sales Insurances
Franklin Templeton Investment Services GmbH

Die Fonds- und Versicherungsbranche ist sich einig: Anleger müssen mehr sparen, wenn sie im Alter finanziell gut dastehen wollen, denn die staatliche Rente alleine wird zu gering sein. Investmentfonds sind ein wichtiger Baustein der Altersvorsorge – leider ist das bei der Mehrheit der Bevölkerung noch nicht angekommen. Hier müssen Fondsgesellschaften gemeinsam mit Versicherungen, Banken, Vermögensverwaltern und unabhängigen Finanzberatern die nötige Sensibilität bei den Anlegern schaffen. Gleichzeitig beschäftigt vor allem die Fondsbranche die aktuellen regulatorischen Vorstöße. Sie haben zum Ziel, die Qualität im Investmentvertrieb zu steigern, stellen unsere Branche aber auch vor große Herausforderungen. Fakt ist, wer die nächsten Jahre erfolgreich im Fondsvertrieb tätig sein will, muss sich schnell und versiert den regulatorischen Anforderungen stellen. Den Kunden gegenüber müssen wir transparent und unkompliziert auftreten, um Vertrauen zu gewinnen. Trotz derzeitiger Negativszenarien steht die Eurozone faktisch gesehen stabil da. In den USA zieht der Konsum wieder an, die Hauspreise steigen und die Zahl der Problemkredite sinkt. In China kam es bis dato zu keiner harten Landung, sondern nur zu einer gesunden Wachstumsabschwächung bei gleichzeitiger Umstellung auf mehr Binnenkonsum. Das Glas ist halb voll für die Weltwirtschaft! Auch das möchten wir unseren Kunden vermitteln.



Klaus Dahmann
Head of Sales Germany and Austria
Legg Mason Global Asset Management

Die größte Herausforderung war sicherlich die Verunsicherung der Märkte durch die Tapering-Diskussion. Entscheidend in diesem Jahr war für uns, als Lösung für die Renditesuche unserer Kunden innovative Produkte wie den „Legg Mason ClearBridge Tactical Dividend Income Fund“ entwickelt zu haben, durch die unsere Investoren vom Dividendenwachstum und von großen Investmenttrends wie der Energierevolution in den USA profitieren können. Außerdem erweitern wir unser Angebot an Absolute Return Strategien, um für unsere Kunden Renditen unabhängig von Marktentwicklungen zu erwirtschaften. Wir erwarten auch für das Jahr 2014 eine weiterhin erfreuliche Geschäftsentwicklung. Die Basis dafür bilden zum einen unsere starke Produktpalette und zum anderen neue, innovative Strategien, die wir auf den Markt bringen werden. Für Legg Mason steht die vertrauensvolle persönliche Kundenbeziehung im Vordergrund. Unser Vertriebsteam in Frankfurt wird entsprechend weiter verstärkt. Ergänzend bauen wir die Kundenkommunikation über moderne Medien weiter aus, unter anderem über neue Online-Apps, Fondsmanager-Webcasts, die Global Thought Leadership Website und die neue US-Aktien-Website.



Mag. Bernhard Woldan
Vorstand Partner Bank AG

Investitionen in die neuen Märkte Ungarn, Slowakei, Tschechien und Slowenien waren in diesem Jahr herausfordernd, denn sie benötigen eine mehrsprachige Mannschaft, Adaption des Vertragswesens und IT Systeme auf diese Länder. Entscheidend war, einige magere Jahre zu akzep-

tieren und in Systeme zu investieren. 2014 ist vielversprechend. Wir erwarten, dass sowohl in den bestehenden Märkten als auch in den neuen Märkten die Ergebnisse sich entscheidend bessern, da es bei diesen niedrigen Zinsen keine Alternativen für Aktien und Aktien-basierte Fonds für langfristige Investoren gibt. Durch systematische Optimierung der Geschäftsprozesse, die Kostenerhöhungen niedriger zu halten als die Mehreinnahmen, wollen wir diese Ziele erreichen. Für die Finanzdienstleister wird unsere Serviceplattform im regen Austausch mit den Nutzern beständig verbessert und weiterentwickelt.



Michael Gott
Leiter Vertrieb Sutor Bank

Die größte geschäftliche Herausforderung des Jahres 2013 bestand in der Unterstützung unserer Vertriebspartner bzgl. der neuen Vermittlerlinie. Dazu gehört u. a. das Angebot von vergünstigten Schulungen für den Sachkundenachweis gemäß § 34f GewO bei unserem Kooperationspartner GOING PUBLIC. Die wichtigste Entscheidung war, neue Vermögensverwaltungsprodukte zu entwickeln. Sie entlasten den Vertriebspartner von dokumentationspflichtigen Beratungen, so dass er sich komplett auf die Akquise konzentrieren kann. Um das eigentliche Investment in ein breit gestreutes Portfolio von erfolgreichen Fonds kümmern sich die Anlageprofis unserer Bank. 2014 sehen wir sehr optimistisch entgegen. Nach der Umsetzung der Vermittlerlinie können wir uns jetzt wieder unseren eigentlichen Aufgaben widmen, unsere Partner mit Produkten und Services beim Vertrieb zu unterstützen. Darüber hinaus bieten wir 2014 Honorarberatern neue Produkte und Services. Wir erwarten in beiden Bereichen signifikante Zuwächse. Wir werden auch 2014 in enger Zusammenarbeit mit unseren Vertriebspartnern maßgeschneiderte Produkte entwickeln, die sowohl ihnen als auch ihren Kunden einen klaren Mehrwert bieten: den Vermittlern durch attraktive Konditionen, den Kunden durch vermögenseffiziente Produkte, etwa individuelle Sparplanlösungen. Für Honorarberater bieten wir ein Komplettpaket mit provisionsfreien Produkten an.



Alexander Streeb
Vorstand German Capital Management AG, GECAM AG

Die Entwicklung eines komplett neuen Geschäftsmodells für den Finanzanlagenvermittler im Bereich Investmentfonds, vor dem Hintergrund der umfassenden rechtlichen Veränderungen durch den § 34f, hat uns dieses Jahr am meisten herausgefordert. So haben wir in unsere neue Software investiert, welche die in der Finanzanlagenvermittlerverordnung geforderten rechtlichen Vorgaben in einem am Workflow orientierten Prozess abbildet. Die Anlage in Sachwerte – und dazu gehören Investmentfonds, die auch in Aktien/Rohstoffe investieren – erleben eine Renaissance. Weder im Hinblick auf die Vermögensanlage und Strukturierung noch wenn es um sinnvollen Vermögensaufbau und Altersvorsorge geht, kommen Anleger um professionell beratene, aktiv gemanagte Investmentprodukte nicht herum. Ein Ziel für das Jahr 2014 ist, Berater zu finden, deren Investmentgeschäft einen maßgeblichen Anteil ihrer Vermittlungstätigkeit ausmacht und die auf der Suche nach einem innovativen Geschäftsmodell sind. Durch unsere Spezialisierung auf das Investmentgeschäft sind wir in der Lage, den Partnern das Maximum an Dienstleistung zu bieten. Deswegen wollen wir sie auf den Weg dahin begleiten, weg von dem Paragrafen-Dschungel der FinVermV hin zu einem praxisorientierten, kosteneffizienten Geschäftsmodell, das auf die gesetzlichen Anforderungen abgestimmt ist. Wir sorgen mit Alleinstellungsmerkmalen für Wettbewerbsvorsprung: Einstieg in die Honorarvergütung, Sicherstellung der Wettbewerbsfähigkeit mit einer außergewöhnlichen Produktpalette sowie Reduzierung der Aufgabenbelastung und des Haftungsrisikos auf ein Minimum.



Axel Stiehler
Geschäftsführer Aquila Capital

Für Aquila Capital lag die größte Herausforderung im Jahr 2013 in der Umsetzung der AIFMD. Nicht zuletzt wegen der Unsicherheiten bezüglich der Ausgestaltung der Richtlinie war die Implementierung der neuen Regulierungsvorschriften nicht einfach. Wir haben uns dafür entschieden, „long regulation“ zu sein. Als Multi-Strategie-Haus sind wir breit aufgestellt, sowohl was die Assetklassen als auch was die Zielgruppen betrifft. Wir möchten bereits heute für die hohen regulatorischen Anforderungen insbesondere institutioneller Investoren gerüstet sein. Durch unsere KAG in Luxemburg verfügen wir über umfassende Erfahrung, was Regulierung betrifft. Die mit der Umsetzung der AIFMD notwendige Umstrukturierung innerhalb der Aquila Gruppe betrachten wir als Investition in die Zukunft. Für 2014 haben wir die Weichen auf „Wachstum“ gestellt. Wir haben neue, erfahrene Manager mit interessanten Investmentstrategien an Bord geholt und planen, unseren Multi-Strategie-Ansatz zukünftig weiter auszubauen. Wir setzen auf produktunabhängige Schulungen unserer Vertriebspartner. Mit Gründung der Aquila Akademie unterstützen wir beispielsweise die Vorbereitung auf die Sachkundeprüfung nach § 34f GewO.



Robert List
Geschäftsführer BVT Beratungs-, Verwaltungs- und Treuhandgesellschaft für internationale Vermögensanlagen mbH

Die größte Herausforderung in 2013 war sicher der AIFM-Umsetzungsprozess – gerade bei Häusern wie BVT, die schon so lange am Markt aktiv sind und die organisatorische Trennung von unreguliertem Altgeschäft und regulierten Bestands- und Neufonds vornehmen müssen. Zentrale Entscheidung und Weichenstellung für die Zukunft ist für mich die Gründung unserer ei-

genen Kapitalverwaltungsgesellschaft – und damit die Voraussetzungen für das Neugeschäft mit Publikums- und Spezial-AIF. BVT ist für 2014 gut aufgestellt. Zum einen haben wir die organisatorischen Voraussetzungen für die neue AIFM-Welt geschaffen. Zum anderen können wir unsere Kompetenz und Erfahrung aus über 35 Jahren gezielt in die Entwicklung von Sachwertinvestments neuer Generation einbringen. 2014 setzen wir die Serie individueller Co-Investments in den Segmenten Wohnen und Einzelhandel in Deutschland fort. Darüber hinaus planen wir Spezial-AIF in den Bereichen Immobilien USA und Windenergie sowie die Fortsetzung der Portfoliofund Serie als Publikums-AIF. Künftig werden die individuellen Anforderungen unserer Partner im Vertrieb noch stärker Berücksichtigung finden. Darüber hinaus überarbeiten wir unsere Kommunikationspalette und bieten unter anderem ab 2014 eine neue Publikation für Investoren.



Thomas Seidl
Geschäftsführer Deutsches Emissionshaus (DEH GmbH)

Das Geschäftsjahr 2013 stand ganz im Zeichen der Gründungsphase unseres Unternehmens. Um langfristig und nachhaltig am Markt erfolgreich zu sein, bedarf es in diesem Kontext der Auswahl adäquater Produkte, die mit ihren Leistungsmerkmalen den Nerv der Zeit treffen. Investoren suchen speziell im volatilen Umfeld den gelungenen Mix aus attraktiver Rendite, kürzerer Laufzeit und Sicherheit. Darauf geben wir als Emissionshaus mit Top-Produkten eine wegweisende Antwort. Wir begreifen das derzeitige Marktumfeld als Chance, um die Alleinstellungsmerkmale unseres Produktportfolios ins Zentrum zu stellen. Insofern sind wir für das nächste Geschäftsjahr optimistisch gestimmt und intensivieren unsere Anstrengungen zur Zielerreichung. Hierbei gilt es, künftig die Produkte und das Dienstleistungsangebot dem Berater noch gezielter näher zu bringen und dabei auch das sich wandelnde Berufsfeld als Chance, um die resultierenden neuen Bedürfnisse zu berücksichtigen. Dabei sind unternehmerische Beteiligungen, also Investitionen in die Realwirtschaft, eine Anlageoption, um aus dem Renditenotstand zu entkommen. Dies alles flankieren wir mit zahlreichen Maßnahmen (u. a. die Beteiligung und Information des Beraters bei der Produktgestaltung und dem Monitoring) zur gezielten Unterstützung der Vertriebspartner. Dem persönlichen Kontakt messen wir hierbei eine zentrale Bedeutung zu.



Tim Krömker
Vorstand / CEO DFV Deutsche Fondsvermögen AG

Auch für uns war die Umsetzung der AIFM-Richtlinie die größte Herausforderung. Die Entwicklung der Struktur der neuen KVG und die Gründung der Hanseatischen Kapitalverwaltungsgesellschaft AG (KVG für IMMAC und DFV) bis hin zur Lizenzvergabe waren ein spannender und lehrreicher Prozess. Hierfür haben wir die für die Gründung der KVG notwendigen Investitionen getätigt, die sich sicherlich langfristig für Mitarbeiter, Vertriebspartner und Kunden der DFV AG lohnen werden. Diese wichtige Entscheidung verdanken wir aber im Wesentlichen dem Engagement unseres Hauptaktionärs und Aufsichtsratsvorsitzenden. Aufgrund der frühzeitig erteilten Lizenz blicken wir optimistisch in das nächste Jahr. Wir werden 2014 unseren ersten Fonds (AIF) unter der Neuregulierung durch die Hanseatische emittieren lassen. Unsere Vertriebspartner erhalten Produkte, die dem aktuellen Regulierungsstand entsprechen und somit keine unnötigen Haftungsrisiken beinhalten. Wir werden weiterhin für Kunden attraktive Sachwertinvestitionen entwickeln, die ein ausgewogenes Verhältnis von Sicherheit und Rendite bieten.



Anselm Gehling
CEO Dr. Peters Group

Das herausragende Thema in 2013 war die Entscheidung, die Dr. Peters Asset Finance zu gründen und einen KVG Zulassungsantrag zu stellen. Hierfür hat Dr. Peters alle notwendigen Voraussetzungen erfüllt und wir sind zuversichtlich, bald als zugelassene KVG neue Fondsprodukte auf den Markt bringen zu können. Damit sehen wir uns für 2014 gut gerüstet und blicken positiv in die Zukunft. Für 2014 werden wir weiterhin unseren guten Marktzugang im Aviation Bereich nutzen und planen weitere Flugzeugfonds für unsere Retailkunden, aber auch für institutionelle Investoren. Außerdem planen wir Investitionen im Bereich Immobilien, wenngleich wir sehr genau analysieren, ob und inwieweit der Markt aktuell überhitzt wird. Neben dem Neugeschäft werden wir weiterhin in erheblichem Maße Einsatz leisten für unsere Schiffsfonds und die dortigen Anleger. Unsere Vertriebspartner werden wir weiterhin mit Roadshows und persönlicher Beratung unterstützen. Darüber hinaus planen wir für 2014 gezielte Schulungen für die Vertriebspartner, um über gesetzliche Änderungen und insbesondere die neuen Standards nach dem KAGB aufzuklären.



Stephan Groth
Gründer und Inhaber elbfonds Gruppe

In erster Linie war für das Jahr 2013 das Inkrafttreten der AIFM-Richtlinie und die in diesem Zuge anzunehmenden Marktveränderungen sowie Neuerungen die größte Herausforderung. Dazu haben wir den qualifizierten Ausbau unseres Büros in Warsawa weiter vorangetrieben. Die Neuerungen, die im Zusammenhang mit dem Inkrafttreten der AIFM-Richtlinie stehen, grundsätzlich positiv anzunehmen und als Chance für den geschlossenen Fondsmarkt zu betrachten, war für uns entscheidend. Nur mit dieser Einstellung können bestehende Sachwertinvestitionskonzepte passgenau für unsere Anleger und Vertriebspartner weiterentwickelt werden. Unser Nachbar- und Investitionsland Polen bietet mit Sicherheit auch innerhalb der nächsten 10 bis 15 Jahre ein großes Potenzial für Sachwertinvestitionen mit einem ausgewo-

genen Chancen-Risiko-Profil sowie angemessenen Renditen. Die elbfonds Gruppe wird auch im nächsten Jahr die sich hieraus ergebenden und erfolgsversprechenden Perspektiven im Sinne aller Marktteilnehmer nutzen. Somit beurteilen wir unsere Geschäftsaussichten für 2014 optimistisch und rechnen auch wieder mit ansteigenden Platzierungszahlen. Unsere Vertriebspartner werden wir verlässlich und partnerschaftlich unterstützen. Offene, zeitnahe und direkte Kommunikation über alle relevanten Kanäle hinweg ist hierfür ein elementarer Baustein. Wir bieten unseren Vertriebspartnern und unseren Anlegern Sachwertinvestitionen zum Anfassen an: Alle unsere Investitionsobjekte können besichtigt und damit erlebt werden. Das schafft zusätzliches Vertrauen und Transparenz in Bezug auf die Investition.



Klaus Ragotzky
Geschäftsführer FIDURA Capital Consult GmbH

Die größte geschäftliche Herausforderung des Jahres 2013 war und ist die Vorbereitung der Registrierung einer Kapitalverwaltungsgesellschaft (KVG) gemäß § 44 KAGB für die FIDURA Private Equity Fonds. Wir waren und sind somit in der glücklichen Situation, keine Entscheidungen treffen zu müssen, sondern nur unsere Hausaufgaben zu machen. Das Geschäftsjahr 2014 wird von weniger Umbrüchen und hoffentlich auch weniger Skandalen geprägt sein und gleichzeitig für unser Haus die Chance bieten, sich weiterhin als seriöses und professionelles Emissionshaus zu positionieren. Darüber hinaus möchten wir die Portfolios unserer Fonds, wie auch schon in diesem Jahr, um weitere, erstklassige Unternehmen mit herausragenden Wachstumschancen ergänzen. Daneben planen wir aber auch einen lukrativen Verkauf eines unserer Portfoliounternehmen und dementsprechend Ausschüttungen an unsere Anleger. Wir setzen auf die Aufklärung der Vertriebspartner in Bezug auf die Notwendigkeit einer langen Laufzeit von Private Equity Anlagen und bieten weiterhin unser eigenes Kundenverwaltungssystem „FIDURA-Cockpit“ an, das unseren Vertriebspartnern ein professionelles Arbeiten und eine enge Kundenbindung ermöglicht.



Gerald Feig
Vorstandsvorsitzender FLEX Fonds Capital AG

Die Vielzahl der Frage- und Aufgabenstellungen im Rahmen der KAGB-Umsetzung bzw. im Hinblick auf den „Antrag auf Zulassung“ organisatorisch, personell und finanziell neben dem Tagesgeschäft zu meistern, war sicherlich die größte Herausforderung im Jahr 2013. Auch deshalb, weil für die Vielzahl der knapp 50 Mitarbeiter im Innendienst eine zusätzliche Belastung unvermeidbar war. Daher haben wir schon zu Beginn des Jahres 2013 zwei Beratungsmandate vergeben, die uns höchst professionell auf dem Weg zur Antragstellung begleitet haben. Wir sehen dem Geschäftsjahr 2014 erneut positiv entgegen, weil schon das Jahr 2013, außer den Mehraufwendungen, weitgehend planmäßig verlief. Unsere etablierten Produktlinien im Bereich der Multi-Asset-Fonds sowie unser Regionalprodukt „Regio FLEX Fonds I“ werden bis Mitte 2014 in der Platzierung bleiben. Die Konzeption ist so organisiert, dass die entsprechenden Folgeprodukte ab Sommer 2014 zur Verfügung stehen. Obwohl die nach der neuen FinVermVo vorgegebenen Informations-, Beratungs- und Dokumentationspflichten keine Produktgeberaufgaben darstellen, haben wir eine zertifizierte Beratungsdokumentationssoftware („Easy-FLEX®“) entwickeln lassen. Sie bietet unseren Lizenzpartnern die Möglichkeit, ihre Beratungs- u. Dokumentationspflichten haftungssicherer zu erledigen.



Thomas Kuhlmann
Vorstand HAHN-Immobilien-Beteiligungs AG

Eine große Herausforderung waren die Auswirkungen der AIFM-Richtlinie. Mit der Umsetzung des KAGB sind viele zentrale Fragestellungen verbunden, die unser Haus abteilungsübergreifend beschäftigt haben und noch eine Weile beschäftigen werden. Die Umsetzung der neuen Regeln ist noch nicht abgeschlossen und auf der Gesetzesebene müssen noch Konkretisierungen erfolgen. Ich glaube aber, dass die Entscheidung zur Gründung einer eigenen Kapitalverwaltungsgesellschaft der richtige Schritt gewesen ist, um auch weiterhin erfolgreich und unabhängig kundenorientierte Investmentprodukte anbieten zu können. Wir sind optimistisch, in 2014 unser verwaltetes Vermögen weiter ausbauen zu können. Wir rechnen damit, dass wir im Laufe des ersten Halbjahres 2014 mit einem KAGB-konformen Fonds für Privatanleger in die Vermarktung gehen können. Darüber hinaus erwarten wir, dass die starke institutionelle und semi-institutionelle Nachfrage weiter anhält. Mit Spezial-AIFs, Club Deals und Joint Ventures wollen wir auch diesen Anlegerkreisen attraktive Investments anbieten. Wir fördern die Markt- und Produkt- und Vertriebskenntnisse unserer Partner in einem intensiven Dialog. Die größte Unterstützung sind gute und erfolgreiche Produkte. Diese werden wir auch in 2014 wieder bereitstellen.



Dr. Matthias Hallweger
Vorstand HMW Emissionshaus AG und AWAG AG

Die größte geschäftliche Herausforderung des Jahres 2013 ist und war die aktive Mitgestaltung und vor allem Umsetzung der neuen Gesetzeslage des KAGB. Unsere wichtigste Entscheidung, um diese Herausforderung zu bestehen, war ganz klar der Ausbau unserer Vertriebsführung. So konnte die AWAG weitere qualitativ hochwertige Vertriebsführungskräfte und Vermittler für ihre Vertriebsphilosophie eines aktiven Vertriebsmanagements begeistern – nach dem Motto: Substanz entscheidet. Wir sind stolz, mit neuen Experten unsere Vertriebsführung im Managementteam der AWAG und im Key Account Management weiter professionell und flächen-

deckend zu verstärken. Damit sind wir für den Retail-Bereich bestens gerüstet. Wir werden unseren Ausbau auch noch weiter vorantreiben. 10 neue Führungskräfte im Vertrieb sollen in Deutschland unsere Marktpräsenz massiv erhöhen. Für das kommende Jahr haben wir uns zum Ziel gesetzt, mehr als 100 Millionen Euro zu akquirieren. In 2014 wird der Finanzmarkt die nächste Ausbaustufe der AWAG kennenlernen. Unser neues Professionalisierungs-System fordert jedem unserer Vertriebspartner viel ab – und wird mit der Dynamik und Kompetenz der gesamten Gruppe jeden in der neuen Welt des KAGB noch erfolgreicher machen.



Gert Waltenbauer
Mitglied der Geschäftsführung KGAL GmbH & Co. KG

Die Umsetzung der AIFMD war in 2013 die größte Herausforderung für die KGAL. Die wichtigste Entscheidung im Zuge der Umsetzung der AIFMD war die Trennung der KGAL-Gruppe in eine separate KVG für den Bereich Assetmanagement, die KGAL Investment Management GmbH & Co. KG, und eine Vertriebsgesellschaft, die KGAL Capital GmbH & Co. KG. Zusätzlich hat sich die KGAL im Laufe des Jahres aus dem Publikumsgeschäft zurückgezogen und fokussiert ab 2014 ausschließlich professionelle- und semi-professionelle Anleger – im In- und Ausland. Also eine reine B2C-Kundenbeziehung. Das Jahr 2014 steht bei der KGAL im Zeichen des Wachstums, u. a. was die Auslandsaktivitäten angeht. Auch dem deutschen institutionellen Markt sowie den Bereichen Family Offices und Stiftungen sehen wir sehr positiv entgegen. Produktseitig werden wir in 2014 einen Flugzeugfonds, den „Aviation Portfolio Fund I“, platzieren. Ein Portfoliofonds für institutionelle Kunden, in Kooperation mit dem Assetmanager GOAL – einem Joint Venture der Deutschen Lufthansa AG und der KGAL. Darüber hinaus setzen wir die am Markt bereits etablierte Reihe unserer erneuerbaren Energien Fonds mit dem „ESPF3“ fort. Im Bereich der Immobilien sind wir mit Club Deals und Single Accounts vertreten.



Oliver Porr
Geschäftsführer LHI Leasing GmbH

Das Geschäftsjahr 2013 der LHI lief durchaus positiv. Die LHI ist ja nicht nur Anbieter von Kapitalanlageprodukten, sondern auch Partner für Unternehmen bei der Gestaltung von Finanzierungslösungen. Dieses breite Leistungsspektrum ist das Rezept für den Erfolg der LHI. Nichts desto trotz war natürlich die Umsetzung des KAGB und alles was damit zusammenhängt auch für uns eine große Herausforderung. Wir werden auch zukünftig in der neuen regulierten Welt Investments für private, professionelle und semi-professionelle Investoren anbieten. Unsere Produkte werden wie in der Vergangenheit die hohen Qualitätsansprüche, die unsere Investoren und wir selbst an uns stellen, erfüllen. Dass unsere Produkte zukünftig regulierte Beteiligungsprodukte sind, sehen wir als Chance, darum war für uns die Umsetzung der Vorgaben des KAGB keine Frage. 2014 wird wieder ein normales Vertriebsjahr ohne Sonderbelastungen aus KAGB-Umsetzungen oder Ähnlichem. Wir werden voraussichtlich zwei Beteiligungsangebote für private Investoren anbieten. Für professionelle und semi-professionelle Investoren werden wir unsere erfolgreichen Produkte im Bereich Immobilien und erneuerbare Energien fortsetzen. Wir waren und werden auch in 2014 unsere Vertriebspartner in der gleichen Weise unterstützen, wie wir es schon immer getan haben. Und Beteiligungsprodukte anbieten, die den Anspruch der Investoren erfüllen.



Werner Klumpe
Rechtsanwälte Klumpe, Schroeder + Partner GbR

Als stark auf das Kapitalanlage- und Immobilienrecht fokussierte Anwaltskanzlei führten wir im Jahr 2013 sehr viele Gespräche, bei denen es um die Fragen der Umsetzung der Anforderungen von KAGB und FinVermV ging. Einige unserer Mandanten haben für sich nach Abwägung aller Gesichtspunkte die Entscheidung getroffen, bestimmte Produktlinien einzustellen oder das Neugeschäft komplett aufzugeben. Für uns waren die regulatorischen Anforderungen gleichermaßen eine Herausforderung. So vieles war lange Zeit unklar (und ist es bis heute). Verlässlichkeit ist überall wichtig, vor allem aber wenn es um das Thema „Kapital“ und das Konzipieren eines überzeugenden Kapitalanlageproduktes geht. Zum Jahresbeginn 2013 und nun ebenfalls kurz vor seinem Schluss erschütterten erneut Finanzskandale die Branche. Das macht für die Vielzahl derer, die seriös und solide arbeiten, das Werben um das Vertrauen der Anleger nicht einfacher. Unser Anspruch wird es auch 2014 sein, unseren Mandanten die (Rechts-)Beratung zur Verfügung zu stellen, die sie für ihren Alltag benötigen.



Heinz G. Wülfrath
Geschäftsführer Middle East Best Select GmbH

Die Umsetzungen der AIFM-Richtlinien in deutsches KAGB stellt für uns keine unüberwindliche Herausforderung dar, zumal wir als kleineres Emissionshaus von der „de-minimis“ Regelung profitieren. In Zusammenarbeit mit unserer namhaften WVP-Kanzlei sind bereits alle Vorbereitungen für die Registrierung unserer neuen KVG in 2014 getroffen. Die kommenden MEBS-Fonds werden als Investment KGen und als Spezial AIFs nach neuem Recht aufgelegt werden. Nachdem 2013 für uns das bisher umsatzstärkste Jahr war, sind wir auch für 2014 sehr optimistisch. Die Nachfrage nach unseren privilegierten MEBS-Investitionen, die attraktive Renditen mit hohen Sicherheitselementen verbinden, nimmt signifikant zu. Neben erfreulichen Umsatzsteigerungen im Retail-Markt stellen wir auch starkes, zunehmendes Interesse aus den Segmenten Family Offices und Institutionelle fest. Mit professioneller, neuer Manpower wird die Erschließung dieser zusätzlichen Märkte in 2014 weiter vorangetrieben. Auch im kommenden Jahr können unsere Ver-

triebspartner mit unserer tatkräftigen Unterstützung rechnen. Von Online-Seminaren über regionale Vertriebs- und individuelle Kunden-Veranstaltungen bis hin zu den bewährten Vertriebspartner- und Investoren-Orient-Kreuzfahrten wird sich unser Service auch künftig immer am Bedarf unserer Partner ausrichten.



Wolfgang Wetzel
Geschäftsführer NATURE CAPITAL GmbH

Die Nature Capital GmbH hat sich in 2013 erfolgreich als Marktteilnehmerin für die Bereiche Agrar, Forsten und erneuerbare Energien platziert. Aufgrund der langjährigen Expertise des Teams, das viele Jahre diese Bereiche bereits im Hause Nordcapital aufgebaut und geleitet hat, konnten wir eine positive Marktbekanntheit mit diesen Assetklassen bei Vertriebspartnern und Investoren erlangen. Wir haben konsequent den Schwerpunkt auf unsere Kernkompetenzen gelegt und uns zielorientiert auf die Auswahl qualitativ hochwertiger Assets fokussiert. Aufgrund schlanker Strukturen und einer vertrauensvollen Zusammenarbeit mit externen Partnern wurden die Weichen für eine solide und langfristige Zukunft gestellt. Auch und gerade die Entscheidung, anderen Finanzhäusern, Fondsinstitoren und institutionellen Investoren als unabhängige Honorarberaterin zur Seite zu stehen, erwies sich als erfolgreiches Konzept. Für 2014 sehen wir in den Bereichen Bioenergie, Agrar und Forsten großes Potenzial. Unser „Grund und Boden“ verspricht keine hohe Rendite, aber dient als Beimischung einer langfristigen Sicherung von Vermögen. Unser Ziel ist, in 2014 mit 3 Produkten sowohl unter eigenem Namen oder auch für Dritte unsere Marktposition auszubauen.



Thomas Böcher
Geschäftsführer Paribus Capital GmbH

Die größte Herausforderung war, rechtzeitig vor dem 22.07. die Billigung unserer vielen Fonds durch die BaFin zu erhalten. Nach der Zurückhaltung der Banken und Vermittler im Vertrieb von Sachwertanlagen im Jahr 2013 wird 2014 ein sehr wichtiges Jahr. Im sechsten Jahr der Krise entspannen sich die Anleger. Langlaufende, einigermaßen planbare Renditen von über 1,7 % sind nur bei höherer Volatilität erzielbar. Diese wird der Anleger eingehen müssen, um nicht in die Geldentwertungsfalle zu geraten. Wir planen eine erstklassige Immobilieninvestition mit einem I.-A-Mieter bei langfristiger Ertragssicherheit. Gleichzeitig konzentrieren wir uns weiter auf unser erfolgreiches Eisenbahnsegment und forcieren den Bereich energieeffizienter Lokomotiven. Unsere Partner wollen wir unterstützen, indem wir ausschließlich WpHG-konformes Vertriebsmaterial bieten. Bei größeren Zeichnungen begleiten wir die Berater vor Ort.



Christoph Blacha
Geschäftsführer pubity Performance GmbH

Die größte geschäftliche Herausforderung war die Umsetzung der AIFM-Richtlinie mit den regulatorischen und administrativen Anforderungen des neuen Kapitalanlagegesetzbuches. Bereits vor Inkrafttreten am 22.07.2013 wurde der aktuelle pubity Performance Fonds Nr. 6 mit einer externen Kapitalverwaltungsgesellschaft und einer Geldverwahrstelle gebilligt. Der erste KAGB-konforme Publikums-AIF, der pubity Performance Fonds Nr. 7, wurde Mitte Oktober bei der BaFin eingereicht. Der Vertriebsstart ist für Anfang Januar 2014 geplant. Die Entscheidung, die neuen Regularien kompromisslos und schnell umzusetzen, fiel bereits im Jahr 2012 – mit der Gründung der pubity Performance GmbH, die die Aufgaben der externen Kapitalverwaltungsgesellschaft übernehmen wird. Der Aufsichtsrat wurde bestellt. Mit der CACEIS Deutschland GmbH als Geldverwahrstelle, den Rechtsanwälten CMS Hasche Sigle für die Durchführung der Legal Due Diligence und unabhängigen hypothekezentrierten Sachverständigen als externe Bewerter der Immobilien haben wir uns starke Partner „ins Boot geholt“. Unser Ziel ist es, den „pubity Performance Fonds Nr. 7“ bis zum 31.12.2014 mit einem Eigenkapital i. H. v. 100 Mio. Euro voll zu platzieren. Die beste Unterstützung unserer Vertriebspartner bieten wir mit der größten Kundenzufriedenheit. Das erfahren unsere Vertriebspartner im Kundengespräch als „Überbringer der guten Nachrichten“. Die Zufriedenheit unserer Anleger erreichen wir durch unser Prinzip der maximalen Ausschüttungen und kompromissloser Transparenz.



Jürgen Göbel
Geschäftsführer der SachsenFonds Holding GmbH

Das Jahr 2013 ist geprägt von der Herausforderung, das Vertrauen der Anleger Schritt für Schritt wiederzugewinnen. Dies gelingt insbesondere durch eine professionelle und kontinuierlich gute Leistung im Asset- und Fondsmanagement sowie durch eine transparente Kommunikation mit den Anlegern. Daher haben wir im Jahr 2013 wiederum ein besonderes Augenmerk auf die Stabilisierung und Verbesserung der jeweiligen Fondsentwicklung gelegt. Die Einführung der neuen Regeln für die Teilnehmer des Kapitalmarktes fördert diesen Ansatz und wird die Branche nach unserer Einschätzung nachhaltig positiv beeinflussen, auch wenn es mit mehr Aufwand für die Anbieter verbunden ist. SachsenFonds setzt diese neuen Richtlinien derzeit um. Ziel ist es, im Jahr 2014 die Zulassung bei der BaFin für die Kapitalverwaltungsgesellschaft zu erhalten und die ersten Beteiligungsangebote nach den neuen Regeln zu emittieren. Bereits in Vorbereitung ist ein Anlagekonzept für institutionelle Anleger, das ab 2014 angeboten wird. Unsere Vertriebspartner werden wie bisher laufend mit allen relevanten Informationen, die unsere Fondsbeteiligungen betreffen, ausgestattet und umfassend betreut, damit sie ihre Kunden jederzeit kompetent und professionell betreuen können.



Lars Poppenheger
Leiter Vertrieb Steiner + Company

Die notwendigen Vorbereitungen auf die Herausforderung AIFM und die damit verbundene Beantwortung der Frage „Make or Buy“ mit Blick auf die Etablierung einer Kapitalverwaltungsgesellschaft war unsere größte Herausforderung in 2013. Wir haben uns klar zu unserer Produktfamilie „MAP Multi Asset Portfolio“ bekannt und uns auf transparente klare Konzeptionen, die den Markt unterstützen, begrenzt – wie Train Direkt und Wind Direkt – und die auch ohne § 34f vertrieben werden können. Also haben wir die zuvor gestellte Frage mit „Buy“ beantwortet. Mit Blick auf den Markt und unsere Produkte beurteilen wir das kommende Jahr und dessen Aussichten positiv. Wir wollen uns weiterhin als der Portfolioanbieter am Markt etablieren und die einzig sinnhafte Variante zur Risikostreuung möglichst vielen Menschen weiter erzählen. Wie bisher nachhaltig, berechenbar und verlässlich agieren. Das Angebot unseres Hauses bietet für alle Anlagewünsche eine Antwort. Zudem werden wir weiter an unseren Schwächen arbeiten und unsere Stärken ausbauen. Das Ganze werden wir mit modernen Marketingmaßnahmen im Sinne unserer Firmenbezeichnung „das Emissionshaus 2.0“ im Jahr 2014 unterstützen.



Reiner Hambrecht
Vorstand SVF Sachwert AG

Die nicht endenden Hiobsbotschaften aus der Beteiligungsbranche und aus nahezu allen Anlageklassen erschwerten das Neugeschäft in diesem Jahr. Selbst langjährige Geschäftsverbindungen zogen sich teilweise oder ganz vom Markt zurück. Durch einen hohen Kapital- und Arbeitseinsatz ist es uns gelungen, das Vertrauen unserer bestehenden Vertriebspartner und Anleger zu behalten. Die frühzeitige Neuausrichtung unseres Unternehmens auf die neuen gesetzlichen Anforderungen des Marktes war zurückblickend der richtige Schritt. Mit der „SVF Sachwert Police“ haben wir bereits in 2012 eine Rentenversicherung für Versicherungsmakler mit der § 34d GewO Erlaubnis eingeführt. Wir erwarten für 2014 einen leicht ansteigenden Geschäftsverlauf. Zusammen mit unserem bestehenden Vermittlerstamm werden wir uns auf unser Kerngeschäftsfeld, die Managerselktion von Sachwertinvestitionen, konzentrieren, um die Volumina in unseren bestehenden Investmentportfolios zu erhöhen. Zu unseren Partnern führen wir eine enge, vertrauensvolle und transparente Beziehung. Diesen liefern wir Hilfestellungen bei allen Themen rund um die Beteiligungsbranche und um Private Equity. Das schweiß langfristig zusammen und stärkt unseren Vertrauensvorsprung.



Hermann Klughardt
Geschäftsführer Voigt & Coll. GmbH

Das Jahr 2013 war geprägt von regulatorischen Herausforderungen im Bereich der Sachwertinvestments und der Bereitstellung von Investmentmöglichkeiten sowohl für den Retailbereich als auch für unsere institutionellen Kunden. Mit der „VC-EnergieRente“ bieten wir Retailkunden die Investitionsmöglichkeit in die Sachwerte von Infrastrukturinvestments in erneuerbare Energien mittels einer fondsgebundenen Rentenversicherung. Gleichzeitig ist uns die weitere Etablierung unseres institutionellen Geschäfts im Bereich der erneuerbaren Energien sowohl in Form von Beratungs- als auch Assetmanagement-Mandaten gelungen. Diese Akquisitionen bieten eine gute Basis für ein erfolgreiches Jahr 2014, in dem wir unsere Schwerpunkte im weiteren Ausbau dieser institutionellen Mandate mittels Individuallösungen und in der Auflage weiterer Teilsfonds unserer luxemburgischen SICAV-FIS Struktur sehen. Zusätzlich bieten wir mit der „VC-EnergieRente“ unseren Vertriebspartnern auch 2014 eine innovative Anlagemöglichkeit in die Sachwertinvestments von erneuerbaren Energien an.



Gabriele Volz
Geschäftsführerin
Wealth Management Capital Holding GmbH

Wir sind stolz darauf, trotz der erheblichen Anforderungen des Kapitalanlagegesetzbuches die Versorgung mit hochwertigen Produkten in allen unseren Kernanlageklassen aufrechterhalten zu haben. So gelang es uns, gegen den Branchentrend zu wachsen und zeitgleich die gesetzlichen Vorgaben zu meistern. Die frühzeitige Anbindung von attraktiven Assets hat unsere Jahresplanung erleichtert. So konnten wir die juristischen Anforderungen frühzeitig angehen und die gesamte Organisation auf die neue Welt ausrichten. Qualität und die Reduzierung von Komplexität stehen an erster Stelle. Wir sehen dem Geschäftsjahr 2014 sehr positiv entgegen. Im Privatkundengeschäft wollen wir unser sehr gutes Absatzniveau halten. Bei professionellen Investoren setzen wir klar auf Wachstum. Wir haben bereits jetzt eine attraktive Produktpipeline für das kommende Jahr. Wir haben uns zum Ziel gesetzt, unseren Kunden den einfachen Weg zur Sachwertanlage zu eröffnen. Die große Nähe zu unseren Vertriebspartnern hilft dabei, uns stetig an deren Bedarf zu orientieren. Das ermöglicht am Ende eine hochwertige Beratung und das passende Angebot für jeden Kunden.



Wolfgang J. Kunz
Vertriebsdirektor DNL Real Invest AG

Die größte geschäftliche Herausforderung in 2013 war es, sich den neuen Regularien anzupassen und in Übereinstimmung mit diesen zu arbeiten. Die wichtigste Entscheidung hierfür bestand darin, dass wir uns geschäftlich absolut nach den neuen Regularien aufstellen wollen und keine

Energie darauf verwenden, außerhalb der Regularien Auswege der Alternativangebote zu suchen. Wir beurteilen unsere Geschäftsaussichten für 2014 sehr positiv, weil der Immobilienmarkt im Südosten der USA wieder sehr positiv performt und wir sehr attraktive Ankäufe für unseren „TSO-DNL Fund IV“ generieren können. Wegen der positiven Marktlage rechnen wir aber auch mit einer großen Anzahl an Verkäufe unserer Fondsimmobilen. Unser Ziel für 2014 ist die volle Platzierung des Fonds mit 125 Mio. US-Dollar und die Auflage des „TSO-DNL Fund V“ nach den neuen Regularien. Für unsere Vertriebspartner planen wir Onlinepräsentationen und Workshops, um laufend zu motivieren und zu schulen. Verstärkt werden wir unserer bisherigen Geschäftsphilosophie treu bleiben und sowohl neue als auch für unsere bisher aktiven Geschäftspartner vor Ort die Qualität unserer Investitionen belegen.



Torsten Kracht
Vorstand GRK-Holding AG

Zu der größten Herausforderung des auslaufenden Geschäftsjahres zählten die Entwicklung marktkonformer Produkte und die Sicherung unserer hohen Qualitätsansprüche. Desweiteren haben wir unsere Vertriebspartner auf Änderungen im Kaufvertragsrecht einstellen müssen. Wir haben sehr stark an der weiteren Professionalisierung der Prozesse und einer noch stärkeren Bindung langfristiger Partner an unser Unternehmen gearbeitet. Ferner haben wir die Unterstützung unserer Vertriebspartner durch Schulungen und Beratungen konsequent ausgebaut. Unsere Geschäftsaussichten für 2014 schätzen wir als sehr positiv ein und aufgrund eines günstigen Marktumfeldes mit nie dagewesenen preiswerten Finanzierungsmöglichkeiten rechnen wir mit einem weiter wachsenden Umsatz im Jahr 2014. Unser Ziel ist die erfolgreiche Platzierung der von uns bereits entwickelten Projekte am Markt sowie die Beschaffung neuer, ansprechender Produkte. Das wollen wir durch konsequente Weiterverfolgung einer klar strukturierten und für unsere Partner verlässlichen Geschäftspolitik erreichen. Sowohl im Jahresendgeschäft als auch im Jahr 2014 werden wir unsere Vertriebspartner in der gewohnt professionellen Art und Weise unterstützen, was von der Produktschulung bis zur professionellen Betreuung vor Ort erfolgt.



Thomas F. Roth
Vorstand IMMAC Holding AG

Die größte geschäftliche Herausforderung des Jahres 2013 war zweifellos die am 22.07. in Kraft getretene Regulierung. Wir haben uns entschieden, nicht unter eine fremde Master-KVG zu gehen, sondern für IMMAC und die Deutsche Fondsvermögen mit der HKA Hanseatische Kapitalverwaltung AG eine konzern-eigene KVG zu schaffen. Die eigentliche Herausforderung war dann die Strukturierung und das Lizenzierungsverfahren. Nachdem die Hanseatische bereits Anfang Oktober die Lizenz erhalten hat, sind die Voraussetzungen für 2014 sehr gut. Der Prospekt für den ersten AIF wird im ersten Quartal bei der BaFin eingereicht. Mit Pflegefonds in bewährter Qualität wird an die Platzierungsvolumen der letzten Jahre im unregulierten Markt angeknüpft werden können. Wir setzen weiterhin bei den Investitionsobjekten auf höchste Qualität hinsichtlich der Bausubstanz, der Pächter und der Standorte, aber auch der konservativen Konzeption. Es wird keine Halbheiten geben wie Einzelobjekt-Fonds, um den Vertrieben die Klassifizierung ihrer Kunden als semiprofessionelle Anleger zuzumuten, sondern ausgewogene Portfolio-Fonds. Selbstverständlich laden wir unsere Vertriebspartner zu Produktschulungen ein und stehen auch gern für Gespräche mit Endkunden zur Verfügung.



Jörg S. Walter
Geschäftsführer IVM GmbH
und Vertriebsleiter Thamm & Partner GmbH

2013 lag unser Fokus in der Umsetzung der gesetzlichen Regularien sowie das effiziente Strukturieren interner Prozesse und der Ausbau der Organisation. Die Umsetzung hat bereits begonnen und wird uns bis Mitte 2014 beschäftigen. Diese Schritte waren wichtig, um für das wirtschaftliche Wachstum in den nächsten Jahren gerüstet zu sein. Dafür und zur Unterstützung unserer Geschäftspartner wurden zwei neue Vertriebsleiter eingebunden. Der Gesetzgeber stellt immer neue Anforderungen an die Finanzdienstleistungsbranche. Der Anleger legt immer mehr Wert auf Transparenz und Nachvollziehbarkeit der Angebote. Gerade durch diese Umstände sind wir überzeugt, dass sich die nachhaltig positive Geschäftsentwicklung auf Basis des bisher Erreichten auch in der Zukunft fortsetzen lässt; wir sprechen immerhin von mittlerweile fast 15 Jahren, in denen wir am Markt aktiv sind. Unser Ziel ist in 2014 eine Umsatzsteigerung von 25 %. Das erreichen wir dadurch, dass wir unsere Versprechungen an unsere Geschäftspartner und unseren Investoren immer eingehalten haben und so über eine hervorragende Markt Reputation verfügen. Immer mehr Anleger suchen genau die Anlagen, die in der Vergangenheit bewiesen haben, dass sie nachhaltig funktionieren. Für unsere Vertriebspartner werden wir auch in 2014 die bewährten Mandantenforen an unseren Standorten sowie Foren für Interessenten beim Geschäftspartner vor Ort durchführen und dieses Konzept weiter ausbauen sowie den Anlegern unsere Ergebnisse im operativen Geschäft und der Auszahlungen zur Verfügung stellen.



Wolfgang Dippold
Geschäftsführender Gesellschafter
PROJECT Investment Gruppe

Die späte Verabschiedung des Kapitalanlagegesetzbuches und die vielen Unklarheiten vor und seit der Verabschiedung des Gesetzes waren für uns die größte Herausforderung in diesem Jahr. Trotz vieler Unklarheiten fiel die gemeinsame Entscheidung unseres Führungsteams, unseren Weg in den regulierten Markt konsequent zu beschreiten. Anbieter alternativer Investmentfonds, die sich den Anforderungen der Regulierung stellen, besitzen Zukunftspotenzial. Der Bedarf der Anleger nach Sachwerten ist im aktuellen Marktumfeld immens hoch. Wir wollen auch in 2014 kontinuierlich und planbar Umsätze steigern. Für unseren Vertriebspartner sind drei Aspekte entscheidend: Regulierte Fonds, die auch in Zukunft keinen Kompromiss bei der bewährten Sicherheitsstrategie eingehen; hohe Transparenz über die gesetzlichen Vorgaben hinaus; fachliche und praktische Unterstützung unserer Vertriebspartner; z. B. durch Workshops zum Verkaufsprospekt nach neuem KAGB oder zu Verpflichtungen der Vermittlerlinie wie das WP-Testat nach § 34f; und schließlich auch weiterhin aktive zentrale und regionale Betreuung durch unsere 11 Vertriebsverantwortlichen vor Ort.



Gerhard Tausch
Vorstand SFG Immobilien AG / SDI Vertriebs GmbH

Das Jahr 2013 war für uns ein sehr interessantes und erfolgreiches Jahr. Wir haben gespürt, dass der Markt der Vermittler sich immer mehr dem Thema Immobilie und speziell steueroptimierenden Immobilien öffnet. Das liegt zum einen an der Tatsache der noch immer zinsgünstigen Finanzierungsmöglichkeiten, zum anderen daran, dass es nicht mehr viele Möglichkeiten der Steueroptimierung gibt. Hier kommt unser Vorteil der Vielseitigkeit zum Tragen. Unsere größte Herausforderung in diesem Jahr war die erhöhte Nachfrage unserer angehenden Partner, die unsere Unternehmensgruppe – mit der Dolphin Capital Investments und der SFG Immobilien AG – dazu veranlasst hat, sich in führenden Positionen zu verstärken. Für 2014 erwarten wir für Finanzierungen keine Änderung der aktuellen Zinssituation. Daher sehen wir dem kommenden Jahr sehr positiv entgegen. Wir haben bei der Planung unserer Projekte das gestalterische Ziel, die historischen Gebäude unter Berücksichtigung der jeweiligen Auflagen energetisch und technisch auf den neuesten Stand zu bringen. Für unsere Vertriebspartner haben wir in 2014 eine Vielzahl von denkmalgeschützten Projekten im gesamten Bundesgebiet vorbereitet. So können unsere Partner ihren Kunden in nahezu allen Bundesländern steueroptimierende Immobilien anbieten. Unser Vertriebsmanagement steht jederzeit bei Beratungen, Besichtigungen oder zu Schulungszwecken unseren Partnern gerne zur Seite.



Markus Nonnenmacher
Geschäftsführer Victor-Investment GmbH

Unsere größte Aufgabe in 2013 bestand darin, Infrastruktur für die neue Firma zu erstellen – die Ausstattung der Mitarbeiter mit neuer Technik (Apple) und benutzerfreundlicher Software inkl. CRM – und Finanzvertriebe über die neue Schnittstelle zwischen Vertrieb und Bauträger zu informieren und zu gewinnen. Unser entscheidendes und erreichtes Ziel war, den Vertrieb mit Immobilienverkäufer/innen auszubauen und gleichzeitig exklusive Immobilien wie im Resort Castelfalfi in der Toskana zu verkaufen. Zusätzlich haben wir mit Thomas Kleist einen erfahrenen Vertriebsprofi für die Partnerschaft gewinnen können. Für den Immobilienbereich sehe ich das Jahr 2014 sehr positiv. Die Kunden suchen einfache und sichere Finanzprodukte. Bausparen und Kapitalanlagen in Immobilien werden davon profitieren. Provider werden in Zukunft eigene Vertriebe aufbauen und ihre Kernkompetenz wieder aufbauen. Gleichzeitig werden viele kleine Vertriebe und Provider Existenzprobleme bekommen. Wir werden in Hamburg und Dresden ein sechstes Büro eröffnen. Gleichzeitig werden wir Kooperationen mit Providern und Vertrieben ausbauen. Dazu werden wir die Partner am Erfolg beteiligen und durch Verkaufsmaßnahmen wie z. B. Snow Polo Kitzbühel unseren Partnern eine besondere Verkaufsplattform ermöglichen.



Frank Winkel
Geschäftsführer WI-IMMOGroup GmbH

Unser zentrales Thema war auch im Jahr 2013, die Pflegeimmobilie mit den von uns definierten Qualitäts-Parametern in der Beraterwelt auszubauen und weiter zu vertiefen. Sehr wichtig und sinnvoll war dabei sicherlich unser Entschluss, unsere Exposés an die IDW S4-Grundsätze anzulehnen, obwohl wir das für unsere Produkte gar nicht benötigen. Der Ansturm auf unsere Produkte zeigt, dass wir richtig liegen: In den beiden vergangenen Jahren haben wir für mehr als 100 Mio. Euro Objekte aufgelegt und für das kommende Jahr rechnen wir mit einem weiteren Zuwachs von über 30 % oder mehr. Das ist natürlich alles erfreulich, zugleich war und ist das aber auch eine Herausforderung für unser Management und unsere Organisation. Deshalb haben wir unsere Mannschaft moderat und zugleich hochqualifiziert verstärkt. Weiter ausbauen werden wir auch das Geschäft und unseren Full-Service für unsere vorhandenen und neuen Vertriebspartner; die Top-Leute der Branche.



Marcus Kraft
Vorstand ZBI Zentral Boden Immobilien AG

Die größte Herausforderung in 2013 waren die nötigen Anpassungen an die Regularien des neuen KAGB. Die wichtigste Entscheidung war die Gründung einer eigenen KVG. Mit der Gründung der ZBI Fondsmanagement AG ist es der ZBI möglich, sowohl den regulatorischen als auch den administrativen Aufgaben nachzukommen, die das KAGB von Investment KGs verlangt. Zudem können alle unsere derzeit aktiven Fonds weiterhin selbst verwaltet werden und die ZBI kann die Besonderheit der „Alles-aus-einer-Hand-Strategie“ weiter umsetzen. Für das Jahr 2014 gehen wir von einer positiven Geschäftsentwicklung sowohl im Privatkunden- als auch im institutionellen Geschäft, aus. Nach Beantragung der Zulassung unserer KVG im Januar werden wir im Frühjahr mit dem „ZBI Professional 9“ das jüngste Mitglied unserer Professional-Linie auf den Markt bringen. Daneben wollen wir auch weiterhin unsere Spezialfonds-Partnerschaften stärken und das Segment mit institutionellen Kunden ausbauen. Insgesamt werden wir den Weg der letzten Jahre fortsetzen und den Ausbau der Marke ZBI als Spezialist für deutsche Wohnimmobilien vorantreiben. Mit unseren Vertriebspartnern gemeinsam erarbeiten wir individuelle Zielgruppenstrategien und unterstützen sie durch gemeinsame Veranstaltungen. Darüber hinaus begleiten wir die Vertriebspartner bei regulatorischen Maßnahmen und binden sie durch eine enge Kommunikation in die Arbeit des ZBI Assetmanagements ein.



Marcus Rex
Vorstand BS Baugeld Spezialisten AG

Die Erwartungen des modernen Kunden nehmen ständig zu. Schnelligkeit, perfekter Service und Beratungskompetenz differenziert unsere Berater vom Mitbewerber. Wir haben in 2013 sehr viel Energie damit verwandt, unsere Berater und unsere Marke den Anforderungen des Kunden anzugleichen. Entscheidend war, dass wir uns gegen ein Makler- und Vermittlergeschäft entschieden und uns von bestehenden Kooperationen getrennt haben. Nur so können wir uns auf die Disziplin fokussieren, die wir am besten beherrschen. In 2014 werden wir auch weiter wachsen. So wollen wir unsere Standorte von heute 70 auf 100 erweitern. Zu Beginn des nächsten Jahres werden wir mit unserem „Unternehmerforum Baufinanzierung“ auf Roadshow gehen. Interessierten Vermittlern stellen wir den Markt der Immobilienfinanzierung in Perspektive. Zur Unterstützung unserer Vertriebspartner bieten wir umfangreiche Ausbildungs- und Qualifizierungsmöglichkeiten an. Unsere Marke wird stärker, und von der Kraft unseres erfolgreichen Franchisesystems profitieren unsere Partner in 2014.



Andreas G. Pfligshoer
Leiter Sales Management Partnervertrieb ING-DiBa AG

Das Thema EU-Wohnbaurichtlinie mit der Entwicklung eines Trainings- und späteren Zertifizierungsprogrammes für unsere Partner hat uns stark beschäftigt, um den Partner in 2014 optimal zu den kommenden regulatorischen Themen unterstützen zu können. Unsere wichtigste Entscheidung war, dass wir ein Programm anbieten werden, das langfristig ausgerichtet ist und unabhängig von ING-DiBa sein soll. Wir glauben, dass dies der Partner honorieren wird und es zu einer noch stärkeren Partnerbindung führt. Die Immobilie wird auch in 2014 beim Endkunden als Altersvorsorge und als Kapitalanlage eine herausragende Rolle spielen. Die Baufinanzierung ist und bleibt ein strategisches Produkt der ING-DiBa und somit wollen wir auch in 2014 weitere Marktanteile gewinnen. Dies werden wir mit sehr individuellen Maßnahmen/Aktionen für unsere Vertriebspartner unterstützen. In diesem Jahr haben wir unseren Partnern ein Tool zur Zinsanpassung angeboten – ich denke, hier sind wir Vorreiter im Markt. Die Weiterentwicklung des Portals hinsichtlich Beratungsansatzes, aber auch noch einfachere Prozesse zur Antragsabwicklung vor Ort beim Kunden durch den Vertriebspartner (Stichwort Objektbewertung) stehen klar im Fokus. Denn schnelle, transparente Prozesse spielen in der Zusammenarbeit eine wesentliche Rolle.



Dirk Günther
Geschäftsführer Prohyp GmbH

Historisch niedrige Zinsen, ein knappes Immobilienangebot in den Ballungsräumen und wenig Anlagealternativen – dieses Umfeld hat die Nachfrage nach Immobilien 2013 noch einmal deutlich befeuert. Entsprechend positiv stellt sich der Geschäftsverlauf bei Prohyp für das laufende Jahr dar. Auch wenn erste Warnungen vor Preisübertreibungen abgegeben werden und manche Stimmen vor einer Immobilienblase warnen: Eine flächendeckende Blasenbildung sehen wir nicht, in vielen Gegenden bieten die Preise im internationalen Vergleich und vor dem Hintergrund der ökonomischen Stärke sogar noch Luft nach oben. Zusammen mit einem Zinsumfeld, das auch weiterhin die Finanzierung von Wohnimmobilien sehr attraktiv macht, wird die Nachfrage nach Wohnimmobilien auch 2014 hoch sein. Für freie Vermittler bietet dies enorme Chancen: Kunden suchen aktiv nach Finanzierungsmöglichkeiten, vertrauen aber immer seltener alleine auf ihre Hausbank. Hier kann sich der unabhängige Broker positionieren und mit der Baufinanzierung nicht nur ein attraktives Produkt verkaufen, sondern auch den Einstieg in eine weiterführende Kundenbeziehung finden. Wir bei Prohyp bieten unseren Partnern die nötigen „Zutaten“, um in diesem Segment erfolgreich zu sein – mit den Produkten von mehr als 300 Banken, der wohl leistungsfähigsten Plattform im Markt, kompetente Unterstützung durch unsere Finanzierungsberater sowie einer Vielzahl individueller und maßgeschneiderter Unterstützungsangebote.



Michael Neumann
Geschäftsführer Qualitypool GmbH

Die zuverlässige und schnelle Abwicklung der stark zunehmenden Baufinanzierungsanfragen unserer Makler war für uns die größte geschäftliche Herausforderung des Jahres 2013. Daher haben wir uns auch entschieden, unsere Prozesse weitestgehend zu automatisieren. Wir bewerten die Aussichten für unser Geschäft in 2014 weiterhin positiv und rechnen mit einem deutlichen Wachstum im Baufinanzierungsbereich. Wir gehen von einem zweistelligen Wachstum im Finanzierungsbereich aus. Die realisierten Automatisierungsprozesse werden uns neben unseren starken Vertriebservices bei der Zielerreichung unterstützen. Unsere Makler können je nach Wunsch unseren Service für Baufinanzierungsanfragen in der Professional oder der Smart-Variante nutzen. Zusätzlich bieten wir angebondenen Maklern den Premiumservice für Ratenkredite, bei dem wir ihnen das Clearing und Supporttätigkeiten bei der Abwicklung abnehmen.



Thomas Braun
Leiter Vertrieb Wüstenrot

Die Staatsschulden- und Eurokrise hält uns auch vor dem Jahreswechsel 2013/2014 weiter fest in Bann. Die zur Ankurbelung der europäischen Wirtschaft verordnete Medizin der lockeren Zinspolitik stellt indessen die heimischen Sparer sowie Anleger, die mit längerem Zeithorizont private Altersvorsorge zur Sicherung eines angemessenen Wohlstandsniveaus betreiben wollen, vor eine große Herausforderung. Es verwundert somit nicht, dass in diesem Szenario Sachwerte klar in den Fokus der Bürger gerückt sind. Viele Kunden realisieren daher zum jetzigen Zeitpunkt ihren geplanten Immobilienerwerb oder schließen einen Bausparvertrag ab, um sich das rekordtiefe Zinsniveau langfristig zu sichern. Wüstenrot hat auf die skizzierte Entwicklung reagiert und das Angebot nochmals verbessert. Mit Bauspardarlehenzinsen ab 1,35 % im neuen „Tarif C“ können unsere Kunden perspektivisch voll von der Niedrigzinsphase profitieren oder zinsgünstig eine Sofortfinanzierung realisieren. Zugleich reißt die hohe Nachfrage nach energetischen Modernisierungsfinanzierungen nicht ab – womit die geschäftlichen Ampeln für Wüstenrot für das Jahr 2014 insgesamt weiter auf Grün stehen und wovon auch unsere Partner vollumfänglich profitieren werden.



Jürgen Afflerbach
Vorstandsvorsitzender I: I Assekuranzservice AG

Sicherlich waren die Vorzeichen mit dem Niedrigzins und dem prognostizierten schleppenden Neugeschäft keine optimalen Indikatoren für das Jahr 2013. Ebenso spielt die rückläufige Entwicklung der am Markt tätigen Vermittler dazu bei, dass nur die Maklerpools am Markt erfolgreich sind, die ein einheitliches Konzept und Philosophie sowie die finanzielle Solidität aufweisen. Dies stellte nicht nur die größte Herausforderung in 2013 dar, sondern auch schon die Jahre davor: Einerseits verfolgt der I: I AG-Verband von jeher einen organischen Wachstum als auch gezielte, betriebswirtschaftliche sinnvolle Zukäufe. Das ganzheitliche Konzept der I: I Assekuranzservice AG gepaart mit der finanziellen Solidität ist seit Beginn ihrer Erfolgsgeschichte der Schlüssel, um am Markt eine sehr gute Rolle zu spielen und die Herausforderungen mit Bravour zu meistern. Wir gehen auch davon aus, dass die Veränderungen im Finanzdienstleister-Markt auch im Jahr 2014 starken Einfluss haben werden. Insbesondere der Maklermarkt wird sich im Bereich der Pools spürbar verändern. Wir sehen dem Jahr 2014 sehr positiv gegenüber, denn unsere Strategie aus den Jahren 2012 und 2013 u. a. mit den Zukäufen von Vertriebskraft wird sich auch im nächsten Jahr auszahlen. Wir werden konsequent unsere Strategie fortführen und sowohl durch organisches Wachstum als auch durch sinnvolle Zukäufe ein stetiges Wachstum erreichen. Von Beginn an verfolgt die I: I AG konsequent die Philosophie, unsere Vertragspartner insbesondere im administrativen Bereich zu unterstützen. Darüber hinaus stellen unsere Alleinstellungsmerkmale wie z. B. Sofortcourtage und automatischer Umdeckungsservice die Eckpfeiler für den Erfolg unserer Partner dar.



Franz-Josef Rosemeyer
Vorstand A.S.I. Wirtschaftsberatung AG

Das Jahr 2013 hat uns administrativ und vertriebstechnisch vor große Herausforderungen gestellt. Nach zwei Jahren mit Sondereffekten (Garanzieabsenkung, Einführung von Unisexstarifen) und einer permanent negativen Berichterstattung ist das wichtige Thema Altersvorsorge stark unter Druck geraten. Von herausragender Bedeutung war insofern, die Fokussierung dieses Themas sowohl auf Kunden- als auch auf Beraterseite aufrechtzuerhalten. Angesichts eines Umsatzwachstums von mehr als 10 % bis zum Ende des dritten Quartals haben wir diese Aufgabe erfolgreich bewältigt. 2014 wird sicher nicht einfacher. Die Unsicherheiten bezüglich einiger Beratungsfelder sollten nach Abschluss der Koalitionsverhandlungen beseitigt sein. Aufgrund des weiterhin niedrigen Zinsniveaus wird viel Energie darauf verwendet werden müssen, den Altersvorsorgeprodukten ihren angemessenen Stellenwert zu verschaffen. Insgesamt gehen wir optimistisch in das Jahr 2014, weil wir aufgrund unserer Beratungsbreite genügend Handlungsoptionen haben, um den Kundenbedürfnissen gerecht zu werden. Wir werden mit der Einführung eines neuen CRM-Systems wesentliche Erleichterungen im gesamten Beratungsablauf schaffen und damit unseren Beratern deutliche Effizienzgewinne ermöglichen.

ANLAGEPROFIS AUFGEPASST: WIR BRÜTEN GERADE ETWAS FÜR SIE AUS!



MEHR DAZU AUF UNSEREN MESSEN 2014

8. MMM-MESSE

11. März 2014 | München

4. KVK-MESSE

26. Juni 2014 | Köln

5. HAUPTSTADTMESSE

16. September 2014 | Berlin

 Besuchen Sie uns auf Facebook:
www.facebook.com/fondsfinanz

www.fondsfinanz.de

FONDSFINANZ
MAKLER SERVICE



Dr. Frank Ulbricht
Vorstand BCA AG und BfV Bank für Vermögen AG

Als größte Herausforderung in diesem Jahr war der neue § 34f GewO. Nicht nur, dass wir „Umsteiger“ von 34c auf 34f durch umfassende Informationen, neue Software und Dienstleistungen unterstützt haben. Wir hatten auch „34f-Aussteigern“ Optionen zur Fortsetzung ihrer Tätigkeit anzubieten, um den Vermittlern und uns das bestehende Geschäftsvolumen zu sichern. Unsere wichtigste Entscheidung war, unter dem Dach des BCA Konzerns unternehmerische Lösungen für jedes Vermittler-Geschäftsmodell bereitzustellen – den klassischen Pool für Investment- und Versicherungsvermittler (Makler und Mehrfachagenten) genauso wie das neu ausgestaltete Haftungsdach für Nicht-34f-ler. Dazu gehörte auch, für beide einen neuen umfassenden regulierungskonformen elektronischen Beratungsprozess zu implementieren. Wir streben beim Jahresergebnis 2014 weiteres Wachstum an, das wir aus der Unterstützung unserer Partner generieren. Dazu setzen wir auf den Ausbau der Serviceleistungen sowie auf neue Produkte. So werden wir die Angebote der bAV und bKV sowie der Gewerbeversicherungen erweitern. Und unsere IT-Systeme verfeinern wir mit dem Ziel, ganzheitliche Kundenbetreuung zu ermöglichen. Unseren Vermittlern helfen wir überall, wo sich Chancen auftun. Wir setzen z. B. auf die PRIVATE INVESTING Strategieportfolios mit Servicegebühr, die zur Verstärkung der Erträge beitragen und auch noch im Trend zur Vermögensverwaltung liegen. Außerdem verfolgen wir den Ausbau der Kompetenzen und die gesellschaftsneutrale Unterstützung vor Ort in der bAV und der Gewerbeversicherung.



Sascha Sommer
Vorstandsvorsitzender BIT Treuhand AG

Für die BIT Treuhand AG war das Jahr 2013 ein Jahr der Veränderungen. Sowohl auf Ebene der Produktanbieter bzw. den Produkten als auch bei den Vermittlern. Im Rahmen der Vermittlerregulierung wurden durch unser Team unzählige Schulungsveranstaltungen umgesetzt und viele unterstützende Servicebausteine im Dienstleistungsangebot implementiert. Auf unserem Webportal haben wir eine Reihe von Neuerungen, wie z. B. die Unternehmensbörse für Finanzdienstleister, etabliert. Verstärkt nachgefragt wurden in 2013 so genannte Direktinvestments. Die Herausforderung der Regulierung auf Seiten der Produktanbieter wird in 2014 ein wichtiges Thema bleiben. Transparente sowie einfache und leicht verständliche Produkte werden auch in Zukunft von Kunden und Vermittlern verstärkt nachgefragt werden. In 2014 wird die BIT AG mit der Unternehmensbörse, verbreiteter Produktpalette und weiteren Workshopreihen, insbesondere zum Thema Direktinvestments, Impulse setzen und neue Partner gewinnen. Unsere Webtechnologie wird konsequent weiterentwickelt und unseren Partnern werden neue bzw. ergänzende Produktbereiche vorgestellt. Die BIT AG wird partnerschaftlich und verlässlich auch in 2014 neue Herausforderungen aufgreifen und Lösungsansätze für unsere Partner entwickeln.



Lars Drückhammer
Geschäftsführer und Kommanditist blau direkt GmbH & Co. KG

Auch in 2013 ging es für uns in erster Linie darum, die Prozessoptimierung für unsere Vertriebspartner weiter voranzutreiben, um ihnen die administrativen Aufgaben weitestgehend abzunehmen und so die Grundlage für erfolgreiches Wachstum zu schaffen. Um diese Ziele bei sehr schnell wachsenden Beständen und Vorgangszahlen auch auf unserer Seite abwickeln zu können, mussten wir den Personalaufbau schneller als jemals zuvor in der Unternehmensgeschichte vorantreiben. Dies allerdings nicht nur im Abwicklungsbereich, sondern vor allem auch in der IT. Sehr klar liegt inzwischen auch der Fokus auf der Prozessoptimierung mit den VU, insbesondere auf Basis der BiPRO-Normen, um wesentlich effizienter abwickeln zu können. Hier hatten wir in 2013 noch die organisatorische und vertriebliche Integration unserer österreichischen Tochter ARISECUR Versicherungs-Provider GmbH zu leisten, was uns sehr schnell und erfolgreich gelungen ist. Neben allen laufenden Projekten und Herausforderungen werden wir in 2014 den Fokus sehr stark auf die Anbindung neuer Maklerpartner setzen, ohne hierbei die extrem erfolgreiche Strategie der sehr intensiven und individuellen Anbindung und Unterstützung unserer Partner aufzugeben. Auch im nächsten Jahr werden wir weiter in Aus- und Weiterbildung unserer Partner investieren, sie vor allem weiter an eine eigene Onlinestrategie heranzuführen, um sie fit zu machen für die digitale Zukunft, die in unserer Branche – auch im Vertrieb – in vollem Gange ist. Jetzt werden die Weichen gestellt, wer in Zukunft im Versicherungsvertrieb noch eine Rolle spielt oder eben auch nicht mehr.



Christian Schwalb
Geschäftsführer BSC GmbH

Unsere größte Herausforderung in 2013 stellten die zahlreichen Verunsicherungen im Markt sowohl für Kunden als auch für die Vermittler dar. Viele Berater waren stark verunsichert und demotiviert, die Konzentration auf das Wesentliche war oft gar nicht möglich. Die Folge waren merkliche Rückgänge in den Vertriebsergebnissen. Meine wichtigste Entscheidung in diesem Jahr war es, wieder selbst mehr in die Vertriebsverantwortung zu gehen. Vor allem im Bereich der positiven Vermarktung unserer Geschäftsidee. Aus voller Überzeugung kann ich nach dem Jahr 2013 wieder bestätigen, es gibt nur eine Möglichkeit, Menschen richtig zu führen: durch das eigene Vorbild. Unsere Geschäftsaussichten für 2014 beurteile ich sehr positiv. Wir planen mit einem signifikanten Wachstum in unserer Vertriebsgruppe. Mit einer positiven Marktstimmung gepaart sollten wir so ein zweistelliges Umsatzwachstum realisieren können. Wir werden unsere

Konzeptvorteile im Vergleich zu Mitbewerbern und Banken, noch weiter in den Vordergrund stellen. Außerdem werden wir den Bereichen Kommunikation und Coaching noch mehr Aufmerksamkeit widmen als bisher und die Inhalte und das Know-how unserer neuen Konzerntochter ESCOLA mehr nutzen. In der individuellen Hilfestellung und Betreuung unserer Partner in der täglichen Praxis sehen wir den größten Nutzen unseres Geschäftsmodells für alle angeschlossenen Berater. Diesen wollen wir weiter verfeinern und forcieren.



Renate Wallauer
Geschäftsführerin dima24.de Anlagevermittlung GmbH

Branchenweit die größte Herausforderung war sicher die Regulierung 2013: Die Unsicherheit ist nach wie vor groß. Unklar ist, in welchem Ausmaß die erforderlichen Kompetenzen und Funktionen tatsächlich nachgewiesen werden müssen. Wir bewerten es jedoch positiv, dass die Branche hier sorgfältig vorgeht, um auch in Zukunft möglichst attraktive Fonds anbieten zu können. Die meisten unserer aktuellen Angebote hatten bereits zum Zeitpunkt der Auflegung die AIFM-Anforderungen im Blick und kommen daher in den Genuss der Übergangsregelungen. So zeigen wir schon heute, wie die Sachwert-Investments der Zukunft aussehen können. Die Europäische Zentralbank hält die Zinsen im Euro-Raum im Dauertief. Das kostet die Sparer Milliarden, auf diese Geldvernichtung müssen sie reagieren. Wir erwarten darum, dass die Nachfrage nach Sachwerten wie Gold, Diamanten oder auch Immobilien in deutschen Metropolen weiter zunimmt. Unsere Kunden wissen: Fonds sind eine gute Alternative für ihre Geldanlage, sie ergänzen andere Anlageformen sinnvoll und bringen so das Portfolio in Balance. Entsprechend erwarten wir mit Interesse die AIFM-konformen Angebote der Initiatoren für einen Re-Start der Beteiligungsbranche im Jahr 2014.



Professor Dr. Reinfried Pohl
Gründer und Vorstandsvorsitzender DVAG, Deutsche Vermögensberatung AG

Die Umsetzung der Anforderungen des neuen § 34f der Gewerbeordnung ist für uns Herausforderung und Chance zugleich. Viele Versicherungsvertreter, hinter denen keine starke Betreuungsgesellschaft steht, und solche, die bisher nur gelegentlich Investmentfonds vermittelt haben, werden in großer Zahl aus diesem Markt ausscheiden. Das schafft Platz und stärkt die Position der Vermögensberater, die konsequent nach der von mir entwickelten Allfinanzkonzeption beraten und die Vertriebsunterstützung der DVAG haben. Unsere Aufgabe ist weiterhin, früher an später zu denken und unsere hauptberuflichen Vermögensberater bestens auf die Prüfung vorzubereiten. Dazu bieten wir eine Intensivausbildung in unseren Berufsbildungszentren und E-Learning Programme an. Wir helfen beim Meldeverfahren und beim Erfüllen der Dokumentationspflichten durch Einbindung des Beratungsprotokolls in die Vermögensplanung. Auch haben wir erstklassige Konditionen bei der Vermögensschaden-Haftpflichtversicherung. Wir blicken optimistisch ins Jahr 2014. Zwar wird die Niedrigzinsphase die Spameignung der Menschen kaum befähigen. Dennoch bleibt die Lebensversicherung eine wichtige Basis für die private Altersvorsorge aller Bürger. Ihr Beratungs- und Vorsorgebedarf ist größer denn je. Das bietet Chancen! Wir wollen unsere Marktposition als die Nr. 1 der eigenständigen Finanzvertriebe weiter stärken und ausbauen. Wir bieten unseren Vermögensberatern erstklassige Karriere-Perspektiven und dazu eine exzellente Vertriebsunterstützung: Hierzu zählen unser einzigartiges Allfinanzkonzept, hervorragende Möglichkeiten zur Aus- und Weiterbildung sowie eine IT-Unterstützung der Spitzenklasse.



Gerhard Schwarzer
Vorstandsvorsitzender DOMCURA AG

Das Geschäftsjahr 2013 präsentierte sich der Assekuranz als ein sehr facettenreiches: Zum einen bleiben die gestiegenen gesetzlichen Anforderungen an den Makler nicht ohne Folge, zum anderen ist der Markt produktseitig so sehr in Bewegung wie selten zuvor. Die Sachversicherungen dominieren die Szenerie im Vergleich zu Leben zunehmend stärker, nicht zuletzt auch wegen der ungeheuren Wucht der jüngsten Wetterextreme. Branchenübergreifend sind die vertrieblichen Potenziale – beispielsweise auch im Bereich der staatlich geförderten privaten Pflegeversicherung – noch längst nicht ausgeschöpft. Genau das hatten wir frühzeitig erkannt und haben hier unseren Schwerpunkt gesetzt: Neben den bewährten DOMCURA Premium-Deckungskonzepten aus dem Sachversicherungsbereich führten wir die staatlich geförderte Pflegeversicherung erfolgreich am Markt ein. Höchste Produkt- und Servicequalität mit haftungsminimierender Wirkung ist die Grundlage, auf der wir auch in 2014 mit unseren Vermittlern vertriebliche Erfolge feiern werden – auch mit unserer jüngsten Innovation: der DOMCURA Vermittler-VSH Produktwelt. Regelmäßige Spitzenplätze bei unabhängigen Produktvergleichen quer durch die Sparten – so bekamen wir u. a. von FOCUS-MONEY die Auszeichnung „Top Wohngebäudeversicherung“ – belegen unseren hohen Qualitätsanspruch.



Stefan Michler
Vorstand FiNet Asset Management AG

Die größte Herausforderung in 2013 war die Einführung des § 34f GewO. Hier mussten diverse Prozesse angepasst werden – angefangen bei der komplett IT-gestützten Beratung und Dokumentation bis hin zur vereinfachten Wirtschaftsprüfung. Zudem haben wir die Umsetzung der AIFM-Richtlinie im Bereich Beteiligungen erfolgreich mit unserem Kooperationspartner gestaltet. Die wichtigste Entscheidung wurde bereits vor einigen Jahren getroffen – nämlich die Wahl der geeigneten Software-Lösung mit der unsere Partner den gesamten Beratungsprozess

entsprechend den Anforderungen der Finanzanlagenvermittlungsverordnung umsetzen können. Wir erwarten in 2014 eine Verlagerung des Geschäfts aus dem Bereich Lebensversicherung in Richtung Investment. Die fondsgebundene FAM Honorar-Vermögensverwaltung kann für viele Vermittler eine sinnvolle Ergänzung ihres Produktspektrums in der anhaltenden Niedrigzinsphase sein. Aber auch in der klassischen Anlageberatung wollen wir unsere Partner unterstützen, um ihre Kunden nachhaltig zu betreuen. Im Haftungsdach sehen wir unseren eingeschlagenen Weg als Qualitäts-Anbieter bestätigt. Neben unserem Angebot hochwertiger Dienstleistungen bieten wir unseren Partnern die Möglichkeit, Weiterbildungspunkte für den Besuch entsprechender Veranstaltungen zu sammeln.



Gerhard Ziegler
Vorstand FG FINANZ-SERVICE AG

Im Wettbewerb um Kunden und Geschäftspartner war und ist die dynamische Fähigkeit, passende Produkte und Dienstleistungen zu einem angemessenen Preis als Differenzierungs- und Erfolgsfaktor zu etablieren, die größte Herausforderung. Kundenorientierung und Loyalitätsmanagement stehen im Mittelpunkt. Dafür haben wir neben der Aktualisierung unserer Software unseren Geschäftspartnern bereits frühzeitig ein Haftungsdach zur Seite stellen können. Wir müssen uns im nächsten Jahr auf immer neue bürokratische Regulierungen aus Brüssel einstellen. Daher werden wir die Transparenz unserer Experten weiter verbessern. Wir haben in der Finanzdienstleistung die interessantesten Jobs. Die gesellschaftliche Verantwortung nehmen wir sehr ernst und sorgen für eine permanente persönliche und fachliche Weiterbildung unserer Geschäftspartner. Die Bestandsbearbeitung und Sicherung der Kundenzufriedenheit hat für uns neben dem bereits Gesagten eine hohe Priorität. Dabei konzentrieren wir uns auf weitere fachliche und persönliche Weiterentwicklung unserer Partner, technische Unterstützung und deren individuelle Förderung.



Norbert Porazik
Geschäftsführer Fonds Finanz Maklerservice GmbH

Der Gesetzgeber und diverse Interessengruppen halten die Branche in Bewegung und haben es dieses Jahr wieder sehr spannend gemacht. Die Fonds Finanz ist auf diese Unsicherheiten jedoch gut eingestellt. Wir arbeiten jetzt mit voller Kraft daran, unsere Vermittler bestmöglich zu begleiten, so dass sie am Ende gestärkt aus den Änderungsprozessen hervorgehen. Unser Ziel war es immer, Einnahmeausfälle durch eine breite Aufstellung zu minimieren. Heute wachsen daher vor allem unsere wiederkehrenden Provisionserlöse sehr schnell. Dank dieser Situation können wir mit sicheren Einnahmen planen, die unabhängig sind vom Neugeschäft. Unsere Geschäftsaussichten für 2014 sind sehr gut. Die Sparten Leben, Kranken und Sach (Privat- und Gewerbe) werden weiter die Zugpferde unseres Erfolgs sein, weil wir auf zukunftsfähige Produkte setzen. Großes Potenzial steckt zudem in den Unternehmensbereichen Investment und Baufinanzierung. In beiden werden wir 2014 unser Angebot erheblich ausbauen. Zusätzlich zum Spartenausbau werden wir unsere Weiterbildungsangebote stärken und Vermittler bei der Online-Beratung nach vorne bringen. Wir bieten das volle Programm an: Von der professionellen Makler-Homepage, über eine Online-Kundenverwaltung, bis hin zum papierlosen Abschluss mit der elektronischen Unterschrift.



Helmut Maier
Vorstand FORUMFINANZ
Vermögensberatungs- und Vermittlungs-AG

Die Kaufzurückhaltung der Kunden im Bereich der Altersvorsorge aufgrund sinkender Zinssätze durch andere Produkte zu kompensieren war in diesem Jahr unsere größte Herausforderung. Daher war unsere Aufgabe, Bewusstseinsbildung in Richtung betriebliche Altersvorsorge zu schaffen, denn gerade vor dem Hintergrund der Finanzkrise können lukrative bAV-Lösungen mit den unterschiedlichen Durchführungswegen als ein Zweig der kapitalgedeckten Altersvorsorge Geschäftskunden und deren Beschäftigte überzeugen. Aufgrund des starken Zubaus an Vertriebspartnern in 2013 werden wir in 2014 hohe Umsatzsteigerungen. Unser Ziel ist es, das Unternehmen so aufzustellen, dass es vorbereitet ist auf die Anforderungen, die sich aufgrund nationaler und europäischer Regulierungen ergeben, und flexibel darauf reagieren kann. Wir sehen die anstehende Regulierung (IMD2, Solvency II) neben den niedrigen Zinsen als größte Herausforderung an. Wir wollen regionale Führungsteams bilden und auf ein gemeinsames Wachstumsziel ausrichten. Mit der Wirksamkeit der Führungsteams ist auch der Gesamterfolg des Unternehmens gesichert.



Stefan Giesecke
Vorstand der Vertriebsmanagementgesellschaft fpb AG

In 2013 waren unsere Aktivitäten darauf ausgerichtet, die junge Marke CARDEA.life von PrismaLife im Markt der unabhängigen Finanzdienstleister weiter auszubauen. Wir haben die Botschaft „Einfach leichter leben“ weiter mit Leben gefüllt. Makler können auf ein breites Produktportfolio in den Bereichen Biometrie und Altersvorsorge zurückgreifen. PrismaLife setzt bei der Produktentwicklung innovative Ansätze um, die Maklern vielfältige Möglichkeiten der Kundenansprache bieten. Die Existenzversicherung wurde als Basisschutz für jedermann konzipiert. Dieser ist ideal für die Berufsgruppen, für die es immer schwieriger wird, eine Absicherung ihrer Arbeitskraft zu bekommen. In unseren Vertriebsstories vermitteln wir Maklern einzigartige Beratungsargumente, die auf die Flexibilität der Produktlösungen ausgerichtet sind. Beispiel Basis-Rente: Mit den Optionen

„Freie Versichererwahl“ und „Höhere Rente bei verkürzter Lebenserwartung“ setzen wir unsere Botschaft „Einfach leichter leben“ in praktische Kundenvorteile um. In 2014 starten wir mit der bAV. Wir werden Maklern neben den Produkten hoch professionelle Beratungsleistungen anbieten, mit denen sie dieses komplexe Beratungsfeld erfolgreich umsetzen können.



Dr. Sebastian Grabmaier
Vorstandsvorsitzender Jung, DMS & Cie. AG

Nie waren die Zinsen so niedrig wie heute. Nach Inflation und Steuern erweisen sich die meisten Anlagen als solche zum Nulltarif oder sogar als schlechende Kapitalvernichtung. Mit unserem Produktsortiment sowohl im Anlage- als auch im Versicherungsbereich galt es, daher unseren Beratern und deren Kunden einen Weg aus der Zinsfalle aufzuzeigen. So haben wir unser Produktuniversum ganz entscheidend erweitert, indem wir verstärkt auf Direktinvestments in Sachwerte wie etwa Immobilien, Container und Diamanten gesetzt haben. Hier bieten wir unseren Partnern nicht nur reine Anlageprodukte an, sondern auch versicherungsummantelte Varianten, die nachhaltig und langfristig Inflation und Steuer schlagen. Ich bin davon überzeugt, dass sich unsere Geschäftsentwicklung in 2014 erneut verbessern wird. Denn unsere Poolpartner können sich wieder stärker um ihr Tagesgeschäft kümmern und sind nicht mehr so sehr wie in 2013 mit den zahlreichen Neuregelungen – Stichwort § 34f – beschäftigt. Positiv wird sich zudem auswirken, dass wir hinsichtlich der anhaltenden Diskussionen um Transparenz und die Kostenbelastung in Versicherungsprodukten proaktiv vorgehen und mit der neu eingeführten Nettoplatform den sanften Einstieg in die Netto- und Honorarvermittlung ermöglichen. Mit dem völlig neuen, ausgebauten Beraterportal „World of Finance“, flankiert mit unserem neuen Kundenverwaltungssystem iCRM und der ersten Beratungssystematik mit DIN-Standard „Defino“, werden wir unseren Partnern in 2014 noch mehr Hilfestellung bei der Organisation ihres Geschäftsmodells und ihren täglichen Arbeitsabläufen bieten.



Jürgen Riemer
Vorstand maklermanagement.ag

In 2013 haben wir uns auf Beratungskonzepte konzentriert, die den Maklern eine zielgruppen-gerechte Kundenansprache ermöglichen. Damit folgen wir konsequent unserer Philosophie, ein Gesamtpaket aus maklergerechten Produkten, einem professionellen Makler-Service und einer umfassenden Vertriebsunterstützung anzubieten. Nach der Tarifumstellung auf die Unisex-Anforderungen starteten wir mit Beratungsansätzen für Frauen und Kinder. Bei Frauen sehe ich ein enormes Bedarfspotenzial, weil diese bedingt durch Biografie und Einkommenssituation noch nicht ausreichend privat versorgen. Darüber hinaus erleichtern wir Maklern mit dem neuen bAV-Plus-Konzept den Einstieg in Betriebe, um dort bAV-Lösungen zu platzieren. Hierzu gehört ein „ArbeitgeberCHECK“, bei dem ein beauftragter Dienstleister klärt, ob in dem Wunschbetrieb eine bAV möglich ist. 2014 wird für uns das Jahr der Biometrie. Wir haben ein Beratungskonzept entwickelt, mit dem der Makler sämtliche Risikothemen, Todesfall, BU und Pflege, in einem Paket beraten kann. Der Gesprächseinstieg erfolgt über das den Maklern vertraute BU-Thema. Denn bei der direkten Ansprache über die Pflegeabsicherung tun sich Makler und Kunden offenbar immer noch schwer.



Oliver Drewes
Geschäftsführer maxpool Servicegesellschaft
für Finanzdienstleister mbH

Besonders kritisch dürfte branchenweit in 2013 die Fortentwicklung der privaten Krankenversicherung anzusehen sein. Auch die Sparten der Altersversorgung sind angesichts der allgemeinen Marktlage aktuell sehr unter Druck. Wir konnten im Bereich Krankenversicherung die Umsatzrückgänge in geringem Umfang stabilisieren und den Vorerebereich sogar entgegen dem Markttrend steigern. Im Hause maxpool haben wir den Investmentbereich eingeführt und uns diesbezüglich mit einer sehr leistungsstarken Technik aufgestellt. Auch den Bereich der Baufinanzierung haben wir eröffnet, was ebenfalls sehr gut angelaufen ist. In den Versicherungssparten hilft uns unser Leistungsservice. Freie Makler wertschätzen die Leistung einer unabhängigen Poolgesellschaft, auch im Schadensfall beratend an der Seite des Maklers zu stehen. Im Investmentbereich passt es gut zu unserer Neueinführung, dass der Markt der Investmentberater in 2013 gewissermaßen eine Neuorientierungsphase hatte. Durch die neue maxpool Technik konnten wir erhebliche Zuwächse in kürzester Zeit verzeichnen. Wir wollen in 2014 weiterhin in allen Bereichen als Allfinanzanbieter wachsen. Ich mag mich in diesem Zusammenhang gar nicht auf bestimmte Bereiche festlegen, da wir inzwischen alle Sparten sehr gut abdecken. Insgesamt werden wir unsere Serviceleistungen weiter ausbauen und unseren Partnern zunehmend Mehrwerte anbieten. In 2014 werden wir die Verbindlichkeit im Angebotswesen weiter ausbauen, die Verwaltungstechnik des Maklers ergänzen und ein wegweisendes CRM einführen, welches der Makler auch für seine „nicht-maxpool-Bestände“ nutzen kann. Wir wollen als maxpool der beste Freund des Maklers sein, und das auch zuverlässig und dauerhaft bleiben.



Muhyddin Suleiman
Vertriebsvorstand MLP AG

Die Marktbedingungen haben sich 2013 nochmals erschwert. Zusätzlich zur ohnehin hohen Zurückhaltung beim Abschluss langfristiger Verträge gibt es umfangreiche öffentliche Diskussionen um Lebensversicherer und ihre Produkte. Leider hat gerade hier die Branche in den vergangenen Jahren versäumt, den Mehrwert ihrer Lösungen deutlich zu machen. Viele Marktteilnehmer

haben zu viel über Rendite und zu wenig über die eigentliche Versicherungsleistung gesprochen: die lebenslange Rentenzahlung. Im aktuellen Umfeld profitiert MLP von der Weiterentwicklung des Geschäfts in den vergangenen Jahren. Dazu zählt vor allem eine deutliche Verbreiterung der Umsatzbasis durch den Aus- und Aufbau des Vermögensmanagements und der betrieblichen Vorsorge. Für 2014 erwarten wir weiter eine positive Entwicklung im Vermögensmanagement und eine erste Verbesserung der Marktbedingungen. Gleichzeitig werden wir unsere Berater noch intensiver unterstützen. Konkret verbessern wir die IT-basierte Beraterunterstützung, die durchgängige Prozesse inklusive Dokumentation abdecken wird. Zudem übernimmt unser Servicecenter MLPDialog die Kunden-Terminierung und wickelt seit kurzem das Kfz-Geschäft ab.



Johannes Sczegan
Geschäftsführer Plansecur GmbH
für Finanzdienstleistung und Vermittlung

Wir sind der Überzeugung, dass die Effizienz im Vertrieb mit einem standardisierten Vertriebs- und Beratungsprozess erhöht wird. Er bildet die solide Basis für individuelle Kundengespräche. Um diesen Beratungsprozess weiter zu professionalisieren und den Anforderungen der FinVermV Rechnung zu tragen, haben wir ein Dokumentationstool samt umfassendem Zuwendungsausweis eingeführt. Die Allfinanzvertriebe stehen vor der Schwierigkeit, für die einzelnen Produktgruppen unterschiedliche regulatorische Vorschriften in puncto Beratung, Beratungsdokumentation und Kostenausweis erfüllen zu müssen. Hierbei sollte der Gesetzgeber unserer Meinung nach mehr den Allfinanzgedanken fördern – schließlich fordert er ja eine umfassende Finanzberatung – und weniger in Einzelsparten denken. Für das kommende Jahr haben wir uns vorgenommen, die Erträge über alle Produktpartien zu verstetigen. Speziell soll dies mit der Zielgruppe „Best Ager“ geschehen. Dafür haben wir für unsere Beraterinnen und Berater Marketinginstrumente wie eine Beratungsunterlage und einen Newsletter entwickelt sowie unsere Produktpalette ergänzt.



Dr. Bernward Maasjost
Vorsitzender der Geschäftsführung [pma:]
Finanz- und Versicherungsmakler GmbH

Die hohe Beratungsqualität zu halten und auszubauen, für die die [pma:] GmbH im Verbund mit den Partnern bekannt ist, war für uns die größte Herausforderung in diesem Jahr. Hierfür war die Mitarbeit bei der Erstellung der Deutschen Finanznorm im Deutschen Institut für Normierung (DIN) und deren Einbindung in unsere moderne Beratungstechnologie entscheidend. 2014 wollen wir auf dem hohen Niveau unsere Ergebnisse stabilisieren und ausbauen. Deshalb setzen wir verstärkter denn je auf Qualifizierung in der Beratung und schließen unseriose Produkte und deren Anbieter von unseren Vertriebsansätzen aus. Wir arbeiten zurzeit an einer neuen Beratungstechnologie, die für unsere Berater noch einfacher in der Handhabung ist. Gleichzeitig ist diese kundenorientiert und wird den steigenden Anforderungen seitens des Verbraucherschutzes gerecht. Mit unseren Maßnahmen möchten wir uns und unsere Berater klar von dem Skandalimage, der unsere Branche immer wieder trifft, differenzieren.



Frank Pöppinghaus
Vertriebsvorstand Postbank Finanzberatung AG

Die größte geschäftliche Herausforderung des Jahres 2013 war, die Vertriebsorganisation auf die Rahmenbedingungen wie Regulatorik und Niedrigzinsumfeld auszurichten. Stichwort: Verkauf von Baufinanzierung, Bausparen und Lebensversicherung im aktuellen Marktumfeld. Die Konzentration auf die Aktivität, insbesondere die Anzahl der Kundenkontakte und das Weiterentwickeln der Beratungsqualität, spielten bei uns eine entscheidende Rolle. Für 2014 sind wir optimistisch! Unsere hochmotivierte Beratermannschaft startet mit sehr guten und marktrechten neuen Bauspar-Produkten in das neue Jahr. Damit wollen wir Marktanteile beim Bausparen und in der Baufinanzierung gewinnen. Unser Ziel, die 1. erste Adresse für 4 Wände für unsere Kunden zu sein, wollen wir so konsequent umsetzen. Hierfür bieten wir unseren Partnern auch eine starke Unterstützung: Neben der Einführung der neuen Bauspartarife bieten wir Baufinanzierungskampagnen, umfassende Fortbildungsmaßnahmen und zielgerichtete Verkaufsförderung, kombiniert mit einem einzigartigen Kundenzugang.



Tobias Eckl
Geschäftsführender Gesellschafter
Premium Vermögensberatung GmbH

Als junges Unternehmen war für uns das Jahr 2013 ganz eindeutig vom Aufbau der Geschäftsbeziehungen und -abläufe geprägt. Um am Markt durchstarten zu können, stand daher die Gewinnung guter und leistungsstarker Vermögensberater im Fokus unserer Bemühungen. Aufstrebende Unternehmen sind natürlich speziell in ihrer Gründungsphase auf nutzwertbringende Kooperationen mit etablierten und angesehenen Partnern angewiesen. In diesem Kontext entstanden die partnerschaftliche Zusammenarbeit u. a. mit Diners Club und dem Bundesverband Initiative 50 Plus. Tragende Säulen unseres Geschäfts sind dabei eine offene Kommunikation und Transparenz im Vertrieb – Prinzipien, denen wir eine herausgehobene Bedeutung messen. Wir blicken optimistisch in die Zukunft und wissen, dass Stillstand Rückschritt bedeuten würde. Daher richtet sich unser zukünftiges Hauptaugenmerk auch auf die Prozessoptimierung – verbunden mit dem Ziel, ständig flexibel auf ein sich wandelndes Umfeld reagieren zu können. Wichtig in diesem Kontext sind zielführende Angebote zur Weiterqualifizierung unserer Vermögensberater, um dadurch dem eigenen hohen Anspruch an die Beratungsqualität gerecht zu werden. Auch im kommenden Jahr legen wir besonderen Wert auf eine gute Pro-

duktauswahl, die mit einem attraktiven Preis-Leistungs-Verhältnis einhergeht, um so unseren Vermögensberatern ihr Business zu erleichtern.



Matthias Brauch
Geschäftsführer Softfair GmbH

Eine große Herausforderung in 2013 war, bei der zunehmenden Unsicherheit am Markt und den technischen sowie fachlichen Entwicklungen der Branche laufend am Ball zu bleiben und zu erkennen, was ein wirklicher Trend ist und was nur eine kurzfristige Modeerscheinung. Im Vordergrund stehen hierbei die Mitarbeiter von Softfair, die im bewegten Jahr 2013 wieder fantastische Arbeit geleistet haben. Der Fokus wird auch zukünftig darauf liegen, dieses Team weiter zu stärken. Den Vermittlern wird es 2014 von der Politik und den zahlreichen Interessensverbänden zunehmend erschwert, die Produkte bei den Kunden erfolgreich und nachhaltig zu platzieren. Andererseits steigt die Nachfrage nach technischer Vertriebsunterstützung in der Finanzdienstleistungsbranche enorm an. Unser Ziel ist es, das Produktportfolio von Softfair im Sinne unserer Kunden weiter abzurunden und den ganzheitlichen, prozessorientierten Ansatz voranzutreiben. Für unsere Kunden möchten wir stets technisch und fachlich am Puls der Zeit und dem Wettbewerb immer mindestens die berühmte Nasenlänge voraus sein.



Klaus Bolz
Vorstandsvorsitzender TELIS FINANZ AG

Aus unserer Sicht besteht die größte Herausforderung aus den zunehmenden Regulierungseingriffen des Gesetzgebers. Ausdrücklich begrüßen wir jedoch die höheren Anforderungen an Ausbildung und Qualifizierung der Berater. Unser Erfolgssystem „Unternehmensberatung für den privaten Haushalt“ konnten wir 2013 weiter entwickeln. Mit neuen Werkzeugen verbessern wir die Liquidität in den Privathaushalten. Wir versetzen sie in die Lage, ihren Bedarf zu erkennen, und helfen, Mittel für eine sichere finanzielle Zukunft freizumachen. Unsere Mandanten verschaffen wir so mehr Sicherheit, mehr Zeit und mehr Geld. Auf das Geschäftsjahr 2014 blicken wir ausgesprochen positiv. Erste Ergebnisse unserer Maßnahmen sind deutlich messbar: Mit dem Konzept „Unternehmensberatung für den privaten Haushalt“ können wir am Markt effizient und professionell agieren. Unser System ist attraktiv für Brancheneinsteiger und -insider, die bei TELIS eine neue berufliche Heimat finden werden. Unsere Berater profitieren von einer hohen Vertragsdichte, die wir 2014 weiter steigern wollen, und hohen wiederkehrenden Provisionen, die durch unseren ganzheitlichen Ansatz möglich sind. Wir werden den administrativen Aufwand für unsere Berater niedrig halten, weiter investieren in IT, marktführende Dienstleistungen und innovative Beratungstechnologien.



Martin Wanders
Vorstandsvorsitzender
Top Ten Investment-Vermittlungs AG

In 2013 haben die gesetzliche Umstellung (§ 34f GewO) und die Vertrauenskrise die Branche vor große Herausforderungen gestellt. Die Top Ten war und ist in allen Geschäftsfeldern – besonders im Investmentfondsbereich – auf die neuen Anforderungen sehr gut vorbereitet. So haben wir neben dem Aufbau und der Entwicklung des technisch-gestützten Beratungsprozesses sowie der unabhängigen CRM-Verwaltungssoftware oMS (opal Management Systems) vor allem unsere Ausrichtung als Dienstleister im Investmentfondsbereich für unabhängige IFAs ausgebaut. Deshalb blicken wir dem kommenden Jahr, trotz der schwierigen Rahmenbedingungen durch Finanzskandale sowie weitere gesetzliche Anforderungen, positiv entgegen. Unser Schwerpunkt für 2014 ist neben dem Ausbau der bestehenden Dienstleistungen die weitere Auflage von individuellen Fondsvermögensverwaltungslösungen (Strategiedepots). Hierbei bieten wir neben der notwendigen, nach § 32 KWG zugelassenen Finanzportfolioverwaltung eine umfassende technische und organisatorische Unterstützung der Partner für eigene Strategiedepotlösungen. Qualität vor Quantität wird auch in Zukunft die Dienstleistungen und das Produktspektrum von Top Ten kennzeichnen. Wir bieten unseren Partnern 2014 deshalb in Zusammenarbeit mit Produktpartnern gezielt Veranstaltungen wie Assetmanagement-Konferenzen, Akademietage sowie Softwareschulungen.



Kurt Liebig
Geschäftsführer
vfm Versicherungs- & Finanzmanagement GmbH

Die größte persönliche Herausforderung des Geschäftsjahres 2013 bestand für mich in der finalen Regelung der Unternehmensnachfolge nach meinem geplanten Rückzug aus dem vfm-Verbund zum Jahreswechsel und der Übergabe der operativen Geschäftsleitung an meine beiden Söhne Klaus und Stefan. Bereits mit Schlüsselübergabe unseres Neubaus der Firmenzentrale im Jahr 2008 an meine Söhne wurde die Unternehmensübergabe sukzessive, aber auch intensiv eingeleitet. Die wichtigste Entscheidung für mich bestand darin, meinen Söhnen Klaus und Stefan mein volles Vertrauen auszusprechen, das sie sich durch hervorragende Arbeit auch verdient haben. Darüber hinaus war es wichtig „loszulassen“. Auch diese Entscheidung wurde mir von meinen Söhnen leicht gemacht, da sie alles gut „auffingen“. Wir sehen 2014 äußerst positiv entgegen. Das Interesse von AO-Umsteigern ist nach wie vor ungebremsbar. Aktuell implementieren wir am Standort Frankfurt ein speziell für neue Partner konzipiertes Team, das es uns ermöglicht, insbesondere diese von Beginn an noch intensiver beim Umstieg in die Unabhängigkeit zu begleiten. Durch diese Neuerung entlasten wir die Fachabteilungen, die damit mehr Kapazität für unsere langjährigen Partner zur Verfügung haben. ■