

Veredelung des Kundenbestandes durch **erfolgreiche Investmentberatung**



Für freie Vermittler kann es sich lohnen, nicht nur Versicherungen, sondern auch andere Finanzprodukte zu vermitteln. Wenn sie „alles aus einer Hand“ bieten, erschließen sich oft sogar bei den Bestandskunden neue Chancen.

Von **Boris Fahle**,
Director der Consilium Finanzmanagement AG und
Trainer der Deutsche Makler Akademie (DMA)

Wie soll sich das Maklerunternehmen für die Zukunft aufstellen? Als Assekuranzspezialist oder doch als Vermögensverwalter? Die Wahrheit liegt wie so oft in der Mitte, oder aber man kann auch sagen: Die Mischung macht's. Selbst-

verständlich ist es sinnvoll, sich zu spezialisieren – die Kunst besteht nur darin, ganzheitlich aufgestellt zu sein, um so den individuellen Bedarf eines Kunden zu wecken und diesen mit optimalen Lösungspaketen abzudecken.

Fortbildungsmöglichkeiten nutzen, um sich von der Vermittlermasse abzuheben

In den Banken werden Kunden auf Versicherungsprodukte angesprochen und umgekehrt werden in Ausschließlichkeitsagenturen Bank-

produkte angeboten. Der Allfinanzdienstleistungsgedanke wird in vielen Vertriebsstrukturen gelebt. Gerade durch die umfassende Unabhängigkeit und breite Produktauswahl sollte sich der freie Vermittler diesem Markt stellen und Mehrwerte für seine Kunden generieren.

Bestandsschutz und Bestandsaufbau durch Integration der Vermögensberatung

Die eigenen Kunden kennenzulernen, kann sich lohnen. Viele Vermittler behaupten, ihnen fehle die vermögende Kundschaft. Ein Hauptziel besteht demnach in dem Auf- und dem Ausbau potenzieller Kundenbeziehungen im gehobenen Segment. Unter Umständen finden sich jedoch genau diese Kunden bereits in den Assekuranzbeständen und warten nur darauf, entdeckt zu werden. Wer sich ausschließlich als „Versicherungsberater“ präsentiert, wird auch nur als eben solcher wahrgenommen.

Jeder Kunde ist ein Kapitalanlagekunde

Vom Studenten bis zum Rentner – ob im Bereich der Sparvarianten oder der Anlagenoptimierung: Der Bedarf besteht und weist darüber hinaus einen steigenden Trend auf. Es lassen sich hohe Sparquoten des verfügbaren Pro-Kopf-Einkommens von 11,2% verzeichnen. Je Einwohner wurden durchschnittlich 180 Euro monatlich zur Seite gelegt (Quelle: Destatis, Statistisches Bundesamt).

Wichtig: Für die Kunden da sein! Gerade in Zeiten aufkommender Kapitalmarktkrisen, Europroblemen, Inflationsgefahren und einem niedrigen Zinsniveau gilt es, Transparenz zu zeigen. Ihre Kunden werden es Ihnen danken: Nur so lässt sich das Ziel der Veredelung und Sicherung Ihres Kundenbestandes nachhaltig erreichen.

„Der Berater sollte erster Ansprechpartner im Kopf des Kunden zum Thema Finanzen sein.“

Nachgefragt bei **Boris Fable**,
Director der Consilium Finanzmanagement AG und
Trainer der Deutsche Makler Akademie (DMA)

AssCompact *Warum sollten Versicherungsmakler den Allfinanzgedanken verfolgen?*

Boris Fable Die ganzheitliche Beratung aus einer Hand ist wichtig, der Berater sollte erster Ansprechpartner im Kopf des Kunden zum Thema Finanzen sein. Selbstverständlich ist eigene Spezialisierung wichtig, der Makler muss nur wissen, auf welche Unterstützung er zugreifen kann, wenn er sich bei gewissen Themen nicht sicher fühlt.

AC *Ohne eine spezielle Weiterbildung wird die Fondsvermittlung schwierig. Das ist aufwändig.*

BF In erster Linie zählt die Freude und die Identifikation des Maklers an der Fondsvermittlung. Der Aufwand hält sich dann in Grenzen, da die Fondsvermittlung Bestandteil des täglichen Geschäftsbetriebes sein sollte. Gute Weiterbildungsmöglichkeiten gibt es z. B. im Ausbildungsgang „Experte Investment“ über die Deutsche Maklerakademie.

AC *Die Fondsvermittlung wird vermutlich reguliert. Welche Folgen wird dies haben?*

BF Die vermutliche Regulierung würde ich als positiv bewerten. Somit ist auch für den Endkunden gewährleistet, dass er von einem Berater betreut wird, der die entsprechenden Vorgaben erfüllt. Die Qualitätsstandards werden damit aufgewertet.

AC *Herr Fable, vielen Dank für das Gespräch.* ■