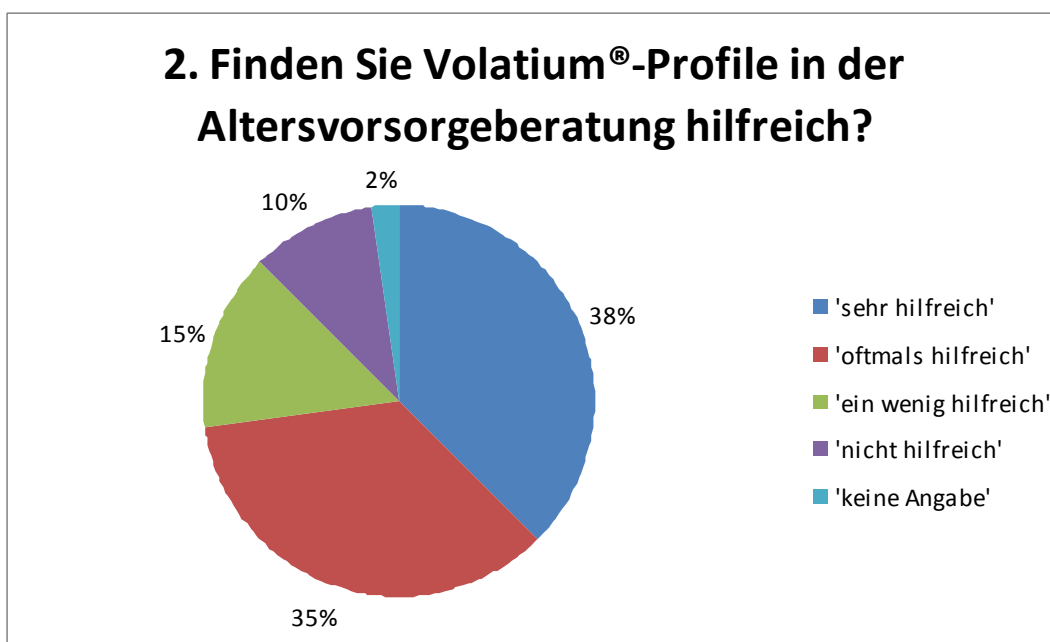


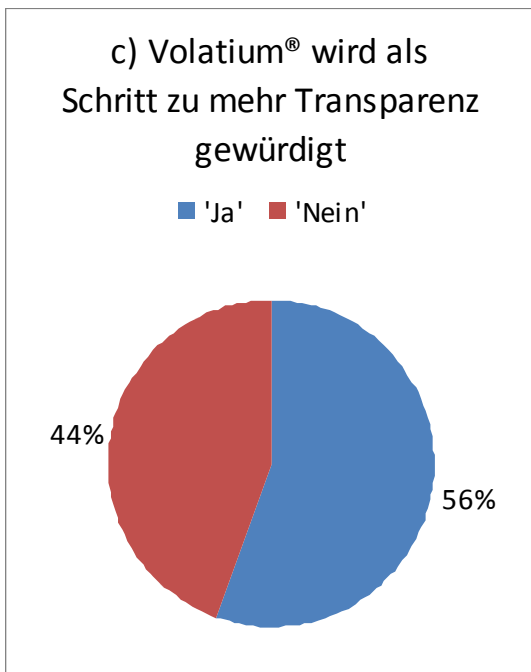
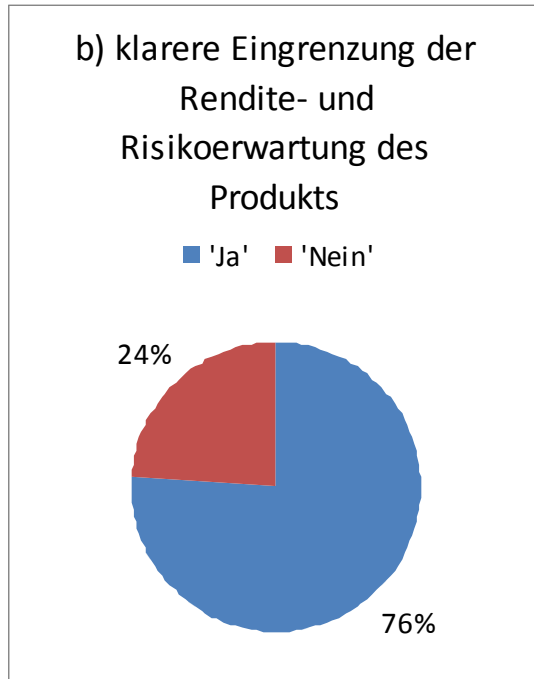
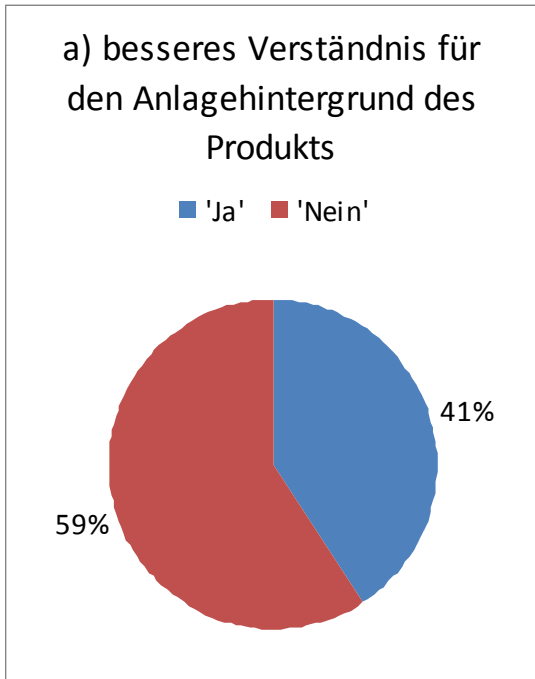
# Die Nutzung von Volatium®

Online-Kurzumfrage unter Geschäftspartnern der Canada Life  
Presseauszug

November 2012



**3. Welche Vorteile sehen Sie für Ihre Kunden, wenn Sie Volatium®-Profile in Ihren Beratungsgesprächen verwenden:**



#### **4. Beschreiben Sie kurz, ob und inwiefern Volatium® für Sie einen Mehrwert bietet**

- Auswahl -

„Mehr Neutralität, da einheitliche Bewertungsgrundlagen“

„Für den Kunden transparente Darstellung, was eigentlich ‚Risiko‘ ist und wie sich die unterschiedlichen Produktvarianten tatsächlich voneinander unterscheiden.“

„Deutlicher Mehrwert, da man nicht mehr ‚Hochrechnung bei 6/8%‘ vergleicht, sondern echte Chancen-Risiko-Profile zum Vergleich nutzen kann und so dem Risikobewusstsein des Kunden besser Rechnung tragen kann!“

„Unterschiede der einzelnen Produkte können graphisch dargestellt werden.“

„Es ist eine ideale Lösung, den Kunden auf einer mit etwas Erklärung auch für Laien verständlichen Form die Komplexität der modernen Altersvorsorge mit ihren Chancen und Risiken darzustellen. Gerade auch für die Beratungsdokumentation ist Volatium nahezu unverzichtbar!“

„Tut es, leider nicht für alle Kunden geeignet, da es ein gewisses Verständnis der Finanzmärkte und der Mathematik voraussetzt.“

„Unter allen Produktvarianten kann der Kunde für sich einschätzen, wieviel Renditemöglichkeit in Bezug auf sein Risiko wirklich besteht.“

„Einfache, grafische Darstellung der komplexen Anlagestrategien“

„Mir als Vermittler gibt Volatium ein sehr gutes, weiteres Kriterium an die Hand um Kunden bedarfsgerecht zu beraten.“

„Eine tatsächliche Vergleichbarkeit der Produkte wird gegeben. Ein Volatium-Profil hat deutlich mehr Aussagekraft als ein Angebot der Gesellschaft mit einer Hochrechnung.“

„Für mich als Berater sehr gut, weil ich klar die Wahrscheinlichkeiten erkennen kann. Leider machen zu wenige Gesellschaften mit.“

„Volatium ist neutral und deswegen für mich ein wichtiges Argument zur Untermauerung meines Vorschlages.“

„Hauptvorteil ist die unabhängige Vergleichbarkeit der verschiedenen Produkte am Markt.“

„Bewusstsein schaffen, was überhaupt mit einem Produkt möglich ist“