

## Finanzvertrieb steht vor Umbrüchen

**Apella AG macht auf einschneidende Trends aufmerksam / Google verändert Finanzvertrieb / Wer nur vergleicht, der fliegt / Orientierung auf Abschlussprovision führt in die Sackgasse. Der Finanzvertrieb in Deutschland muss sich auf einschneidende Veränderungen einstellen, deren Ausmaß von vielen Marktteilnehmern noch erheblich unterschätzt wird.**

**Apella AG macht auf einschneidende Trends aufmerksam / Google verändert Finanzvertrieb / Wer nur vergleicht, der fliegt / Orientierung auf Abschlussprovision führt in die Sackgasse**

Der Finanzvertrieb in Deutschland muss sich auf einschneidende Veränderungen einstellen, deren Ausmaß von vielen Marktteilnehmern noch erheblich unterschätzt wird. Auf diesen mittelfristigen Trend macht die Apella AG aufmerksam, die zu Anfang eines jeden Jahres gemeinsam mit den angeschlossenen Maklern über die künftigen Schwerpunkte in der Finanzberatung diskutiert. „Wir werden Finanzvertrieb nach Markteintritt von Google neu denken müssen“, formuliert Apella-Vorstand Guntram Schloß eine wesentliche Erkenntnis aus der Analyse der Entwicklungen, die sich derzeit auf den europäischen Finanzmärkten vollziehen. „Die im Netz allgegenwärtige Suchmaschine weiß heute schon mehr, als Banken, Versicherer und Vertriebe je erfahren werden. Google wird sich auch in Deutschland im Finanzvertrieb ausbreiten“, prognostiziert der Apella-Vorstand. In Großbritannien sei das heute schon in der Praxis u.a. mit Google Compare zu beobachten. Was vielen bislang allerdings verborgen geblieben ist: „Für den britischen Markt hat Google bereits seit 2011 eine Banklizenz und damit die Eintrittskarte zum europäischen Finanzmarkt.“

Aus der Analyse der gegenwärtigen Trends im Markt leitet die Apella AG Schlussfolgerungen für die Ausrichtung des Finanzvertriebes ab. Erstens: Automatisierbare, vergleichende Dienstleistungen werden verstärkt von Online-Anbietern bereitgestellt. „Wenn ein Internetsurfer nach einem bestimmten Auto googelt, bekommt er in Zukunft die passenden Angebote für die Kfz-Versicherung und eine mögliche Finanzierung gleich mit angezeigt“, beschreibt Guntram Schloß ein Szenario. Die Konsequenz für den Vertrieb: „Ein Makler, der nur vergleicht, macht sich selbst überflüssig.“ Um seine Daseinsberechtigung zu erhalten, müsse er daher, so der Apella-Vorstand, umfassendere Beratungsdienstleistungen anbieten, zu denen Online-Plattformen nicht in der Lage sind.

Die Vergütung dieser Dienstleistungen wird sich im Vergleich zur Vergangenheit ändern. Durch die Absenkung des Rechnungszinses in der Lebensversicherung zum Beispiel, die mit großer Wahrscheinlichkeit stattfinden wird, könnte es zu einer Halbierung der Abschlussprovisionen kommen. So lautet die zweite These der Apella AG. „Makler mit guten laufenden Erträgen vergrößern ihr Geschäft zu Lasten von aussterbenden abschlussprovisionsorientierten Vermittlern und Strukturvertrieben“, sagt Guntram Schloß voraus.

Der dritten These zufolge wird sich in den nächsten fünf Jahren die generelle Honorarberatung im Finanzvertrieb nicht durchsetzen. Darauf deuten auch jüngste Entwicklungen in der Europäischen Union hin. Dennoch geht die Apella AG davon aus, dass längerfristig unabhängige Vermittler nur noch gegen Honorar beraten dürfen. Die Schlussfolgerung daraus: Makler werden in absehbarer Zeit Agenturen für die Vertretung mehrerer Versicherer, sogenannte Managing General Agents (MGA), gründen und auf diese Weise in der Lebensversicherung auch weiterhin gegen Abschlussprovision beraten.

„Es wäre fahrlässig, business as usual zu betreiben. Wer im Finanzvertrieb langfristig überleben

will, muss sich auf diese Trends einstellen. Dazu gehört auch eine stärkere Hinwendung zu den Kunden, die Entwicklung eigener Produkte, mit denen man sich von der Konkurrenz abheben kann, sowie die Gestaltung erlebbarer Prozesse für Vermittler und Kunden. Dafür schafft die Apella AG die Voraussetzungen für ihre Partner und begleitet sie auf diesem Weg“, fügt Guntram Schloß hinzu.

**Pressekontakt:**

Dr. Eva-Marie Lemke

- Vorstand -

E-Mail: [elemke@apella.de](mailto:elemke@apella.de)

**Unternehmen:**

Apella Aktiengesellschaft  
Friedrich - Engels - Ring 50  
17033 Neubrandenburg

Telefon: 0395 / 5 71 90 90

Fax: 0395 / 5 71 90 97

Internet: [www.apella.de](http://www.apella.de)

