

„Zu einer Partnerschaft gehört Vertrauen“

Auch 2003 konnte der Allfinanzvertrieb Deutsche Vermögensberatung AG wieder mit Erfolgsmeldungen glänzen. Dr. Reinfried Pohl, Vorstandsvorsitzender der Deutschen Vermögensberatung, sprach mit dem Bankmagazin über seine Zukunftsstrategie.

BM: Wie ist das Geschäftsjahr 2003 gelaufen?

Pohl: Hervorragend. Auf alle Fälle wesentlich besser, als wir es Anfang des Jahres erwarten konnten. Wir sehen das Jahr 2003 als unser bisher bestes, trotz des widrigen Umfeldes. Im Massengeschäft sind wir ja besonders von der wirtschaftlichen Situation unserer Kunden betroffen – und bekanntlich sind wir sehr stark in den neuen Bundesländern vertreten. Da müssen wir sehr viel tun, um überhaupt das Vorhandene zu erhalten, ganz abgesehen vom Neugeschäft. Angesichts dieser Situation sind wir mehr als zufrieden.

BM: Haben Sie etwa einen Börsengang im Visier?

Pohl: Nein, ganz sicher nicht. In einem Unternehmen wie unserem, wo man es mit Menschen zu tun hat, kann man nicht gleichzeitig an drei oder vier Fronten kämpfen. Unser wichtigstes Kapital sind unsere rund 30.000 Vermögensberater und die übrigen Mitarbeiter. Diesen Menschen gilt ebenso unser Augenmerk wie unseren Partnergesellschaften. Wenn ich dann auch noch das Börsengeschehen, das Wohlergehen der Aktionäre und das Urteil

der Analysten im Auge behalten müsste, könnte ich mich einfach nicht mehr so wie bisher um meine Mitarbeiter und Partner kümmern.

BM: Wie stehen Ihre Partnergesellschaften zu Ihrer Unternehmensphilosophie?

Pohl: In dieser Branche ist Vertrauen alles. Im Gegensatz zu unseren Mitbewerbern arbeiten wir nur mit wenigen Partnern zusammen. Es ist kein Geheimnis: Je größer unsere Erfolge sind, desto größer wird auch die Abhängigkeit unserer Partnergesellschaften von uns. Diese Partner können auf unser Unternehmen direkt keinen Einfluss ausüben. Das Schöne ist, dass sie das auch gar nicht wollen – weil sie wissen, dass sie bei uns mit ihrem Produkt nicht mit anderen Gesellschaften konkurrieren müssen. Inzwischen sind wir bekanntlich exklusiv der mobile Vertrieb der Deutschen Bank. Dazu wäre es ganz sicher nicht gekommen, wenn man bei der Deutschen Bank nicht die Gewissheit gehabt hätte, dass wir ein vertrauenswürdiger Partner sind. Wir können unseren Partnergesellschaften die Sicherheit bieten, dass wir uns nicht



Dr. jur. Reinfried Pohl, 76, gründete im Jahr 1975 die Deutsche Vermögensberatung AG und gilt als Erfinder der Allfinanzkonzeption. Mit Umsatzerlösen von rund 700 Millionen Euro im Geschäftsjahr 2003 ist das Unternehmen inzwischen der größte eigenständige Finanzvertrieb weltweit.

plötzlich anderen Partnern zuwenden. Loyalität, Treue, Gefahrengemeinschaft – das sind ganz entscheidende Faktoren, die unsere Partner mit uns verbinden. Ich sitze in den Aufsichtsräten unserer wichtigsten Partner. Das könnte ich gar nicht leisten, wenn wir 200 oder 300 Gesellschaften unter Vertrag hätten. Eng zusammenarbeiten kann man nur mit einer übersichtlichen Anzahl an Partnern. Und zu einer Partnerschaft gehört Vertrauen. Natürlich spielen auch unsere Größe und besonders unsere große Erfahrung eine Rolle. Ich bin sehr zuversichtlich, dass wir in diesem Jahr 20 Prozent Umsatzplus erzielen. Das ist gut für uns – und gut für unsere Partner.

BM: Wie klappt die Zusammenarbeit mit der Deutschen Bank und mit AMB Generali?

Pohl: Wir freuen uns sehr über die Partnerschaft mit der Generali. Einer der größten europäischen Konzerne als Partner, das gibt auch unseren Mitarbeitern Sicherheit. Das Modell mit der Deutschen Bank ist insofern interessant, dass wir nicht nur Investment-Fonds anbieten, sondern auch gemeinsam Wertpapier-Depots entwickelt haben, über die wir auch Fremdfonds anbieten können. Im Augenblick bringen wir bis zu 500 Neukunden täglich zur Deutschen Bank. Wenn man überlegt, dass die Deutsche Bank derzeit rund 770 Filialen hat, kann ich nur sagen:

Zeigt mir die Filiale, die fast jeden Tag einen neuen Kunden gewinnt. Wegen der Vertriebskooperation sind aber keine Filialen geschlossen worden, wie viele am Anfang unserer Zusammenarbeit befürchtet haben. Die Mitarbeiter in den Filialen haben deshalb inzwischen erkannt, dass wir keine Konkurrenten sind, sondern Helfer. Denn einen komplizierten, umfangreichen DWS-Vertrag ausfüllen – das kann nicht jeder. Unsere Vermögensberater können genau das leisten.

BM: Hat der mobile Vertrieb für Bankprodukte gegenüber dem Vertrieb in der Filiale Vorteile?

Pohl: Die Bereitschaft, die Leute zu Hause aufzusuchen, ist absolut notwendig. Die Entscheidung, monatlich 100 Euro für die Altersvorsorge aufzuwenden, betrifft die ganze Familie. Diese Entscheidung trifft man nicht allein. Haben Sie aber schon einmal gesehen, dass eine ganze Familie am Bankschalter steht, um sich beraten zu lassen? Wenn wir die Leute zu Hause besuchen, können alle Familienmitglieder mitentscheiden, wie und wo wieviel Geld für Kapitalaufbau und Altersvorsorge investiert werden soll. Das ist der elementare Unterschied. Wenn Banken den mobilen Vertrieb wollen, müssen sie

den Menschen auch andere Produkte als reine Bankenprodukte anbieten können.

BM: Können Ihre Berater auch nach den Mindestanforderungen der Wertpapier-Dienstleistungsrichtlinie weiter Kapitalanlage-Produkte vermitteln?

Pohl: Die Wertpapier-Dienstleistungsrichtlinie, die ja endgültig noch nicht verabschiedet ist, sieht eine fakultative Ausnahmeregelung für die Vermittlung von Investment-Produkten nebst zugehöriger Anlageberatung vor. In der geplanten Fassung können die Staaten von einer so genannten „Opting-Out“-Klausel Gebrauch machen. Das heißt, dass der jeweilige nationale Gesetzgeber die Möglichkeit hat, die Kriterien für Vermittler, die nur auf nationaler Ebene vermitteln, selbst zu bestimmen. Da sich gerade der deutsche Gesetzgeber für die Opting-Out-Klausel stark gemacht hat, gehen wir davon aus, dass uns diese Richtlinie kein Kopfzerbrechen bereiten wird. Natürlich ist das Thema für uns von elementarer Bedeutung, deshalb werden wir die Entwicklung auch weiterhin aufmerksam beobachten.

BM: Welche Produkte waren im vergangenen Jahr besonders beliebt?

Pohl: Im Prinzip alle Produkte. Wir hatten natürlich ein sehr starkes Bausparjahr. Wir konnten durch die Erholung an der Börse wieder die fondsgebundene Lebensversicherung zu neuem Leben erwecken. Wir haben dank der aktuellen Gesetzgebung sehr starke Erfolge bei der Berufsunfähigkeitsversicherung

von den nicht unerheblichen Vorteilen überzeugt, dann entsteht auch weiterer Beratungsbedarf. Hier liegt doch wieder einmal unser Vorteil, dass wir mit nur wenigen ausgewählten Partnern zusammenarbeiten. Hätten wir jetzt für Riester zehn Gesellschaften im Angebot, könnten wir die anspruchsvolle Aus-

■ Keine Konkurrenten für die Mitarbeiter in den Filialen, sondern Helfer.

abung. Aufwind bekommen hat auch der gesamte Investmentbereich. Die Beliebtheit von Produkten zieht sich also durch alle Bereiche.

BM: Auf welches Produkt setzen Sie besonders in diesem Jahr?

Pohl: Riester hat bei uns derzeit besondere Priorität, was Sie vielleicht erstaunen wird. Es ist das schwierigste und das unprofitabelste Produkt, aber wir waren sehr überrascht von der enormen Annahmeerquote. Von unseren rund 450.000 Riester-Kunden haben bisher bereits 77 Prozent ihren Beitrag verdoppelt. Haben Sie also einmal einen Kunden vermittelt und er ist

bildung, die für jedes einzelne Produkt notwendig ist, gar nicht gewährleisten. Mit Riester verdient man zwar im Augenblick nicht viel, auf lange Sicht betrachtet liegt hier aber ein großes Potenzial, weil der Kunde ohne Beratung und Betreuung nicht auskommt.

BM: Worin liegen Ihre Vorteile gegenüber Banken und Sparkassen?

Pohl: Zum einen in der Art des Kontakts. Zu einer Bank oder Sparkasse müssen Sie hingehen, der Vermögensberater kommt zu Ihnen. Zum anderen in meiner Allfinanz-Idee. Unter dem Dach einer Bank finden Sie für verschiedene Produkte verschiedene Köpfe. Unser Vermögensberater kommt zu Ihnen nach Hause und kann Sie und Ihre Familie über sämtliche Produkte, die wir anbieten, kompetent und ohne Zeitdruck beraten. ■

Mit Dr. Reinfried Pohl sprachen **Bianca Baulig**, **Gabi Böttcher** und **Bernhard Rudolf**.



Reinfried Pohl (Mitte) im Gespräch mit BM-Chefredakteur Bernhard Rudolf und Redakteurin Gabi Böttcher