

Drückerkolonnen im Bremsmodus

Finanzvertriebe haben in der Krise gelitten

FRANKFURT, 30. Mai. Wer sich noch an die Boomjahre erinnert, konnte auf der jüngsten MLP-Hauptversammlung nur ernüchert sein. Wo noch vor einem Jahrzehnt Tausende Anleger über die Zukunft des Finanzvertriebs unterrichtet werden wollten, war das Heer der Aktionäre nun überschaubar. Vielleicht 300 Anteilseigner fanden den Weg nach Mannheim. Sechs Redner hatten das Bedürfnis, sich mitzuteilen, davon zwei Aktionärsschützer und ein Rentner, der sich darüber beschwerte, dass er vor Beginn am Einlass des Kongresszentrums ausgesperrt wurde. So ging es immerhin schnell; Um 13 Uhr konnten die Aktionäre sich beruhigt ihrer Piccata Milanese zuwenden.

mit seiner jungen Klientel hat kaum die Kunden an der Angel, die hohe Beträge aus Erbschaften oder sonstiges Vermögen in neuen Verträgen anlegen kann. „Wer heute eine Zeitung aufschlägt, merkt, dass viele Menschen Angst um ihr Geld haben. Längerfristiges Investieren ist verpönt. Es werden überwiegend nur noch Brot- und Butter-Produkte verkauft“, sagt Carster Maschmeyer, der als AWD-Gründer den Markt seit einem Vierteljahrhundert genau kennt.

Sein ehemaliges Unternehmen, das er 2008 an die Swiss Life verkauft hat, ist von der Entwicklung besonders betroffen. „Erwartungen deutlich verfehlt“, muss Swiss Life-Chef Bruno Pfister seit mehreren Quartalen immer wieder verkünden. Aus einem Überschuss von 90 Millionen Euro ist innerhalb von zwei Jahren ein Verlust von 80 Millionen geworden. Während einige sagen, das gesunde Unternehmen mit seinen mehr als 600 Millionen Euro Umsatz und einst 5900 Vertretern spare sich kaputt oder solle für eine mögliche Swiss Life-Übernahme kosteneffizient gemacht werden, sehen andere den früheren Wachstumskurs kritisch. Mit 8500 Vertretern und einem Umsatz von 1 Milliarde Euro wollte AWD bis 2012 den Branchenführer DVAG angreifen. Von dem Ziel ist nun nichts mehr zu hören. Der Frankfurter Strukturvertrieb lachte sich vielmehr ins Fäustchen, als die Swiss Life die Unabhängigkeit von AWD mit Vertriebsvorgaben für hauseigene Produkte aufs Spiel setzte. DVAG-Gründer Reinfried Pohl setzte vor Gericht durch, dass das Wörtchen „unabhängig“ aus der Werbung zu streichen sei. Er selbst konnte dagegen leicht verkraften, dass er im Gegenzug nicht mehr damit werben durfte, der größte Finanzvertrieb der Welt zu sein.

Seinen Platz an erster Stelle in Deutschland dagegen macht ihm erst einmal keiner mehr streitig. Für das Unternehmen, das mit rund 37 400 Vertretern im vergangenen Jahr 1,1 Milliarden Euro erlöste, sind die Folgen der Finanzkrise vergleichsweise überschaubar. Der Umsatz ging um 10 Prozent zurück, der Überschuss fiel moderat von 149 auf 139 Millionen Euro. 13 Prozent der Riester-Verträge werden bei seinen Vermittlern abgeschlossen, 16 Prozent der Rürup-Renten und 23 Prozent der fondsgebundenen Lebensversicherungen. Zwar macht das Unternehmen deutlich weniger Umsatz je Vermittler als AWD und MLP. Auch die Stornoquote ist mit 6 Prozent in etwa doppelt so hoch wie die der Wieslocher. Aber die DVAG profitiert von ihrer Einfachheit: Nur Produkte der Deutschen Bank und der Aachen Münchener, Tochtergesellschaft des zweitgrößten Anteilseigners Generali, werden verkauft. Und worauf manche in der Branche neidvoll blicken: Die Truppe von Reinfried Pohl hat frühzeitig auf Verträge mit Dynamik gesetzt, die die Prämien an die Inflation anpassen und damit den Vermittlern automatisch zusätzliche Provisionen in die Kasse spülen.

Wenig ist also offenbar übriggeblieben vom Glanz des einstigen Dax-Konzerns. Das Unternehmen fährt in ruhigerem Fahrwasser. Immerhin konnte es seinen Überschuss trotz der Finanzkrise mit 24,2 Millionen Euro fast konstant halten. „Dabei haben wir die Früchte unseres Effizienzprogramms geerntet“, betonte der Vorstandsvorsitzende Uwe Schroeder-Wildberg. Wachstumsphantasien werden von anderen Worten begleitet. Um 11 Prozent auf 532 Millionen Euro ging der Umsatz zurück.

Alle Finanzvertriebe leiden derzeit unter der Kundenzurückhaltung. Das Vertrauen in langfristige Anlageprodukte hat deutlich gelitten. Auch vom Boom kurzfristig abbuchbarer Einmalbeiträge, der den Lebensversicherern das vergangene Geschäftsjahr rettete, profitieren DVAG, MLP, AWD und Co. weniger. Gerade MLP