

Mittendrin statt nur dabei

Die DVAG forciert ihren ehrgeizigen Wachstumskurs: Sie übernimmt nicht nur Tausende Generali-Vertreter, sondern auch ehemalige Filialen der Deutschen Bank.



Früher war hier in Hamburg-Eppendorf die Deutsche Bank zu finden. Jetzt hat die DVAG die Geschäftsstelle übernommen, samt Kontoauszugsdrucker und Geldautomat. Bewährt sich das Konzept, folgen weitere Innenstadtfilialen.

Wer durch die Eppendorfer Landstraße in Hamburg schlendert, vorbei am Nivea-Haus und der Bar Italia, bleibt unvermittelt vor einem Ladenlokal stehen, das er hier nicht erwartet hatte: eine Filiale der Deutschen Vermögensberatung (DVAG), mitten auf der Einkaufsmeile. Das Backsteingebäude an der Ecke zur Gustav-Leo-Straße diente früher als Zweigstelle der Deutschen Bank. Doch die Bank zog aus, weil sich das Geschäft für sie nicht mehr lohnte. Also mietete die DVAG die Räumlichkeiten an – samt Kontoauszugsdrucker und Geldautomat der Deutschen Bank, die an Ort und Stelle stehen blieben.

Die Filiale in Hamburg-Eppendorf ist nur ein Beispiel dafür, wie die DVAG munter weiter expandiert – während große Teile der Branche über Kostendruck, Regulierung und Magerzinsen klagen. Deutschlands größter Finanzvertrieb meldet ein Rekordergebnis nach dem anderen, auch weil er es schafft, die Digitalisierung für sich zu nutzen, statt sich

von ihr überrollen zu lassen. Bald werden die Zahlen noch beeindruckender aussehen, denn die DVAG übernimmt im Sommer den Exklusivvertrieb der Generali in Deutschland.

Präsenz erhöhen

Hamburg-Eppendorf ist eine von bundesweit sieben ehemaligen Geschäftsstellen der Deutschen Bank, in denen die DVAG in den

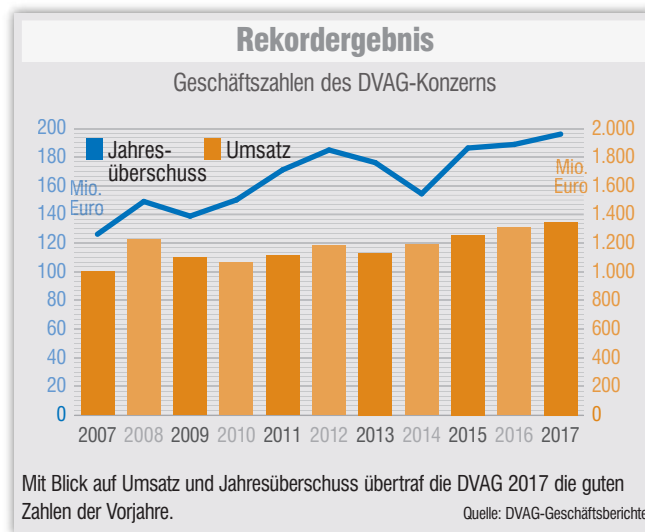
vergangenen Monaten „Beratungszentren“ eröffnet hat. Betrieben werden sie von selbstständigen Vermögensberatern, doch die Frankfurter DVAG-Zentrale beteiligt sich finanziell. „Die Beratungszentren sind ein Pilotprojekt“, sagt eine Sprecherin. „Abhängig von den Erfahrungen werden wir über die Ausweitung entscheiden. Bislang wurden unsere Erwartungen erfüllt.“

Die Beratungszentren stünden keineswegs „für eine Abkehr vom DVAG-Erfolgsrezept, Kunden zu Hause aufzusuchen und sie in ihrer vertrauten Umgebung zu beraten“, heißt es im Geschäftsbericht des Finanzvertriebs. „Sie dienen in erster Linie dazu, die Präsenz der DVAG in der Öffentlichkeit zu erhöhen und genau dort präsent zu sein, wo potenzielle Kunden sind.“ Wenn ein Bankkunde in seiner ehemaligen Filiale Geld abhebt, werde er so ganz nebenbei „auf die Existenz und die breite Produktpalette der Deutschen Vermögensberatung aufmerksam gemacht“.

Enge Verbindung

Die Idee mit den Innenstadtfilialen zeigt zweierlei: Zum einen ruht sich die DVAG nicht auf ihren Erfolgen aus, sondern arbeitet an immer neuen Konzepten und Modellen – als Beispiel dafür kann auch das Joint Venture Deutsche Fintech Solutions dienen, das der Finanzvertrieb gemeinsam mit der Start-up-Schmiede Finleap gegründet hat, um ein neues Beratungstool zu entwickeln. „Unser Ziel besteht darin, das Einfühlungsvermögen und den Sachverstand von Finanzberatern mit künstlicher Intelligenz zu verbinden“, so DVAG-IT-Vorstand Christian Glanz.

Zum anderen zeigt die Übernahme der früheren Deutsche-Bank-Zweigstellen, auf welche enge Zusammenarbeit mit der DVAG sich manche Produktpartner einlassen. Schon der 2014 verstorbene Firmengründer Reinfried Pohl durfte sein Unternehmen als „mobilen Vertrieb der Deutschen Bank“ bezeichnen, ohne dafür hörbar Widerspruch zu ernten – obwohl das Institut seinen eigenen mobilen Vertrieb mit



aktuell immerhin gut 1.300 Beratern unterhält.

Besonders eng ist auch die Verbindung zur DWS, der Fondsgesellschaft der Deutschen Bank. Nur über die Filialen des eigenen Mutterkonzerns vertriebt der Asset Manager in seinem Heimatmarkt noch mehr Fonds als über die DVAG. Für den großen Vertriebs Erfolg wurde die DVAG im Oktober 2013 mit einer Beteiligung von 0,55 Prozent an der DWS Holding & Service GmbH belohnt. Basis ist der 2002 geschlossene Kooperationsvertrag mit der Deutschen Bank, in dem das Institut der DVAG zugesagt hatte, beim Erreichen bestimmter Absatzzahlen an der DWS beteiligt zu werden. Weil das Geschäft weiter brummt, stieg der Anteil mittlerweile auf 0,82 Prozent. Im Zuge des Börsengangs des Asset Managers wurde übrigens öffentlich, wie viel Geld die DVAG inzwischen in DWS-Fonds betreut: Es geht um 16 Milliarden Euro.

Einige weitere Zahlen helfen, die Vertriebspower der DVAG einzuordnen: Allein im vergangenen Jahr schlossen die Vermögensberater 183.000 neue Fondssparpläne für die Deutsche-Bank-Gruppe ab. Im April 2017 führte die DVAG das mit der DWS entwickelte Produkt „Stepinvest Concept Kaldemorgen“ ein – bis Jahresende waren 15.900 Verträge mit kumuliert 200 Millionen Euro abgeschlossen. Wie wertvoll solche Vereinbarungen für die DWS sein können, zeigte sich in den ersten beiden Monaten dieses Jahres: Während der Fonds von Managerlegende Klaus Kaldemorgen im Januar und Februar



Im „Beratungszentrum“ der DVAG sieht es gemütlicher aus als in der Deutsche-Bank-Filiale, die hier früher untergebracht war. Vom Bildschirm grüßt Firmenchef Andreas Pohl.

insgesamt Mittelabflüsse von mehr als 540 Millionen Euro verbuchen musste, flossen der von der DVAG vertriebenen Anteilsklasse gut 30 Millionen Euro zu, wie sich der Statistik des Branchenverbandes BVI entnehmen lässt. Das Geld der DVAG-Kunden half also dabei, die Abflüsse zumindest abzufedern.

Der nächste Paukenschlag

So groß die Zahlen im Fondsgeschäft auch wirken mögen – die Investmentsparte ist für viele DVAG-Berater eher ein Randgeschäft. Groß geworden ist der Finanzvertrieb mit Lebensversicherungen. Das Unternehmen beziffert seinen Gesamtbestand per Ende 2017 auf 193,7 Milliarden Euro, Lebenspolizen machen drei Viertel davon aus. Vor zehn Jahren übertrug der Lebensversicherer Aachen Münchener seinen Vertrieb auf die DVAG, kurz darauf folgte die Bausparkasse Badenia, 2012 dann der Krankenversicherer Central. Sie alle gehören zum italienischen Generali-Konzern,

der mit 40 Prozent an der DVAG beteiligt ist.

Im September vergangenen Jahres folgte dann der nächste Paukenschlag: Im Zuge des Umbaus seines Deutschlandgeschäfts gab der Versicherungsriese aus Triest bekannt, auch den Generali-Vertrieb an die DVAG überführen zu wollen. 2.800 Generali-Vertreter bekamen das Angebot, als Selbstständige zur DVAG zu wechseln, darunter auch die 700 angestellten Vermittler. 2.500 nahmen die Offerte an. Über ihrer Agentur wird ab diesem Sommer ein neues Firmenschild prägen.

Zuletzt arbeiteten gut 14.500 selbstständige Vermögensberater hauptberuflich für die DVAG. Mit der Übernahme des Generali-Vertriebs wächst das Vermittlerheer des Finanzvertriebs also auf einen Schlag um gut 17 Prozent. Im aktuellen Geschäftsbericht heißt es selbstbewusst: „Die Vertriebskraft der DVAG wird dadurch noch größer, ebenso der Abstand zu ihren deutschen Wettbewerbern. Die Abhängigkeit der Generali von der Vertriebskraft der DVAG wird ebenfalls zunehmen.“

„Next Level“

DVAG-Chef Andreas Pohl, der Sohn des Firmengründers, stellte den „Vermögensberaterstag“ im Januar in der Kölner Lanxess-Arena unter das Motto „Next Level“. Das Wachstumstempo der letzten drei Jahre soll nicht nur gehalten werden, es soll steigen – „und zwar deutlich“. Wer weiß, vielleicht gehören DVAG-Filialen in der Fußgängerzone bald zum normalen Stadtbild. **BERND MIKOSCH | FP**

