

Platz für Newcomer

Dass Finanz- und Strukturvertriebe derzeit ihre Altlasten abbauen, versetzt den gesamten Markt in Bewegung und bietet Newcomern Markteintrittschancen.

Die in Österreich tätigen Strukturvertriebe wurden durch die Finanzkrise deutlich geschwächt. Im besten Fall hatten sie nur unter dem allgemeinen Geschäftsrückgang zu leiden, im schlimmsten Fall sehen sie sich – so wie der Branchenprimus AWD – mit einer Vielzahl von Schadenersatzansprüchen konfrontiert. Vor allem die früheren Absatzfolge bei Immobilienaktien erweisen sich heute als Bumerang. Der aktuelle Schlagabtausch, den sich der AWD mit dem VKI liefert, ist dabei alles andere als hilfreich, um an alte Erfolge anknüpfen zu können. 2009 startete man zwar mit einer umfassenden Restrukturierung (siehe auch Interview in Ausgabe 3/09); ob man das erklärte Ziel, im Jahr 2010 wieder schwarze Zahlen zu schreiben, erreichen wird, ist allerdings fraglich. Nun ist zudem mit Swiss Life – die Schweizer Versicherung übernahm den AWD Ende 2008 – die Muttergesellschaft des deutschen Finanzvertriebs in Österreich gestartet (siehe Seite 120), und diese erklärt offen, dass sie sehr wohl erwartet, dass der gesamte AWD-Konzern in den relevanten Produktkategorien 20 bis 25 Prozent zum Swiss-Life-Absatz beisteuert.

Ende der Unabhängigkeit

Da hilft es natürlich wenig, dass der AWD verständlicherweise seine Unabhängigkeit betont – umso weniger, als sich hier nur eine inzwischen bekannte Entwicklung zu wiederholen scheint. Bereits seit einiger Zeit befinden sich auch die Vertriebsgiganten DVAG und OVB im Mehrheitsbesitz von Versicherungen. Bei der DVAG gibt die Generali Versicherung den Takt vor, beim OVB der Deutsche Ring. Damit sind die größten Strukturvertriebe in festen Händen, und das Thema Unabhängigkeit scheint sich in diesem Bereich in Luft aufgelöst zu haben. Dass die Vertriebe ab einer bestimmten Größe zu Übernahmekandidaten von Versicherern werden, ist fast unvermeidbar, denn aus deren Sicht ist es sinnvoller, die mit wachsender Größe „frecher“ werdenden Vertriebe zu übernehmen, statt laufend Marketingunterstützung an sie zu bezahlen – und dann auch noch mit allen Wettbewerbern

um die Gunst der angeschlossenen Berater rittern zu müssen.

Derlei Übernahmen erzeugen aber neue Nischen im Markt. Erstens kann nun wieder jemand behaupten, „tatsächlich unabhängig“ zu sein, und zweitens geht bei derartigen Konsolidierungsprozessen stets ein Teil der angeschlossene Berater verloren – und diese suchen nach neuen Anschlussmöglichkeiten. Genau auf diesen Effekt setzt mit Sanoxx ein Newcomer in der heimischen Vertriebslandschaft. Der Umstand, dass hinter Sanoxx mit dem früheren Standard-Life-Österreich-Vorstand Walter Schuster ein gut vernetzter Vertriebsmann mit langjähriger Erfahrung steht, lässt erwarten, dass das Unternehmen durchaus Marktchancen hat. Schuster hält gemeinsam mit Ex-Alphapool-Geschäftsführer Max Schlachter 60 Prozent der Gesellschaftsanteile. Als strategischen Finanzinvestor konnte die Beteiligungsholding der Zwerenz & Krause Gruppe und der Immovate GmbH in Graz gewonnen werden.

60 Berater akquiriert

Seit dem Start im Dezember 2009 ist es Schuster laut eigener Aussage gelungen, 60 Vertriebspartner – durchwegs gewerbliche Vermögensberater oder Versicherungsmakler – zu gewinnen, mit etlichen weiteren sei man aktuell im Gespräch. Auch am FONDS professionell KONGRESS sei das Interesse sehr groß gewesen. Schuster betont, dass er gar nicht versuche, aus bestehenden Strukturvertrieben Partner abzuwerben: „Von den aktuell 60 neuen Partnern kommen nur acht von anderen Strukturvertrieben zu uns. Wir haben

Walter Schuster, Sanoxx: „Bis Mitte 2010 möchten wir 150 staatlich geprüfte Vermögensberater beziehungsweise Makler mit Gewerbeschein für uns gewinnen.“

auch Gespräche mit größeren Gruppen geführt, allerdings wollten wir in der Startphase keine Organisationen mit 50 Leuten an uns binden. Dies hätte uns zu sehr abhängig gemacht und könnte am Ende zu ernsthaften Problemen führen.“

Österreichweit aktiv

Der Sanoxx-Chef berichtet über erste Abschlüsse und geht davon aus, dass sein neuer Vertrieb ab Mai voll durchstarten wird. Zunächst will er sich auf Ostösterreich konzentrieren, um in weiterer Folge auch im Westen aktiv zu werden: „Wir starten mit dem Schwerpunkt auf der Achse Wien, Graz und Linz. Unser Ziel ist es, bis Mitte 2010 österreichweit präsent zu sein. Langfristig wollen wir in nahezu jeder Bezirks-



Foto: © Claudia El-Morsi



Dr. Ralph Müller, AWD, will 2010 wieder auf den Erfolgspfad zurückkehren.

hauptstadt Österreichs Menschen in SanoxxBüros beraten.“ Bis Jahresende sollen 150 staatlich geprüfte Vermögensberater beziehungsweise Makler mit Gewerbeschein gewonnen werden. Und auch die Obergrenze hat sich Schuster bereits überlegt: „Unser Ziel liegt bei einer Gesamtzahl von 600 bis 700 Beratern.“

Schlank aufgestellt

Nicht zuletzt wegen der aktuell schwierigen Marktphase wurde Sanoxx von vornherein schlank aufgestellt. Nur der Versicherungsbereich wird selbst abgewickelt, beim Anlagegeschäft wird mit dem Haftungsdach von Jung, DMS & Cie. kooperiert. Schuster dazu: „Wir haben hier einen guten Partner gefunden, der über das notwendige Know-how und eine vernünftige Kapitalstärke verfügt.“

Dass Effizienz noch geraume Zeit der Schlüssel zum Erfolg im Finanzvertrieb bleiben dürfte, zeigt die Übernahme von MLP Österreich durch die Aragon AG, die Muttergesellschaft von Jung, DMS & Cie. Aragon-Vorstand Wulf U. Schütz beschreibt hier die ersten „Erfolge“: „MLP Österreich arbeitete vor der Übernahme durch Aragon defizitär, infolge der Übernahme ergeben sich nun enorme Synergieeffekte. Zum einen können wir das bestehende Haftungsdach der Jung, DMS & Cie., über die auch das Wertpapiergeschäft abgewickelt wird, nutzen, und zum anderen werden viele Prozesse in Zukunft

über Aragon in Deutschland zentral gesteuert.“ Dadurch konnte die Anzahl von 50 in Österreich angestellten MLP-Mitarbeitern auf nunmehr unter zehn verringert werden. Insgesamt soll die Fixenkosteneinsparung bei etwa 80 Prozent liegen.

Scopia Private Finance

Die Neuformierung der MLP Österreich wird in diesen Tagen abgeschlossen, und den Beratern wurde vor Kurzem der neue Name Scopia Private Finance präsentiert. Dieser wurde in einer Abstimmung, an der alle verbliebenen Beratern teilnehmen konnten, aus verschiedenen Vorschlägen als der beste ausgewählt. Laut Schütz konnte man 80 Prozent der bisherigen MLP-Österreich-Berater halten und für das neue Konzept begeistern. Aktuell verfügt man über einen Investmentbestand von rund 100 Millionen Euro, die Kundendatei umfasst rund 15.000 Namen, beides soll deutlich gesteigert werden. War man bisher ein vor allem auf Versicherungen ausgelegter Vertrieb, so sollen sich in Zukunft Versicherungs- und Investmentgeschäft die Waage halten. Das Motto lautet dabei: Qualität statt Quantität, von den derzeit 40 Beratern hat rund die Hälfte eine Ausbildung als Certified Financial Planner (CFP). Neo-Scopia-Vorstand Ali Eralp: „Zum einen werden wir unsere Berater auch weiterhin bei der CFP-Ausbildung unterstützen, wir möchten aber auch neue Berater für uns begeistern. Neben erfahrenen Bankberatern sprechen wird dazu vor allem erfahrene Berater anderer Vertriebe an.“

Keine Kannibalisierung

Schütz sieht daher auch keine „Kannibalisierungsfahr“ zwischen Scopia und Jung, DMS & Cie.: „Die Unternehmen sind völlig unterschiedlich ausgerichtet.“ Zudem gibt er zu bedenken, dass man im Gegensatz zu anderen Vertrieben keine eigenen Produkte anbiete. Zwar habe auch Aragon mit der AXA Konzern AG einen Produktgeber unter den Eigentümern (ca. 28 Prozent), allerdings sei zum einen die Versicherung hiezulande nicht tätig, zum anderen gibt die Aragon AG generell keine Produktvorgaben. Eralp betont, dass man schon in der Vergangenheit eine sehr hohe Beratungsqualität vorweisen konnte: „Unsere Kunden sind von der Immobilienaktienkrise vollständig verschont geblieben, wir haben diese Produkte nicht verkauft. Wir müssen daher auch keine Klagen in diesem Bereich fürchten.“ Dass es in die-



Mag. Ali Eralp, Scopia: „Wir möchten auch neue Berater für uns begeistern.“

sem Sektor keine Altlasten gab, war übrigens einer der Gründe dafür, dass Aragon sich zur Übernahme entschieden hat.

Schwächeln nicht erlaubt

Dabei schließt der Aragon-Vorstand auch nicht aus, dass es nach Gamax Austria und MLP Österreich auch in Zukunft zu weiteren Übernahmen in Österreich kommen wird: „Uns flattern permanent Angebote auf den Tisch; allerdings muss natürlich das Preis-Leistungs-Verhältnis stimmen, Fantasiepreise zahlen wird nicht. Wenn andere schwächeln, sind auch in diesem Jahr weitere Übernahmen nicht auszuschließen.“

Dass ein „Schwächeln“ beziehungsweise schon der Verdacht, dass man Probleme haben könnte, in diesen Tagen im heimischen Finanzvertrieb besonders ungünstig ist, kann man an der Entwicklung bei der BCA Austria erkennen. Dass die deutsche Muttergesellschaft seit geraumer Zeit mit deutlichen Ergebnis- und Umsatzrückgängen kämpft, ist seit Langem bekannt. Dass nun auch der langjährige Österreich-Geschäftsführer Klaus Schönfelder zu Jahresbeginn seine Anteile an der BCA Austria GmbH an die deutsche BCA AG zurückverkauft hat, löste umgehend Spekulationen aus (siehe auch Meldung auf Seite 16). Der naheliegende Schluss: Mit dem Verkauf von Schönfelders Anteilen dürften sich etwaige Verkaufsverhandlungen der Österreich-Tochter sicherlich einfacher gestalten. FP