

06/2010

# finanzwelt

Das Fachmagazin der Finanzbranche



Einzelpreis 4,50 Euro – G48695 – [www.finanzwelt.de](http://www.finanzwelt.de)

Nach den Platzierungsrückgängen der letzten Jahre wird die Stimmung unter den Vertrieben und Vermittlern deutlich besser. Aber nur langsam. Geklagt wird auch, es fehle an gutem Nachwuchs. Die Fluktuation ist hoch, die Anforderungen aus Berlin an den Berufsstand Vertrieb steigen. Wachstum aber steht in der Basisplanung eines jeden Vertriebs für 2011 ganz oben. Wie soll das gehen? Denn Wachstum geht nur über Personalzuwachs. finanzwelt hat sich nach den Methoden der Mitarbeitergewinnung erkundigt.



## „Jetzt fordere ICH ...!“

**G**anz hinten, kaum zu finden, ist im Konzernjahresabschluss der **DVAG Deutsche Vermögensberatungs AG**, Frankfurt, ein Satz zu lesen, der an Brisanz nicht zu überbieten ist, von dem aber offenbar noch niemand in der Finanzbranche Kenntnis genommen hat, obwohl er das Datum 8. März 2010 trägt: „Wachstum ist

*deshalb nur noch möglich, wenn Mitbewerbern Marktanteile abgerungen werden. Gewinnen werden hierbei die Unternehmen der Finanzbranche, denen es – so wie uns – gelingt, die eigene Vertriebsorganisation auszubauen und zu stärken.“* Der Satz davor lautet: „Im Zuge der Finanzkrise ist das Wachstum der Finanzbranche und hierbei

*ganz besonders im Privatkundengeschäft, dem Schwerpunkt unserer Geschäftstätigkeit, an seine Grenzen gestoßen.“*

Wachstum geht also nur über das Abholen von Marktanteilen bei der Konkurrenz, meint die DVAG. Da im Vertrieb Wachstum nur über neues Vertriebspersonal funktioniert, müssen also Mitarbeiter abgeworben werden.

um jeden Preis, Personalakquise ohne Rücksicht auf Verluste? Auf jeden Fall ohne Rücksicht auf den oder die Mitbewerber?

*finanzwelt hat sich am Markt erkundigt, wie Personalpolitik betrieben wird.*

Rekrutierung ist ein schmutziges Geschäft, das sagt ein erfahrener Finanzdienstleister, der jahrelang für einen Vertriebsgiganten diese Aufgabe wahrgenommen hat. Seriös und anständig, also Anzeigen aufgeben, Werbung machen, Empfehlungen ausnutzen, Headhunter beschäftigen, das wird auch gemacht, wirksam, aber am Rande der Legalität sind die Methoden, die in dieser „chronique scandaleuse“ zusammengefasst sind. Unser Informant will verständlicherweise anonym bleiben.

#### 1.) Die „Zuhause“-Methode

Es werden Anlageberater von Wettbewerbern (beispielsweise Versicherungsexperten) in eine Privatwohnung oder ein Privathaus eingeladen. Dort sollen sie eine Lebensversicherung oder ein Anlageobjekt anbieten. Anwesende Profis, die den Anleger spielen, beurteilen den Berater. Bei Interesse erhält der Kandidat ein direktes Angebot.

#### 2.) Die Bank-Methode

Erfahrene Vermittler gehen zu Banken und Sparkassen (bevorzugt) und lassen sich umfänglich beraten. Wenn der Bankberater einen guten Job macht, erhält er ein Angebot.

#### 3.) Roadshow-Methode

Rekrutierungsbeauftragte lassen sich zu Roadshows einladen. Dort werden in den Pausen Gespräche geführt oder es wird versucht, die Teilnehmerliste zu erhalten.

#### 4.) Die Anstellungs-Methode

Rekrutierungsprofis lassen sich von Versicherungen/Emissionshäusern/Vertrieben einstellen. Da in der Regel Probezeiten vereinbart werden, gehen die Kandidaten einen Monat oder zwei zu den angebotenen Schulungen und durchlaufen Kurse etc. Sie sammeln Namen und Pläne und beurteilen die anderen Kollegen, die entweder ebenfalls neu oder etabliert sind. Nach erfolgreicher Mission wird gekündigt.

#### 5.) Die Kollege-Methode

Rekrutierungsbeauftragte schalten Anzei-



# KUNDEN [NÄHE]

FCG

Financial Consultants Group

Als berufserfahrene(r) und engagierte(r) Finanzdienstleister(in) wünschen Sie sich...

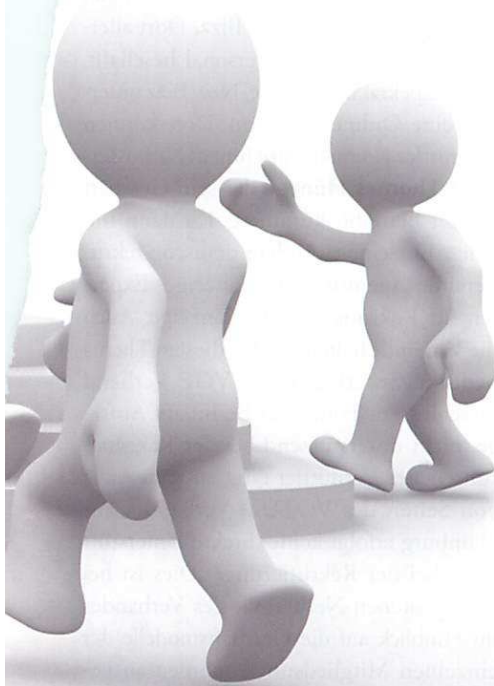
- ▶ ein breit gefächertes TOP-Portefeuille zur Auswahl
- ▶ ein transparentes und erstklassiges Vergütungssystem
- ▶ eine vertriebs- und zukunftsorientierte Aus- und Weiterbildung
- ▶ eine partnerschaftlich ausgerichtete Unternehmensphilosophie

## INFO-HOTLINE

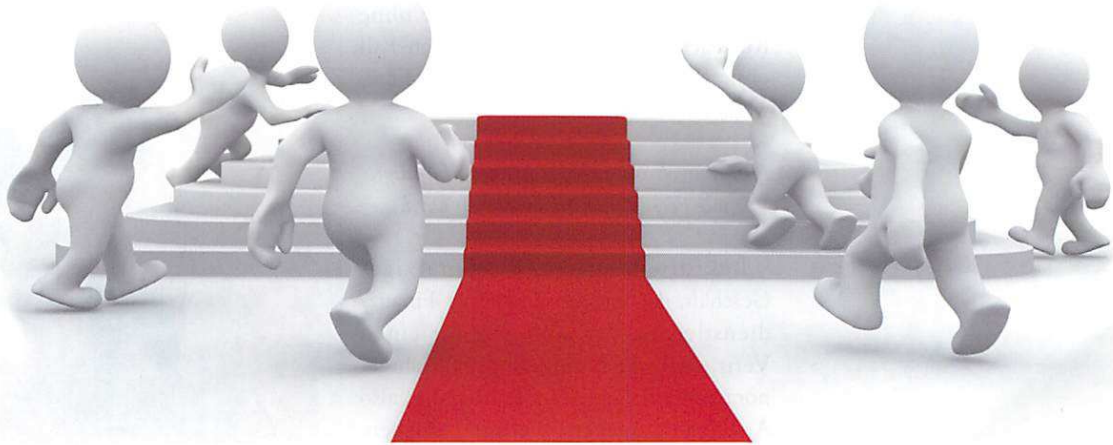
0621 - 125 089 70

Seien Sie neugierig!

Nutzen Sie die einmalige Gelegenheit und werden Sie durch Ihr professionelles Vertriebsengagement Teilhaber eines europaweit prosperierenden Unternehmens.



Der elitäre, überhaupt nicht zu Übertreibungen neigende Vorstand dieses Vertriebsgiganten stellt sich auf Kannibalisierungsaktivitäten ein, die das Überleben sichern. In den letzten Dekaden hat es keine ähnlich dramatische Ankündigung in einem offiziellen Papier eines Vertriebs gegeben. Was bedeutet das? Rekrutierung



gen, in denen sie Beteiligungskapital oder Mitarbeit anbieten. Sie haben zwei Geschichten parat.

**Geschichte 1:** Sie gaukeln vor, Kapital für Expansionszwecke oder persönlich oder durch einen Investor vermitteln zu können. Zur Analyse der Kapital gebenden Firma werden Fragen gestellt. Am Ende besitzt der „Trojaner“ alle relevanten Daten, um Angebote zu machen, ohne zu investieren.

**Geschichte 2:** Ein Vermittler spielt die Rolle als jemand, der Pech gehabt hat, und sich schnell an eine Vertriebsorganisation binden möchte, um wieder Geld zu verdienen. Gelingt das, „gräbt“ dieser die ihn interessierenden Personen ab.

**6.) Die „Leads“-Methode**

Finanzdienstleistern werden per Anzeige oder auf andere Art aussichtsreiche Leads zu günstigen Bedingungen angeboten. Leads sind Adressen von potenziellen Kunden. Der Vermittler, der sich für diese Leads interessiert, erhält diese prompt und preisgünstig, allerdings nur kurzfristig. Zahl und Qualität der Leads nehmen ab. Diese Qualität der Kontaktaufnahme mit dem „Kunden“ wird beobachtet und insofern ist der Vermittler nach kurzer Zeit beurteilbar.

**7.) Die „Wochenblatt“-Methode**

In der lokalen Presse werden preisgünstige Trainings- und Ausbildungsoptionen für Immobilien-Vermittler oder Berufseinsteiger angeboten. Diese Offerten dienen nur zur Sammlung von Kontaktadressen.

**Auf der Suche nach ähnlich brisanten Äußerungen zu Personal und Wachstum** wie bei DVAG wurden wir bei AWD, OVB, MLP, Bonnfinanz nicht fündig. Zwar wird in den Geschäftsberichten stets von hoher

Qualität des eigenen Personals berichtet, aber wie die neuen Kollegen angeworben werden und in welchem Verhältnis Wachstum der Vertriebe und Neugewinnung stehen, bleibt im Dunkeln. Also bleibt nur die Befragung, die direkte Kontaktaufnahme. Wir wollten von AWD, Postbank, MLP, Infinus, OVB und zehn kleineren Vertriebsgesellschaften wissen: Wie wird rekrutiert (ein schrecklicher Fachausdruck für die Gewinnung neuer Vermittler)? Was kostet das? Wie erfolgreich sind die jeweiligen Kriterien? Die Ergebnisse lesen Sie auf der folgenden Seite.

**Anschließend haben wir unsere Nachforschungen fortgesetzt**, schließlich geht es für eine große Branche um das Thema Nr. 1 – der neue Mitarbeiter. Die Ergebnisse sind schnell berichtet: Das Internet hält keinerlei Infos zu Rekrutierungsmethoden und deren Effektivität bereit, ebenso wenig gibt es Agenturen (außer Headhunter), die

Rekrutierungsservice anbieten, außer der Jobbörse Hamburg, New Bizz. Dort allerdings wird erfolgreich Personal beschafft. Auf unspektakuläre Weise. New Bizz unterhält eine Online-Plattform. Dort können Vermittler Kontakt aufnehmen, New Bizz-Chef **Thomas Münzel**, der sein Geschäft diskret betreibt, kümmert sich dann um jeden Einzelnen. Andere deutsche rekrutierende Agenturen: Fehlanzeige, Experten für Rekrutierung: Fehlanzeige. Auch die Verbände halten sich bei diesem Thema bedeckt. So erklärte der VGF Verband Geschlossene Fonds aus Berlin auf Anfrage, nicht unterstützend bei der Rekrutierung neuer Vermittler tätig zu sein. Auch von Seiten des VOTUM-Verbandes aus Hamburg erfolgt keine direkte Unterstützung bei der Rekrutierung. „Dies ist bei der gebotenen Neutralität des Verbandes im Hinblick auf die Geschäftsmodelle der einzelnen Mitgliedsunternehmen ausgeschlossen“, sagt Geschäftsführer **Martin Klein**.

*Es scheint, als ob Rekrutierung eine Geschäftsidee der Zukunft wäre. Einen wichtigen Kontakt allerdings haben wir erhalten. Für die Vermittler, die jetzt daran gehen, über Veränderungen nachzudenken, bedeuten diese Recherchen Bemerkenswertes:*

- 1.) Ihr Beruf steht vor einer großartigen Zukunft.
- 2.) Sollten Sie einen neuen Vertriebspartner suchen, fallen Sie nicht auf die Methoden der „chronique scandaleuse“ rein, sondern wenden Sie sich an den Vertrieb Ihres Vertrauens.
- 3.) Der Vermittler-Markt ist ein Bewerber-Markt, d. h., Sie bestimmen, wo's langgeht. Bedarf besteht ohne Ausnahme bei allen Vertrieben.

- ANZEIGE -