
PRESSESPIEGEL

30.01.2017 Cash.:
Maklerpools: Beratung für Berater
(Online-Ausgabe)

Cash.ONLINE

Berater

Maklerpools: Beratung für Berater

Maklerpools sind heute weit mehr als nur Abwickler und Provisionsverrechnungsstellen. Um Berater optimal zu unterstützen, erweitern sie kontinuierlich ihr Angebot. Viele Pools und Verbünde beraten ihre Maklerpartner mittlerweile auch in unternehmerischen Fragestellungen.

Maklerpools und -verbünde ermöglichen die Ausgliederung und Zentralisierung von Funktionen unter gemeinsamer Nutzung von Ressourcen.

Noch vor ein paar Jahren hatten sie ein überschaubares Leistungsspektrum: Ihre wichtigste Aufgabe war die Stärkung der Marktposition der Makler gegenüber Produktgebern. Statt als "Einzelkämpfer" zu agieren, finden sich Makler in Pools zusammen. Die so erzielten "Einkaufsvorteile" können sie an ihre Kunden weitergeben oder als Rendite abschöpfen.

Neue Herausforderungen durch externe Einflüsse

Externe Einflüsse wie Digitalisierung, Niedrigzinsphase und Regulierung haben die Berater in den letzten Jahren vor immer neue Herausforderungen gestellt. Sie müssen mit Kunden über digitale Kanäle kommunizieren, sich im zunehmend unübersichtlicher werdenden Produktdschungel zurechtfinden und gleichzeitig immer strengeren rechtlichen Auflagen an Qualifikation, Dokumentation, Vergütung und Beratung genügen.

Ausgeweitete Leistungskataloge der Pools

Je herausfordernder die Bedingungen für Makler wurden, desto umfangreicher wurden auch die Leistungskataloge der Pools. Finanz- und Versicherungsmakler sind Experten in der Kundenbetreuung und in ihren jeweiligen Fachgebieten.

Um ihren Kunden stets eine optimale Betreuung bieten zu können, müssen die Berater sich neben dem Tagesgeschäft laufend fachlich fortbilden sowie über Produkte und Marktentwicklungen informieren. Für strategische Planungen und Überlegungen zum eigenen Unternehmen bleibt indes wenig Zeit.

"Das unterscheidet Finanzberater nicht wesentlich von Anwälten, Apothekern oder Ärzten, für die es ja auch spezialisierte Unternehmensberatungen und Dienstleister gibt", sagt Dr. Sebastian Grabmaier, Vorstandsvorsitzender des Münchener Maklerpools Jung, DMS & Cie. (JDC).

PRESSESPIEGEL

Geschäftsmodell nach Zielkundengruppen ausrichten

Bei JDC kümmern sich die persönlichen Sales Consultants vor Ort um die Maklerunternehmen und unterstützen sie in allen unternehmerischen Fragestellungen.

"Anfangen von der Geschäfts- und Firmengründung, über die kontinuierliche Steigerung des Unternehmenswertes durch Produktmix, Aufbau regelmäßiger Cashflows, Optimierung der Betreuungs- und Abwicklungskapazität bis hin zum Aufbau einer effektiven IT- und Onlinearchitektur", schildert Grabmaier.

Für Maklerunternehmen sei es besonders wichtig, das Geschäftsmodell konsequent nach den jeweiligen Zielkundengruppen auszurichten. Zudem sollte immer wieder hinterfragt werden, welche Leistungen und Lösungen in welchen Produktbereichen über welche Kanäle an welche Art von Kunden angeboten werden. (jb)