

Highlights aus dem Norden Münchens

Zeitschriften-Layout

Fallstudie zum Corporate-Design-Relaunch der Zeitschrift AssCompact

Pinkfarbener Cordanzug, geblümtes Hemd mit Riesenkragen, giftgrüne Plateauschuhe – kein Outfit für einen Politiker? Wallender Batikkittel, handgeklöppelte Peace-Mütze, ausgebleichte Espadrillos – für eine Finanzberaterin unmöglich? Richtig. Denn „Kleider machen Leute“, spiegeln ein Image wider, machen Eindruck – sind das Corporate Design einer Person.



Der erste Eindruck entscheidet

Ebenso verhält es sich beim Erscheinungsbild einer Zeitschrift. Deshalb sollte in regelmäßigen Abständen ein Stilberater die Aufmachung unter die Lupe nehmen und dem Zeitgeist anpassen. Und wenn es sich dabei auch nur um kleine Accessoires handelt, wie ein gedeckteres Farbklima, eine andere Bildsprache oder eine modernere Schrift.

So geschehen anno 2001, als wir die gestalterische Umsetzung der AssCompact – dem Fachmagazin für die Finanz- und Versicherungsbranche – übernahmen: Von buntem Schriftenallerlei und grenzenloser künstlerischer Freiheit zu Gestaltungskonstanten und Umsetzungsrichtlinien. Drei Jahre wurde die

Zeitschrift Monat für Monat nach festen Regeln umgesetzt, das Corporate Design sanft dem sich ändernden Bedarf angepasst und weiterentwickelt.

2004 – dem Geschmack der Branche musste erneut Rechnung getragen werden. Nach eingehender Konkurrenzbeobachtung und -analyse kamen wir zu dem Schluss: alles neu, aber anders als die anderen und mit ein paar bekannten Elementen (natürlich: wegen der Wiedererkennbarkeit!).

Im Januar 2005 kam das erste Heft im neuen Kleid auf den Markt. Und es hat gefallen. Woher wir das wissen? Die letzte Seite lässt Zahlen sprechen...

Relaunch der Zeitschrift AssCompact 2002 und 2005

Aufgabenstellung:

- Konzeption eines neuen, modernen Auftritts
- mit seriöser und kompetenter Ausstrahlung
- Attraktivität für Anzeigenkunden schaffen
- Lesefreundlichkeit verbessern
- Steigerung der Auflage

Umsetzung:

- Analyse der Mitbewerber
- Analyse der Zielgruppe
- Entwicklung eines Designkonzeptes
- Fixierung von Gestaltungskonstanten
- Definition des Corporate Design

Titelgestaltung bei Übernahme im Jahr 2001



Titelgestaltung nach dem Relaunch 2002



Titelgestaltung seit dem Relaunch 2005

www.asscompact.de

AssCompact
www.asscompact.de

AssCompact

Fachmagazin für Risiko- und Kapitalmanagement

05/2005 3,80 €

05/2005

Gerling Leben:

bAV – mit gebündelten
Kräften zur konkurrenzlos
guten Abschlussquote

Fondsdepot Bank:

Eine der größten
Fondsbanken startet
Marktoffensive

Dialog Leben: Konsequente Maklerorientierung

Rüdiger R. Burchardi,
Vorstand der Dialog Lebensversicherungs-AG



bAV-Forum: 18. Mai in Neuss

Titelgestaltung Relaunch 2002:

- Neukonzeption des AssCompact-Logos
- komplette Überarbeitung des Titlrasters
- typografische Normierung
- Änderung des Farbklimas (hell und freundlich)
- Definition der Bildsprache (Übersichtlichkeit)

Titelgestaltung Relaunch 2005:

- Überarbeitung des Titlkopfes
- neue Definition des Titlrasters
- leichte Anpassung des Farbklimas (Reduzierung von Dunkelblau und -rot)
- Erweiterung der Bildsprache (Testimonials)
- neue typografische Normierung

Lesefreundlichkeit

Typografie im Wandel:

Typografie bei Übernahme der Zeitschrift:

The Foxy brown Pony jumps over the river The Foxy brown Pony jumps over the river The Foxy brown Pony jumps over the river The Foxy brown Pony jumps over the river The Foxy brown Pony jumps over the river The Foxy brown Pony jumps over the river

Typografie nach dem Relaunch 2002:

Agfa Rotis Sans Serif Extra Bold:

Agfa Rotis Sans Serif Regular:

Agfa Rotis Sans Serif Italic:

Schmuckschrift Horatio light:

The Foxy brown Pony jumps over the river

The Foxy brown Pony jumps over the river

The Foxy brown Pony jumps over the river

The Foxy brown Pony jumps over the river

Typografie nach dem Relaunch 2005:

Profile Bold:

Profile Regular:

Profile Light:

Profile Italic:

Sabon LT Std Roman:

The Foxy brown Pony jumps over the river

The Foxy brown Pony jumps over the river

The Foxy brown Pony jumps over the river

The Foxy brown Pony jumps over the river

The Foxy brown Pony jumps over the river

Newsseite bei Übernahme im Jahr 2001

PERSONEN & NACHRICHTEN

Neuer Präsident der Bundesapothekerkammer gewählt

Im Juli 2001 wird Bernhard Köcher als neuer Präsident der Bundesapothekerkammer gewählt. Er ist 57 Jahre alt und hat 25 Jahre Berufserfahrung in der Apotheke.

Braun neuer DfHT-Präsident

Im Juli 2001 wird Ludwig Georg Braun als neuer Präsident des Deutschen Industrie- und Handelsvereins (DIHT) gewählt. Er ist 58 Jahre alt und hat 25 Jahre Berufserfahrung in der Industrie.

HAVRANEK NEU BEI RÖDL & PARTNER

Im Juli 2001 wird Rudolf Havranek als neuer Partner bei Rödl & Partner in München verpflichtet.

Chase Fleming beruft neuen Geschäftsführer

Im Juli 2001 beruft Chase Fleming einen neuen Geschäftsführer für die deutsche Niederlassung des Unternehmens.

Felix Hartkamp Geschäftsführer der Naber GmbH

Im Juli 2001 wird Felix Hartkamp als Geschäftsführer der Naber GmbH in München berufen.

BERGER MIT CONSULTING AWARD AUSGEZEICHNET

Im Juli 2001 wird das Unternehmen Berger mit Consulting für seine Leistungen im Bereich Consulting ausgezeichnet.

ING BARINGS-CHEFS ZURÜCKGETRETEN

Im Juli 2001 sind die beiden Chefs der ING Barings zurückgetreten.

Dr. Rogowski neuer BDI-Präsident

Im Juli 2001 wird Dr. Michael Rogowski als neuer Präsident des Bundesverbandes der Deutschen Industrie (BDI) gewählt.

Newsseite nach dem Relaunch 2002

Bankhaus Wölbern startet ersten Polen-Fonds

Im Juli 2002 hat das Bankhaus Wölbern einen neuen Fonds für Polen aufgelegt.

Nordcapital mit gesteigertem Emissionsvolumen

Im Juli 2002 hat Nordcapital ein neues Emissionsvolumen angekündigt.

Hamburgische Seehandlung mit neuem Beteiligungsangebot

Im Juli 2002 hat die Hamburgische Seehandlung ein neues Beteiligungsangebot gemacht.

Mit Corona-Fonds in Luxus investieren

Im Juli 2002 hat Corona ein neues Fondsangebot für Luxusinvestitionen gemacht.

Wert-Konzept Immobilienfonds GmbH umfirmiert

Im Juli 2002 hat die Wert-Konzept Immobilienfonds GmbH umfirmiert.

Blue Capital legt zweiten Österreicher-Fonds auf

Im Juli 2002 hat Blue Capital einen zweiten Österreicher-Fonds aufgelegt.

Dr. Peters: Neuer Fonds mit indischem Partner

Im Juli 2002 hat Dr. Peters einen neuen Fonds mit einem indischen Partner angekündigt.

Feri entwickelt neues Immobilienfonds-Rating

Im Juli 2002 hat Feri ein neues Rating für Immobilienfonds entwickelt.

Kapitalanlagen



Lloyd Fonds bietet Anlegern Containerschiff an

(wmd) Das Hamburger Emissionshaus Lloyd Fonds AG bietet seinen Anlegern erneut ein Kapitalanlageprodukt mit einer dreijährigen Anfahrungsbeschäftigung (zzgl. 12 Monate Option) bei der Reederei A.P. Moeller-Maersk A/S. Bei dem Fondsobjekt MS „Commander“ handelt es sich um ein Vollcontainerschiff mit 2.764 Standardcontainerplätzen (TEU) und 400 Kühlcontaineranschlüssen. Die Gesamtinvestition beläuft sich auf 37,882 Mio. € mit einem Emissionskapital in Höhe von 11,500 Mio. €. Die Mindestbeteiligung liegt bei 15.000 €. Die Auszahlungen an die Kommanditisten beginnen ab Juni 2007 mit 8% p.a., ansteigend bis auf 12% p.a., und summieren sich auf 130% des eingesetzten Kapitals. ■ 51907

Commerz Grundbesitz Gruppe veröffentlicht Zahlen für Offene Immobilienfonds

(wmd) Die Commerz Grundbesitz Gruppe hat am 23. Juni die aktuellsten Zahlen für die von ihr gemanagten Offenen Immobilienfonds vorgestellt. Der von der Commerz Grundbesitz-Investmentgesellschaft (CGI) gemanagte Offene Immobilienfonds „hausInvest europa“ schloss das Geschäftsjahr zum 31. März ab und konnte am 13. Juni rund 279 Mio. € an seine 500.000 Anleger ausschütten. Seit seiner Auflegung im Jahr 1972 realisierte der Fonds eine durchschnittliche Wertentwicklung von 6,4% p.a. 2004 flossen dem Fonds Mittel in Höhe von rund 1,31 Mrd. € zu. Zum Stichtag 31. März befanden sich 150 Immobilien in 10 EU-Ländern im Portfolio, die Auslandsinvestitionen machten insgesamt 79,1% (Vorjahr: 76,5%) des Immobilienvermögens aus. Der von der CGI aufgelegte „hausInvest global“ entwickelte sich seit seinem

Vertriebsstart im März 2004 sehr positiv: Bis dato flossen dem Fonds Mittel in Höhe von 1,4 Mrd. € zu, Ende März befanden sich bereits zehn Immobilien mit einem Volumen von 907 Mio. € im Bestand. Die Entwicklung der im Mai 2001 gegründeten Commerz Grundbesitz-Spezialfondsgesellschaft (CGS) verläuft sehr erfolgreich: Aktuell werden fünf Immobilienspezialfonds mit einem Eigenkapitalanteil von rund 1,1 Mrd. € verwaltet, das Immobilienvermögen beläuft sich derzeit auf rund 1 Mrd. €. Derzeit ist die Auflage von zwei weiteren Spezialfonds geplant: „Euro Retail 1“ und „US Property 1“. Euro Retail 1 wird ausschließlich Handelsimmobilien erwerben und sich auf südeuropäische Märkte konzentrieren. Das Eigenkapital beläuft sich auf 375 Mio. €. Investoren können sich ab einer Mindestzeichnungssumme von 10 Mio. € beteiligen. Die Ausschüttungsrendite wird mit 6,0% p.a. prognostiziert. US Property 1 investiert ausschließlich in Immobilien in den USA, der Eigenkapitalanteil beläuft sich auf 250 Mio. € bei einem Immobilienvermögen von 500 Mio. €. Die Mindestzeichnungssumme beträgt 10 Mio. €, die Ausschüttungsrendite wird mit 6,5% p.a. angegeben. ■ 51909

HCI-Fonds sehr erfolgreich

(wmd) Die HCI Capital AG hat während ihrer 20-jährigen Tätigkeit im Bereich Geschlossener Schiffsfonds branchenweit die meisten Schiffe wiederverkauft. Die aktuelle Übersicht verkaufter Schiffe weist eine durchschnittliche Rendite von 22,6% p.a. auf, die durchschnittliche Laufzeit beträgt 8,8 Jahre. Dabei lagen die kumulierten Ausschüttungen seit Einführung der Tonnagesteuer 1999 um 6,56% und die kumulierten Tilgungen um 21,37% über Plan. Bereits jetzt hat das Unternehmen rund 120 Schiffe bis zum Jahr 2009 zu günstigen Konditionen angebonden. Das Investitionsvolumen beträgt rund 1,5 Mrd. €. Bei den Immobilienfonds konnte HCI insgesamt 32 Fonds mit 72 Immobilien und einem Investitionsvolumen von über 850 Mio. € platzieren. Der Investitionsschwerpunkt

lag in den vergangenen Jahren vor allem in den Niederlanden. Bei den Private Equity Fonds konnte das Unternehmen bisher insgesamt 100 Mio. € über das Fondsmanagement Golding Capital Partners platzieren. Die bisherige Ausschüttung dieser Fonds lag zwischen 5% und 20%. ■ 52253

Atlantic: Investition in Kombimodell oder reinen Tonnagesteuerfonds

(wmd) Die Atlantic Gesellschaft zur Vermittlung internationaler Investitionen mbH & Co. KG bietet mit dem MS „Isabelle Schulte“, einem 2.472 TEU Vollcontainerschiff der Sub-Panamax-Klasse, Anlegern die Chance, in eine der letzten als Kombimodell konzipierten Schiffsbeteiligungen zu investieren. Einnahmesicherheit besteht durch eine fünfjährige Festcharter bei der Maersk Sealand. Das Gesamtinvestitionsvolumen beläuft sich auf 40,86 Mio. € mit einem Eigenkapitalanteil von 16,54 Mio. €, der 2005 und 2006 auf zwei Tranchen verteilt ist. Die Mindestbeteiligung liegt bei 25.000 € zzgl. 5% Agio. Anleger können mit Auszahlungen von 8% in 2007, ansteigend auf 12% in 2019, rechnen. ■ 51871

DB Real Estate grundbesitzglobal mit guter Rendite

(wmd) Der Offene Immobilienfonds grundbesitzglobal der DB Real Estate Investment GmbH konnte im vergangenen Geschäftsjahr eine Performance von 4% erzielen. Die Ausschüttung beläuft sich daher auf 2 €/Anteil. Im Berichtszeitraum vom 1. April 2004 bis 31. März 2005 flossen dem Fonds netto rund 1.146 Mio. € zu, bei Geschäftsabschluss verfügte er über ein Vermögen von rund 3.349 Mio. € (Vorjahr: 2.191 Mio. €) mit einem Immobilien- und Immobilienbeteiligungsvermögen von rund 2.172 Mio. € und rund 1.367 Mio. € an liquiden Mitteln. Für den Fonds wurden im letzten Geschäftsjahr zwölf Immobilien mit einem Gesamtvolumen von rund 845 Mio. € akquiriert. Auf Grund der weiterhin hohen Mittelzuflüsse in den Fonds blieb die Liquiditätsquote hoch. ■ 52039

Newsseiten Relaunch 2002:

- Anwendung der neuen Gestaltungskonstanten im Gesamt-CD
- Vereinheitlichung des typografischen Rasters für die Rubrik „News“
- Ergänzung um ein „Aufzählungszeichen“
- einheitliche Platzierung von Bildelementen

Newsseiten Relaunch 2005:

- Anwendung der neuen Gestaltungskonstanten
- Aktualisierung des typografischen Rasters durch neue Schriften inkl. Normierung
- Modernisierung des „Aufzählungszeichens“

Bildsprache und Farbklima

Artikelseiten bei Übernahme im Jahr 2001

Vorteile	Direktversicherung	Geschäftslebensversicherung	Mitarbeiter-Versorgung
Modell	Für die Mitarbeiter wird eine Altersversorgung abgeschlossen. Bei der Variante "mit Gehaltsaufwandlung" werden die Beiträge aus dem unversteuerten Bruttogehalt des Mitarbeiters gezahlt. "Ohne Gehaltsaufwandlung" bedeutet, dass der Arbeitgeber die Zahlungen vollständig übernimmt – zusätzlich zum Gehalt des Arbeitnehmers.	Der GF oder Lehende Mitarbeiter erhält vom Arbeitgeber die Zusage auf feste Leistungen ab dem Rentenalter. Diese Verpflichtungen werden durch eine Rückstellungenversicherung finanziert und abgesichert. Für den Mitarbeiter können Tod, Berufsunfähigkeit und Altersrente abgesichert werden. Gehaltsverzicht des Mitarbeiters ist möglich.	Über eine rechtlich selbstständige Altersversorgung wird dem Mitarbeiter eine Leistungsansprüche erteilt. Der Todestfall, der Berufsunfähigkeit und eine Renteleistung können versichert werden. Die Finanzierung erfolgt über Gehaltsverzicht des Mitarbeiters oder Zuzahlung des Arbeitgebers.
Staatliche Förderung	Der jährlich maximale Betrag beläuft sich auf DM 3.405,-. Anstatt der hohen Einkommensteuer wird nur eine Pauschalsteuer von 20% erhoben. Die Kapitalleistungen werden nach einer Mindestzeit von zwölf Jahren steuerfrei ausgezahlt.	Vom Bruttolohn wird ein Teil als Prämie an den Versicherten gezahlt. Diese Zahlungen unterliegen weder der Sozialversicherung noch der Lohnsteuer. Die dem Mitarbeiter zuzurechnenden Leistungen werden mit dem dem niedrigeren Steuersatz in der Rentenphase versteuert.	Vom Bruttolohn wird ein Teil als Prämie an den Versicherten gezahlt. Diese Zahlungen unterliegen weder der Sozialversicherung noch der Lohnsteuer. Die dem Mitarbeiter zuzurechnenden Leistungen werden mit dem dem niedrigeren Steuersatz in der Rentenphase versteuert.
Vorteile für die Mitarbeiter	Hohe steuerfreie Rendite. Die Risiken Todesfall, Berufsunfähigkeit und Rente können in einem Vertrag abgesichert werden. Die Direktversicherung kann bei einem Arbeitgeberwechsel in der Regel problemlos mitgenommen werden.	Verlagerung der Besteuerung von der aktiven Berufsphase in die Rentenphase mit niedrigeren Steuersätzen. Diese Direktzusage ist ein Modell mit variablen Gestaltungsmöglichkeiten. Eine Anpassung steigender Gehälter ist jederzeit möglich.	Verlagerung der Besteuerung von der aktiven Berufsphase in die Rentenphase niedrigeren Steuersätzen. Diese Direktzusage ist ein Modell mit variablen Gestaltungsmöglichkeiten. Eine Anpassung steigender Gehälter ist jederzeit möglich.
Vorteile für das Unternehmen	Motivationale der Mitarbeiter wenn zum 05. Lebensjahr z. B. DM 250.000,- steuerfrei ausgezahlt werden.	Motivationale der Mitarbeiter durch hohe gesicherte Altersversorgung.	Motivationale der Mitarbeiter durch hohe gesicherte Altersversorgung. Das Unternehmen spart rund 20% Sozialabgaben bis zur Bemessungsgrundsatz.

Artikelseiten nach dem Relaunch 2002

Deutsche Immobilienfonds wieder im Aufwind

Von Wirtschaftsjournalist und Fondsanalyst Stefan Loipfinger und Beatrix Dauterive

Positive Marktsignale durch Anstieg um 16%. Bankenvertrieb als Auslöser für den Boom. Durch deutliche Zunahme der Fremdfinanzierungsquote aber auch höheres Risiko.

Über die Erfolge von Offenen Immobilienfonds wird viel gesprochen. Sie bekamen im vergangenen Jahr 13,9 Mrd. € neues Geld von Anlegern. Der Höhepunkt ist aber längst überschritten. Ganz still und heimlich gestiegen hat sich die Bedeutung der schon oft totgesagten Geschlossenen Immobilienfonds. Trotz steuerlicher Unsicherheiten in Verbindung mit dem 5. Bauherrenlass haben vor allem die Deutschenfonds ihr Volumen gesteigert. Und das, obwohl die steuerliche Verlustzuweisung als Hauptargument der Vergangenheit weiter gesunken ist: Mit 29% durchschnittlich spielt sie eigentlich schon fast keine Rolle mehr.

Insgesamt sind in die Geschlossenen Immobilienfonds im vergangenen Jahr 4,76 Mrd. € geflossen. Das Geld wurde von 137.500 Anlegern erbracht. Dazu kommen dann noch die Bankkredite in Höhe von 6,49 Mrd. €, die von den Fonds zur Finanzierung von Immobilieninvestitionen aufgenommen werden. Insgesamt ergibt sich damit also ein Investitionsvolumen in Höhe von 11,25 Mrd. €.

Was war also das Geheimnis des Erfolges? Bereits seit längerem heißt die Devise der Initiatoren Steuern vermeiden statt Steuern sparen. So rückt nun auch bei deutschen

preise bei US-Immobilien. Denn dadurch konnten oft keine interessanten Ausschüttungen mehr dargestellt werden. Und selbst bei den realisierten Fonds ist sie um 0,2 Prozentpunkte auf 7,8% gefallen.

Auch die Hollandfonds entwickelten sich mit einem eingesammlten Anlegervolumen von 308 Mio. € rückläufig. Hier haben viele Anleger ihre Freibeträge bereits ausgereizt und sehen nach neuen Investitionsmöglichkeiten. Ein entscheidender Grund, warum der Newcomer Österreich einen so glänzenden Start hinlegen konnte. Zwar ist der Markt klein und sehr auf Wien bezogen, dennoch flossen 35,6 Mio. € Anlegergelder in die Alpenrepublik. Dies bedeutet ein Plus von 187% gegenüber dem Vorjahr. Auch Länder wie Kanada, Frankreich und die zentral-europäischen Staaten wurden vergangenes Jahr gerne als Möglichkeiten zur Portfolio-diversifizierung genutzt. In der Summe investierten hier die Anleger 234 Mio. €.

Der Gesamtmarkt der Beteiligungsmodelle sah ebenfalls gut aus. Das Gesamtvolumen stieg von 9,05 auf 10,37 Mrd. €. Während Leasingfonds seit dem Verlustausgleichsverbote durch den § 2a auf bescheidene 260 Mio. € nur noch ein Nischendasein führen, gab es bei Medienfonds ein Aufatmen. Zwar hat das Image des einstigen Anlegerlieblings durch kritische Presse einige Schrammen abbekommen, dennoch konnten 1,76 Mrd. € eingesammelt werden. Zu verdanken war dieser Anstieg um 8,6% hauptsächlich den sicherheitsorientierten Medienfonds. Bei den Schiffen ging es seit der Diskussion um die Abschaffung der Tonnagesteuer erst richtig aufwärts. Der gute Chartermarkt bei den meisten Schiffstypen tat sein Übriges dazu, viele Investoren von der Sinnhaftigkeit einer solchen Anlage zu überzeugen. Sie überwies 2003 ein Rekordvolumen von

2,33 Mrd. €. Das Investitionsvolumen inklusive der Bankkredite in Höhe von 5,96 Mrd. € hat dazu geführt, dass viele Werten weltweit über Jahre volle Auftragsbücher haben.

Nicht einhalten konnten die New-Energy-Initiatoren ihre optimistischen Prognosen. Hier ging das Eigenkapitalvolumen von 432 Mio. € auf 343 Mio. € zurück. Breit gefächert war das Angebot bei den Spezialtitelfonds. Vom Wein über Lebensversicherungen bis hin zu Toppenwäldern war fast alles geboten. Das Volumen steigerte sich dabei deutlich auf 670 Mio. €. Noch keine Markterholung zeigte sich im Bereich Private Equity – das Vorjahresergebnis konnte aber mit 252 Mio. € gehalten werden.

Die Aussichten für 2004 werden insgesamt sehr positiv gesehen. Denn letztendlich sind die Alternativen am sonstigen Kapitalmarkt bei dem derzeitigen Zinsniveau eher sehr bescheiden.

Der Markt der Beteiligungsmodelle

ID 39709

Die „Loipfinger-Studie“

- Ein Branchenklassiker im zehnten Jahr
- 360 Seiten, 345,60 €

Der Inhalt:

- Ausführliche Tabellen und Analysen für die gesamte Produktpalette der Beteiligungsmodelle: Geschlossene Immobilienfonds (In- und Ausland), Medienfonds, New-Energy-Fonds, Schiffsbeteiligungen, Private-Equity-Fonds und sonstige Spezialtitelfonds
- Initiatorenranking nach verschiedenen Kriterien: Bereinigte Platzierungsergebnisse über fünf Jahre für mehr als 300 Initiatoren
- Titlisten der Auf- und Absteiger in den jeweiligen Segmenten
- Detaillierte Einblendungen zu Zeichen-Charakteristika, Vertriebsstrukturen, aussichtsreichen Investitionsländern
- Eckurs zum sehr aktuellen Thema des Zweitmarktes
- Ausblick: kurz- und langfristige Trends und Prognosen für die Zukunft.

Die Nutzerfreundlichkeit:

- Neues Lay-out mit Schnellfinder-Registrator
- Optisch gut aufbereitet und durch zahlreiche Grafiken leicht verständlich.

Sonderthema Alternative Anlageformen

82

Mai 2004 AssCompact

83

AssCompact Mai 2004

Asskuranz

Interview

Victoria Versicherungen: Ertrags- und Kostensituation fest im Griff

Interview mit **Ulrich Röhler**,
Vorstand für Makler- und Bankvertrieb
der Victoria Versicherungs-Gesellschaften



AssCompact: Die Victoria Lebensversicherung hatte einige Probleme. Sind diese beseitigt?

Ulrich Röhler: Ja. Mittlerweile hat die Victoria wieder über 2 Mrd. € Sicherheitsmittel. Wir sind in der Lebens- und Krankenversicherung lastenfrei. Nicht nur der Saldo stülft Lasten und stillen Reserven ist positiv, sondern wir haben alle Lasten ab- und Reserven aufgebaut. Wir bestehen alle drei Stresstests und unsere Solvabilitätsquote liegt bei über 170%. Wir sind also wieder vernünftig aufgestellt und somit ein guter, stabiler Partner.

AC: Gehen wir über zu einzelnen Sparten. Beginnen wir mit der betrieblichen Altersvorsorge. Ist die Pensionskasse nach In-Kraft-Treten des Altersrücktrittes noch interessant?

UR: Ich denke, dass die Praxis das beweist. Zusammen mit der Direktversicherung wird die Pensionskasse weiterhin einen erheblichen Marktanteil haben.

AC: Spüren Sie sonstige Auswirkungen des neuen Gesetzes?

UR: Das Geschäft in den ersten vier Monaten war eher verhalten. Allerdings ist das erste Quartal kein typisches bAV-Quartal. Aber auch die privaten Rentenprodukte laufen etwas zurückhaltend an. Das ist ein Indikator dafür, dass die Produkte im Vermittlermarkt und beim Kunden noch nicht angekommen sind. Wir sind aber sicher, dass gerade die Riester-Rente ein Produkt für ein breites Kundensegment sein wird. Aber es braucht einfach noch etwas Zeit, bis dies in den Köpfen angekommen ist. Die weitere Umsatzentwicklung bei der Riester-Rente ist schwer vorherzusagen. Sie ist vor allem für die Zielgruppe der Selbstständigen interessant, für die erfahrungsgemäß erst zum Jahresende die steuerlich begünstigten kapitalgedeckten Altersvorsorge-Produkte eine Rolle spielen.

AC: Welche Produkte werden das Rennen machen? Versicherungen oder Kapitalanlagen?

UR: Wir stellen fest, dass die Märkte in der Sachversicherung etwas weicher werden. Aber ich würde im gewerblichen und industriellen Geschäft von keinem übertriebenen Preiskampf sprechen. Wir bleiben vernünftig und wollen kein Wachstum um jeden Preis. Uns ist es wichtig, langfristig ein stabiler und verlässlicher Partner unserer Kunden zu sein.

AC: Wo liegt Ihre Schaden-Kosten-Quote?

UR: Die Combined Ratio ist im vergangenen Jahr von 93% auf sensationelle 88% gesunken. Bei den derzeitigen Marktbewegungen werden wir dieses Ergebnis sicherlich 2005 nicht wiederholen können. Es bleibt allerdings bei unserem langfristigen und strategischen Ziel der Combined Ratio von unter 95%.

AC: Warum ist das Übertragen von Beständen zwischen den Vertriebswegen bei der Victoria so schwierig?

UR: Wir haben in der Ergo-Gruppe feste Regeln, was den Kundenschutz betrifft. Wer den Kunden bringt, erhält auch den Zuschlag. Aber im Grunde ist das Thema kein Problem im alltäglichen Geschäft. Und sollte der Fall doch eintreten, gilt eben: Wer zuerst kommt, mahlt zuerst.

AC: Wo liegen Ihre Ansprüche an die EU-Vermittlerrichtlinie?

UR: Wir haben an Beratung und Service schon immer einen hohen Anspruch gestellt. Es findet unsere volle Unterstützung, wenn dieses Regelwerk die Service- und Qualitätsanfordernisse des Versicherungsmarktes gesetzlich untermauert. Die Umsetzung muss jedoch für Vermittler und Gesellschaften unbürokratisch abzuwickeln sein. Unsere spezielle Vermögensschadenhilfe für Versicherungsnehmer steht darüber hinaus bereits zur Verfügung.

AC: Es gibt Spekulationen, dass es innerhalb des Ergo-Konzerns zu Fusionen kommen könnte.

UR: Die Ergo verfolgt eine vertikale Mehr-Marken-Strategie. Von dieser Strategie sind wir auch weiterhin überzeugt.

AC: Viele Gesellschaften sind dabei, Kosten zu sparen. Was macht die Victoria?

UR: Auch wir setzen seit 2003 konsequent und erfolgreich ein ambitioniertes Effizienzsteigerungsprogramm um und haben unsere jährlichen Betriebskosten um deutlich mehr als 100 Mio. € gesenkt. Auf diesem Erfolg wollen wir uns aber keinesfalls ausruhen, sondern weiterhin alle Chancen zur Optimierung konsequent nutzen.

AC: Wo liegen Ihre mittelfristigen Vertriebsziele?

UR: Erstens: Wir wollen in der Sachversicherung unsere Kundenbeziehungen festigen und dort, wo es der Markt zulässt, Wachstum generieren. Zweitens: In der Lebensversicherung werden wir unserer Position als führender bAV-Anbieter weiter gerecht werden. Darüber hinaus gilt es, die Chancen im Bereich der fondsgebundenen Lebensversicherung verstärkt zu nutzen. Drittens: In der Krankenversicherung sehe ich trotz aller politischer Diskussionen einen großen Versorgungsbedarf der Bevölkerung, den wir sowohl im Ergänzungsbereich als auch bei den Vollversicherungstarifen mit unseren erkrankten Produkten decken möchten.

Insgesamt bin ich der festen Überzeugung, dass wir in den nächsten Jahren in der Versicherungsbranche einen gewissen Bewusstseinswechsel erleben: Die Verlässlichkeit und Solidität des Versicherungspartners wird neben der Konditionenbeurteilung immer stärker in das Zentrum von Kundenscheidungen rücken. Gerade hier fühlen wir uns innerhalb des Ergo- und Münchener-Rück-Verbandes sehr komfortabel aufgestellt.

AC: Vielen Dank für das Gespräch.

Asskuranz

Interview

Asskuranz

Interview

BBV: Vermittler ist Kunde Nummer eins!

Interview mit **Joachim Röhl**,
Vorstand Vertrieb/Marketing
der Bayerische Beamten Versicherungen



AssCompact: Bereits im vergangenen Jahr hatte sich die wirtschaftliche Situation der BBV sehr positiv entwickelt. Hat Ihr Unternehmen diesen Trend fortgeschrieben oder gab es einen Rückschlag?

Joachim Röhl: Die BBV-Gruppe ist wiederum ein gutes Stück nach vorne gekommen. Wir sind im Marktvergleich zunehmend stabiler aufgestellt. Die Solvabilitätsquoten liegen bei unseren Gesellschaften deutlich über dem Marktdurchschnitt zwischen 150 und 500%. Dies hat auch bei den wichtigen Rating-Agenturen wie Asskurata und Standard & Poor's zu Höchsturufen geführt.

AC: Eine der BBV-Stärken liegt im Sachbereich. Hier haben Sie bereits drei Mal die Mitbewerber auf die Plätze beim Produktinnovationspreis für Versicherungen verwiesen. Wo liegen Ihre Entwicklungschancen?

UR: Wir engagieren uns sehr stark in der Seniorenabsicherung. Hier gehört die BBV nach einer Umfrage von Sen-Econ zu den vier beliebtesten Maklerversicherern. Ich konnte bei den Seniorengongressen der letzten Jahre immer außergewöhnliche Produkte für diese hochinteressante Zielgruppe präsentieren und erläutern. Nicht ohne Grund hatte der bekannte Kongressanbieter „EuroForum“ die BBV gebeten, im März ihre Produktphilosophie einem hochkarätigen Teilnehmerkreis vorzustellen.

Auch auf dem Seniorengongress 2005 on Tour im April wird sich die BBV angemessen präsentieren. Hier fällt der Startschuss zur Erweiterung unserer „Aktiv-Plus“-Linie mit seniorengerechten Angeboten. Sie enthalten innovative Merkmale, die sich nicht auf die eigentliche Absicherung beschränken, sondern passende Assistenzleistungen einschließen.

AC: Wie ist die Akzeptanz der Produkte?

UR: Die Akzeptanz unserer Produkte ist bei den freien Vermittlern sehr gut. Die Qualität wird allgemein anerkannt. Bei der Fondspolice mit Sparausfallversicherung erleben wir eine große Nachfrage, ebenso bei dem erst Ende letzten Jahres eingeführten BBV-Bestattungsgeld. Hier zeigt sich, dass ein einfaches, leicht abschließbares Produkt ohne Gesundheitsprüfung mit einer angemessenen Courtage bei Kunden und Vermittlern gleichermaßen auf breite Zustimmung trifft.

AC: Was bietet die BBV den freien Vermittlern über die Produkte hinaus?

UR: Es ist uns schon seit Jahren ein besonderes Anliegen, den Maklern und freien Vermittlern nicht nur auf der Produktseite etwas Besonderes zu bieten. Das positive Feedback nicht nur auf der DKM zeigt, dass die BBV auf dem richtigen Weg ist. Die Spezialisierung unseres Maklernetzes unter der Leitung von Georg Mehlreiter trägt hier Früchte. Unser Bestreben ist, auf die Belange der unabhängigen Vermittler einzugehen und mit ihnen den größten Nutzen und Mehrwert in der Zusammenarbeit zu definieren. Für unsere Kompetenz in Beratung und Unterstützung, z.B. im bAV-Bereich, bekommen wir mittlerweile viel Lob.

Hervorzuheben im Service ist unser Maklerportal im Internet unter www.bbv-makler.de. Hier findet man neben dem Zugang zur Vertriebssoftware „Internet-Services“ alle zum Verkauf nötigen Informationen und Unterlagen. Für uns ist der Vermittler der Kunde! Deshalb unternehmen wir alles, um unseren „Kunden“ eine gute Basis für eine erfolgreiche Zusammenarbeit zu bieten. Im vergangenen Jahr wurden über 45% des Neugeschäfts von Maklern sowie von freien Vermittlern eingereicht. Sie haben somit einen großen Beitrag zum Vertriebsglocken geleistet. Dafür möchte ich mich an dieser Stelle ausdrücklich bedanken!

AC: Herr Röhl, wir danken für das Gespräch.

Joachim Röhl
geb. 1946, ist Vorstandsmitglied der Bayerische Beamten Lebensversicherung a.G., Bayerische Beamten Versicherung AG und BBV Krankenversicherung AG, München. Er verantwortet die Ressorts Vertrieb und Marketing. Röhl ist seit 1968 in der Versicherungswirtschaft tätig, seit 1979 in leitenden Positionen. In der BBV begann er 2001 als Vertriebsdirektor Makler und wurde zum 17.12.2002 zum ordentlichen Vorstandsmitglied bestellt.

Asskuranz

Interview

Artikelseite Relaunch 2002:

- Anwendung der neuen Gestaltungs konstanten
- Definition des typografischen Rasters für die Artikelseiten
- kräftiges, aber freundliches Farbklima
- einheitliche Platzierung von Artikelbildern

Artikelseite Relaunch 2005:

- Anwendung der neuen Gestaltungs konstanten
- Aktualisierung des typografischen Rasters durch neue Schriften inkl. Normierung
- Ergänzung um das Element „Vita“
- Ergänzung um die Gestaltungsform „VIP-Artikel“

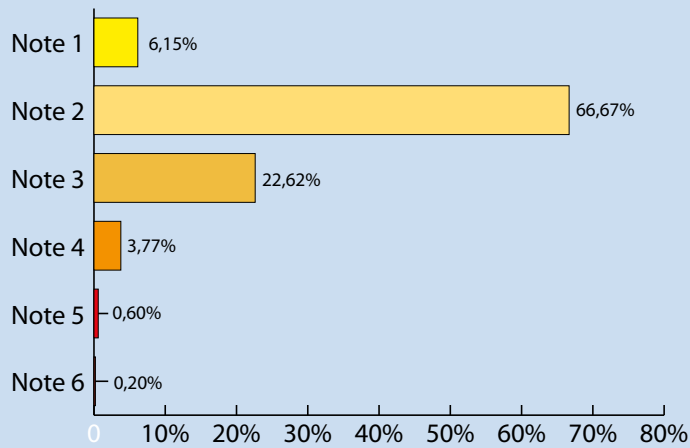
Der Aufwand hat sich gelohnt

Eine Studie des WICKERT INSTITUTS® zeigt:

Der Aufwand hat sich gelohnt!

600 befragte Personen bewerteten das Erscheinungsbild sowie die Lesefreundlichkeit der Fachzeitschrift wie folgt (Auszug aus dem Abschlussbericht der Umfrage):

„Frage: Wie bewerten Sie das Layout (die Aufmachung) hinsichtlich der Lesefreundlichkeit? Bitte geben Sie eine Schulnote. (1 = sehr gut, 6 = ungenügend)“

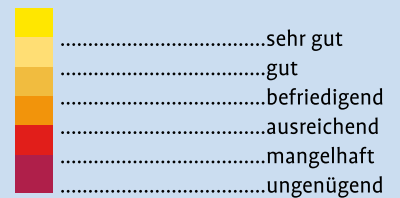


Ergebnis:

Sehr gut	6,15 %
Gut	66,67 %
Befriedigend	22,62 %
Ausreichend	3,77 %
Mangelhaft	0,60 %
Ungenügend	0,20 %

Legende:

Leserfreundlichkeit



Jetzt kommt die „kleine Schwester“ groß raus: Sonderausgaben der AssCompact im Pocket-Format

Und für unsere österreichischen Nachbarn: Seit 2003 erscheint die AssCompact Austria in Österreich

