

PRESSEMITTEILUNG

Zukunft der Finanzberatung: Geschäftsmodelle sind so vielgestaltig wie die Kunden selbst

Auf der Honorarberater Konferenz am 15. Juni 2015 in Hamburg diskutierten Kollegen aus Beratung und Vertrieb über die Honorarberatung. Einigung bestand vor allem darin, dass Online-Services an Wichtigkeit gewinnen.

München, 16. Juni 2015. Die Fragmentierung der Zielgruppen, die seit mehreren Jahren in den Medien voranschreitet, hat nun auch die Finanzbranche erreicht. Produkte und Dienstleistungen werden vielfältiger. Am weitesten verbreitet ist die Vermittlung über Provisionen. Bei vielen Geringverdienern ist die Zahlungsbereitschaft für Finanzdienstleistungen eingeschränkt. Bei beratungsintensiven und bessergestellten Zielgruppen hat sich die Honorarberatung mittlerweile durchgesetzt. Finanzaffine Zielgruppen mit wenig Beratungsbedarf sind preissensibel und wählen die günstigste Variante bei dem anvisierten Produkt. Hier setzt die VorsorgeKampagne mit ihrem Vergleichsportal für provisionsfreie Altersvorsorge an. Man war sich einig, der Markt bedarf unterschiedlicher Geschäftsmodelle. Fest steht aber, dass sich langfristig der Vertrieb über Online-Modelle durchsetzen wird. Die Zahl der Verbraucher, die Informationen und Dienstleistungen aus dem Internet beziehen, steigt. Wünschenswert für Alexander Herbert wären mehr Transparenz und ein stärkeres Dienstleistungsverständnis. Teilnehmer der Diskussion waren Alexander Herbert (VorsorgeKampagne), Paul Beck (Strategy-b), Marco Habschick (Evers&Jung), Manuel Schramm (Aquilinus), Christian Nuschele (Standard Life) und Dieter Rauch (VDH).

VorsorgeKampagne ist Deutschlands erstes Vergleichsportal für provisionsfreie Altersvorsorgeprodukte und eine Marke der i-finance GmbH, ein junges, unabhängiges Fin-Tech Unternehmen aus München.

Das Unternehmen hat sich darauf spezialisiert, komplexe Finanzthemen für die Verbraucher einfach und transparent zu gestalten.

Durch unabhängige Produktvergleiche unterschiedlicher Versicherungsanbieter legt das Unternehmen die Kosten und Provisionen von Altersvorsorgeprodukten offen.

Es ermöglicht allen Verbrauchern den Zugang zu Honorarstarifen, bei denen keine teuren Vertriebsprovisionen anfallen.

Das Unternehmen konnte seinen Kunden so bereits über 1 Mio. Euro an Provisionen und Verwaltungskosten für Vorsorgeprodukte einsparen.

Weitere Informationen erhalten sie bei:

Juliane Husemann
Corporate Communications
i-finance GmbH
Beichstr. 5
80802 München
www.vorsorgekampagne.de

Email j.husemann@i-fin.de
Tel. 089 – 890 567 05