

## **PRESSEINFORMATION**

### **max.xs: Vertriebsunterstützung über das Internet gewinnt bei freien Vermittlern an Bedeutung**

**“Onlineschulungen und Webkonferenzen sind als vertriebsunterstützende Maßnahmen bei freien Vermittler akzeptiert“, erklärt Rainer Ottemann, Managing Director bei der max.xs financial services AG (max.xs). Im Rahmen der internationalen Fachmesse DKM 2010 hat das Unternehmen eine Umfrage durchgeführt: 451 freie Vermittler aus der Finanz- und Versicherungsbranche antworteten auf Fragen der Frankfurter Vertriebsspezialisten zu Informationsverhalten und Absatzerwartungen für das Jahr 2011.**

Frankfurt am Main, 10. November 2010 – Die Vertriebsunterstützung über das Medium Internet gewinnt auch bei freien Vermittlern zunehmend an Bedeutung. So lautet das zentrale Ergebnis einer Umfrage, die max.xs vom 27. bis 28. Oktober im Rahmen der Fachmesse DKM 2010 in Dortmund durchgeführt hat. Befragt wurden Messebesucher unter anderem nach den Präferenzen bezüglich ihres Informationsverhaltens. Zwar hat der Messebesuch auch als Informationsmöglichkeit mit 50 Prozent immer noch den höchsten Zuspruch unter den Befragten. Ein Drittel (33 Prozent) des Fachpublikums aber nennt bei der Information über Produkte und Trends bereits Online-Schulungen und Webkonferenzen als bevorzugte Quelle. Dahinter folgen der klassische Newsletter und die Roadshow mit je rund 28 Prozent, wobei Mehrfachnennungen möglich waren. Deutlich weniger Vermittler bevorzugen dagegen die direkte E-Mail (20 Prozent) oder den Besuch eines Vertriebsmitarbeiters (16 Prozent). „Wir betrachten die Entwicklung des Informationsverhaltens als eine Bestätigung unseres Konzeptes vertriebsunterstützender Maßnahmen“, sieht Rainer Ottemann max.xs als Schnittstelle zwischen Produkthanbieter und freiem Vertrieb gut aufgestellt. Online-Seminare und webbasierte Präsentationen sind neben Messeaktivitäten und Roadshows fester Bestandteil im Dienstleistungsportfolio des Unternehmens.

### **Vertrieb effizient gestalten**

Die Entwicklung im Informationsverhalten unterstreicht den Trend zu einer effizienteren Gestaltung des Vertriebs in der Finanz- und Versicherungsbranche, sowohl auf Seiten der Produkthanbieter als auch auf Seiten der Vermittler. „Über den gezielten Einsatz web-basierter Schulungen und Konferenzen lässt sich insbesondere die wertvolle Ressource Zeit besser nutzen. Zudem entfallen Reise- und Übernachtungskosten“, konkretisiert Ottemann die Vorteile für beide Seiten. Als Ergänzung zu den trotz allem unverzichtbaren Kontaktpunkten auf Messen und Roadshows ermöglichen Online-Schulungen und -Präsentationen darüber hinaus eine deutlich höhere Kontaktfrequenz zwischen Produkthanbieter und Vermittler, als sie über das persönliche Zusammentreffen

herzustellen wäre. Das ist insbesondere im Hinblick auf die kontinuierliche Vermittlung aktueller Produktentwicklungen und Neuerungen ein wichtiges Argument.

## **Gemischte Aussichten für 2011**

Bei der Frage nach den Absatzpotenzialen für das Jahr 2011 zeigt sich mit Blick auf die unterschiedlichen Kernkompetenzen der Vermittler ein gemischtes Bild. Skepsis herrscht offenbar in der auf der Messe stärker vertretenen Gruppe der Vermittler, die Kompositversicherungen (56 Prozent) und Fondspolizen (41 Prozent) zu ihren Kernkompetenzen erklärt. Beachtet man den hohen Anteil dieser auf der Messe, fällt das erwartete Absatzpotenzial für Komposit (42 Prozent) und Fondspolizen (35 Prozent) eher gering aus. Für Berater mit den Kernkompetenzen Investmentfonds (32 Prozent) und geschlossene Beteiligungen (16 Prozent) sehen die Absatzerwartungen deutlich positiver aus. Im Bereich Investmentfonds erwarten 30 Prozent und bei den geschlossenen Beteiligungen 15 Prozent aller Befragten das größte Absatzpotenzial.

## Über max.xs

Die max.xs financial services AG (max.xs) ist eine unabhängige full service Business-to-Business Vertriebsorganisation. Mit einem Netzwerk von über 27.000 Vermittlern bietet max.xs Produkthanbietern einen effizienten und direkten Zugang zum deutschen Markt. max.xs übernimmt neben Kundenakquisition, Vertrieb und Kundenbetreuung auch Produkteinführungs- und Marketingmaßnahmen und reduziert die fixen Vertriebskosten der Anbieter. Dadurch verringert max.xs die Marktbarrieren und bietet Produktgebern zusätzliche strategische Handlungsoptionen. Produktabnehmer profitieren von der attraktiven Produktwelt und der umfangreichen Betreuung. max.xs ist eine Tochter der börsennotierten cash.life AG Finanzgruppe.

## Pressekontakt:

max.xs AG  
Frank Alexander de Boer  
Taunusanlage 15 – mainBuilding  
60325 Frankfurt am Main  
Tel.: +49(0)69 – 719 189 7 - 10  
Fax: +49(0)69 – 719 189 7 - 21  
E-Mail: f.deboer@max-xs.de  
www.max-xs.de

public imaging GmbH  
Jörg Brans / Sonja Grünen  
Goldbekplatz 3-5  
22303 Hamburg  
Tel.: +49(0)40 – 401 999 - 31  
Fax: +49(0)40 – 401 999 - 10  
E-Mail: brans@publicimaging.de  
www.publicimaging.de