



Fotos: Nobella

Das Ansetzteam der Nobella AG in Hamm, Nordrhein-Westfalen

Vertriebsporträt Nobella AG

Vertrieb in Arbeitsteilung

Die **Nobella AG**, Hamm, die derzeit ausschließlich in Nordrhein-Westfalen agiert, will zukünftig auch über die Grenzen des Bundeslandes hinaus wachsen. Dabei kommt ein Vertriebssystem zum Einsatz, bei dem der **Beratungsprozess** auf mehrere Schultern verteilt wird.

Der Schlüssel für unseren Erfolg liegt in der Arbeitsteilung“, sagt **Günther Ofschonka**, Vorstand der Nobella AG. „Während anderswo jeder Vertriebsmitarbeiter den gesamten Beratungsprozess beherrschen muss, zerlegen wir diesen in seine Bestandteile und verteilen ihn für jeden Kunden auf bis zu drei Experten.“

Dadurch, so der Chef des Finanzdienstleisters mit Sitz im nordrhein-westfälischen Hamm, werde für den Anleger eine effiziente und damit optimale Betreuung sichergestellt. Zudem haben die Mitarbeiter des Unternehmens die Möglichkeit, sich voll auf ihre persönlichen Stärken im Vertriebsgeschäft zu konzentrieren.

Konkret heißt dies: Im Arbeitsteilungsmodell der Nobella AG gliedert sich der Vertriebsprozess in drei Phasen. Zunächst besucht ein Außendienstmitarbeiter den Kunden und erfasst dessen kompletten Finanz- und Vermögensstatus. „Dabei werden

selbstverständlich auch Angaben zum Familienstand des Kunden sowie zu dessen zukünftiger Lebensplanung abgefragt“, erläutert **Roland Voßkühler**, der zweite Vorstand des Unternehmens. „Für diese Vor-Ort-Erhebung des Ist-Zustandes setzen wir vor allem Außendienstmitarbeiter ein, deren Stärken im kommunikativen, sozialen Bereich liegen.“

Die so erstellte Kundenakte wandert daraufhin im zweiten Schritt in die Nobella-Analyseabteilung. „Dort beschäf-

tigen sich rund zehn Experten tagtäglich rund um die Uhr damit, Kundenportfolios zu optimieren“, so Voßkühler. „Unabhängig von Anbietern und Produkten steht dabei ausschließlich eine Maxime im Vordergrund: Für den Kunden soll eine möglichst große Ersparnis sowie nach Möglichkeit eine höhere Renditeerwartung als bei der bisherigen Allokation erzielt werden.“

Beratung in drei Schritten

Nach Abschluss des Analyse-Prozesses, der je nach Umfang der Kundendaten bis zu zwei Arbeitstage in Anspruch nehmen kann, wird das Ergebnis – der Vorschlag zu einem optimierten Anlage- und Versicherungsportfolio inklusive konkreter Produktvorschläge – dem Kunden in Phase Drei präsentiert. „Auch diese Aufgabe übernehmen Spezialisten“, so Voßkühler. „Neben der Sozialkompetenz verfügen die hierfür eingesetzten Mitarbeiter über umfangreiche Berufserfahrungen und Fachkenntnisse in der Finanzbranche sowie in der Kundenbetreuung.“

Das Prinzip greift. Laut Voßkühler werden bei rund 90 Prozent der Nobella-Kunden die Optimierungsvorschläge nahezu vollständig umgesetzt. „Da damit nicht zuletzt auch eine Men-

ge Papierkram verbunden ist, endet unsere Arbeit allerdings nicht mit der Unterschrift des Anlegers unter dem Optimierungsplan“, sagt Diplom-Betriebswirt Voßkühler. „Wir begleiten und betreuen unsere Kunden vielmehr über Jahre, erkennen Veränderungen in ihren Verhältnissen wie etwa Familienzuwachs durch Nachwuchs und reagieren darauf mit Anpassungen in der Asset-Allocation.“

Nebeneffekt: Mit der Trennung von Verkauf und Analyse will das Unternehmen zudem erreichen, dass bei der Auswahl der Produkte nicht die Höhe des zu erwartenden Verdienstes für den Vertriebler im Vordergrund steht.

Zum Nobella-Konzept gehört allerdings ebenfalls, dass nicht nur der Außendienst, sondern die gesamte Mannschaft erfolgsabhängig vergütet wird. „Bei den Analysten überwiegt allerdings im Vergleich zum Außendienst der fixe Anteil an der Gesamtvergütung“, erläutert Voßkühler. „So ist die Gefahr gering, dass bei der Produktwahl auf die Provision geschickt wird. Zudem wird das fertige Optimierungskonzept abschließend einer Qualitätskontrolle unterzogen.“

Breites Produktspektrum

Bei der Zusammenstellung der Portfolios kann Nobella auf eine breite Palette von Produkten zurückgreifen. So steht etwa über eine Fondsplattform nahezu das gesamte in Deutschland zum Vertrieb zugelassene Spektrum an Investmentfonds zur Verfügung. Die Liste der Partnergesellschaften im Versicherungsbereich führt Namen wie Volksfürsorge, Nürnberger, Stuttgarter, BBV-Versicherung oder Alte Leipziger. Von der Kfz- bis zur LV-Police ist dabei alles im Angebot.

„Auch geschlossene Fonds offerieren wir unseren Kunden“, so Ofschonka. „Dort beschränken wir uns allerdings auf Beteiligungsangebote, die unsere Analysten nach eingehender Prüfung ausgewählt haben.“ Derzeit vertreibt Nobella ausschließlich Immobilienfonds von der SHB Innovative Fondskonzepte AG sowie Private-Equity-Beteiligungen von RWB, beide Oberhaching bei München, und der

Kontakt

Nobella AG „Haus Metz“
Heßlerstraße 28
59065 Hamm
Tel.: 02381 – 915 98 – 0
Fax: 02381 – 915 98 – 39
E-Mail: info@nobella-ag.de
Internet: www.nobella-ag.de

INTERVIEW

„Wir suchen Vollprofis“

Die Nobella-Vorstände **Günther Ofschonka** und **Roland Voßkühler** über die Expansionspläne des Unternehmens sowie die Anforderungen an neue Mitarbeiter.

Cash: Mit der Nobella AG verfolgen Sie das so genannte Regionalprinzip. Was steckt dahinter?
Ofschonka: Die räumliche Nähe zu unseren Kunden ist Grundlage unserer Unternehmensstrategie. Denn nur ein gut erreichbarer Kundenkreis kann qualitativ hochwertig betreut werden. Nebenbei ist damit auch sichergestellt, dass die Kosten der Kundenbetreuung kontrollierbar bleiben.

Cash: Sind Sie damit nicht im Wachstum eingeschränkt?
Ofschonka: Ganz und gar nicht. Die Unternehmensexpansion ist sogar ausdrücklich geplant. Sie kann jedoch nur im Gleichschritt mit einem Wachstum des Kundenstammes erfolgen. Wir werden nicht in einem anderen Bundesland wie etwa Bayern eine Niederlassung eröffnen, nur weil dort die demografischen Rahmendaten besonders gut für unser Geschäft sind. Zuerst muss immer ein Kundenstamm vorhanden sein, dann wird gegebenenfalls auch ein Büro eröffnet.

Ofschonka: Ganz und gar nicht. Die Unternehmensexpansion ist sogar ausdrücklich geplant. Sie kann jedoch nur im Gleichschritt mit einem Wachstum des Kundenstammes erfolgen. Wir werden nicht in einem anderen Bundesland wie etwa Bayern eine Niederlassung eröffnen, nur weil dort die demografischen Rahmendaten besonders gut für unser Geschäft sind. Zuerst muss immer ein Kundenstamm vorhanden sein, dann wird gegebenenfalls auch ein Büro eröffnet.



Günther Ofschonka (links) und Roland Voßkühler

Cash: Zur Expansion werden zusätzliche Kräfte benötigt. Was fordern Sie von Ihren neuen Mitarbeitern?
Voßkühler: Wir suchen vor allem Vollprofis, die bereits über einige Jahre Erfahrung im Vertriebsgeschäft verfügen. Nur damit können wir sicher sein, dass sich die neuen Mitarbeiter reibungslos in unsere Arbeitsabläufe integrieren. Eine Qualifikation als Bank- oder Versicherungskaufmann beziehungsweise studierter Betriebswirt ist wünschenswert. Mindestanforderung ist jedoch die Ausbildung zum Versicherungsfachmann.

Voßkühler: Wir fördern die permanente Weiterbildung unserer Mitarbeiter mittels innerbetrieblicher Schulungen, Seminaren und Workshops. Zudem ist unser erfolgsabhängiges Vergütungssystem für jeden Mitarbeiter sehr attraktiv.

Cash: Keine Neueinsteiger also?

Ofschonka: Bestenfalls im Bereich Kundenakquisition und Datenerhebung geben wir auch Newcomern eine Chance, denn dort ist eine spontane Einarbeitung noch am ehesten möglich.

Cash: Und was haben Sie als Arbeitgeber anzubieten?

Voßkühler: Wir fördern die permanente Weiterbildung unserer Mitarbeiter mittels innerbetrieblicher Schulungen, Seminaren und Workshops. Zudem ist unser erfolgsabhängiges Vergütungssystem für jeden Mitarbeiter sehr attraktiv.

KMU Gesellschaft für Beteiligungen, Landshut. „Diese Produkte bieten relativ hohe Anlagesicherheit“, erläutert der gelernte Bankfachwirt, der bereits seit den 70er Jahren in der Branche tätig ist und schon verschiedene Finanzdienstleistungsunternehmen gegründet und erfolgreich verkauft hat. „Sie ermöglichen zudem eine Rateneinzahlung und sind daher für unsere Klientel, zu der vom Handwerker bis zum Rechtsanwalt praktisch das gesamte Spektrum deutscher Arbeitnehmerhaushalte zählt, gut geeignet.“

Derzeit können überwiegend Kunden im nordrhein-westfälischen Raum die Dienste der Nobella AG nutzen. Denn vom Sitz in Hamm operiert der im Jahr 2000 von Ofschonka als Plan-

Finanz GmbH gestartet und in diesem Jahr aus Marketing-Gründen umfirmierte Vertrieb bislang ausschließlich in dieser Region.

Nachdem die Provisionserlöse bereits 2003 um 51,7 Prozent auf 4,4 Millionen Euro gesteigert werden konnten, stehen die Zeichen jedoch auch für die Zukunft auf Wachstum. Und dabei soll es auch über die Grenzen der westdeutschen Region hinausgehen.

Allerdings: Auch die Expansion will Nobella systematisch und planvoll angehen – und dem bisher verfolgten Regionalprinzip weiterhin treu bleiben. Denn die Unternehmensstrategie, so Firmengründer Ofschonka, basiert vor allem auf der räumlichen Nähe zum Kunden (siehe Interview). cr