

„Bei der Trauerfallvorsorge geht es nicht um Rendite, sondern um sofortigen lebenslangen Schutz und zusätzliche Dienstleistungen für den Trauerfall.“

Walter Capellmann



Der Tod ist kein Tabuthema mehr

Seit Juli 2007 ist der niederländische Marktführer für Trauerfall-Vorsorge in Deutschland aktiv. Zum zweijährigen Bestehen sprach finanzwelt mit Walter Capellmann, Hauptbevollmächtigter Monuta N. V. Niederlassung Deutschland.

finanzwelt: Glückwunsch zum Zweijährigen! Wie ist Ihr bisheriges Fazit: Ist das Produkt „Sterbegeld“ beim Vertrieb angekommen?

Capellmann › Unser Angebot wurde gut vom Vertrieb angenommen. Viele Berater haben erkannt, dass ihre Kunden hier schlicht eine Versorgungslücke haben. Selbst für eine einfache Bestattung kommen schnell 5.000 Euro zusammen. Das kann nicht jeder mal eben so. Dieser vollständige Beratungsansatz hilft, bestehende Kunden zu binden und bei der Neukundenakquise zu punkten. Die aktive Vermittlung überzeugender Argumentationen ist eines unserer Hauptziele beim Start einer Zusammenarbeit.

finanzwelt: Wie sehen Sie die Entwicklungsmöglichkeiten der Monuta im deutschen Markt?

Capellmann › Wir sehen sehr gute. Unser Ziel ist es, in spätestens drei Jahren zu den führenden Anbietern für Trauerfall-Vorsorge in Deutschland zu gehören. Besonderen Wert legen wir dabei darauf, uns über das Angebot von Services zu differenzieren, die sowohl für den Kunden

als auch den Vertrieb einen echten Mehrwert schaffen.

finanzwelt: Über welche Vertriebswege vermitteln Sie eigentlich aktuell?

Capellmann › Im Fokus steht klar der Makler. Wir haben Anbindungen an Organisationen wie maxpool, blaudirekt oder Charta, und bauen selbst direkte Verbindungen zu Vertriebspartnern auf. Die Vertriebsunterstützung, die wir aufgebaut haben, stuft mich mit großem Selbstbewusstsein als erstklassig ein.

finanzwelt: Verbraucherschützer raten gerne von Sterbegeldpolicen ab. Was halten Sie diesen entgegen?

Capellmann › Ganz einfach: Lebenslange Absicherung zu günstigen Beiträgen, sehr große Flexibilität und vor allem Services, die weit über das rein Finanzielle hinausgehen.

finanzwelt: Ganz konkret: Was sagen Sie z. B. zur Kritik, dass Sterbegeldversicherungen „nur schlecht verzinsten Lebensversicherungen sind und keine Renditen bringen“?

Capellmann › Das ist der Knackpunkt, an

dem der Verbraucher unserer Ansicht nach irregeführt wird. Bei der Trauerfallvorsorge geht es nicht um Rendite, sondern um sofortigen lebenslangen Schutz und zusätzliche Dienstleistungen für den Trauerfall. Wir bieten unseren Kunden die Möglichkeit, alles im Vorfeld zu regeln – das verschafft den Angehörigen den notwendigen Raum für Trauer. Das kann weder ein Sparplan noch eine Lebensversicherung leisten.

finanzwelt: Ein weiteres Ziel Ihres Hauses ist es ja, dass sich die Deutschen mehr mit dem Thema Tod auseinandersetzen. Wie soll das geschehen?

Capellmann › Wir können viel von unseren holländischen Nachbarn lernen. Für sie ist der Tod kein Tabuthema mehr. Wir setzen uns dafür ein, dass das Thema stärker und offener in den Medien stattfindet. Und natürlich gehört der Dialog mit unseren Vertriebspartnern dazu, die ja wichtige Multiplikatoren sind. Hier bieten wir Vorsorgeabende, Seminare und auch die Begleitung von Haus-Messen unserer Partner an. ■

Das Gespräch führte Marc Oehme