



J. LADWIG

Versicherungsverkäufer Pohl: „Die Herren haben Respekt vor meiner Leistung“

Versicherungen

STEINREICHER SCHARLATAN

Mit zweifelhaften Methoden hat es CDU-Mitglied Pohl zum Milliardär gebracht: Er ist Inhaber der Deutschen Vermögensberatung AG, der größten Drückerkolonne Deutschlands. Seine Vertreter verkaufen Versicherungspolice und Bausparverträge oft zu überhöhten Preisen. Dennoch wird der Unternehmer von vielen Politikern geschätzt.

An Ehrungen hat Reinfried Pohl, 67, keinen Mangel. 1988 bekam er sein erstes Bundesverdienstkreuz angesteckt, 1993 folgte das zweite.

Demonstrativ steht neben dem Schreibtisch des Unternehmers das handsignierte Bild des Kanzlers: „Für Reinfried Pohl mit allen guten Wünschen“.

Für den 1. Juli steht erneut eine Ehrung auf dem Programm. Kohl kommt in die Jahrhunderthalle nach Frankfurt geeilt, um zum 20jährigen Firmenjubiläum zu gratulieren. Auch andere Politprominenz hat sich angesagt. Pohl weiß, warum: „Die Herren haben Respekt vor meiner Leistung.“

Deutschlands Verbraucherschützer sind außer sich. Sie können es kaum fassen, daß ausgerechnet Pohl zum Hätschelkind der konservativen Politiker avancierte.

„Es ist eine Unverschämtheit, daß Kohl zu diesem Sauhaufen geht“, erregt sich Hans Dieter Meyer, Geschäftsführer des Bundes der Versicherten. Pohls Deutsche Vermögensberatung AG (DVAG) sei nichts anderes als „die größte deutsche Drückerkolonne, die mit Schrottprodukten die Leute für ihr Leben“ schädige.

Kaum ein zweiter deutscher Unternehmer provoziert derart unterschiedliche Emotionen. Die einen halten den charismatischen Alten, der im vergangenen Jahr für rund 24 Milliarden Mark Versicherungspolice, Bausparverträge und Investmentfonds verkaufte, für ein Genie. Den anderen scheint Pohl ein Scharlatan.

Beide Seiten haben recht.

Pohl, der heute mehr verdient als Deutsche-Bank-Boß Hilmar Kopper,

zählt zu den erfolgreichsten deutschen Unternehmern. Der promovierte Jurist, der einst für den Gerling-Konzern Versicherungspolice verkaufte, ist mutmaßlich Milliardär.

Den Preis für den Erfolg zahlen die Kunden: Pohls Vertretertruppe drückt ihre Police und Sparverträge gnadenlos in den Markt. Manche Käufer sind am Ende doppelt und dreifach versichert.

Bei Versicherungsvergleichen der Stiftung Warentest gehört die Aachener und Münchener-Gruppe, deren Produkte Pohl vor allem vertreibt, zu den teuersten Anbietern. Die Unfallversicherung, eines der gewinnträchtigsten Produkte, ist bei dem Aachener Konzern bis zu fünfmal so teuer wie der preiswerteste Konkurrent.

Mit einer scheinbar objektiven Vermögensanalyse aus dem DVAG-Computer

ködert Pohl ahnungslose Kunden. Alles sieht so schön seriös aus. Doch die Beratung ist Schmu, sagen Experten.

Heraus komme „eine unsinnige Verknüpfung von Bauspar-, Lebensversicherungs- und Investmentfondsverträgen“, urteilt Wolfgang Scholl, Versicherungsexperte der Verbraucherzentrale in Nordrhein-Westfalen.

Das ganze Getue der Berater diene vor allem dazu, „ein weitgehend provisionsoptimiertes Verkaufsprogramm an den Mann zu bringen“, schreibt Helmut Kapferer, Chefredakteur des *Gerlach-Reports*. Der Finanzanalyst und sein Team testen von jeher Versicherungs- und Bankprodukte.

Rund 12 000 Mitarbeiter gehen für Finanzmakler Pohl anschaffen. Das Durchschnittsalter der Truppe beträgt 33 Jahre. Auf der untersten Hierarchiestufe sind es meist Nebenberufler, die Verwandten und Freunden teure Lebensversicherungen aufdrängen.

Sie werden mit einer Provision geködert, die schon beim Abschluß einer Lebensversicherung 1000 Mark übersteigen kann. Der Löwenanteil der Provision bleibt bei den Geschäftsstellenleitern, Regionaldirektoren und Direktionsleitern hängen, die alle einen Provisionsanteil wegstecken. Reich können die selbständigen Handelsvertreter nur dann werden, wenn sie selbst eine Struktur aufbauen, also möglichst viele Mitarbeiter für sich schuften lassen.

Hans Bergmann aus dem niedersächsischen Verden ist einer der ehrgeizigen DVAG-Vertreter. Auf Empfehlung eines Arbeitskollegen saß der Vertreter am 17. Mai im Wohnzimmer von Ursula und Ronald Hantzschel.

Ein steter Redefluß lullte das Ehepaar ein. Die DVAG sei ein seriöses Unternehmen, versicherte Bergmann: „Eine Vielzahl von Politikern steht hinter uns.“

„Was sind Ihre Wünsche?“ fragte der Vertriebsprofi immer wieder. Wer fragt, ist der König, lernt man auf den Verkäufer-Seminaren der DVAG. Das Ehepaar erzählte offenherzig, daß es nach Möglichkeit sein Haus abzahlen wolle.

„Wie wichtig ist es für Sie, später einen finanziell abgesicherten Ruhestand zu genießen?“ wollte der DVAG-Mann wissen. Und vieles mehr. Wenn jemand den ganzen Abend auf die banalen Fragen des Vertreters mit Ja antwortete, fällt das Neinsagen plötzlich schwer.

Bergmann bot an, die bestehenden Versicherungsverträge bei sich zu Hause zu analysieren. Das Paar stimmte freudig zu.

Das Ergebnis der „Vermögensanalyse“ fiel niederschmetternd aus: Es bestehe dringender Handlungsbedarf, heißt das Resümee wie bei nahezu jeder

DVAG-Beratung. Die ausgefüllten Anträge für neue, bessere Policen, nur ein paar kleine Unterschriften bitte, legte Bergmann gleich mit auf den Tisch.

Die Hantzschels unterschrieben wie am Fließband: eine Risiko-Lebensversicherung, Laufzeit 30 Jahre für 91,40 Mark im Monat, eine private Rentenversicherung, Laufzeit 30 Jahre für 100 Mark monatlich, eine private Krankenversicherung für 511,60 Mark im Monat und eine Unfallversicherung, die pro Monat 29,20 Mark kostet.

Alle Versicherungsverträge wurden bei der Aachener und Münchener Versicherungsgruppe abgeschlossen, die an der DVAG zur Hälfte beteiligt ist. Bei-

schäfts. Mit einem Versicherungsbestand von über 63 Milliarden Mark hat die DVAG Traditionsunternehmen wie die Alte Leipziger oder die Colonia überholt.

Viele Verträge der Pohl-Leute werden wieder gekündigt, wenn die Opfer der Klopper merken, daß sie Unsinniges unterschrieben haben. Die Stornoquote der AML lag 1994 bei 8,4 Prozent – und damit deutlich über dem Branchendurchschnitt. Auch Familie Hantzschel stieg schließlich wieder aus.

Der Schwund ist einkalkuliert. Die Kundenwünsche spielen im Vertriebssystem der Pohl-Truppe nur eine untergeordnete Rolle.

Was zählt, ist die Provision. Über deren Höhe reguliert die Frankfurter DVAG-Zentrale die Verkäufe in der Provinz.

Zur Zeit will die DVAG den Absatz von Lebensversicherungen, Tarif „2 K 400“, der Aachener und Münchener Leben ankurbeln. Die Provision wurde um 20 Prozent nach oben gesetzt. Abschlüsse im Wert von einer Milliarde Mark sollen so innerhalb weniger Monate in die Kasse kommen.

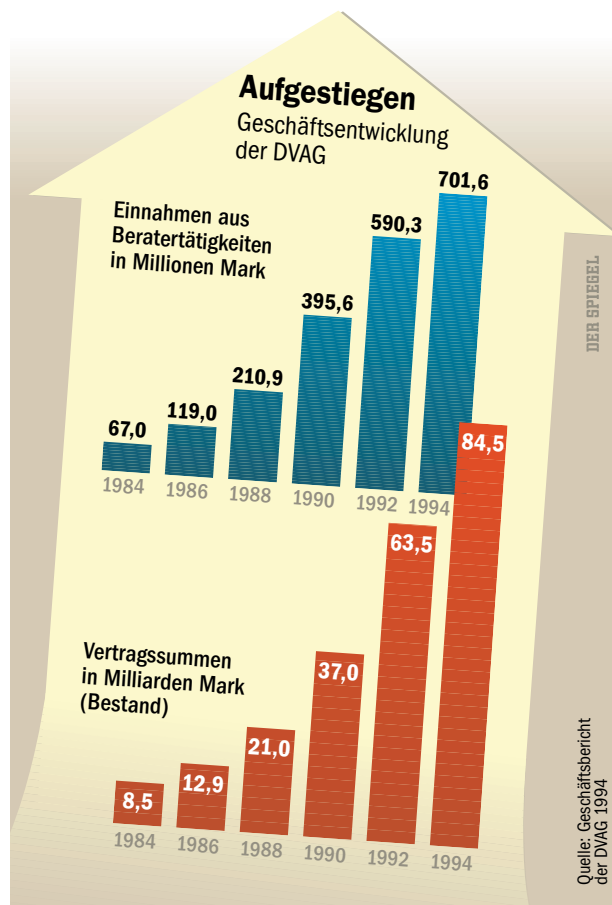
Der Provisions-Push hat in der Vergangenheit noch immer funktioniert. Der Boom der „Deutsche Sachwert Rentenpolice“, den die AML auf Pohls Wunsch im Oktober 1994 lancierte, ist dafür ein Beleg.

Im September waren nur 380 Rentenversicherungen von der DVAG verkauft worden. Als die Provi-

sionen stiegen, zog auch der Umsatz an. Nach Aussage ehemaliger DVAGler legte die Zentrale bei der Honorierung bis zu 60 Prozent drauf. Das Ergebnis: Im folgenden Monat verzehnfachte sich der Absatz.

Das ausgeklügelte System des Strukturvertriebs lernte Pohl Ende der sechziger Jahre von dem Amerikaner Bernie Cornfeld, der mit seiner Investors Overseas Services (IOS) erstmals im großen Stil Fondsanteile unters Volk brachte.

Der ehemalige FDP-Bundvorsitzende Erich Mende war der Deutschland-Statthalter der IOS. FDP-Gründungsmitglied Pohl, der erst mit Mendes Abtritt zur CDU wechselte, sollte für



läufig erfährt das Ehepaar, daß der Vertreter die alten Versicherungsverträge des Ehepaars zum nächstmöglichen Zeitpunkt kündigen werde. Es sei einfach besser, wenn alles in der Hand einer Gesellschaft liege.

Dank der Vertriebspower der Drückerkolonnen von der DVAG gelang es dem Aachener Konzern, sich im Neugeschäft hinter der Allianz als erfolgreichster Versicherer zu etablieren. Im vergangenen Jahr schloß die Pohl-Truppe Lebensversicherungen im Wert von 13,1 Milliarden Mark ab.

Das Unternehmen brachte der Aachener und Münchener Leben (AML) damit etwa 70 Prozent des Neuge-

ihn die Kontakte zu den Versicherungen aufbauen.

Ende der sechziger Jahre platzte das IOS-Schneeballsystem: Weltweit verloren die Anleger viele hundert Millionen Mark. Bernies Verkaufsprinzipien blieben up to date – dafür sorgte Pohl. Mit rund 500 IOS-Mitarbeitern baute er den ersten deutschen Strukturvertrieb auf.

Kontakte werden bei ihm schnell zu Geschäftsbeziehungen. Pohl hat sich mit ehrenwerten Topleuten aus Wirtschaft und Politik (siehe Seite 92) regelrecht umstellt. Die Ehrenmänner sollen dem anrühigen Geschäft ein wenig Glanz verleihen.

Vor allem Konservative und Liberale sind dem Finanzmann lieb und teuer. 1993 spendete Pohls DVAG der CDU 40 000 Mark, 1991 gab's 55 000 Mark. 1991 flossen über seine Tochterfirma, den Verlag „Der Vermögensbe-

fer lud er jetzt zu seiner Jubiläumsfeier in die Frankfurter Jahrhunderthalle ein.

Der Anlaß der Freundlichkeit: Die Beamten wollten im vergangenen Jahr seine hohen Bewirtungsspesen nicht anerkennen. Die Prüfer monierten unter anderem die Millionenspesen vom „Deutschlandtreffen“ seiner erfolgreichsten Verkäufer. „Bei einer solchen Veranstaltung kostet das Würstchen eben nicht 2,50 Mark, sondern 12,50 Mark“, verteidigte sich Schlitzohr Pohl.

Sein Hauptproblem ist der Nachwuchs. Immer wieder springen ihm Tausende von Beratern ab. Viele sind frustriert über die Praktiken der Branche.

Die internen Schulungsunterlagen enthüllen, daß Pohls Firma mit den Verkaufsgpflogenheiten der seriösen Banken und Versicherer nur wenig gemein hat. „Ihr größtes Vermögen ist die Anzahl der Personen, die Sie ken-



Hotelanlage Pannonia am Neusiedler See: „Große Familiengemeinschaft“

rater“, 45 000 Mark in die CDU-Kasse, 1992 erhielt die FDP 30 000 Mark.

Mit seiner herzlichen Art versteht es der Finanzartist, auch Skeptiker für sich einzunehmen. Selbst den SPD-Politiker Gerhard Jahn, der wie Pohl aus Marburg kommt und unter Bundeskanzler Willy Brandt als Justizminister diente, konnte er für sich gewinnen.

Jahn, heute Präsident des Deutschen Mieterbundes, bietet seinen 1,1 Millionen Mitgliedern eine eigene Rechtsschutzversicherung an. Das schien Pohl, der Jahn in den Aufsichtsrat der DVAG berief, eine lohnende Klientel.

Zusammen mit Jahns Mieterbund betreibt er ein Gemeinschaftsunternehmen. An der Deutschen Mieterbund Rechtsschutz-Versicherung AG ist Pohl mit 21,4 Prozent beteiligt.

Auch um die kleinen Leute kümmert sich Pohl, wenn er sich davon Nutzen verspricht. Die hessischen Betriebsprü-

fer werden den Neulingen schon in Anwerbe-Seminaren eingeschärft.

Lange Listen werden vorgelegt, auf denen sie die Adressen von Nachbarn, Freunden, Lieferanten, Kunden eintragen sollen. Adressenlisten sind der Rohstoff, ohne den keine Kloppertruppe funktioniert.

Also werden den Anfängern als Gedächtnisstütze Stichworte wie Sport, Hobby, früherer Arbeitsplatz auf dem Formblatt „6 x 6 Personen die mich kennen“ mitgeliefert. Unter dem Rubrum „In einer Stunde die Grundlage zum Vermögen schaffen“ müssen die DVAG-Anfänger selbst ihr Fotoalbum ausbeuten.

Die provisionshungrigen Vertreter sind ständig auf der Suche nach Leuten, bei denen sie mit einem Vertrauensvorschuß rechnen dürfen. Ist der Fuß erst in der Tür, wird der Kunde gefügig geredet. Hier die Drohung vor dem Kollaps

der staatlichen Rentenversicherung, dort eine neuentdeckte Lücke im Gesundheitssystem – der Abschluß von ein paar Versicherungsverträgen ist schnell erreicht.

Junge Leute berichten in einem Motivationsfilm von hohen Einkommen, die nach oben offen sind. Und trotzdem sei alles so menschlich, sagt Harald Seidlitz, der als einer von über hundert Direktionsleitern mehrere hunderttausend Mark verdient. Der Aufsteiger schwärmt via Video „von einer großen Familiengemeinschaft“.

Moralische Bedenken werden mit dem Werbefilm „Wir machen Zukunft“ im Keim erstickt. Im Video mahnt der ehemalige Bundesfinanzminister Gerhard Stoltenberg mit sonorer Stimme, daß jeder „auf die Seriosität der Firmen“ achten solle.

Auf die Männer mit den kleinsten Skrupeln und den dicksten Ellenbogen warten Belohnungen. Die Sieger interner Wettbewerbe bekommen vergoldete Adler oder Reisen in die Hotelanlage Pannonia am Neusiedler See. Ein Vergleich der Prämienumsätze spornt die Drücker an, noch mehr Druck zu machen.

Den Super-Erfolgreichen überläßt Pohl eine Villa an der portugiesischen Algarve zur privaten Nutzung. Wer als 60jähriger noch immer die Toperfolge vorweisen kann, bekommt, so das Versprechen in einem Prospekt, eine der Villen geschenkt.

Für weitere Incentive-Reisen ließ Pohl vor zwei Jahren die Fünf-Sterne-Hotelanlage Vila Vita Parc bauen, ebenfalls an der Algarve gelegen. Erst kürzlich wurde die Herberge in die exklusive Riege der Leading Hotels of the World aufgenommen.

Für viele Drücker endet der Traum vom Reichtum jedoch im Abseits. Die meisten Mitarbeiter scheiden wegen Erfolglosigkeit wieder aus der Kloppertruppe aus, sobald sie die Adressen ihrer Freunde und Verwandten abgegrast haben. Zurück bleiben zerstörte Privatbeziehungen.

Solche Art von Kritik kann Pohl nur schwer ertragen. Den Dauernörgler Heinz Gerlach, Gründer des Gerlach-Reports und hartnäckiger Kritiker von Strukturvertrieben, räumte Pohl auf elegante Art beiseite: Er machte ihn zum hochdotierten Mitarbeiter. So wurde der Kritiker zum Lobredner.

Den Aufschrei der Verbraucherschutz-Verbände mag Pohl nicht mehr hören. Wenn unsere Produkte sinnlos wären, könnten wir doch nicht so viel verkaufen, sagt er.

Mit dem ökonomischen Erfolg haben sich für ihn die moralischen Fragen erledigt: „Mein Erfolg zeigt doch, daß wir keine Kloppertruppe sind.“ □