



## Kurzprofil

Die WinWincards GmbH wurde 2004 gegründet. Mit mehr als 50 Jahren gemeinsamer Erfahrung im Vertrieb leben die Gesellschafter Stephan Degenkolbe und Petra Heck nach dem „win-win-Prinzip“ – alle sollen Gewinner sein. Diese Einstellung ist das Ziel, der Weg, Firmen- und Produktname in einem.

### Das Leistungsangebot

- Patentiertes Produkt
- Vielseitig im Verkauf und zur Adressgewinnung einsetzbar
- Für alle Zielgruppen geeignet
- Haftungsrechte im Hinblick auf EU-Vermittlerrichtlinie

WinWincards ist in ganz Europa patentiert und wird von Finanzdienstleistern aller Art eingesetzt. Zu den Anwendern zählen Makler, Banken, Vertriebe, Generalagenten, Mehrfachvermittler, Immobilienverkäufer, Steuerberater, Versicherer, Ausbilder, Nebenberufler. Eine ausdrückliche Empfehlung für die Akquise mit WinWincards sprach unter anderem Jürgen Hauser in seinem Bestseller „bAV erfolgreich verkaufen“ aus.

## Kontakt



**Stephan Degenkolbe**  
Geschäftsführer

### WinWincards GmbH

Frankenhöhe 21  
64367 Mühlthal

Tel.: 06167 939760  
Fax: 06167 939762

willkommen@winwincards.de  
www.winwinshop.de

# Interview mit Stephan Degenkolbe

## Interview des Tages mit Stephan Degenkolbe – Geschäftsführer der WinWincards GmbH

*(experten report) Herr Degenkolbe, Sie gehen mit Ihrer WinWincards GmbH und der haptischen „Filmdose“ nun in das 4. Geschäftsjahr, welches Resümee ziehen Sie?*

**(Stephan Degenkolbe)** Als wir 2004 mit unserer Idee in den Markt gegangen sind, wurden wir anfangs nicht so recht ernst genommen. Mittlerweile können wir behaupten, dass unser Unternehmen und die Werkzeuge, die wir den Finanzdienstleistern bieten, nicht nur etabliert sind, sondern regelmäßig und mit steigender Tendenz nachgefragt werden. Natürlich hatten wir in der Vergangenheit auch Tiefschläge hinzunehmen, das ist aber bei einer Unternehmensgründung nicht vollständig auszuschließen.

*Was genau meinen Sie mit dem Begriff Tiefschlag?*

Unser Firmenname WinWincards beinhaltet nicht ohne Grund die typische Bezeichnung für eine win-win-Situation. Wir wollen, dass alle gewinnen. Und so sind wir davon ausgegangen, dass dieses Motto auch von anderen getragen und gelebt wird. Allerdings mussten wir feststellen, dass trotz bestehender Schutzrechte, die in ganz Europa gelten, versucht wurde, die Filmdose nachzubauen. Das empfanden wir als Tiefschlag.

*Aber ist der Versuch des Nachbaus nicht auch quasi ein Lob?*

Genauso ist es! Unsere Filmdose ist so erfolgreich beim Kundeneinsatz, dass man offensichtlich auch strafrechtliche Konsequenzen nicht scheut

und eben solche Versuche startet. Hierauf könnten wir eigentlich stolz sein.

*Haptische Verkaufshilfen gibt es ja schon länger, warum also die „Filmdose“?*

Ich selbst hatte in der Vergangenheit haptische Verkaufshilfen kennen und schätzen gelernt und beim Kunden auch eingesetzt. Die Funktionsweise hatte mich schon immer begeistert. Allerdings gab es stets einen Bruch während des Gespräches mit dem Kunden. Es war dann meist schwierig das Gespräch zum Ziel zu führen! Hier musste etwas geschehen – und die Idee zur Filmdose war geboren.

*Was meinen Sie genau?*

Bei den bekannten Verkaufshilfen wurde zwar das Interesse des Kunden geweckt, aber das war es denn auch schon. Hierzu ein Beispiel: nehmen wir an, wir wollen mit dem Kunden über seine Altersvorsorge reden, dann



war es bisher so, dass der Kunde zwar begriffen hatte etwas tun zu müssen, aber es fehlte quasi der Einlauf ins Ziel. Die Verkaufshilfe musste wieder eingepackt werden und mit anderen Hilfsmitteln ging dann das

Gespräch von vorne los. Einkommenssituation feststellen, Lücke ermitteln, bzw. errechnen etc. Da hat der Kunde schon wieder abgeschaltet. Ganz anders bei unserer „Filmdose“. Hier wird konsequent bis zur Lösung gespielt. Und das Beste daran ist, dass der Kunde dann eine Lösung will. Denn er hat sich sein Bild der Versorgungslücke selbst gemalt und somit ist der Wahrheitsgehalt des Bildes, also der Versorgungslücke, bei 100%.

*Wer zählt denn zu Ihrem Kundenkreis?*

Bei der letzten Auswertung war festzustellen, dass wir quasi alle Bereiche der Finanzdienstleistungsbranche im Kundenstamm haben. Angefangen von Banken, Sparkassen, Immobilienmakler über Versicherungsmakler, Generalagenten, Versicherer, Fondsanbieter, strukturierte Vertriebe bis zu Seminaranbietern. Auf einen Satz komprimiert: wir haben Sie alle!

*Aber ernten Sie uneingeschränkt Anerkennung?*

Von denen, die unsere Filmdose konsequent bei jedem Gespräch einsetzen schon. Aber auch wir lernen sie kennen, die typischen Zweifler und Besserwisser. So frei nach dem Motto „das kann ja nicht gehen“ oder „mit meinen Kunden kann man nicht spielen“. Wer es nicht probiert, wird nicht die positive Erfahrung machen.

*Sie meinen also auch, dass der Köder dem Fisch schmecken muss und nicht dem Angler!*

Exakt richtig! Aber auch hier gibt es andere Meinungen. So hatte ich bei einer Präsentation bei einem Versicherer in Köln eben dieses Beispiel genannt, worauf hin ein Teilnehmer – immerhin eine Vertriebsführungskraft -- dieses kategorisch verneinte. Er wird wohl kein Angler sein!

*Der 22.05.2007 ist ein entscheidendes Datum in der Assekuranz. Was haben Sie dazu zu sagen?*

In Stichworten: Ich freue mich darauf. Endlich ist es so weit, wir haben alle lange darauf gewartet. Eine grosse Chance für eine natürliche Marktberreinigung. Mehraufwand für die Vermittler. Vorteile für den Kunden. Wir können helfen!

WinWinCards Online-Shop

http://www.winwincardsshop.de/content/e104/index\_ger.html

Spielend mehr Erfolg!

WinWin<sup>®</sup> cards

Das Institut für Konsum und Verhaltensforschung bestätigt:

„Wer Menschen heute und in Zukunft überzeugen will, muss vor allem auffällig verpacken und sich besserer Informationstechniken bedienen“.

Prof. Dr. Werner Kroeber-Riel

WinWinCards<sup>®</sup> wird in einer auffälligen Verpackung geliefert. Dieses hat zur Folge, dass der Kunde "glerig" auf das "Neue" wird und so selbst und ohne Zutun des Verkäufers das Gespräch eröffnet. Spielerisch und aus eigenem Antrieb ermittelt der Kunde seine Versorgungslücke(n). Sie verkaufen nicht, sondern erfüllen den starken Kaufwunsch des Kunden, der jetzt ein Bild seiner finanziellen Situation(en) hat und die Lücken schliessen will.

WinWinCards<sup>®</sup> besteht aus:

- 1 Filmdose als auffällige Verpackung, die Neugierde beim Kunden weckt und ihn so automatisch "öffnet".
- 10 Bildkarten, die Lebenssituationen des Kunden zeigen

URPATENT. DAS URPATENT UND DER CLM SIND EUROPÄISCH PATENTRECHTLICH GESCHÜTZT.

[www.winwinshop.de](http://www.winwinshop.de)

*Sie können helfen? Wie meinen Sie das?*

Unsere Filmdose ist für den Vermittler enthaftend, was die EU-Vermittlerrichtlinie angeht. Wir haben das Produkt durch die Anwaltskanzlei Johanssen in Hamburg auf Herz und Nieren prüfen lassen. Die Kanzlei ist spezialisiert auf den Bereich Versicherungen und hat in einer anwaltlichen Stellungnahme bescheinigt, dass die Anwendung der Filmdose für den Vermittler bei möglichen Haftungsprozessen enthaftend sein kann. Auch darum freuen wir uns auf den 22.05.2007. Wir sorgen wieder für eine win-win-Situation!

*Wenn Sie ein Jahr nach vorne blicken, was sehen Sie?*

Ich bin ein Jahr älter! Wir werden zurück blicken und feststellen, dass es mit dem 22.05.2007 doch nicht so schlimm war. Ähnlich wie es bei der Umstellung auf den EURO der Fall gewesen ist. Die Verkaufsgespräche werden sich in Sachen Dokumentierung eingespielt haben, unsere Filmdose wird immer mehr Standard sein. Das Leben macht immer noch Spass!

*Herr Degenkolbe, vielen Dank für das Gespräch.*