**Zukunftsfähigkeit der Finanzdienstleistungsbranche sichern**

**Signal Iduna fördert Interessensverein ZFF e.V.**

**(November 2020) Die Signal Iduna Gruppe reiht sich nun ebenfalls ein in den Kreis der Förderer des Interessensvereins ZUKUNFT FÜR FINANZBERATUNG e.V. (ZFF e.V.).**

Bei aller Diskussion um eine Digitalisierung, ist der Vertrauensanker der Kunden zu einem Versicherungsunternehmen in erster Linie der Vermittler. Gerade bei komplexen Versicherungsfragen wie etwa in der Krankenversicherung. Vor diesem Hintergrund will SIGNAL IDUNA die Aktivitäten des Interessensvereins aktiv unterstützen.

„Gerade in einer auch wirtschaftlich herausfordernden Phase wie derzeit ist es notwendig, Kräfte zu bündeln und gemeinsam zielgerichtete Aktivitäten zu verfolgen. Wir beobachten die Aktivitäten des Vereins bereits seit geraumer Zeit und empfinden diese als zielführend. Deshalb engagieren wir uns ab sofort gerne als Fördermitglied“, so Ulrich Scheele, Generalbevollmächtigter „Vertriebsentwicklung/Freie Vertriebe“ der SIGNAL IDUNA.

Der im Jahr 2018 gegründete ZUKUNFT FÜR FINANZBERATUNG e.V. setzt sich als Branchengemeinschaft für die Zukunftsfähigkeit der Finanzdienstleistungsbranche ein. Das bedeutet unter anderem, das Branchenimage in der öffentlichen Wahrnehmung nachhaltig zu verbessern und eine aktive Nachwuchsförderung zu betreiben, um die Zukunftsfähigkeit der Branche mit zu sichern.

Der Interessensverein unterstützt mit verschiedenen Projekten überregional Finanzdienstleister. Neben dem Online-Verbraucherportal [www.meingeldkannmehr.de](http://www.meingeldkannmehr.de), das Mehrwerte und Informationen für Verbraucher gezielt viral vermarktet, sorgt vor allem die Online-Live-Sendung #BRANCHENTALK derzeit für eine große Aufmerksamkeit. Im 14-tägigen Rhythmus interviewen zwei Talkmaster wichtige Branchenvertreter zu aktuellen Themen. Im Anschluss stellen sich diese den Fragen interessierter Online-Zuschauer. Das Format wird gezielt in der Branche über gängige Online-Kanäle verbreitet und erreicht in der Spitze bis zu 15.000 Nutzer pro Sendung.