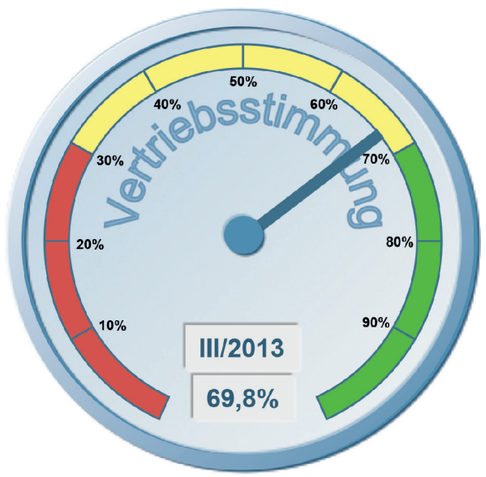
AssCompact TRENDS III/2013:
Vertriebsstimmung erreicht Jahrestiefststand
Sonderthema: Herausforderungen in der Maklerbetreuung

(ac) Nur noch 70% der Makler und Mehrfachvertreter waren im 2. Quartal mit ihrem Vertrieb mindestens zufrieden. Das ergaben die AssCompact TRENDS III/2013. In einem Sonderteil wurde zudem untersucht, welche Erwartungen heute an die Maklerbetreuung bestehen.

Die aktuelle Vertriebsstimmung der Makler und Mehrfachvertreter hat im 2. Quartal des Jahres 2013 ihren Jahrestiefststand erreicht: Lediglich noch 69,8% der befragten Vermittler sind derzeit mindestens zufrieden bis begeistert mit dem Ergebnis ihrer eigenen Vertriebsbemühungen von Finanzdienstleistungsprodukten. Etwa 30% der befragten Makler und Mehrfachvertreter haben insgesamt weniger Umsatz geschrieben als im betreffenden Vorjahreszeitraum.

Die Gründe des skizzierten Umsatzrückganges sind aus Maklersicht mannigfaltig. Ein wichtiger Punkt wird in der allgemeinen Marktentwicklung, der großen Kundenverunsicherung, überhaupt Anlage- und Risikoentscheidungen zu treffen, gesehen. So verliert das Thema der Altersvorsorge in der Breite des Vermittlermarktes über die letzten drei bis fünf Jahren, zunehmend an vertrieblicher Bedeutung. Dem gegenüber steht ein Umsatzwachstum im Bereich Sach/HUK, was aber den Umsatzschwund aus der Vorsorge flächendeckend nicht auffangen kann.



TRENDS II/2013:	79,4%
Veränderung in %-Punkten:	-9,6%

Die mit der Kundenberatung einhergehenden juristisch notwendigen Anforderungen einer haftungssicheren Dokumentation der Kundengespräche erhöhe den eigenen administrativen Aufwand ungemein, so ein weiteres Ergebnis der Makler-Umfrage zu den AssCompact TRENDS III/2013, die im Auftrag der bbg Betriebsberatungsgesellschaft GmbH von der Managementberatung SMARTcompagnie GmbH durchgeführt und analysiert wurde.

An der quartalsweise durchgeführten Umfrage zu AssCompact TRENDS beteiligten sich etwa 420 Makler und Mehrfachvertreter aus dem Adresspool der bbg Betriebsberatungs GmbH. Mit über 47.000 Vermittlernennungen und freien Statements zu Produkten, Vertriebs- und Abwicklungsservices sowie Anbietern, bietet diese breite Makler-Marktuntersuchung gerade den Produktanbietern eine gute Möglichkeit, die eigenen Bemühungen im Vermittlermarkt regelmäßig neu zu bewerten (Benchmarking) und das in rund 30 Produktlinien.

Befragungs-Sonderteil: Neue Herausforderungen in der Maklerbetreuung

Im gegenwärtigen Sonderthema der Studie wurden „neue" Herausforderungen in der Maklerbetreuung aus Vermittlersicht genauestens beleuchtet. Wie häufig nehmen Vermittler die Dienstleistungen eines Maklerbetreuers heute in Anspruch? Wie differenzieren sich die Anforderungen nach Leben, Sach und Kranken?

Welche konkreten Anforderungen stellen diese heute an ihren Maklerbetreuer? Welche Leistungen können zentral, welche sollten regional angeboten werden?

Die Makler und Mehrfachvertreter nehmen innerhalb der Maklerbetreuung hauptsächlich die Dienstleistung „Fachfragen zum Produkt" in Anspruch. Auf den Plätzen zwei und drei folgen die „Fachfragen zu Annahmerichtlinien" und die „Vertriebsunterstützung". Dabei wird deutlich, wie bedeutend es aus Maklersicht ist, in den entscheidenden Momenten kompetente Ansprechpartner bei den Produktanbietern zu haben. Die Erwartungshaltung ist dabei, auf fachlich fundiertes Personal zu „treffen".

Die Vermittler suchen vor allem über die klassische E-Mail den Kontakt zu ihrem Maklerbetreuer. Aber auch das Telefonat und das persönliche Gespräch werden als wichtiger Kommunikationsweg angesehen. Modernere Kommunikationswege wie Facebook, XING oder SMS bzw. WhatsApp spielen in der Kommunikation mit dem Maklerbetreuer eine eher untergeordnete Rolle.

Für die Zukunft haben die Makler eine genaue Vorstellung, welche Anforderungen ihr Maklerbetreuer erfüllen sollte. Das Top-Kriterium ist dabei, dass der Maklerbetreuer „bevollmächtigt ist zu entscheiden". An zweiter Stelle steht der „gute und fundierte Marktüberblick" gefolgt von der „Weitergabe der besten Ideen". Dabei schneidet in der Maklerbewertung gerade der letztgenannte Aspekt vergleichsweise schwach ab und wird durchschnittlich mit der Note 3 bewertet. Zahlreiche und interessante neue Erkenntnisse können aus den Antworten auf Thesen wie zum Beispiel „Regionale vs. Zentrale Betreuung" oder „Spartenspezialist vs. Allround-Betreuer" gewonnen werden.

In der Studie ist auch nachzulesen, welche Produktanbieter bei den Vermittlerbedürfnissen in puncto Maklerbetreuung am besten abschneiden, darüber haben die Vermittler nach den Sparten Leben, Kranken und Sach/HUK ebenfalls abgestimmt.

Die Favoriten der Makler

Bei den Fragen, welche Produkte in der Kundenansprache im Vordergrund stehen und welche dabei besonders gut bzw. schlecht liefen, gab es in dieser Untersuchung Veränderungen zur letzten Studie. In der Kundenansprache besitzen die „Absicherung persönlicher Risiken" (zum Beispiel „Tod" oder „Berufsunfähigkeit"), die „Versicherungsschutzoptimierung" sowie die „private Altersvorsorge" den höchsten vertrieblichen Stellenwert aus dem Blickwinkel des Maklers.

Harry Holzhäuser, Geschäftsführer der SMARTcompagnie GmbH und Mitinitiator der AssCompact TRENDS

Das Thema der „Maklerbetreuung" ist aus Vermittlersicht, wenn sie gut durch den Produktanbieter umgesetzt wird, ein wichtiges Bindeglied zwischen dem Makler und der Gesellschaft. Hier gilt es, als Gesellschaft in Richtung des Vermittlers zu punkten und sich gegenüber Wettbewerbern zu behaupten. Die Crux aus Gesellschaftsperspektive besteht darin, die Servicierung effizient und effektiv zu gestalten. Hier spielen selbstverständlich auch betriebswirtschaftliche Unternehmensaspekte eine zentrale Rolle. Allen Teilnehmern an der Untersuchung ein herzliches Dankeschön.

Beim Produktabsatz steht erstmals seit dem zweiten Quartal 2012 die „private Haftpflichtversicherung" an der Spitze und löst die Berufsunfähigkeitsversicherung ab. Danach folgen mit der Hausrat-, Kraftfahrt- sowie Wohngebäudeversicherung ausschließlich Produkte aus dem Sach-/HUK-Bereich.

Wie jedes Quartal küren die befragten Vermittler ihre favorisierten Produktanbieter in den 29 untersuchten Produktsparten. Für die vorliegende Studie flossen zu diesem Zweck allein über 6.000 Nennungen von den Befragungsteilnehmern in die Analyse der favorisierten Produktanbieter ein. Die nachstehende Abbildung zeigt ausschnittsweise die „Lieblinge der Makler" im Bereich der Altersvorsorge. Wie üblich ergeben sich Änderungen in den Platzierungen (in Klammern befindet sich die Position der Anbieter in der Vorgängerstudie „AssCompact TRENDS II/2013").

Betriebliche Altersversorgung	
Platz 1	Allianz (1)
Platz 2	VOLKSWOHL BUND (2)
Platz 3	ALTE LEIPZIGER (7)
Platz 3	Swiss Life (3)
Britische Lebensversicherung	
Platz 1	Canada Life (1)
Platz 2	Standard Life (2)
Platz 3	Friends Provident (3)
Einmalbeitrag-Rentenversicherung	
Platz 1	Allianz (1)
Platz 2	Canada Life (2)
Platz 3	Stuttgarter (5)
Platz 3	VOLKSWOHL BUND (3)
Klassische Rentenversicherung	
Platz 1	VOLKSWOHL BUND (2)
Platz 2	Allianz (1)
Platz 3	Stuttgarter (3)
Riester-Vorsorge	
Platz 1	DWS (1)
Platz 2	VOLKSWOHL BUND (2)
Platz 3	Allianz (3)
Rürup-Vorsorge	
Platz 1	Allianz (1)
Platz 2	VOLKSWOHL BUND (2)
Platz 3	DWS (3)

Die Studie AssCompact TRENDS III/2013 zeigt die favorisierten Produktanbieter aus insgesamt 29 analysierten Produktlinien der Sparten Altersvorsorge, Risikovorsorge, Sach-/HUK-Versicherung sowie Kapitalanlage/Darlehen. Ansprechpartnerin bei weiteren Fragen: Karin Jelitto, Tel. 0921 75758-33, E-Mail: jelitto@bbg-gruppe.de. ■

Die Gesamtübersicht aller Favoriten ist auf www.asscompact.de abrufbar.