

AssCompact TRENDS IV/2010: Vertriebsstimmung auf dem Weg nach oben

(ac) Vermittler sind hinsichtlich ihrer Geschäftsergebnisse 2010 optimistisch, so die aktuelle AssCompact Trendumfrage. Zudem messen Finanz- und Versicherungsmakler der Teilnahme an Internetnetzwerken immer mehr Bedeutung zu.

Sicherlich kann heute niemand mit Gewissheit behaupten, dass wir tatsächlich aus der Krise heraus sind. Laufende Konjunkturpakete werden auf Sicht „auslaufen“ und zugleich eine beachtliche Spur der Staatsverschuldung nach sich ziehen. Die Konsequenzen hieraus für den Vertrieb können heute abschließend nicht beurteilt werden. Ungeachtet dessen, was die Zukunft in Sachen Finanz- und Wirtschaftskrise uns noch bescheren mag, versprühen die 790 befragten Vermittler unterschiedlicher Unternehmensgröße für die AssCompact TRENDS IV/2010 eine gute Portion geschäftlichen Optimismus. Die Vertriebsstimmung zieht um 5,2 Prozentpunkte gegenüber dem Vorquartal an. Mehr als drei Viertel der Makler und Mehrfachvertreter sind heute zufrieden bis begeistert mit ihrer derzeitigen Situation. Damit bewegt sich die Vertriebsstimmung etwa auf dem Niveau wie zu Beginn des Jahres 2008.

Im dritten Quartal dieses Jahres sind etwa 71% der Vermittler mit dem geschäftlichen Verlauf in ihrem Vermittlerbüro zufrieden bis sehr zufrieden. Abgesehen von dieser subjektiven Wahrnehmung bescheinigen über 44% der Vermittler auch ein besseres

betriebswirtschaftliches Ergebnis (Umsatz) im dritten Quartal 2010 im Verhältnis zum Vergleichsquartal 2009. Insgesamt demnach ein tolles Wachstumsergebnis im Vermittlermarkt, welches sicherlich auch Ausdruck eines guten Vertrauensverhältnisses zwischen Vermittler und Kunde ist.

In welchem Maße zur Kundenbindung und -gewinnung im Vermittlermarkt das Hype-Thema „Social Media“ eine Rolle spielt, verrät in einem separaten Kapitel ebenfalls die aktuelle Marktuntersuchung AssCompact TRENDS IV/2010. Diese Untersuchung wird quartalsweise durch die SMARTcompagnie GmbH im Auftrag der bbg Betriebsberatungs-GmbH durchgeführt und dient den Produkthanbietern als hilfreiches Instrument zur Messung der Vertriebsstimmung im Vermittlermarkt und der eigenen Marktpositionierung.

Grundlage der vorliegenden Studie sind über 79.000 Einzelstimmen von Vermittlern, welche damit ihre ganz persönliche Meinung zu Produkthanbietern, Services und Vertriebs- und Trendthemen kundgeben.

Mehr als die Hälfte der Vermittler optimistisch für 2010

Für mehr als 63% der befragten Vermittler wird dieses Jahr zum Teil deutlich besser verlaufen als das vergangene Jahr 2009. Dabei wünschen sich viele Vermittler seitens der Produkthanbieter in punkto Vertriebsunterstützung eine Verbesserung der gebotenen Abwicklungsservices.

Betrachtet man die Produkte, dann liegt die Berufsunfähigkeitsversicherung im aktuellen Produktabsatz vor der Haftpflichtversicherung an der Spitze. Es folgen mit der Hausrat-, Wohngebäude-, Unfall- und Rechtsschutzversicherung weitere Produktlösungen, die alleamt den Sachversicherungen zuzuordnen sind.

Zukünftig wird sich der Trend nach Meinung der Vermittler weiter in Richtung der Risikovorsorge wandeln. So sehen die Vermittler in der Berufsunfähigkeitsversicherung auch in den nächsten fünf Jahren ein Produkt von höchster vertrieblicher Bedeutung. Gleich dahinter folgen mit der privaten Pflegeversicherung und der PKV-Zusatzversicherung zwei Risikoprodukte.



Befragungs-Sonderteil: Vermittlerblick auf Social Media

Erstmals wurde in dem Befragungs-Sonderteil das Thema Social Media aus der Vermittlerperspektive beleuchtet. Es ist längst kein Geheimnis mehr, dass mit der fortschreitenden „Internetisierung“ auch einige soziale Netzwerke hier in Deutschland enorm von wachsenden Nutzerzahlen profitieren. 96% der nach 1980 Geborenen sind heute bereits in mindestens einem sozialen Netzwerk aktiv. Die Plattform Facebook beispielsweise hat 19 Millionen Nutzer allein in Deutschland, Tendenz weiter steigend. Die B2B-Plattform Xing kann über 3,2 Millionen Nutzer zählen, ebenfalls wachsend. Mehr als 30% der Blogger schreiben über ihre Erfahrungen mit Produkten, Marken und Unternehmen. Welchen Einfluss wird diese Kommunikationsentwicklung auf das Arbeiten des Vermittlers nehmen? Ziel dieses Sondertemas ist es, die Sichtweise der Vermittlerschaft auf dieses Thema zu erfahren. Wie und welche Social Media-Dienste nutzen Vermittler überhaupt?

Interessant ist innerhalb der Ergebnisse, dass mehr als die Hälfte der befragten Vermittler heute bereits Social Media-Dienste beruflich nutzt. Diese schätzen den Nutzen hieraus für sich und ihren beruflichen Erfolg als hoch ein. Als Antreiber für ihre Social Media-Aktivitäten sehen die befragten Vermittler den Ausbau und die Pflege des eigenen Netzwerks, die Steigerung ihres Bekanntheitsgrades so wie eine effiziente Neukundengewinnung.

Harry Holzhäuser,

Geschäftsführer der SMARTcompagnie
und Mitinitiator der AssCompact TRENDS



Das Thema „Social Media“ wird zur Zeit breit in der Branche diskutiert. Ist es ein Hype oder ist es der Beginn eines neuen Dialogzeitalters? Ganz gleich wo die Wahrheit nun liegen mag, haben uns vor allem zwei Dinge besonders interessiert. Zum Einen: Wie arbeiten Vermittler heute mit den Instrumenten des Social

Media und welche Erwartungen setzen Sie dabei in die Zukunft. Beachtlich sind hier die Ergebnisse, dass über die Hälfte der Vermittler, die heute bereits Social Media-Dienste nutzen, davon ausgehen, dass die Kommunikation über diese Kanäle weiter zunehmen wird. Zum Anderen: Welche Erwartungshaltung haben Vermittler in diesem Kontext in Richtung der Produktanbieter. Hier wurde innerhalb der Ergebnisse deutlich, dass über 36% der befragten Vermittler dabei eine aktive Unterstützung der Produktanbieter in Bezug auf die vertriebsorientierte Nutzung von Social Media-Diensten wünschen.

54,7% der Vermittler mit heutiger Affinität zu Social Media-Diensten sind der Meinung, dass die Interaktionen mit dem Kunden und die Kundenkommunikation noch weiter zunehmen werden. Mehr als ein Drittel aller befragten Vermittler erwarten dabei eine aktive Unterstützung von Produktanbietern in Bezug auf die vertriebsorientierte Nutzung von Social Media-Diensten.

Die aktuellen Lieblinge der Makler

Wie in jedem Quartal wurden die Vermittler auch diesmal nach ihren Favoriten in den einzelnen Sparten befragt. Hier gab es einige Veränderungen, wie der nachfolgende Auszug der jeweiligen TOP 5-Gesellschaften zeigt (in Klammern befindet sich die Position der Anbieter in den AssCompact TRENDS III/2010):

Kraftfahrtversicherung

Platz 1	VHV (1)
Platz 2	Kravag (2)
Platz 3	AXA (3)
Platz 4	Itzehoer Versicherung (6)
Platz 5	HDI-Gerling (8)
Platz 5	DEVK (17)

PKV-Zusatzversicherung

Platz 1	ARAG (1)
Platz 2	CSS Versicherung (2)
Platz 3	Barmenia (3)
Platz 4	Die Continentale (4)
Platz 5	HanseMercur (6)
Platz 5	SIGNAL IDUNA(7)

Risiko-Lebensversicherung

Platz 1	Dialog (1)
Platz 2	Hannoversche Leben (2)
Platz 3	EUROPA (2)
Platz 4	Delta Direkt (6)
Platz 5	Deutsche Lebensversicherung (4)

Die komplette Übersicht aller Favoriten gibt es unter www.asscompact.de

Ansprechpartner bei weiteren Fragen: Diana Wirsing,
Telefon 0921 75758-35, E-Mail: wirsing@bbg-gruppe.de. ■

AssCompact Trends IV/2010: Gesamtübersicht Maklerfavoriten

ALTERSVORSORGE

Betriebliche Altersvorsorge

Platz 1	Allianz Leben (1)
Platz 2	VOLKSWOHL BUND (2)
Platz 3	Swiss Life (3)

Britische LV

Platz 1	Canada Life (1)
Platz 2	Standard Life (2)
Platz 3	Friends Provident (3)

Einmalbeitrag-Rentenversicherung

Platz 1	Allianz Leben (1)
Platz 2	VOLKSWOHL BUND (2)
Platz 3	Canada Life (3)

Fondsgebundene Rentenversicherung

Platz 1	VOLKSWOHL BUND (1)
Platz 2	Allianz Leben (3)
Platz 3	HDI-Gerling (7)

Klasische Rentenversicherung (Schicht 3)

Platz 1	VOLKSWOHL BUND (1)
Platz 2	Allianz Leben (2)
Platz 3	Alte Leipziger (4)

Riester-Vorsorge

Platz 1	DWS (1)
Platz 2	VOLKSWOHL BUND (2)
Platz 3	Allianz Leben (3)

Rürup-Vorsorge

Platz 1	VOLKSWOHL BUND (1)
Platz 2	Allianz Leben (2)
Platz 3	DWS (3)

Variable Annuities

Platz 1	Canada Life (1)
Platz 2	Swiss Life (2)
Platz 3	Allianz Global Life (4)

RISIKOVORSORGE

Berufsunfähigkeitsversicherung

Platz 1	ALTE LEIPZIGER (1)
Platz 2	Swiss Life (3)
Platz 3	NÜRNBERGER (2)

Dread-Disease-Policen

Platz 1	Canada Life (1)
Platz 2	Skandia (2)
Platz 3	Gothaer Leben (3)

Grundfähigkeitsversicherung

Platz 1	Canada Life (1)
Platz 2	Janitos (2)
Platz 3	WWK (4)

Private Pflegeversicherung

Platz 1	IDEAL (1)
Platz 2	AXA (2)
Platz 3	VOLKSWOHL BUND (3)

Private Krankenversicherung / Vollkostentarife

Platz 1	Deutscher Ring (1)
Platz 2	Central (2)
Platz 3	HanseMerkur (3)

Private Krankenversicherung / Zusatzkostentarife

Platz 1	ARAG (1)
Platz 2	CSS (2)
Platz 3	Barmenia (3)

Risiko-Lebensversicherung

Platz 1	Dialog (1)
Platz 2	Hannoversche Leben (3)
Platz 3	EUROPA Lebensversicherung (2)

SACH/HUK-VERSICHERUNGEN

Hausratversicherung

Platz 1	Ammerländer Versicherung (2)
Platz 2	VHV (1)
Platz 3	InterRisk (4)

Kraftfahrtversicherung

Platz 1	VHV (1)
Platz 2	Kravag (2)
Platz 3	AXA (3)

Private Haftpflichtversicherung

Platz 1	HAFTPFLICHTKASSE DARMSTADT (1)
Platz 2	VHV (2)
Platz 3	AXA (3)

Rechtsschutzversicherung

Platz 1	DEURAG (2)
Platz 2	Auxilia (1)
Platz 3	ARAG (5)

Unfallversicherung

Platz 1	InterRisk (1)
Platz 2	Baden-Badener (3)
Platz 3	HAFTPFLICHTKASSE DARMSTADT (2)

Wohngebäudeversicherung

Platz 1	Domcura (1)
Platz 2	AXA (3)
Platz 3	Generali (5)

KAPITALANLAGE & FINANZIERUNG

Banken (Kredit)

Platz 1	ING DiBa (1)
Platz 2	DSL Bank (2)
Platz 3	Deutsche Kreditbank (3)

Bausparkassen

Platz 1	ALTE LEIPZIGER (1)
Platz 2	BHW (2)
Platz 3	Allianz Dresdner Bauspar AG (3)

Beiteiligungen

Platz 1	RWB Rendite Wert Beteiligung (1)
Platz 2	MPC (2)
Platz 3	HCI (10)

Fonds-Vermögensverwaltung

Platz 1	DJE Kapital (1)
Platz 2	DWS (2)
Platz 3	Fürst Fugger Privatbank (3)

Investmentfonds

Platz 1	DWS (1)
Platz 2	Carmignac Gestion (2)
Platz 3	Fidelity (3)

Vermögensverwaltung

Platz 1	DJE Kapital (1)
Platz 2	Fürst Fugger Privatbank (2)
Platz 3	B. Metzler seel Sohn & Co. (3)