AssCompact TRENDS II/2016 Robuste Vertriebsstimmung Sonderteil: Weiterbildung

(ac) Die Vertriebsstimmung zeigt sich trotz des schwierigen Marktumfelds robust, das lassen die AssCompact TRENDS II/2016 erkennen. In dem aktuellen Sonderteil wurden zudem das Weiterbildungsverhalten der unabhängigen Vermittler und deren favorisierte Weiterbildungsanbieter analysiert.

Die Maklerschaft steht dem Thema Weiterbildung generell positiv gegenüber und ist sich einig, dass eine regelmäßige Weiterbildung die Qualität der Kundenberatung erhöht. Doch wo möchten sie die Weiterbildungsmaßnahmen in Anspruch nehmen und welche Inhalte sind ihnen wichtig? Die aktuelle Studie der AssCompact TRENDS II/2016 gibt darüber in einem Sonderbefragungsteil Aufschluss. Eine große Mehrheit (73,1%) der Makler und Mehrfachagenten ist sich einig, dass sich insbesondere die unabhängigen Bildungsanbieter für ihren persönlichen Weiterbildungsbedarf eignen. Maklerpools/-verbünde und Berufsverbände werden von ca. zwei Drittel der Makler und Mehrfachagenten für geeignete Weiterbildungsanbieter gehalten. Die Produktgeber rangieren mit 54,8% Zuspruch dahinter. In der nachfolgenden Tabelle werden die Favoriten der Weiterbildungsanbieter pro Kategorie aufgelistet.

Die beliebtesten Weiterbildungsanbieter aus Vermittlersicht

Produktgeber	
Platz 1	Allianz
Platz 2	AXA
Platz 3	VOLKSWOHL BUND
Maklerpools/-verbünde	
Platz 1	Fonds Finanz
Platz 2	VEMA
Platz 3	DOMCURA
Unabhängige Bildungsanbieter	
Platz 1	Deutsche Makler Akademie
Platz 2	Going Public
Platz 3	Deutsche Versicherungsakademie
Berufsverbände	
Platz 1	BVK
Platz 2	VDVM
Platz 3	IGVM

Durchschnittlich 73 Weiterbildungspunkte pro Makler

Neben den bevorzugten Weiterbildungsanbietern ist es von großem Interesse, wie die Weiterbildungsformen ausgestaltet sein sollten, um den Bedürfnissen der unabhängigen Vermittler gerecht zu werden. Die beliebtesten Weiterbildungsformen sind demnach Webinare, gefolgt von Präsenzseminaren und Workshops, die jeweils extern – also bei dem Weiterbildungsanbieter vor Ort – durchgeführt werden. Pro Jahr belegen die Makler und Mehrfachagenten ca. 13 Webinare und drei bis vier Seminare bzw. Workshops. Dabei möchten insgesamt 84,3% die Weiterbildungsveranstaltungen eher über das Jahr verteilt in Anspruch nehmen und nicht komprimiert „im Block" belegen. Dies ist auch nachvollziehbar, da sie im Schnitt zwischen acht und 14 Tagen investieren. Die durchschnittlichen jährlichen Ausgaben bewegen sich zwischen 101 und 500 Euro.

Das wichtigste Entscheidungskriterium für die Wahl des Weiterbildungspartners ist mit 79,3% das inhaltliche Angebot der Weiterbildung. Die Qualität der Referenten rangiert mit etwas Abstand (55,0%) dahinter. Im Fokus der Weiterbildung liegt der Produktbereich private

Dr. Christian Durchholz, Leiter Studien der bbg Betriebsberatungs GmbH

„Die Ergebnisse der Studie sind eindeutig: Makler zeigen eine sehr positive Einstellung zum Thema Weiterbildung! Über alle Kompetenzbereiche hinweg geben sie zudem eine erhöhte Weiterbildungsabsicht innerhalb der nächsten beiden Jahre an. Eine Weiterbildungspflicht im Zuge der EU-Vertriebsrichtlinie (IDD) mit 15 Stunden pro Jahr ist demnach nur eine sehr „kleine Hürde", die ohne große Probleme genommen wird."

Vorsorge/Biometrie, gefolgt von den Produktbereichen Pflege und gewerbliches Sachgeschäft. Innerhalb der nächsten beiden Jahre wird ein leichter Rückgang der Weiterbildungsnachfrage für die private Vorsorge/Biometrie und eine höhere Nachfrage in den Bereichen Pflege und gewerbliches Sachgeschäft erwartet. Neben den Produktbereichen ist die inhaltliche Nachfrage nach Rechts- und Haftungsfragen mit Abstand am größten. Die Themen Digitalisierung, Verkauf sowie EDV/IT folgen noch in einigem Abstand dahinter, verzeichnen jedoch einen großen Zuwachs. Innerhalb der nächsten zwei Jahre plant zudem ca. ein Drittel der Befragten Weiterbildungsmaßnahmen, die sich mit Bestandsthemen und der Honorarberatung beschäftigen.

Die Weiterbildungsinitiative „gut beraten“ ist mittlerweile im Maklermarkt sehr gut etabliert. Der Großteil der unabhängigen Vermittler gibt an, dass sie die Initiative gut bzw. sehr gut kennt. Dies belegen auch folgende Zahlen aus der TREND-Studie: 85,1% haben bereits ein Weiterbildungskonto eröffnet und durchschnittlich 73 Weiterbildungspunkte erworben.

Vertriebsstimmung konstant

Im Gegensatz zu den ersichtlichen Veränderungen bei den Favoriten der unabhängigen Vermittler (siehe nebenstehende Tabelle) zeigt sich die Vertriebsstimmung konstant. Insgesamt weisen die Makler und Mehrfachvertreter eine leicht erhöhte Zufriedenheit von 44,9% auf (+0,3%). Im Gegenzug reduziert sich die Motivation geringfügig auf 58,6% (-0,6%). Im Vergleich zu den Vorjahren ist es dennoch positiv zu interpretieren, da in der Vergangenheit häufig ein Einbruch der Vertriebsstimmung im gleichen Zeitraum zu verzeichnen war.

Zur Studie

An der quartalsweise durchgeführten Umfrage beteiligten sich 588 Makler und Mehrfachagenten aus dem Adresspool der bbg Betriebsberatungs GmbH. Die Stichprobe (Ø-Alter = 52,0 Jahre; Ø-Berufserfahrung = 23,1 Jahre) liefert dabei ein sehr gutes Abbild der Finanz- und Versicherungsvermittler hinsichtlich der Alters- und Geschlechtsstruktur am deutschen Versicherungsmarkt. Sie gibt mithilfe einer zuverlässigen und erprobten Kombination aus geschlossenen und offenen Fragen zu Produkt-, Vertriebs- und Abwicklungsfragen aus 29 Produktlinien zentrale Aspekte des Marktes wieder. Die Ergebnisse können als effektive Benchmarks über 29 Produktlinien genutzt werden.

Ansprechpartner bei weiteren Fragen ist Florian Stasch, Tel. 0921 75758-38, E-Mail: stasch@bbg-gruppe.de. ■

Top-Produktanbieter aus Vermittlersicht

Einmalbeitrag-Lebens- bzw. Rentenversicherung	
Platz 1	Allianz (1)
Platz 2	VOLKSWOHL BUND (3)
Platz 3	Canada Life (5)
Grundfähigkeitsversicherung	
Platz 1	Canada Life (1)
Platz 2	VOLKSWOHL BUND (2)
Platz 3	Swiss Life (5)
Erwerbsunfähigkeitsversicherung	
Platz 1	VOLKSWOHL BUND (2)
Platz 2	Swiss Life (3)
Platz 3	Generali (1)
PKV-Vollkostenversicherung	
Platz 1	HALLESCHE (2)
Platz 2	HanseMerkur (1)
Platz 3	Barmenia (5)
Investmentfonds	
Platz 1	Deutsche Asset & Wealth Management (1)
Platz 2	Flossbach von Storch (2)
Platz 3	BlackRock (4)

Neben dem Sonderthema „Weiterbildung“ führt die aktuelle Studie auch wieder die Top-Anbieter pro Produktlinie auf. Die Abbildung gibt einen Überblick ausgewählter Produktlinien, wobei die jeweiligen Platzierungen der Anbieter des letzten Quartals in Klammern dargestellt sind.

Die Tachonadel ergibt sich aus der jeweiligen Summe der Werte „trifft voll zu“ und „trifft zu“ bezüglich der Aussage „Ich bin zurzeit zufrieden“.

Die Tachonadel ergibt sich aus der jeweiligen Summe der Werte „trifft voll zu“ und „trifft zu“ bezüglich der Aussage „Ich bin zurzeit motiviert“.