

AssCompact TRENDS III/2017: Solide Stimmung & Nachhaltigkeit im Fokus

Die Vertriebsstimmung der unabhängigen Vermittler bleibt laut AssCompact TRENDS III/2017 auf einem relativ stabilen Niveau. Meinungen rund um das Thema nachhaltige Versicherungs- und Finanzprodukte hat die Studie zudem in einer Sonderbefragung eingefangen. Und: Erstmals listet sie auch die Favoriten der unabhängigen Vermittler im Gewerbesegment auf.

Wie gewohnt gibt auch die aktuelle Studie AssCompact TRENDS III/2017 Auskunft über die aktuelle Vertriebsstimmung und Zufriedenheit der unabhängigen Vermittler. Demnach verzeichnet die Vertriebsstimmung in den vergangenen drei Monaten einen kleinen Rückgang, der jedoch auf keinem speziellen Ereignis beruht, sondern laut Aussagen der Makler und Mehrfachvertreter auf die übergreifenden regulatorischen Veränderungen und den einhergehenden hohen bürokratischen Aufwand zurückzuführen ist. Doch zunächst zum Sonderthema der Studie.

Nachhaltigkeit ist primär Langfristigkeit

Die Sonderbefragung der aktuellen TRENDS-Ausgabe hat sich diesmal mit dem Thema „Nachhaltigkeit“ beschäftigt. Denn während sich Nachhaltigkeit in vielen Lebensbereichen und Branchen längst als eine richtungsgebende Handlungsnorm manifestiert hat, ist dieser Begriff in der Finanz- und Versicherungsbranche noch reichlich diffus. Deshalb wurden die an der Studie teilnehmenden unabhängigen Vermittler gefragt: Was verstehen Vermittler unter dem Begriff „Nachhaltigkeit“ im Finanz- und Versicherungsbereich? Wie wird die Entwicklung der Nachhaltigkeit in der Branche wahrgenommen? Haben sich die Vermittler bereits mit dem Thema auf der eigenen Unternehmensebene beschäftigt und wenn ja, in welchen Bereichen? Kam das Thema „Nachhaltigkeit“ ferner in Beratungsgesprächen auf und wurden vielleicht bereits nachhaltige

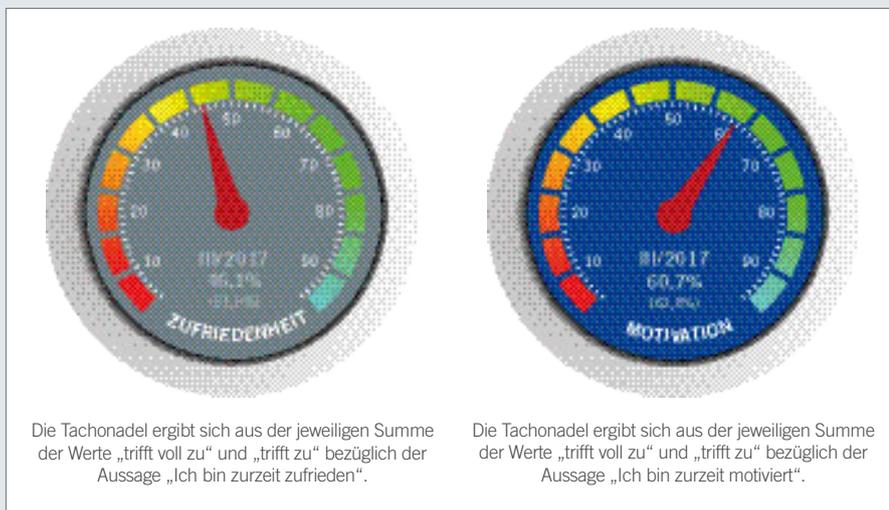
Dr. Christian Durchholz,
Leiter Studien der bbg
Betriebsberatungs GmbH

„Die Maklerschaft zeigt sich durchaus offen und interessiert an nachhaltigen Produkten im Finanz- und Versicherungsbereich. Derzeit ist das Angebot nachhaltiger Produkte noch überschaubar und viele Makler beschäftigen sich noch nicht mit diesem Thema. Eine Kombination aus Aufklärung und größerer Produktvielfalt würde den Produktabsatz deutlich ankurbeln. Zudem ist der Makler als Dienstleister per se auf langfristige und somit nachhaltige Geschäftsbeziehungen ausgerichtet und kann das Thema ‚Nachhaltigkeit‘ authentisch vermitteln.“

Finanz- und Versicherungsprodukte vermittelt? Auf welche Größe schätzen die Vermittler den Anteil nachhaltiger Kunden (sogenannte „LOHAS“: Lifestyles of Health and Sustainability) im Durchschnitt in Deutschland? Wie steht es um die Vertriebschancen von nachhaltigen Finanz- und Versicherungsprodukten? Was sind die Vor- und Nachteile bzw. was spricht für und gegen nachhaltige Finanz- und Versicherungsprodukte?

Die Studie „AssCompact TRENDS III/2017“ kommt schließlich zu dem Ergebnis, dass die Vermittler unter dem Begriff der „Nachhaltigkeit“ zunächst einmal die langfristige Geschäftsbeziehung zu den Kunden und Versicherern verstehen. Die Sicherheit der Leistungsversprechen ist hier ein zentrales Anliegen. Erst nachgelagert werden geschäftsinterne Formen der Nachhaltigkeit – wie eine soziale, betriebswirtschaftliche und ökologisch verträgliche Unternehmenskultur – gesehen. In Bezug auf die Entwicklung der Nachhaltigkeit in der Branche stimmt

Zufriedenheit und Motivation der Vermittler im dritten Quartal 2017



zwar die Mehrheit der Vermittler darin überein, dass das Thema forciert werden sollte (67%) und entsprechende Produkte das Portfolio sinnvoll ergänzen würden (65%), gleichzeitig die Effekte aber insbesondere deren positivem Image zugerechnet werden müssen (68%). Auf Unternehmensebene, das heißt im eigenen Maklerbüro, hat sich bisher etwas mehr als die Hälfte der Vermittler mit dem Thema „Nachhaltigkeit“ befasst. Am häufigsten werden in diesem Kontext ökologisch (78%) und ökonomisch (69%) vertretbare Handlungsweisen genannt. Die Nennung der sozialen (57%) und nachhaltigen (49%) Unternehmensführung folgt dahinter.

Vertriebschancen nachhaltiger Produkte

Etwas mehr als die Hälfte der Vermittler gibt an, dass das Thema „Nachhaltigkeit“ zudem bereits in einem Beratungsgespräch aufkam, und davon wiederum drei Viertel, dass sie auch schon nachhaltige Produkte vermittelt haben. Die Größe des deutschen Marktes für nachhaltige Produkte wird von den Vermittlern auf etwa 11% bis 15% der Kunden geschätzt. Gemessen an diesem zwar wichtigen, aber dennoch überschaubaren Marktsegment ist es auch nicht verwunderlich, dass die Absatzchancen für nachhaltige Produkte als eher mäßig eingeschätzt werden. Das könnte jedoch nicht zuletzt an dem noch sehr kleinen Angebot auf dem Markt (74% Zustimmung) und dem eher stiefmütterlichen Umgang auf Versicherungsseite (65%) liegen. Die Renditechancen schätzen die Vermittler nämlich zumindest nicht schlechter ein als bei den Alternativen (70%) und das Interesse der Kunden an nachhaltigen Produkten nimmt stetig zu.

Makler zufrieden und motiviert

Nun noch einmal zurück zur Vertriebsstimmung: Diese verzeichnet einen leichten Rückgang, notiert aber weiterhin auf einem soliden Niveau. Die Zufriedenheit innerhalb der Vertriebsstimmung der unabhängigen Vermittler sinkt im dritten Quartal um 5,8 Prozentpunkte und steht somit bei 46,1%. Die Motivation nimmt ebenfalls leicht ab (-3,1 Prozentpunkte) und kommt auf 60,7% (siehe Tacho).

Top-Anbieter aus Vermittlersicht – erstmals inklusive Gewerbebereich

Die AssCompact TRENDS wurden mit dieser Ausgabe an das Marktumfeld angepasst und führen in der Liste „Top-Anbieter aus Vermittlersicht“ nun auch den wichtiger werdenden Bereich der gewerblichen Schaden-/Unfallversicherungen mit auf. Insgesamt werden damit zehn neue Produktlinien mit in die Studie aufgenommen. Die nachfolgende Abbildung gibt einen Überblick über ausgewählte Produktlinien. Die jeweiligen Platzierungen der Anbieter des vorherigen zweiten Quartals (falls vorhanden) sind in Klammern dargestellt. Im neuen Segment der gewerblichen Schaden-/Unfallversicherung sind in der Tabelle die Rechtsschutzversicherung und Kfz-Flottenversicherung genannt.

Top-Anbieter aus Vermittlersicht

Fondsgebundene Lebens- bzw. Rentenversicherung	
Platz 1	Canada Life (1)
Platz 2	ALTE LEIPZIGER (1)
Platz 3	Allianz (4)
PKV-Zusatzversicherung	
Platz 1	ARAG (1)
Platz 2	AXA (7), Continentale (8), DKV (4)
Platz 3	-
Private Kraftfahrtversicherung	
Platz 1	VHV (1)
Platz 2	AXA (3)
Platz 3	KRAVAG (2)
Kfz-Flottenversicherung (neu)	
Platz 1	VHV
Platz 2	KRAVAG
Platz 3	R+V
Gewerbliche Rechtsschutzversicherung (neu)	
Platz 1	KS/AUXILIA
Platz 2	ARAG
Platz 3	ROLAND

Die AssCompact Studie führt auch wieder die Top-Anbieter pro Produktlinie auf. Die Abbildung gibt einen Überblick über ausgewählte Produktlinien; die Platzierungen der Anbieter des vorherigen zweiten Quartals sind in Klammern dargestellt.

Über die Studie

An der quartalsweise durchgeführten Umfrage beteiligten sich 419 Makler und Mehrfachagenten. Die Stichprobe (Ø-Alter = 52,7 Jahre; Ø-Berufserfahrung = 22,6 Jahre) liefert ein sehr gutes Abbild der Finanz- und Versicherungsvermittler hinsichtlich der Alters- und Geschlechtsstruktur am deutschen Versicherungsmarkt. Die Studie „AssCompact TRENDS III/2017“ kann zum Einzelpreis von 1.150 Euro zzgl. 19% gesetzlicher MwSt. erworben werden. Ansprechpartner ist Florian Stasch (Tel.: 0921 7575838, E-Mail: stasch@bbg-gruppe.de). ■