

AssCompact TRENDS II/2018: Laue Motivation, heikle Fehlanreize

(ac) Nach einem Vierjahreshoch geht ungebundenen Vermittlern die Motivationspuste aus. Außerdem: Einige Vermittler sehen sich regelmäßig „Interessenkonflikten durch Fehlanreize“ ausgesetzt. Die Studie „AssCompact TRENDS II/2018“ beschäftigt sich dieses Mal mit diesen und weiteren Themen.

Im Zuge von IDD und MiFID II wurden die Themen Interessenkonflikte und Fehlanreize immer wieder diskutiert. Für Verbraucherschützer ist allein die Provisionsvergütung ein Interessenkonflikt. Auf regulatorischer Ebene kommen sich verschiedene Richtlinien mehr oder weniger selbst ins Gehege, Stichwort Versicherungsanlageprodukte. Einige Branchenteilnehmer sehen weder Interessenkonflikte noch Fehlanreize. Es gibt aber auch aus der Branche heraus Kritik: Vermittlerverbände sprechen sich gegen Fehlanreize etwa in Form von erfolgsabhängigen Zusatzvergütungen aus, um zu verhindern, dass in der Beratung nicht mehr im Sinne des Kunden gehandelt und eventuell ein weniger passendes Produkt vermittelt wird.

Die Studie AssCompact TRENDS II/2018 versucht, sich mit ihrem Sonderthema „Fehlanreize und Konflikte“ diesem delikaten Thema zu nähern, und hat bei den teilnehmenden ungebundenen Vermittlern nachgefragt, ob und inwiefern Versicherungsanbieter solche Fehlanreize bieten.

Fehlanreize und Interessenkonflikte – Handeln im bestmöglichen Kundeninteresse

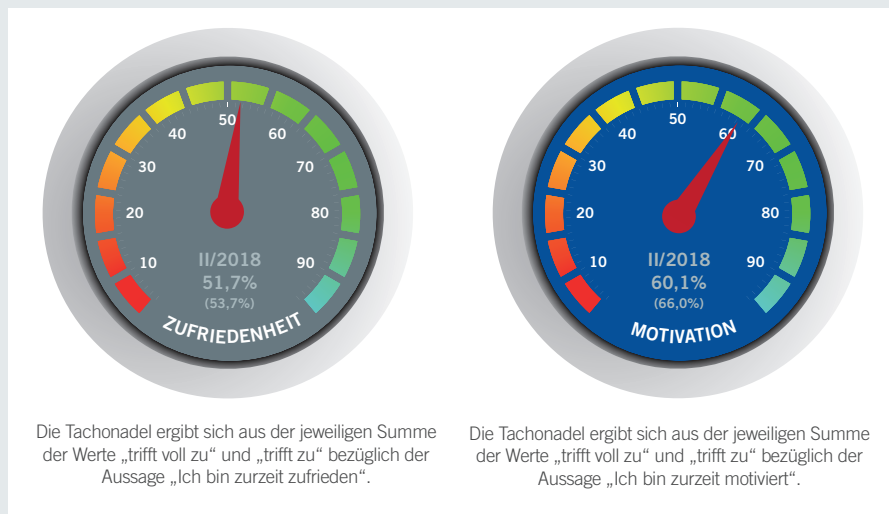
Zunächst hat die Befragung zu den AssCompact TRENDS II/2018 ergeben: Ja, es scheint solche Fehlanreize zu geben. 22% der befragten Vermittler stimmen dem uneingeschränkt zu, 41% zumindest teilweise. 37% geben dagegen an, dass es ihrer Meinung nach keine Fehlanreize gibt. Bei

der Frage nach konkreten Vorkommnissen geben etwa 31% der unabhängigen Vermittler an, dass ihnen Fälle bekannt sind, in denen Kollegen mit Anreizen vonseiten der Produktgeber konfrontiert worden sind, die im Widerspruch zu den gesetzlich fixierten und auch freiwillig eingegangenen Handlungsmaximen stehen. Persönlich sah sich laut Studie bislang immerhin jeder Vierte gelegentlich einem solchen Anreiz ausgesetzt.

Einen Lösungsansatz, um Fehlanreize zumindest zu reduzieren, sehen 53% der befragten Vermittler in Courtage-modellen mit erhöhter Bestandscourtage. Dem stimmen 34% zumindest teilweise zu und nur 13% der befragten Vermittler sind anderer Meinung. Der Mehrheit der befragten Vermittler (79%) ist zudem eine „vertrauensvolle und langfristige Geschäftsbeziehung mit dem Produktgeber bei der Produktauswahl“ besonders wichtig.

Die Konzentration auf eine bestimmte Anzahl von Produktgebern wird in dem Zusammenhang nicht so kritisch gesehen: Knapp 50% der Vermittler geben an, dass sie sich zumindest teilweise auf einen oder einige wenige Versicherer beschränken, obwohl sie mehr Angebote vergleichen könnten. Diese „erste Wahl“ wird dann im Schnitt alle sechs Monate überprüft und gegebenenfalls auch angepasst. Weiterhin geben 32% der Vermittler an, dass sie sich bei der Auswahl von Versicherungsprodukten auf die Dienste Dritter (Pools und Dienstleister) verlassen; 38% stimmen dem zumindest teilweise zu. 90% derjenigen, die mit Pools zusammenarbeiten, überprüfen wiederum die Produktauswahl des Pools zumindest stichprobenartig immer wieder.

Zufriedenheit und Motivation der Vermittler im zweiten Quartal 2018



Konkret wurde auch gefragt, ob Produktgeber eine Vertriebssteuerung durch höhere Courtagen, Zusatzvergütungen bzw. Geld- oder Sachpreise versuchen. Immerhin stimmen knapp 30% der befragten Vermittler hier zu, 33% sagen „teils/teils“ und 37% verneinen. Sicher ist sich – wenig überraschend – ein Großteil, dass die Ausschließlichkeit eher von diesen Versuchen betroffen ist.

Motivation lässt deutlich nach

Wie in jedem Quartal war neben dem Sonderthema auch wieder die Frage nach der Vertriebsstimmung Gegenstand der jetzigen AssCompact TRENDS-Ausgabe. Hier haben sich größere Änderungen ergeben. Nachdem die Motivation im vergangenen Quartal auf ihrem Vierjahreshoch war, hat sie nun deutlich nachgelassen und fällt um 5,9 Prozentpunkte auf nunmehr 60,1%. Die Zufriedenheit gibt ebenfalls um 2 Prozentpunkte nach und liegt nun bei 51,7%.

Top-Anbieter aus Vermittlersicht

Auch die Favoriten der Vermittler unter den Produktgebern wurden in der Untersuchung wieder abgefragt. Die Vermittler wurden gebeten, ihre derzeitigen Top-Anbieter in 39 Produktlinien anzugeben, die die vier Bereiche Altersvorsorge, Risikoversorge, privates und gewerbliches Schaden-/Unfallgeschäft sowie Kapitalanlage/Finanzierung abdecken. Die nachfolgende Abbildung gibt einen Überblick über ausgewählte Produktlinien, wobei die jeweiligen Platzierungen der Anbieter des vorherigen ersten Quartals 2018 in Klammern dargestellt sind.

BU und Sachgeschäft laufen bei freien Vermittlern am besten

Insbesondere private Haftpflicht-, Berufsunfähigkeits-, Hausrat-, Wohngebäude-, private Rechtsschutz- und Unfallversicherung, dicht gefolgt von der Risikolebensversicherung, konnten die Makler im vergangenen Quartal gut vermitteln, auch das ein Ergebnis der Studie. Aber auch einige gewerbliche Produkte wie die Betriebs-/Berufshaftpflichtversicherung können

den Anschluss an die Top-10 wahren. Vor allem die Finanzprodukte wie Kredite, Vermögensverwaltung und Beteiligungen bilden hingegen die Schlusslichter im Portfolio der befragten Vermittler.

Top-Anbieter aus Vermittlersicht

Betriebliche Altersversorgung	
Platz 1	Allianz (1)
Platz 2	ALTE LEIPZIGER (2)
Platz 3	Canada Life (4)
Sterbegeldversicherung	
Platz 1	Monuta (2)
Platz 2	IDEAL (1)
Platz 3	LV 1871 (3)
Private Haftpflichtversicherung	
Platz 1	VHV (2)
Platz 2	Die Haftpflichtkasse (1)
Platz 3	AXA (3)
Gewerbliche Sachversicherung	
Platz 1	Rhion (4)
Platz 2	Allianz (2)
Platz 2	AXA (1)
Technische Versicherung	
Platz 1	AXA (2)
Platz 1	Mannheimer (11)
Platz 3	Allianz (1)

Die AssCompact Studie listet auch wieder die Top-Anbieter pro Produktlinie auf. Die Abbildung gibt einen Überblick über ausgewählte Produktlinien; die Platzierungen der Anbieter des vorherigen ersten Quartals 2018 sind in Klammern dargestellt.

Über die Studie „AssCompact TRENDS II/2018“

An der quartalsweise durchgeführten Umfrage beteiligten sich 381 Makler und Mehrfachagenten. Die Stichprobe (Ø-Alter = 53,0 Jahre; Ø-Berufserfahrung = 25,0 Jahre) liefert ein sehr gutes Abbild der Finanz- und Versicherungsvermittler hinsichtlich der Alters- und Geschlechtsstruktur am deutschen Versicherungsmarkt. Die Ergebnisse können als effektive Benchmarks genutzt werden. Die Studie kann zum Einzelpreis von 1.300 Euro zzgl. 19% gesetzlicher MwSt. erworben werden. Ansprechpartner ist Florian Stasch (Tel.: 0921 7575838, E-Mail: stasch@bbg-gruppe.de). Alle weiteren AssCompact Studien können im Internet unter www.asscompact-studien.de bezogen werden. ■