

AssCompact TRENDS II/2020: Zufriedenheit und Motivation brechen ein

(ac) Das Coronavirus dämpft die Vertriebsstimmung der unabhängigen Vermittler deutlich. Laut der aktuellen Studie „AssCompact TRENDS II/2020“ brechen sowohl Zufriedenheit als auch Motivation deutlich ein. Passend zu den geltenden Kontaktbeschränkungen beleuchtet das Sonderthema der Studie die digitale Kommunikation zwischen Kunden und Vermittler.

Während es in den letzten Jahren in puncto Zufriedenheit und Motivation bei den Maklern und unabhängigen Mehrfachagenten fast ausschließlich nach oben ging, bleibt auch das TRENDS-Barometer nicht von der Corona-Krise verschont. Die Zufriedenheit der Umfrageteilnehmer sinkt um mehr als 25 Prozentpunkte auf 35,5%. Die Tachonadel, die die Motivation der unabhängigen Vermittler abbildet, sinkt um knapp 15 Prozentpunkte und pendelt sich bei 53,6% ein.

Die Pandemie ist das einzig beherrschende Thema

Normalerweise finden sich in der vierteljährlich stattfindenden Studie von AssCompact Faktoren, die der Laune der Makler zuträglich sind, aber auch solche, die ihr abträglich sind. Diesmal existiert hingegen nur ein beherrschendes Thema: das neuartige Coronavirus. Was nicht heißen soll, dass vereinzelte Umfrageteilnehmer der Krise nicht auch etwas Gutes abgewinnen können.

Bei den Antworten auf die Frage nach den Gründen für die derzeitige negative Gesamtstimmung wechseln lediglich die Begriffe der unabhängigen Vermittler, aber der Tenor bleibt derselbe. Corona, Krise, Virus und Covid-19 reihen sich begrifflich aneinander, wenn man die Antworten betrachtet. Viele Teilnehmer der Studie blicken in eine unsichere Zukunft. Sie erwarten teilweise weniger Umsatz und befürchten mitunter finanzielle Belastungen durch Stornierungen ihrer

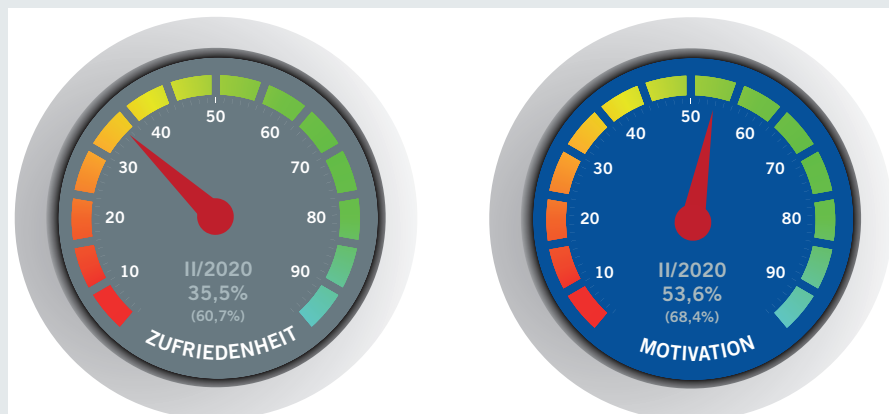
Kunden sowie damit verbundene Courtagerückforderungen vonseiten der Versicherungsunternehmen. Doch auch positive Auswirkungen auf die Gesamtstimmung verzeichnen Makler und unabhängige Mehrfachagenten. Unter anderem wird hier genannt, dass die Krise zeitliche Puffer schafft, um lange geplante Änderungen umzusetzen. Manche Umfrageteilnehmer wollen jetzt verstärkt auf Online-Beratung setzen, andere planen eine umfassende Umstrukturierung und wieder andere merken an, dass sie endlich stressfrei abarbeiten können, was sich an unerledigten Aufgaben angesammelt hat.

Bestandteil der Studie „AssCompact TRENDS II/2020“ ist auch wieder der Produkt-Trend-Indikator, der eingesetzt wird, um mögliche Trends aus der derzeitigen Vertriebsstimmung abzuleiten. Hierfür werden die Produkte, die im ersten Quartal 2020 stark nachgefragt wurden, ihrer erwarteten Bedeutung in der Zukunft gegenübergestellt. Anhand dessen werden mögliche Auf- und Absteiger in der Bedeutung der Produktlinien für die Vermittler sichtbar. Trend-Aufsteiger sind demnach Private Pflege, Grundfähigkeiten sowie D&O. Größter Trend-Absteiger ist die Betriebs-/Berufshaftpflichtversicherung.

Digitale Kommunikation zwischen Vermittler und Kunden

Wenn nun die Corona-Krise umfangreiche Kontaktbeschränkungen zur Folge hat, die Kunden aber zweifellos weiterhin denselben – wenn nicht sogar einen höheren – Beratungsbedarf aufweisen, kann digitale Kommunikation ein Baustein sein, der das Geschäft am Laufen hält und gleichzeitig fit für die Zukunft macht. Doch wie findet

Zufriedenheit und Motivation der Vermittler im zweiten Quartal 2020



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“.

digitale Kommunikation zwischen Vermittler und Kunden derzeit statt und worauf legen die Kunden nach Ansicht der Studienteilnehmer wert? Darauf geht die Studie im Sonderthema dieses Quartals ein.

Grundsätzlich gehen 66% der unabhängigen Vermittler davon aus, dass viele Kunden zwar Digitalisierung als Zusatzleistung wünschen, aber nicht bereit sind, dafür zu zahlen. Dazu passt auch das Ergebnis, wonach 75% der Befragten der Ansicht sind, ihre Kunden schätzten in erster Linie den persönlichen Kontakt mit ihren Vermittlern.

Die Zahl der digitalen Kommunikationsmittel, die Makler und unabhängige Mehrfachagenten nutzen, bleibt demnach auch überschaubar. Neben der allgegenwärtigen E-Mail, die immerhin 94% der Befragten nutzen, machen noch 71% im Arbeitsalltag von Webinaren und Online-Präsentationen Gebrauch. Weniger als die Hälfte kommuniziert im Rahmen des Berufsalltags mit Instant-Messaging-Apps und lediglich knapp über 40% geben an, eine eigene Website zu besitzen.

Doch nicht nur die Makler wollen mit ihren Kunden in Kontakt treten, auch die Versicherer müssen Kommunikationswege für ihre Kunden schaffen. Welche Services der Versicherer sind nach Einschätzung der unabhängigen Vermittler für die Kunden besonders wichtig? Sie glauben, dass besonders digitale Änderungsmitteilungen (Adresse, Bankverbindung etc.) sowie Online-Schadenmeldungen für die Kunden von herausragender Bedeutung sind. Doch auch Reklamationen und Tarifwechsel sollten online durchgeführt werden können.

Die Versicherer müssen jedoch nicht nur den Kontakt zum Kunden gewährleisten, sondern sollten auch die Vermittler beim Thema digitale Kommunikation unterstützen. Im Rahmen des Sonderthemas findet sich deshalb auch ein Ranking von Versicherern sowie Pools/Verbänden, die Vermittler bei der digitalen Kundenkommunikation besonders unter die Arme greifen. Das Ranking umfasst die Bereiche Altersvorsorge, Risikoversorge, Komposit und Kapitalanlage/Finanzierung.

Top-Anbieter aus Vermittlersicht

Keine AssCompact TRENDS-Studie kommt ohne die Frage nach den aktuellen Favoriten der Makler in insgesamt 37 Produktlinien aus. Die nachfolgende Tabelle ist ein Auszug aus der Favoritenliste und zeigt die Top Drei in fünf beispielhaft ausgewählten Sparten.

Top-Anbieter aus Vermittlersicht

Betriebliche Altersversorgung	
Platz 1	Allianz (1)
Platz 2	ALTE LEIPZIGER (3)
Platz 3	Canada Life (2)
Berufsunfähigkeitsversicherung	
Platz 1	ALTE LEIPZIGER (1)
Platz 2	Swiss Life (5)
Platz 3	VOLKSWOHL BUND (2)
Wohngebäudeversicherung	
Platz 1	DOMCURA (1)
Platz 2	AXA (2)
Platz 3	VHV (5)
Cyberversicherung	
Platz 1	Hiscox (1)
Platz 2	Markel (2)
Platz 3	Allianz (4)
Bausparkassen	
Platz 1	ALTE LEIPZIGER (1)
Platz 2	Wüstenrot (2)
Platz 3	BHW (4)

Die Tabelle gibt einen Überblick über die Top-Anbieter in ausgewählten Sparten; die Platzierungen der Anbieter aus der Vorstudie sind in Klammern dargestellt.

Über die Studie

Die Online-Befragung zur Studie „AssCompact TRENDS II/2020“ wurde vom 30.03.2020 bis zum 19.04.2020 durchgeführt. Nach einer Qualitätsprüfung flossen die Stimmen von 432 Vermittlern aus der Finanz- und Versicherungsbranche in die Stichprobe ein, die ein sehr gutes Abbild der Assekuranz- und Finanzvermittler hinsichtlich der Alters- und Geschlechtsstruktur darstellt. Die Studie kann zum Einzelpreis von 1.300 Euro zzgl. MwSt. erworben werden.

- Ansprechpartnerin: Sophia Tannreuther
- Telefonnummer: 0921 7575823
- E-Mail: tannreuther@bbg-gruppe.de

Informationen zu allen weiteren AssCompact Studien sind unter asscompact-studien.de zu finden. ■