

AssCompact TRENDS II/2021: Die Vertriebsstimmung steigt weiter

Die Stimmung unter den unabhängigen Vermittlern steigt auch im zweiten Quartal 2021 weiter an. Das ergibt sich aus der aktuellen AssCompact TRENDS-Studie, in der es aber nicht nur um das Befinden der Makler und ihre Geschäftsergebnisse geht. Im Sonderthema beleuchtet AssCompact auch, wie es um die digitale Kommunikation in den Vermittlerbüros und im B2B-Bereich bestellt ist.

Der Sommer kommt, die Corona-Inzidenzen sinken und Impfstoff ist zumindest im ausreichenden Maße vorhanden, um die Impfpriorisierung ad acta zu legen. Mit der zunehmenden Normalisierung des öffentlichen Lebens kehrt auch die Hoffnung auf „normale“ Kundentermine bei den unabhängigen Vermittlern zurück, was sich in einer gesteigerten Zufriedenheit sowie einer erhöhten Motivation niederschlägt. Gründe dafür sind auch in den robusten Geschäftsergebnissen der Versiche-

rungsmakler und Mehrfachagenten zu finden. Das machen die Ergebnisse der Studie AssCompact TRENDS II/2021 deutlich. Gefragt danach, wie zufrieden die Studienteilnehmer mit dem Geschäftsverlauf im ersten Quartal 2021 waren, antworteten drei Viertel (75,2%) mit „zufrieden“, „sehr zufrieden“ oder sogar „außerordentlich zufrieden“. Gerade wenn man diesen Wert mit der Vorjahresstudie vergleicht, wird deutlich, wie dramatisch sich die Geschäftsergebnisse im Vergleich zum beunruhigenden ersten Quartal 2020 verbessert haben. Damals konnten sich weniger als 60% der Befragten zu einem positiven Fazit durchringen. Knapp 11% und damit mehr als doppelt so viele wie in diesem Jahr waren sogar eindeutig „unzufrieden“.

Zieht man hingegen einen Vergleich mit der ersten TRENDS-Studie dieses Jahres, fällt auf, dass die Geschäftsergebnisse des Quartals I/2021 etwas weniger Freude bereitet haben als die Ergebnisse des vierten Quartals 2020. Da lag die Zufriedenheit nämlich sogar geringfügig höher (75,7%). Dennoch genügt dieser positive Trend, um die Gesamtzufriedenheit der Makler und ihre Motivation weiter zu beflügeln. Die Zufriedenheit der unabhängigen Vermittler steigt von 53% auf 55% und die Motivation von 55% auf 59%. Die Vertriebsstimmung legt somit deutlich zu, erreicht jedoch noch nicht ganz Vorkrisenniveau.

Was treibt die Vermittler um?

Ein Blick auf die weiteren Gründe für die positive Gesamtstimmung of-

fenbart: Neben den guten Geschäftsergebnissen und der Hoffnung auf ein baldiges Pandemie-Ende sind die Makler insbesondere zufrieden mit ihren Kunden. Die Befragten geben an, dass die Kunden sich verstärkt Gedanken über ihre Finanzen machen. Vermehrtes Interesse an Kapitalanlagen, Altersvorsorge und auch einer grundsätzlichen Überprüfung des Versicherungsstatus verleiht der Nachfrage und der Laune in den Maklerbetrieben Aufwind.

Was hingegen trübt die Stimmung der Makler? Hier finden sich wenig Überraschungen. Neben der Corona-Pandemie selbst erregt die Politik die Gemüter der Studienteilnehmer. Gerade die Anti-Corona-Maßnahmen und die Sorge vor einem Provisionsdeckel treibt die unabhängigen Vermittler um.

Digitale Kommunikation im Maklerbüro

Doch auch wenn die Corona-Pandemie langsam, aber stetig weniger Raum in der öffentlichen Wahrnehmung einnimmt, bleiben doch einige Neuerungen erhalten, die uns die Kontaktbeschränkungen beschert haben. So auch die Tendenz zur verstärkten digitalen Kommunikation. Und darum dreht sich auch das Sonderthema der TRENDS-Studie in diesem Quartal. Die unabhängigen Vermittler haben darin unter anderem Auskunft darüber gegeben, wie hoch sie die digitale Kompetenz in den Vermittlerbüros einschätzen und wie es um die digitale Kommunikation mit Versicherern und Pools bestellt ist.

Die Pandemie war wohl für viele Maklerbüros ein Anlass, das Thema

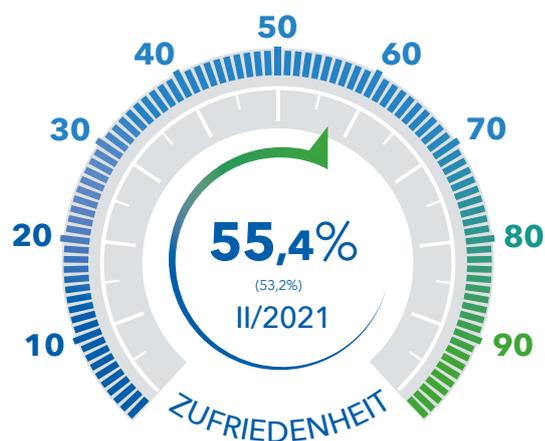
Über die Studie

Die Online-Befragung zur Studie „AssCompact TRENDS II/2021“ wurde vom 30.03.2021 bis 16.04.2021 durchgeführt. Nach einer Qualitätsprüfung flossen die Stimmen von 543 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 75758-23
E-Mail: tannreuther@bbg-gruppe.de

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



Digitalisierung nicht länger vor sich herzuschieben. Auf die Frage, wie hoch die Studienteilnehmer die digitale Kompetenz in ihrem Vermittlerbüro einschätzen, ergaben sich nämlich erfreuliche Antworten. Der Anteil derjenigen, die ihrem Unternehmen nur eine eher geringe oder sehr geringe digitale Kompetenz zuschreiben, sinkt im Vergleich zum Vorjahr von knapp 13% auf gut 10%. Gleichzeitig steigt der Anteil derjenigen, die ihre Digitalkompetenz als eher hoch oder sogar sehr hoch bezeichnen, von 40% auf 46%. Dazu passt auch die Aussage von fast drei Viertel aller Makler, dass sich ihr Unternehmen in den vergangenen zwölf Monaten digital weiterentwickelt hat.

Woher kommt jedoch diese Weiterentwicklung und wer hilft mal weiter, wenn es bei der Digitalisierung hakt? Die größte Unterstützung erfahren die Studienteilnehmer bei der digitalen Kommunikation durch Maklerpools und -verbände. Mehr als die Hälfte aller Makler fühlen sich von ihnen sehr gut unterstützt. Die Kollegen im eigenen Büro bzw. in der IT-Abteilung sind den Befragten ebenfalls eine große Hilfe. Mehr als 40% geben an, sich auf sie verlassen zu können. Von den Versicherungsunternehmen fühlt sich immerhin noch etwas mehr als ein Viertel unterstützt, während von den Vermittlerkollegen am wenigsten erwartet wird.

Digitale Kommunikation – B2B

Während also drei Viertel aller Makler die Corona-Pandemie zur digitalen Weiterentwicklung genutzt haben, fällt das Urteil über die Versi-

cherer nicht derart ermutigend aus. So glauben nicht einmal 60% der Befragten, dass sich die Versicherungsunternehmen ebenfalls in den vergangenen zwölf Monaten weiterentwickelt haben. Knapp 10% geben sogar an, dass sich die digitale Kommunikation mit den Versicherern im vergangenen Jahr verschlechtert hat.

Anders sieht es bei den Maklerpools und -verbänden aus. Fast 80% der befragten Vermittler attestieren ihnen, sich in puncto Digitalisierung weiterentwickelt zu haben. Mehr als drei Viertel der Studienteilnehmer haben des Weiteren den Eindruck gewonnen, dass sich die digitale Kommunikation mit den Pools und Verbänden verbessert hat.

Die Top-Anbieter aus Sicht der Makler

Neben der Vertriebsstimmung und dem Sonderthema beschäftigt sich AssCompact im Rahmen der TRENDS-Studien auch stets mit den Maklerfavoriten unter den Produktgebern. Hierfür werden die Studienteilnehmer danach gefragt, wer ihre Favoriten in 38 Produktkategorien sind, die sich auf die Bereiche Altersvorsorge, Risikoversorge, Privates Schaden- und Unfallgeschäft, Gewerbliches Schaden- und Unfallgeschäft sowie Kapitalanlage und Finanzierung verteilen. Die Sieger in drei ausgewählten Kategorien sind der Tabelle zu entnehmen. •

GRUNDFÄHIGKEITSVERSICHERUNG

Platz 1	Canada Life (1)
Platz 2	Die Dortmunder (7)
Platz 3	Swiss Life (8)

WOHNGEBÄUDEVERSICHERUNG

Platz 1	DOMCURA (1)
Platz 2	AXA (3)
Platz 3	VHV (4)

GRUPPENUNFALLVERSICHERUNG

Platz 1	Zurich (2)
Platz 2	Rhion (5)
Platz 3	R+V (3)

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