

AssCompact TRENDS III/2019: Maklerstimmung bleibt stabil positiv

(ac) Die Vertriebsstimmung der unabhängigen Vermittler steigt im dritten Quartal 2019 noch einmal leicht an. Das Sonderthema „Der Kunde im Fokus des Maklergeschäfts“ wurde von Simon-Kucher & Partners und AssCompact gemeinsam erarbeitet. Dabei wird einerseits die Sicht des Maklers beleuchtet, andererseits wurden auch Verbraucher befragt.

Die AssCompact TRENDS III/2019 verdeutlichen, dass die Stimmung unter den unabhängigen Vermittlern und Mehrfachagenten stabil positiv bleibt. Und dies trotz etwaiger Hiobsbotschaften von einer drohenden Rezession, des Provisionsdeckels, vermehrter Anforderungen durch die DSGVO und anhaltender Konkurrenz durch FinTechs.

Der Druck im TRENDS-Barometer erhöht sich leicht. Die Zufriedenheit unter den Umfrageteilnehmern verbesserte sich im Vergleich zum Vorquartal um 1,4 Prozentpunkte und pendelt sich bei einem Wert von 57,6% ein. Der Motivationswert kann nicht in vollem Umfang von der positiven Tendenz in der Zufriedenheit profitieren und bleibt, bei einer Verbesserung um geringfügige 0,4 Prozentpunkte, stabil bei 63,5%.

Was der Laune zu- und abträglich ist

Die Laune der unabhängigen Vermittler und Mehrfachagenten steigt demnach zum vierten Mal in Folge. Maßgeblich zur guten Stimmung trägt bei, dass die Makler, die Beziehung zu den Kunden wertschätzen und sich größtenteils eine positive Einstellung zu ihren Aufgaben bewahrt haben. Außerdem begrüßen viele Makler die weiterhin niedrigen Zinsen, deretwegen die Kunden Projekte in Angriff nehmen, bei denen sie Beistand benötigen.

Im Rahmen der TRENDS-Studie werden die Teilnehmer auch regelmäßig befragt, wie zufrieden sie mit der Umsatzentwicklung in ihren Maklerbüros sind. Hier lässt sich ein weiterer Faktor dafür finden, warum das TRENDS-Barometer weiterhin

eine positive Tendenz aufweist. Die Zufriedenheit mit dem Geschäftsverlauf im zweiten Quartal 2019 bleibt mit einem Wert von 78,5% auf dem Niveau des korrelierenden Vorjahresquartals (78,1%) und somit gleichbleibend hoch.

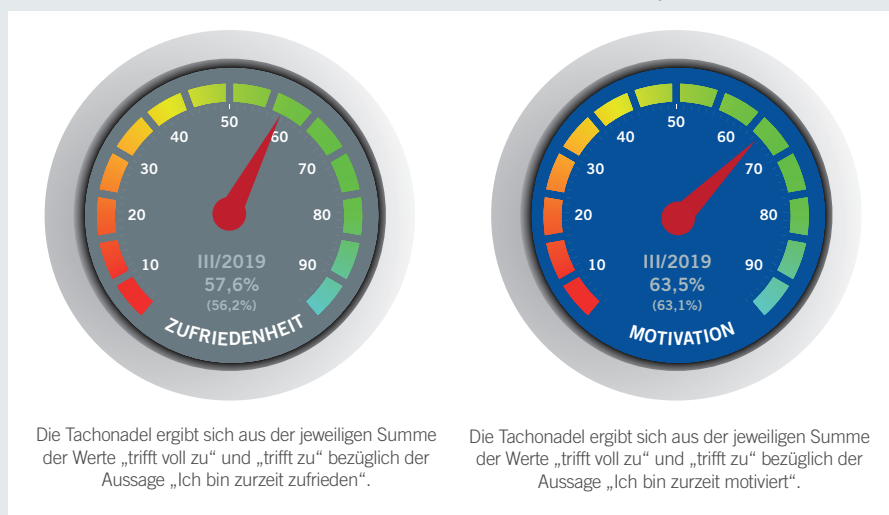
Doch einige negative Stimmungsfaktoren begrenzen den Trend. Darunter fallen die von vielen Studienteilnehmern beklagte Bürokratie und Regulierungen der Politik. Auch die tendenziell negative Berichterstattung über die Branche wird kritisiert. Und schließlich bereiten der drohende Provisionsdeckel und die Nachwuchssorgen in der Branche vielen Maklern Bauchschmerzen.

Sonderthema: Der Kunde im Fokus des Maklergeschäfts

Makler haben meist ein konkretes Bild davon, was sich die Kunden von ihnen wünschen. Aber stimmen die Annahmen der Vermittler tatsächlich mit den Bedürfnissen und Wünschen der Verbraucher überein? Dieser Frage sind Simon-Kucher & Partners und AssCompact im aktuellen Sonderthema „Der Kunde im Fokus des Maklergeschäfts“ gemeinsam auf den Grund gegangen.

Demnach stellt sich oberflächlich betrachtet die Differenz zwischen der Sicht der Makler und jener der Endkunden als nicht gravierend heraus: Beim genaueren Hinsehen jedoch können interessante Erkenntnisse gewonnen werden. Den Kunden wurden 27 Merkmale vorgelegt, die fünf verschiedene Dimensionen der Makler-Endkunden-Beziehung repräsentieren. Hierbei springt ins Auge, dass Merkmale mit Bezug zur Digitalisierung von Verbrauchern als überraschend unwichtig erachtet werden. So fanden sich die „Digitale Schadenabwicklung“, „Verfügbarkeit

Zufriedenheit und Motivation der Vermittler im dritten Quartal 2019



digitaler Unterstützung“ und „Digitale Beratungsbegleitung“ unter den letzten fünf Plätzen wieder. Einerseits ließe sich dies so interpretieren, dass das Angebot von digitalen Diensten eine geringere Bedeutung für die Endkunden habe. Andererseits ist jedoch möglich, dass digital-affine Kunden der direkten Makler-Endkunden-Beziehung bereits den Rücken gekehrt haben und sich in der Statistik nicht mehr wiederfinden.

Zwischen den Anforderungen des Kunden an den Makler und der Einschätzung des Maklers, worauf seine Kunden Wert legen, finden sich nur kleine Diskrepanzen. Bei den Top-Merkmalen in den fünf Kategorien (Beratung, Terminvereinbarung, Service, Angebotserstellung und Persönlichkeit) besteht Einigkeit. Unterschiede finden sich lediglich in den Details. So gehen die Vermittler davon aus, dass ein Beratungsprozess aus einer Hand für den Kunden von großer Bedeutung ist, wobei die Endkunden diesem Beratungsmerkmal nur eine untergeordnete Rolle beimessen. Auch die aktive Kontaktpflege des Vermittlers wird von den Kunden als weniger wichtig erachtet, wogegen Makler diesem Merkmal eine höhere Bedeutung zuordnen. Ein weiterer Wahrnehmungsunterschied ergibt sich bei der Motivation des Maklers. Diesem Merkmal weisen die Makler einen Platz im Mittelfeld zu. Die Endkunden verleihen ihm jedoch nur die rote Laterne.

Hinsichtlich der ergiebigsten Quellen für Neukunden fanden sich zwischen Maklern und Kunden große Unterschiede. Die Makler gaben an, dass Empfehlungen durch eigene Kunden (89%), persönliche Kontakte (77%) und Geschäftspartner (60%) die besten Kanäle für Kundenakquisen seien. Für die Endkunden spielte die Online-Präsenz (60%), Werbung in Zeitung (17%) und TV (12%) eine große Rolle dabei, wie sie auf ihren Makler aufmerksam geworden sind. Mehr als die Hälfte gab jedoch an, auf ihren Vermittler zufällig gestoßen zu sein.

Weitere Erkenntnisse sind, dass knapp drei Viertel aller Endkunden nur einmal pro Jahr oder seltener mit ihrem Makler in Kontakt treten. 93% aller Kunden gaben an, mit ihrem Makler zufrieden oder sehr zufrieden zu sein. Von den Maklern gaben

knapp 90% an, dass sie eines oder mehrere Alleinstellungsmerkmale böten, die sie von der Konkurrenz abheben würden.

Top-Anbieter aus Vermittlersicht

Auch die AssCompact TRENDS III/2019 haben wieder nach den aktuellen Favoriten der unabhängigen Vermittler in 37 Produktlinien gefragt. Die nachfolgende Tabelle ist ein Auszug aus der Favoritenliste und zeigt die Top Drei in fünf beispielhaft ausgewählten Sparten.

Top-Anbieter aus Vermittlersicht

Betriebs-/Berufshaftpflichtversicherung	
Platz 1	VHV (1)
Platz 2	Allianz (4)
Platz 3	Rhion (2)
Erwerbsunfähigkeitsversicherung	
Platz 1	VOLKSWOHL BUND (2)
Platz 2	Swiss Life (1)
Platz 3	Stuttgarter (3)
PKV-Vollversicherung	
Platz 1	HALLESCHE (1)
Platz 2	SIGNAL IDUNA Gruppe (4)
Platz 3	Barmenia (2), HanseMerkur (2)
PKV-Zusatzversicherung	
Platz 1	ARAG (1)
Platz 2	Barmenia (2)
Platz 3	HALLESCHE (3)
Private Pflegeversicherung	
Platz 1	IDEAL (1)
Platz 2	Allianz (2)
Platz 3	HALLESCHE (3)

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

Zur Studie

An der Befragung zu den AssCompact TRENDS III/2019 beteiligten sich 786 Versicherungsmakler und Mehrfachagenten. 430 Stimmen flossen nach einer Qualitätsprüfung in die Stichprobe ein, die ein sehr gutes Abbild der Assekuranz- und Finanzvermittler hinsichtlich der Alters- und Geschlechtsstruktur darstellt. Für die Befragung der Endkunden durch Simon-Kucher & Partners wurde eine Stichprobe von 1.080 Personen mit Versicherungspolice, die bei einem Makler in Deutschland abgeschlossen wurden, herangezogen. Nach Qualitätsprüfung flossen hierbei 500 Studienteilnehmer in die Untersuchung ein. Die Studie kann zum Einzelpreis von 1.300 Euro zzgl. MwSt. erworben werden. Ansprechpartner für die Studie ist Florian Stasch (Tel.: 0921 7575838, E-Mail: stasch@bbg-gruppe.de). Alle weiteren AssCompact Studien können unter www.asscompact-studien.de bezogen werden. ■