

## GEWERBLICHES SCHADEN-/UNFALLGESCHÄFT 2025

Marktstudie - Studienflyer

Ergebnisse aus einer Befragung von  
Assekuranz- und Finanzvermittlern

August 2025



Ihr Partner für erfolgreiche Kontakte

**bbg**

**Betriebsberatungs GmbH**

**Bindlacher Straße 4**

**95448 Bayreuth**

**Telefon:** +49 (0) 921 75758-0

**Telefax:** +49 (0) 921 75758-20

**Mail:** [info@bbg-gruppe.de](mailto:info@bbg-gruppe.de)

**Web:** [www.bbg-gruppe.de](http://www.bbg-gruppe.de)

**Geschäftsführung:** Dr. Lisa Knörrer, Tobias Knörrer

**Ansprechpartner:** Dr. Mario Kaiser,  
Sebastian Sommerer

**Wissenschaftlicher Beirat:**  
Professor Dr. Matthias Beenken (FH Dortmund)

# Hinweise zur Nutzung

Diese Studie ist einschließlich aller Bestandteile (insbesondere Abbildungen) urheberrechtlich geschützt. Verwertungen, die nicht ausdrücklich gemäß den Bestimmungen des Urheberrechts zugelassen sind, bedürfen der vorherigen schriftlichen Zustimmung der Herausgeber. Insbesondere gilt dies für Vervielfältigungen, Verbreitungen, Bearbeitungen (insbesondere Übersetzungen) sowie jegliche elektronische Verarbeitung, insbesondere die elektronische Publikation.

Eine Weitergabe an Dritte, insbesondere andere Unternehmen innerhalb des Konzerns, ist nicht gestattet. Sie können zu besonderen Konditionen eine Konzernlizenz erwerben, mit der eine Weitergabe innerhalb des Konzerns möglich ist. Sprechen Sie uns diesbezüglich gerne an.

Basis für die Erstellung dieser Studie sind die Antworten der Befragten. Die Herausgeber haben sich auf die Richtigkeit der Antworten verlassen. Eine Überprüfung der Konsistenz ist erfolgt, bei Bedarf wurde eine Korrektur durchgeführt. Die Vollständigkeit und Richtigkeit der Daten wurde jedoch nicht zusätzlich durch einen unabhängigen Dritten geprüft.

Die jeweils angegebenen Punkte, Zahlen und Prozentwerte wurden gerundet. Daher können im Ergebnis Rundungsdifferenzen entstehen.

Das Untersuchungsdesign und methodisches Vorgehen zur Befragung von Assekuranz- und Finanzvermittlern wurde gesondert in einem Dokument zusammengefasst und steht unter dem folgenden Link zur Verfügung: [www.asscompact-studien.de](http://www.asscompact-studien.de). Käufer der Studie dürfen auf dieses Dokument verlinken, um Verbrauchern - im Falle der Siegelnutzung - die Möglichkeit zur Kenntnisnahme, zur Prüfung der Ergebnisse und zur Prüfung der Prüfungssystematik zu geben. Eine anderweitige Nutzung ist nicht zulässig.

Soweit nicht anders vereinbart, unterliegt das Nutzungsrecht des von AssCompact vergebenen Siegels bei dem jeweiligen Unternehmen keinem Ablaufdatum und ist unbegrenzt nutzbar. Die Nutzungserlaubnis kann jedoch jederzeit von AssCompact widerrufen werden. Insbesondere bei Missbrauch behält sich AssCompact vor, das jeweilige Unternehmen zur Löschung des vergebenen Siegels aufzufordern bzw. die mit Siegel gedruckten Unterlagen zu vernichten.



**AssCompact**  
— AWARD —

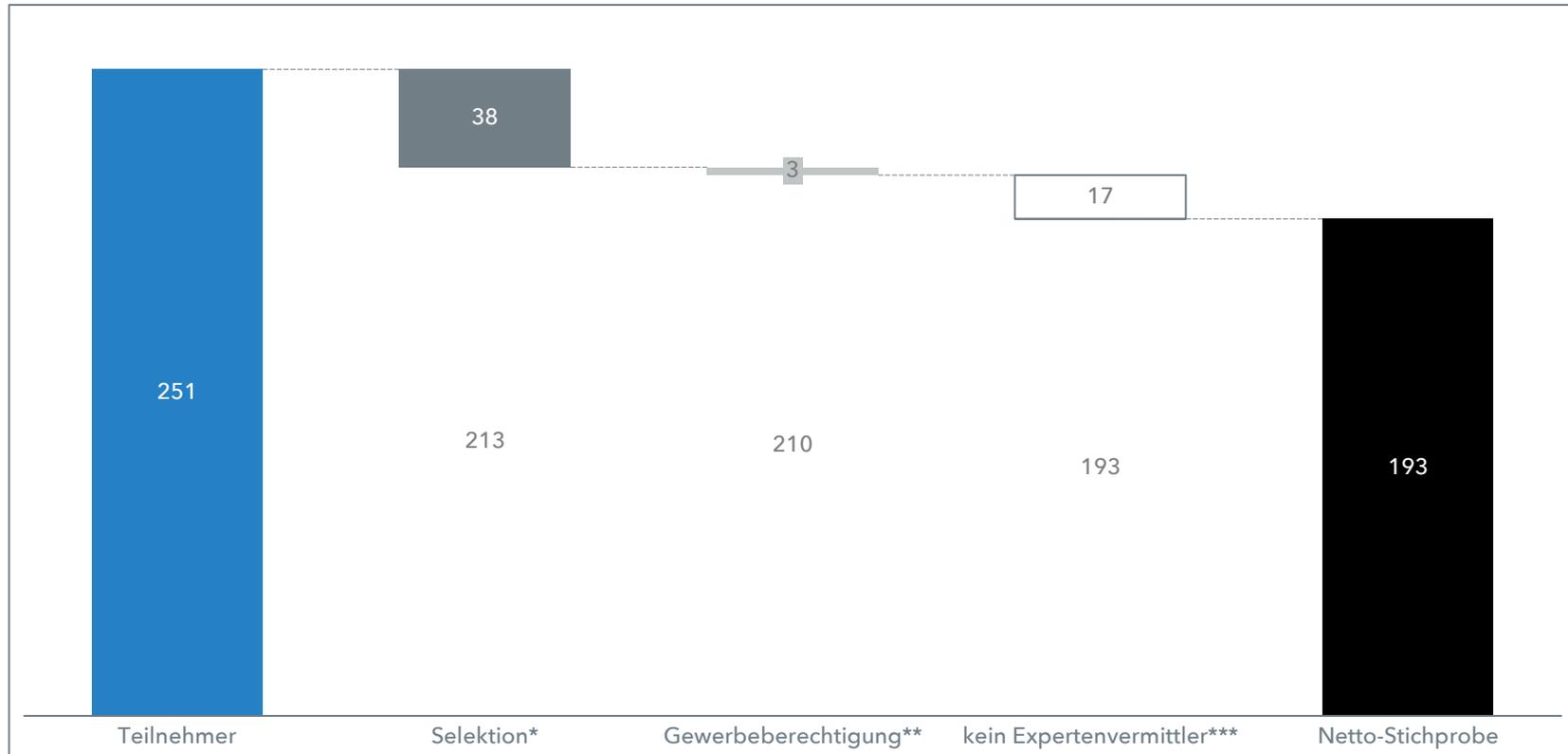
# UNTERSUCHUNGSDESIGN & METHODISCHES VORGEHEN

# 2. Untersuchungsdesign & methodisches Vorgehen

- Deskriptives Untersuchungsdesign
- Standardisierte Online-Befragung vom 04.06.2025 bis 16.06.2025
- Konzentrationsverfahren
- Stichprobe: N = 251
- Netto-Stichprobe: n = 193
- Zielgruppe:
  - Vermittler aus der Finanz- und Versicherungsbranche mit Zulassung nach (Mehrfachnennungen möglich):
    - 87,6% Versicherungsmakler mit Erlaubnis nach § 34d Abs.1 Nr.2 GewO
    - 20,7% Immobiliendarlehensvermittler nach § 34i Abs.1 S.1 GewO
    - 19,7% Finanzanlagevermittler nach § 34f Abs.1 GewO
  - Vermittler aus der Finanz- und Versicherungsbranche mit ...
    - ... einem Durchschnittsalter von 57,8 Jahren
    - ... einer Branchenerfahrung von 30,4 Jahren
    - ... einer Geschlechtsverteilung von 11,4% weiblichen Vermittlerinnen und 88,6% männlichen Vermittlern
- Sehr gutes Abbild der Finanz- und Versicherungsvermittler hinsichtlich der Alters- und Geschlechtsstruktur

# 2. Untersuchungsdesign & methodisches Vorgehen

## Umfrageteilnehmer



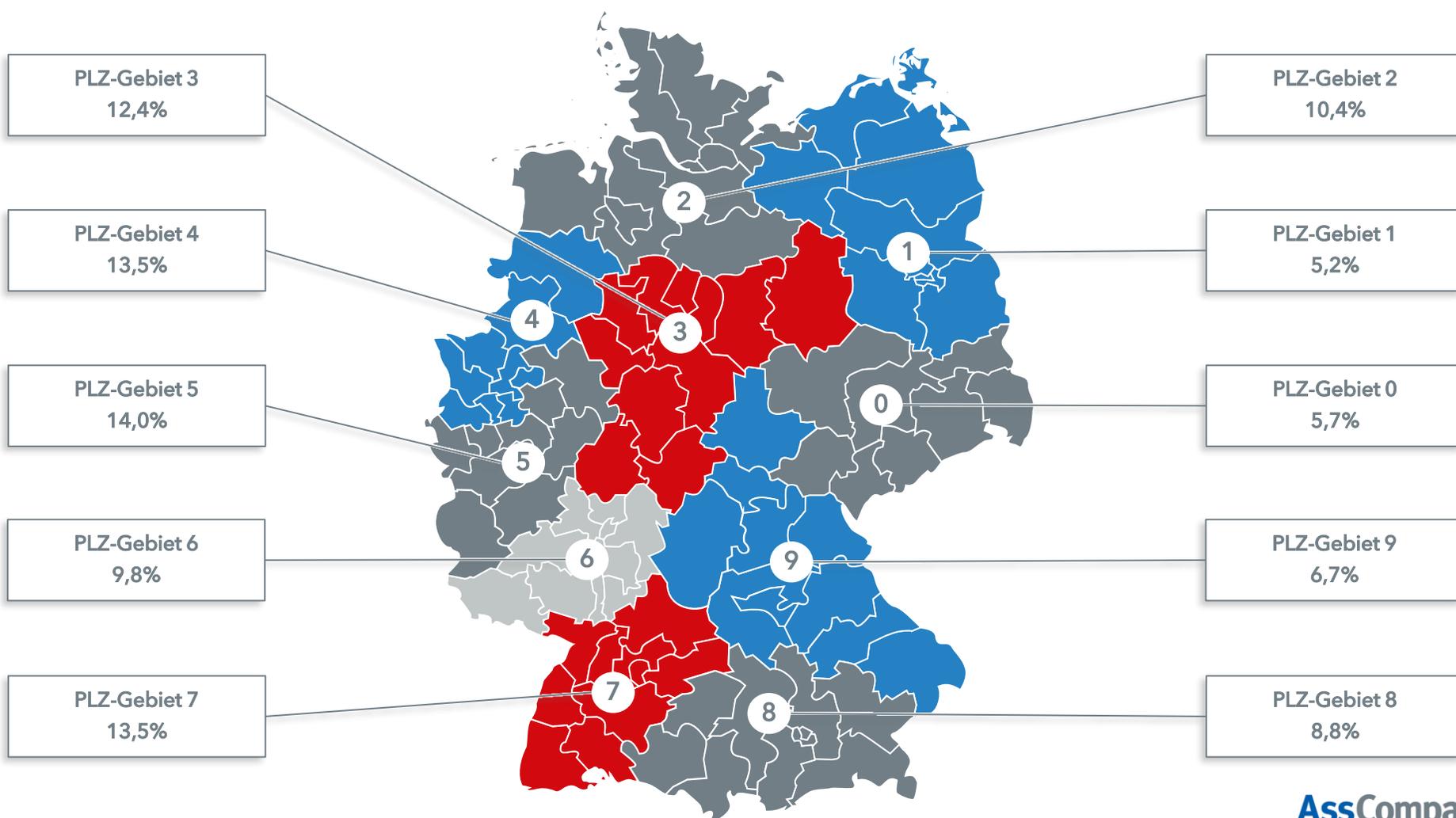
\*Selektionskriterien: unrealistische Beantwortungsdauer, Abbruch nach wenigen Fragen, keine Zielgruppe

\*\*Gewerbeberechtigung: Antwortoption "Gebundener Versicherungsvertreter"

\*\*\*kein Expertenvermittler: Antwortoption "Ich vermittele keine der aufgelisteten Produkte."

# 2. Untersuchungsdesign & methodisches Vorgehen

Regionale Verteilung der Befragten (n = 193)



# 2. Untersuchungsdesign & methodisches Vorgehen

## Ziele der Untersuchung 2025

- Die **Qualitätsmessung der Anbieter aus Sicht der unabhängigen Vermittler** ist ein wichtiger Indikator zur Wettbewerbsanalyse.
- Dieses **Benchmarking** dient einerseits zum **Leistungsvergleich** mit der Konkurrenz. Andererseits eignet es sich zur **Prognose** möglicher Konkurrenzreaktionen auf ein verändertes Preis-Qualitäts-Angebot der betrachteten Anbieter.
- Daher werden in der Befragung folgende **Ziele** verfolgt:
  - Ermittlung eines Rankings
  - Ermittlung der Höhe des Geschäftsanteils ("Share of Wallet")
  - Ermittlung der wichtigsten Einflussgrößen auf den Unternehmenserfolg
  - Ermittlung der Zufriedenheit der Makler und Mehrfachvertreter mit den Anbietern (Qualitative Bewertung anhand von Leistungskriterien)
  - Ermittlung der Einstellungsloyalität
  - Ermittlung der Marktpositionierung
  - Ermittlung von Stärken und Schwächen
  - Ermittlung der Einstellung hinsichtlich marktrelevanter Fragestellungen
- Die **Studie „AssCompact AWARD - Gewerbliches Schaden-/Unfallgeschäft 2025“** liefert **zentrale Erkenntnisse zur Einordnung im Wettbewerb**. Die Gesellschaften können somit ihre eigene Leistung **mit den Leistungen der Konkurrenz vergleichen** und **zielorientierte Maßnahmen implementieren**.



# 2. Untersuchungsdesign & methodisches Vorgehen

## Bewertungsschema 2025

- Basis des Rankings ist der etablierte **Share of Wallet (SoW)**, also die Verteilung der Geschäftsanteile auf die Gesellschaften.
- Die qualitative Bewertung der Produktgeber basiert auf **14 Leistungskriterien (LK)**. Der Einsatz einer **100er Skala** in diesem Zusammenhang ermöglicht ein feinstufiges Qualitätsurteil.
- Zur Ermittlung der **Relevanz der Leistungskriterien** wird eine Regressionsanalyse durchgeführt. Dabei werden die Wichtigkeiten der Leistungskriterien statistisch geschätzt.
- Neben den **Top-3-platzierten Gesellschaften** gemäß SoW pro untersuchtem Bereich werden auch die jeweils **besten Anbieter pro Leistungskriterium** mit einem Siegel ausgezeichnet



Bestes Image | Bester Digitalisierungsgrad  
Beste Produktqualität | Beste Tarifflexibilität  
Bestes Preis-Leistungs-Verhältnis | Beste dezentrale Vertriebsunterstützung  
Beste zentrale Vertriebsunterstützung | Bester Angebotsrechner  
Beste Risikomanagementberatung | Beste Angebotsunterlagen | Beste Abwicklung im Neugeschäft  
Bester Bestandskundenservice | Beste Schadenregulierung | Beste Courtageausgestaltung



- Die Einstellungsloyalität der unabhängigen Vermittler wird anhand des **Net-Promoter-Score** (= Netto-Weiterempfehlungswert) abgebildet.
- Jeder Umfrageteilnehmer kann den Anbietern in einer offenen Antwortform **direktes Feedback** und **konstruktive Hinweise zur Verbesserung** mitteilen.
- Daher werden in der Befragung folgende **Ziele** verfolgt:
  - Benchmark der Leistungskriterien
  - Erweiterung zur Analyse der Wichtigkeiten pro Leistungskriterium
  - Abratungen und Abratungsgründe
  - Verteilung der Geschäftsanteile
  - Konstruktives Feedback



**AssCompact**  
— AWARD —

**BEWERTUNGSSCHEMA**



# 3.1 Bewertungsschema

## Zufriedenheitsanalyse anhand der Leistungskriterien

### Überblick

**1**

AssCompact AWARD

Wie hoch war in einem der Anteil Ihres Geschäfts mit den folgenden Gesellschaften nach Stück innerhalb der letzten 12 Monate?  
Betrachten Sie den Bereich XY:

Bitte wählen Sie 10%. Wenn Sie mit einigen Gesellschaften keine Verträge bzw. Auftragverträge abschließen, dann lassen Sie alle das Feld für:

% UNTERNEHMEN 1     % UNTERNEHMEN 6     % UNTERNEHMEN 11  
 % UNTERNEHMEN 2     % UNTERNEHMEN 7     % UNTERNEHMEN 12  
 % UNTERNEHMEN 3     % UNTERNEHMEN 8     % UNTERNEHMEN 13  
 % UNTERNEHMEN 4     % UNTERNEHMEN 9     % UNTERNEHMEN 14  
 % UNTERNEHMEN 5     % UNTERNEHMEN 10     % UNTERNEHMEN 15  
 % SONSTIGER ANBIETER

100 % von 100%  
Bitte nennen Sie den "sonstigen Anbieter":  
Unternehmen XY

<| zurück    weiter >

**2**

AssCompact AWARD

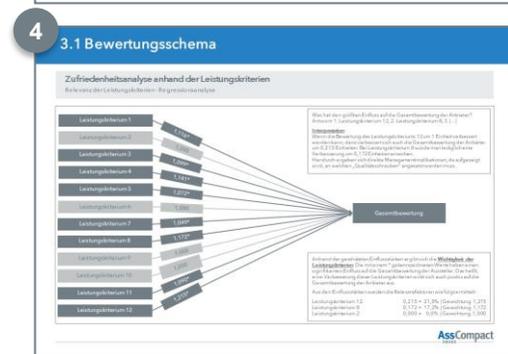
Wievielfach stimmen Sie als unabhängiger Vermittler folgender Aussage zu?  
Insgesamt betrachtet ist die Qualität sehr gut.

Bitte teilen Sie uns Ihre Zustimmung mit, indem Sie den Regler mit der Maus bewegen. Alternativ können Sie auch einen Wert manuell eingeben.

keine Zustimmung    volle Zustimmung    kann ich nicht beurteilen

Unternehmen 1 (Bereich XY)    0%    100%  
Unternehmen 2 (Bereich XY)    0%    100%  
Unternehmen 3 (Bereich XY)    0%    100%

<| zurück    weiter >



**3**

3.1 Bewertungsschema

Zufriedenheitsanalyse anhand der Leistungskriterien  
Index Gesamtbewertung (GZB): Angegebene Daten für den Bereich XY

Leistungskriterium	Relevanzfaktor	Relevanzstandardabweichung	Relevanzkoeffizient	Relevanzstandardabweichung												
Unternehmen 1	0,045	0,213	0,045	0,213	0,045	0,213	0,045	0,213	0,045	0,213	0,045	0,213	0,045	0,213	0,045	0,213
Unternehmen 2	0,045	0,213	0,045	0,213	0,045	0,213	0,045	0,213	0,045	0,213	0,045	0,213	0,045	0,213	0,045	0,213
Unternehmen 3	0,045	0,213	0,045	0,213	0,045	0,213	0,045	0,213	0,045	0,213	0,045	0,213	0,045	0,213	0,045	0,213
Gesamtwert	0,045	0,213	0,045	0,213	0,045	0,213	0,045	0,213	0,045	0,213	0,045	0,213	0,045	0,213	0,045	0,213

Die Durchschnittswerte je Anbieter und Leistungskriterium werden in einem Relevanzfaktor (Regressionskoeffizient) und in einer Relevanzstandardabweichung summiert.

Unternehmen 1    100  
Unternehmen 2    100  
Unternehmen 3    100

AssCompact

### Bewertungsansatz Gesamtzufriedenheit

1. Alle Anbieter, die  $\geq 5\%$  SoW erhalten, werden in einen Lostopf gelegt, aus dem maximal 3 Anbieter zufällig gezogen werden. Hierdurch wird der Aufwand der Umfrageteilnehmer reduziert und eine Gleichverteilung der Antworten über die Gesellschaften angestrebt.
2. Die Vermittler werden gebeten, ihre Zufriedenheit mit den Anbietern auf Basis von 14 Leistungskriterien anhand einer 100er-Skala zu bewerten.
3. Die Durchschnittswerte je Anbieter und Leistungskriterium werden mit einem Relevanzfaktor gewichtet und zu einer Gesamtbewertung summiert.
4. Die Relevanz eines Leistungskriteriums wird auf Basis einer Regressionsanalyse statistisch geschätzt.

# 3.1 Bewertungsschema

## Zufriedenheitsanalyse anhand der Leistungskriterien

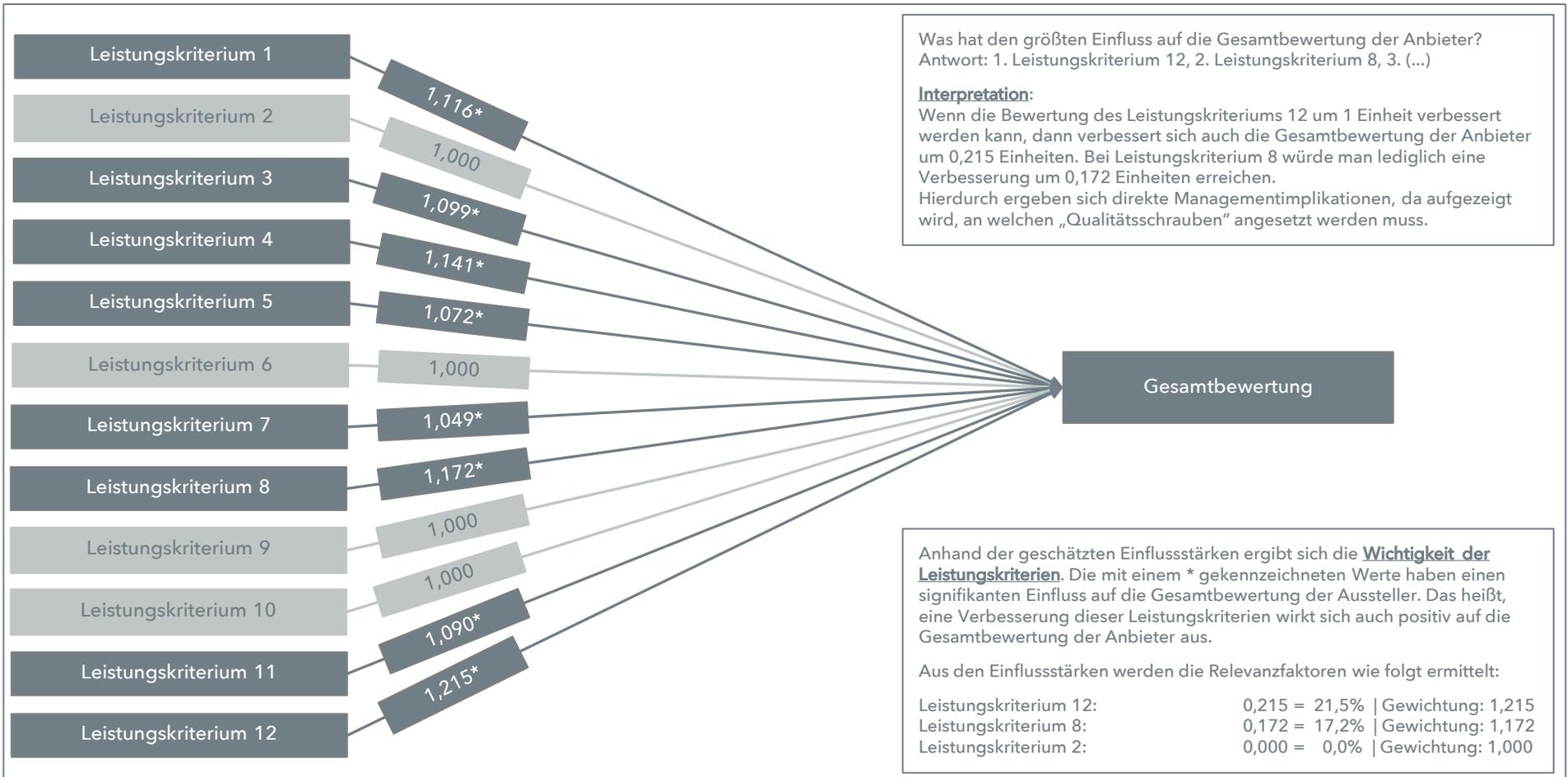
Leistungskriterien

Dimension	Kriterium	Beispiele
Unternehmensführung	Image	Bekanntheit, Vertrauen, Sympathie, positive Erfahrungsberichte, Zuverlässigkeit ...
	Digitalisierungsgrad	Aktualität der digitalen Services, schnelle und flexible Kommunikation, Dunkelverarbeitung, elektronische Abwicklung, Extranet, FAQs, Newsletter, Online-Tools, Schnittstellen ...
Produktmanagement	Produktqualität	Transparenz, Beständigkeit des Tarifwerkes, Anpassungsklauseln ...
	Tarifflexibilität	Tarifierungsmöglichkeiten, Zielgruppentarife, SB-Varianten ...
	Preis-Leistungs-Verhältnis	-
Vertriebsunterstützung	Dezentrale Vertriebsunterstützung	Persönlicher Ansprechpartner/Maklerbetreuer: Fach-/Sozial-/Entscheidungskompetenz, Konstanz in der Betreuung, Lösungsorientierung, Erreichbarkeit ...
	Zentrale Vertriebsunterstützung	Service-Hotline, Fachinformationen, Kundeninformationen, Vertriebsstories, Beratungshilfen, Marketing-Material, Schulungsangebot ...
	Angebotsrechner	Benutzerfreundlichkeit, Aktualität, Online/Offline-Verfügbarkeit, Plattformneutralität, Kompatibilität ...
	Risikomanagementberatung	Unterstützung bei der Risikoanalyse vor Vertragsschluss ...
Abwicklungservice	Angebotsunterlagen	Aktualität, Vollständigkeit, Korrektheit, Übersichtlichkeit, Verständlichkeit, Praktikabilität, Produktinformationsblatt ...
	Abwicklung im Neugeschäft	Korrektheit und Verständlichkeit der Policen, Schnelligkeit und Zuverlässigkeit der Antragsbearbeitung, Nachvollziehbarkeit von Annahmeentscheidungen ...
	Bestandskundenservice	Adressänderungen, Änderung von Inkassodaten, Vertragsänderungen, Fragen zum Deckungsumfang ...
	Schadenregulierung	Reaktionszeiten, kontinuierliche Rückmeldung über den Prozess / Stand der Schadenbearbeitung, Vermittlung von Dienstleistern, Serviceleistungen, Regulierungsaufwand, Unterstützung vor Ort, Begründung des Leistungsentscheids ...
	Courtageausgestaltung	Flexibilität der Modelle, Abwicklung, Zuverlässigkeit, Transparenz, Verständlichkeit ...

# 3.1 Bewertungsschema

## Zufriedenheitsanalyse anhand der Leistungskriterien

Relevanz der Leistungskriterien - Regressionsanalyse



# 3.1 Bewertungsschema

## Net-Promoter-Score (NPS)

### Überblick

1

AssCompact AWARD

Auf einer Skala von 0-10, wie wahrscheinlich ist es, dass Sie die aufgeführten Gesellschaften einem befreundeten Kollegen weiterempfehlen?

Bitte kreuzen Sie an:

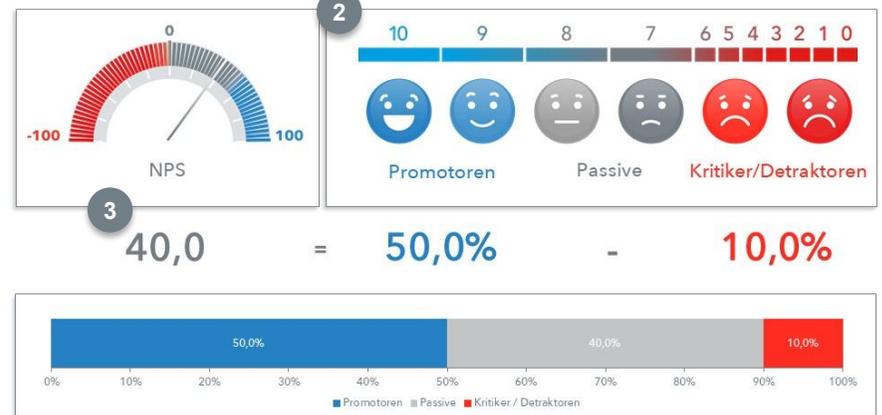
	sehr unwahrscheinlich					sehr wahrscheinlich					kann ich nicht beurteilen	
	(0)	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)		(10)
Unternehmen 1 (Bereich XY)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>					
Unternehmen 2 (Bereich XY)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>					
Unternehmen 3 (Bereich XY)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				

<| zurück weiter |>

## 3.2 Favoriten der Vermittler - Bereich XY

### 3.2.6 Analyse der Top-Anbieter

Unternehmen ABC | Net-Promoter-Score (NPS) (n = 40)



### Bewertungsansatz Net-Promoter-Score (NPS):

1. Die Vermittler werden gebeten auf einer Skala von 0-10 anzugeben, wie wahrscheinlich es ist, dass sie die aufgeführten Gesellschaften einem befreundeten Kollegen weiterempfehlen.
2. Anhand ihrer abgegebenen Bewertungen werden die Vermittler in drei Kategorien eingeteilt: Promotoren (10 & 9), Passive (8 & 7) und Kritiker/Detraktoren (6 - 0)
3. Der NPS wird berechnet, indem vom prozentualen Anteil der Promotoren der prozentuale Anteil der Kritiker/Detraktoren abgezogen wird.



**AssCompact**  
— AWARD —

**ANSCHAULICHE AUFBEREITUNG DER ERGEBNISSE**

# AWARD-Sieger "Share of Wallet"

Welche Anbieter können die meisten Geschäftsanteile in den Bereichen „Betriebs-/Berufshaftpflicht“ und „Gewerbliche Sachversicherung“ verbuchen?

**AssCompact AWARD**

Wie hoch war in etwa der Anteil Ihres Geschäfts mit den folgenden Gesellschaften nach Stück innerhalb der letzten 12 Monate?  
Betrachten Sie den Bereich XY:

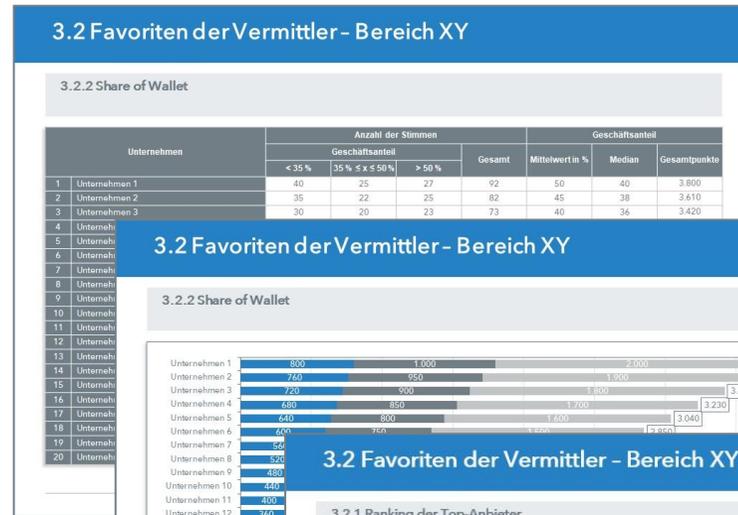
Bitte verteilen Sie 100%. Wenn Sie mit einigen Gesellschaften keine Verträge bzw. Courtagenahmen erzielt haben, dann lassen Sie bitte das Feld frei!

<input type="checkbox"/> % UNTERNEHMEN 1	<input type="checkbox"/> % UNTERNEHMEN 6	<input type="checkbox"/> % UNTERNEHMEN 11
<input type="checkbox"/> % UNTERNEHMEN 2	<input type="checkbox"/> % UNTERNEHMEN 7	<input type="checkbox"/> % UNTERNEHMEN 12
<input type="checkbox"/> % UNTERNEHMEN 3	<input type="checkbox"/> % UNTERNEHMEN 8	<input type="checkbox"/> % UNTERNEHMEN 13
<input type="checkbox"/> % UNTERNEHMEN 4	<input type="checkbox"/> % UNTERNEHMEN 9	<input type="checkbox"/> % UNTERNEHMEN 14
<input type="checkbox"/> % UNTERNEHMEN 5	<input type="checkbox"/> % UNTERNEHMEN 10	<input type="checkbox"/> % UNTERNEHMEN 15
		<input type="checkbox"/> 100 % SONSTIGER ANBIETER

100 % von 100%

Bitte nennen Sie den "sonstigen Anbieter":

<| zurück weiter |>



# Individuelle Analysen und Benchmarks auf Unternehmensebene

Welche Anbieter wurden aus Sicht der Makler und Mehrfachvertreter am besten bewertet?  
 Wo sind die Stärken und Schwächen der Anbieter? Was zeichnet die Anbieter aus?  
 Wie sind die unabhängigen Vermittler einem Anbieter gegenüber eingestellt?

**AssCompact AWARD**

Inwiefern stimmen Sie als unabhängiger Vermittler folgender Aussage zu?

Insgesamt betrachtet ist die Qualität sehr gut.

Bitte teilen Sie uns Ihre Zustimmung mit, indem Sie den Regler mit der Maus bewegen. Alternativ können Sie auch einen Wert manuell eingeben.

keine Zustimmung | volle Zustimmung | kann ich nicht beurteilen

Unternehmen 1 (Bereich XY) 0% | 83% | 100%

Unternehmen 2 (Bereich XY) 0% | 81% | 100%

Unternehmen 3 (Bereich XY) 0% | 82% | 100%

<| zurück | weiter >|

**AssCompact AWARD**

Auf einer Skala von 0-10, wie wahrscheinlich ist es, dass Sie die aufgeführten Gesellschaften einem befreundeten Kollegen weiterempfehlen?

Bitte kreuzen Sie an.

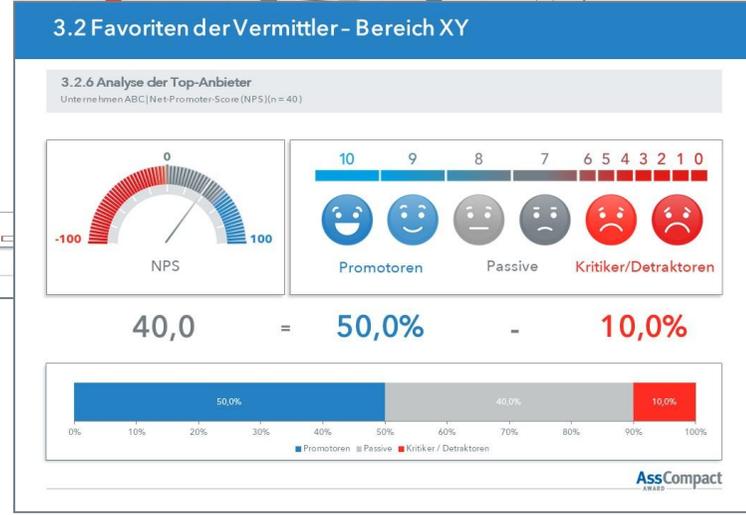
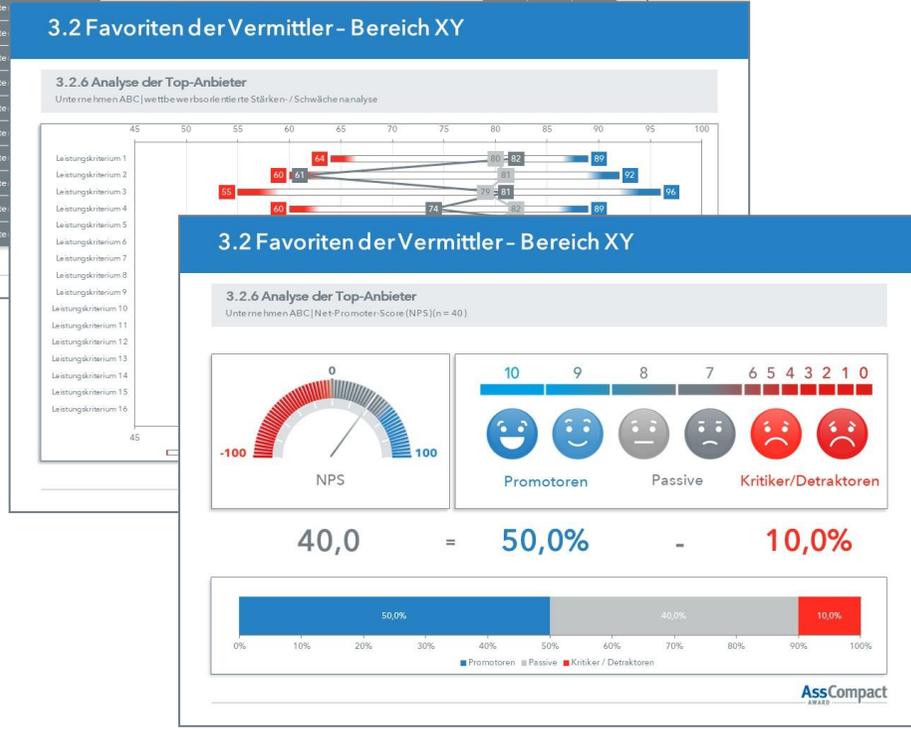
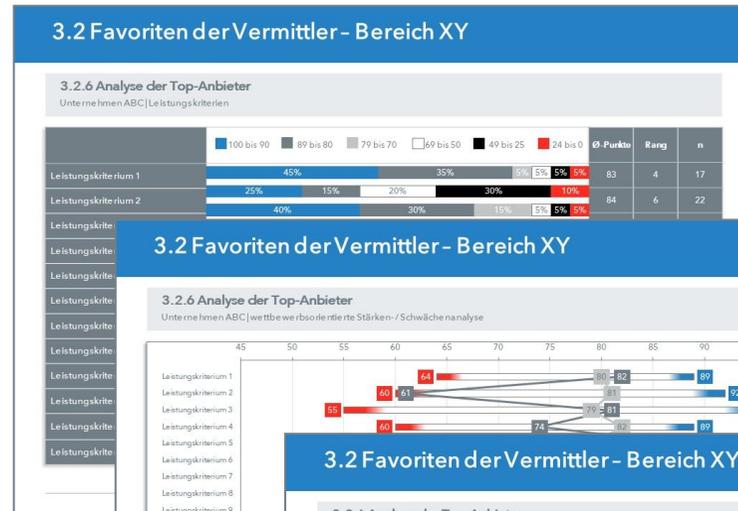
sehr unwahrscheinlich | sehr wahrscheinlich | kann ich nicht beurteilen

Unternehmen 1 (Bereich XY)

Unternehmen 2 (Bereich XY)

Unternehmen 3 (Bereich XY)

<| zurück | weiter >|



# Individuelle Analysen und Benchmarks auf Unternehmensebene

Wie schneidet das Unternehmen im Vergleich zu den anderen Unternehmen ab? (Wettbewerbsanalyse)  
 Von wem raten die unabhängigen Vermittler ab? Und Warum?  
 Auf welche Leistungskriterien legen die Makler und Mehrfachvertreter besonderen Wert?

**AssCompact AWARD**

Welche Leistungskriterien sind Ihnen am wichtigsten bzw. am unwichtigsten?

Sie wählen für jeweils zwei zu drei Leistungskriterien aus, die Ihnen am wichtigsten (bis zu einer maximal 3 plus 3) und am unwichtigsten (bis zu einer maximal 3 minus 3) sind. Wenn Sie alle Leistungskriterien als gleich wichtig ansehen, dann klicken Sie bitte auf "Für mich sind alle Leistungskriterien gleich wichtig".

Für mich sind alle Leistungskriterien gleich wichtig.

	am wichtigsten (max. 3)	am unwichtigsten (max. 3)
<b>Image</b> z. B. Bekanntheit, Vertrauen, Sympathie, positive Erfahrungsberichte, Zuverlässigkeit ...	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>Digitalisierungsgrad</b> z. B. Aktualität der digitalen Services, schnelle und flexible Kommunikation, Dunkelverarbeitung, elektronische Abwicklung, Content, FAQs, Remote-Chat, Online Tools, Schnittstellen ...	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>Produktqualität</b> z. B. Transparenz, Beständigkeit des Tarifvertrages, Anpassungsfähigkeit ...	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>Tarifflexibilität</b> z. B. Tarifanpassungsmöglichkeiten, Zielgruppenanpassung, SS-Verfahren ...	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**AssCompact AWARD**

Von welchen Gesellschaften raten Sie im Bereich XY ab?

Unternehmen 1: >>>  
 Unternehmen 2: >>>  
 Unternehmen 3: >>>  
 Unternehmen 4: >>>

Der Anbieter von dem Sie abraten möchten ist nicht in unserer Liste? Dann tragen Sie diesen bitte in das offene Textfeld ein.  
 Unternehmen ABC

<| zurück weiter >|

**AssCompact AWARD**

Warum raten Sie von dem ausgewählten Unternehmen ab?

Markenführung möglich:

Unternehmensführung

	Image	Digitalisierungsgrad
Unternehmen ABC (Bereich XY)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Produktmanagement

	Produktqualität	Tarifflexibilität	Preis-Leistungs-Verhältnis
Unternehmen ABC (Bereich XY)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Vertriebsunterstützung

	Dezentrale Vertriebsunterstützung	Zentrale Vertriebsunterstützung	Angebotsrechner
Unternehmen ABC (Bereich XY)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Abwicklungsservice

	Angebotsunterlagen	Abwicklung im Gespräch	Bestandskundenservice	Schadensregulierung	Couragenebstellung
Unternehmen ABC (Bereich XY)	<input type="checkbox"/>				

<| zurück weiter >|

## 7.2 Individualanalyse - Bereich XY

### 7.2.1 Benchmark der Leistungskriterien

Leistungskriterien	Rang LK 2021	Rang LK 2020	Benchmark (Punkte)	Rang 2021	Punkte 2021 Δ zum Besten	Punkte 2020 Δ zum Besten	Rang 2020
Leistungskriterium 1	1	7	Unternehmen 1 (89) Unternehmen 2 (86) Unternehmen 3 (85)	3	86 Δ -4	67 Δ -21	12

### 7.2 Individualanalyse - Bereich XY

#### 7.2.4 Abratungen

Gibt es Gesellschaften von denen Sie im Bereich "Private Kfz-Versicherung" abraten würden?

### 7.2 Individualanalyse - Bereich XY

#### 7.2.2 Gewichtung der Leistungskriterien durch die Vermittler

Welche Leistungskriterien sind Ihnen am wichtigsten bzw. am unwichtigsten?

Leistungskriterien (Relevanz)	Ø Gewichtung über alle Anbieter	Ø Gewichtung der Makler, die den Anbieter vermittelt haben	Differenz der Gewichtungen
Leistungskriterium 10 (1,174)	3,10	3,00	-0,10 -
Leistungskriterium 5 (1,126)	3,88	4,30	+0,42 ++
Leistungskriterium 3 (1,107)	2,71	2,79	+0,08 o
Leistungskriterium 2 (1,090)	2,79	2,88	+0,09 o
Leistungskriterium 1 (1,085)	3,63	4,05	+0,43 ++
Leistungskriterium 4 (1,064)	3,27	3,24	-0,04 o
Leistungskriterium 9 (1,060)	2,92	3,00	+0,08 o
Leistungskriterium 7 (1,047)	2,85	2,88	+0,03 o
Leistungskriterium 6 (1,040)	2,85	2,88	+0,03 o
Leistungskriterium 12 (1,039)	2,79	2,60	-0,19 -
Leistungskriterium 8 (1,000)	3,03	3,00	-0,03 o
Leistungskriterium 11 (1,000)	2,98	3,24	+0,26 +

**Legende**

Differenz der Gewichtung			
++	wichtiger	> 0,3	
+	etwas wichtiger	0,1 bis 0,3	
o	gleichwertig	-0,1 bis 0,1	
-	etwas weniger wichtig	-0,3 bis -0,1	
--	weniger wichtig	< -0,3	

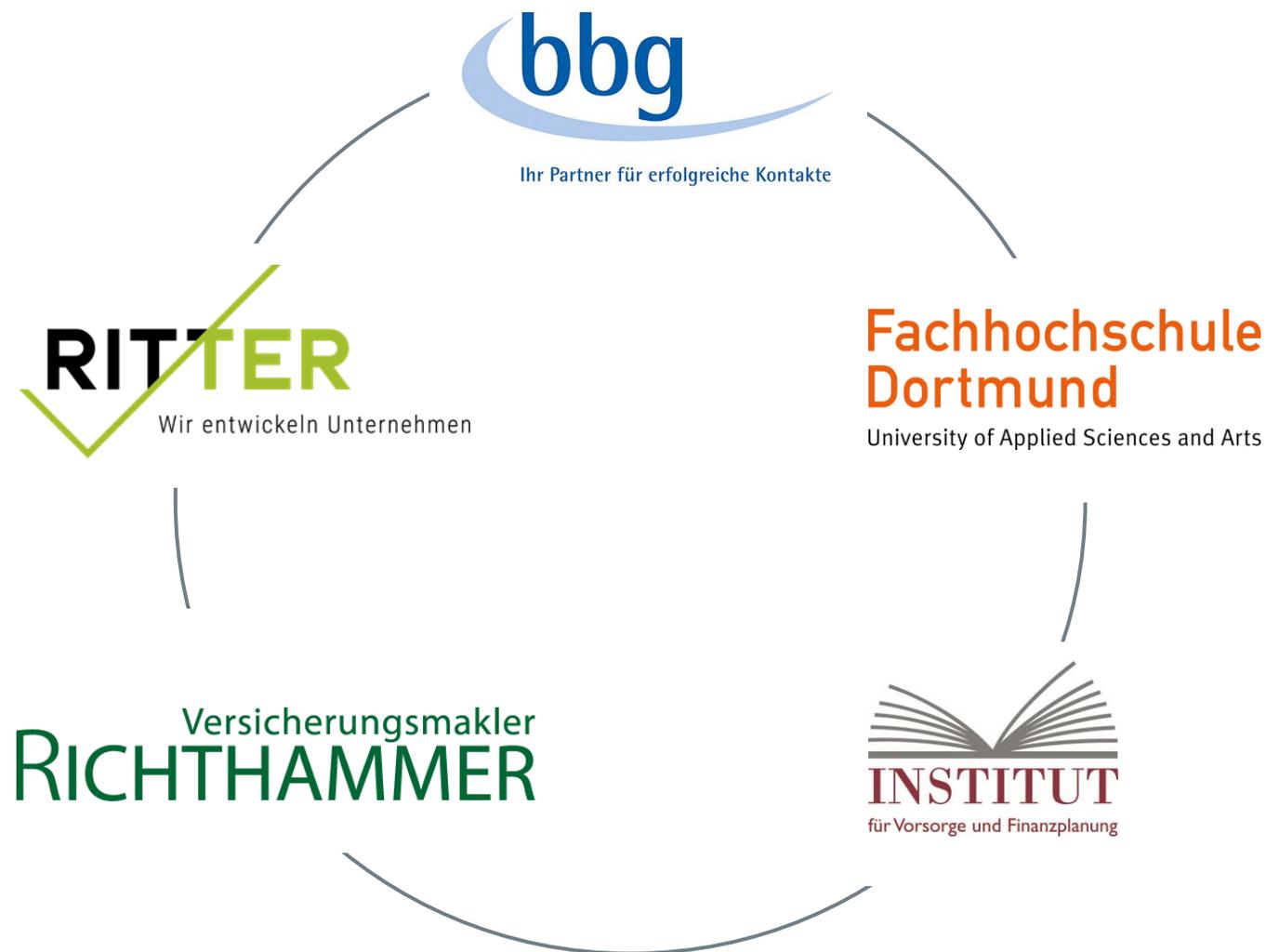
AssCompact AWARD



**AssCompact**  
— AWARD —

# UNTERNEHMENS DARSTELLUNG

# Kooperationspartner der bbg im Bereich Studien



Weitere Informationen zur AssCompact-Studienwelt finden Sie unter: [www.asscompact-studien.de](http://www.asscompact-studien.de)

Bei Fragen zu unseren AssCompact-Studien können Sie sich gerne an uns wenden!



**Dr. Mario Kaiser**

Head of Research

bbg Betriebsberatungs GmbH

Tel. +49 (0) 921 75758-33

[kaiser@bbg-gruppe.de](mailto:kaiser@bbg-gruppe.de)



**Sebastian Sommerer**

Research Consultant

bbg Betriebsberatungs GmbH

Tel. +49 (0) 921 75758-34

[sommerer@bbg-gruppe.de](mailto:sommerer@bbg-gruppe.de)

# 6. Bestellformular

AssCompact AWARD 2025	AssCompact TRENDS 2025
<input type="checkbox"/> Private Kranken- & Pflegeversicherung (Februar) (2.500 EUR)	<input type="checkbox"/> Ausgabe I (März) (1.500 EUR)
<input type="checkbox"/> Pools und Dienstleister (März) (2.500 EUR)	<input type="checkbox"/> Ausgabe II (Juni) (1.500 EUR)
<input type="checkbox"/> Private Kfz- & Flottenversicherung (April) (2.500 EUR)	<input type="checkbox"/> Ausgabe III (September) (1.500 EUR)
<input type="checkbox"/> BU/Arbeitskraftabsicherung (Mai) (2.500 EUR)	<input type="checkbox"/> Ausgabe IV (Dezember) (1.500 EUR)
<input type="checkbox"/> Betriebliche Altersversorgung (Juni) (2.500 EUR)	<input type="checkbox"/> inkl. Konzernlizenz (+ 600 EUR)
<input type="checkbox"/> Privates Schaden-/Unfallgeschäft (Juli) (2.500 EUR)	<hr/>
<input type="checkbox"/> Gewerbliches Schaden-/Unfallgeschäft (August) (2.500 EUR)	<input type="checkbox"/> Abonnement*** (25% Rabatt) (4.500 EUR)
<input type="checkbox"/> Private Vorsorge (Oktober) (2.500 EUR)	<input type="checkbox"/> inkl. Konzernlizenz*** (+ 1.500 EUR)
<input type="checkbox"/> Maklerservice (November)	
<input type="checkbox"/> 1 Bereich* _____ (2.500 EUR)	
<input type="checkbox"/> 4 Bereiche (3.400 EUR)	
<input type="checkbox"/> inkl. Konzernlizenz / Subsample-Analyse (Competitive Benchmark)** (+ 900 EUR)	

Voraussichtliche Veröffentlichungstermine (siehe Klammern). Alle Preise zzgl. aktuell gültiger MwSt.  
\* Auswahl aus den Bereichen: Betriebliche Altersversorgung, Private Vorsorge, PKV & Pflege, Schaden/Unfall.

\*\* Subsample-Analyse (Competitive Benchmark) falls verfügbar.

\*\*\* Das TRENDS-Abonnement verlängert sich automatisch um ein Jahr, es sei denn, Sie kündigen zum Jahresende.

## AuftraggeberIn

Unternehmen \_\_\_\_\_  
Name \_\_\_\_\_  
Abteilung, Funktion \_\_\_\_\_  
Straße, Hausnummer \_\_\_\_\_  
PLZ, Ort \_\_\_\_\_  
E-Mail-Adresse \_\_\_\_\_  
Datum, Unterschrift \_\_\_\_\_

## Rechnungsadresse (falls abweichend)

Unternehmen \_\_\_\_\_  
Name \_\_\_\_\_  
Abteilung, Funktion \_\_\_\_\_  
Straße, Hausnummer \_\_\_\_\_  
PLZ, Ort \_\_\_\_\_  
E-Mail-Adresse \_\_\_\_\_