

Maklertrendstudie 2012/2013

„Neue Herausforderungen meistern“

Fondspolicen:

Trends – Absatzpotenziale - Beratung – Garantien – Transparenz

durchgeführt von April bis Juni 2012
im Auftrag der maklermanagement.ag

Maklertrendstudie 2012/2013

Im Auftrag der maklermanagement.ag hat Towers Watson im Zeitraum April bis Juni 2012 die repräsentative Maklertrendstudie „Anforderungen von Maklern an fondsgebundene Produkte und Service der Anbieter“ durchgeführt.

Merkmale der Stichprobe:

- Ca. 300 unabhängige Vermittler
- Regionaler Querschnitt aus Deutschland gesamt
- Querschnitt aus kleineren, mittelständischen Maklern sowie Großmaklern

Ausgewählte Themenschwerpunkte:

- Produkt-, Anbieter- und Vertriebstrends von fondsgebundenen Produkten aus Maklersicht
- Anforderungen für den Vertrieb von fondsgebundenen Produkten
- Herausforderungen, die bewältigt werden müssen, um das Geschäft erfolgreich betreiben zu können
- Erfolgsaussichten der verschiedenen Produktgattungen und Produktinnovationen
- Anforderungen der Vermittler an neue Vertriebskonzepte, Service und Unterstützung



Themen

- 1 Fondspolicengeschäft, Beratungsverhalten und Transparenz
- 2 Absatzpotenziale, Produkttrends und Garantien



Themen

- 1 Fondspolicengeschäft, Beratungsverhalten und Transparenz
- 2 Absatzpotenziale, Produkttrends und Garantien

Die Makler gehen mehrheitlich davon aus, dass der Absatz biometrischer Risikoprodukte künftig an Bedeutung gewinnt.



„Wie beurteilen Sie die folgenden Aussagen?“

Ich erwarte, dass der Absatz biometrischer Risikoprodukte in den nächsten Jahren an Bedeutung gewinnt.



Der Absatz biometrischer Risikoprodukte hat in den letzten Jahren bereits deutlich zugenommen.



Es scheint sich abzuzeichnen, dass die Rechnungszinsänderung den Absatz fondsgebundener Produkte beflügelt.



Profiteure von der Einführung von Solvency II werden Anbieter fondsgebundener Produkte sein.



Seit der Rechnungszinsänderung ist der Absatz traditioneller Produkte deutlich zurückgegangen.

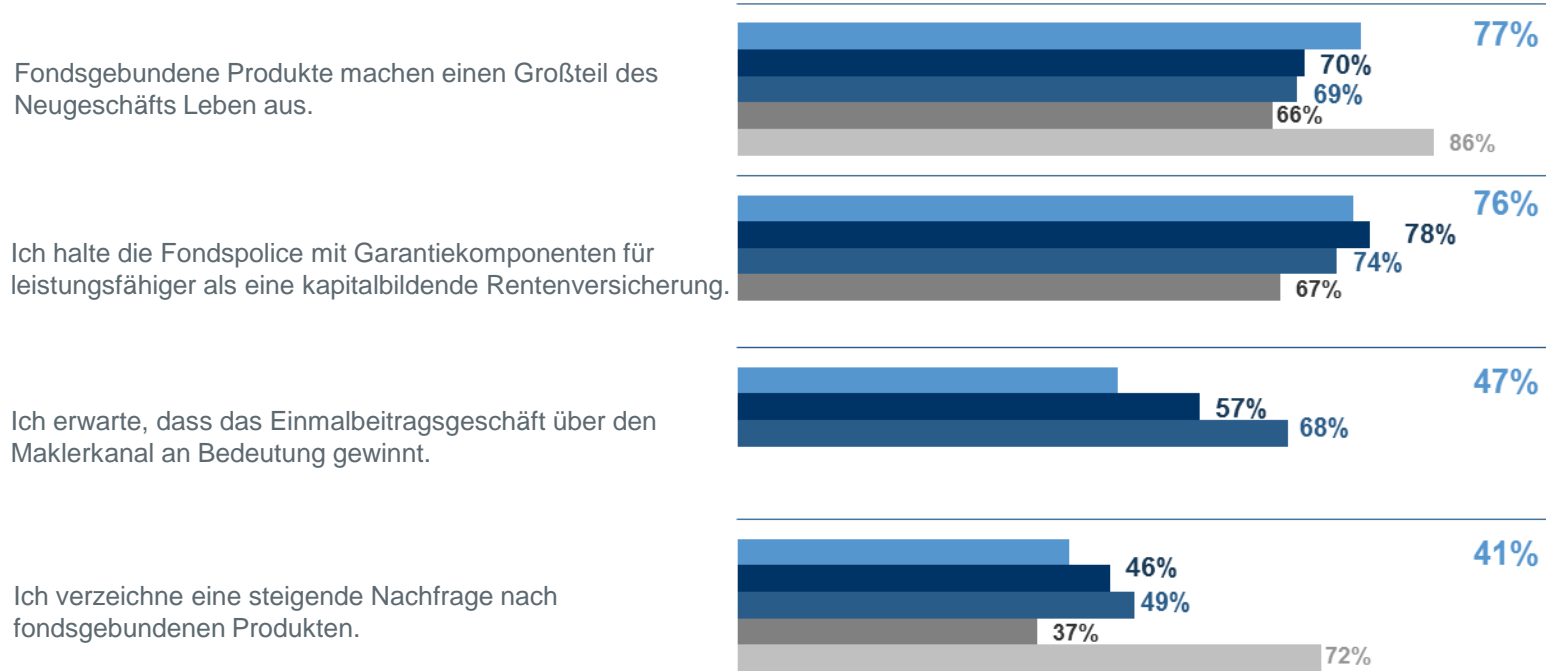


(„Stimme vollkommen zu“ und „stimme eher zu“ wurden zusammengefasst)

Für Makler sind Fondspolices ein wichtiger Bestandteil ihres Neugeschäfts.



„Wie beurteilen Sie die folgenden Aussagen?“



■ 2012 ■ 2011 ■ 2010 ■ 2009 ■ 2008

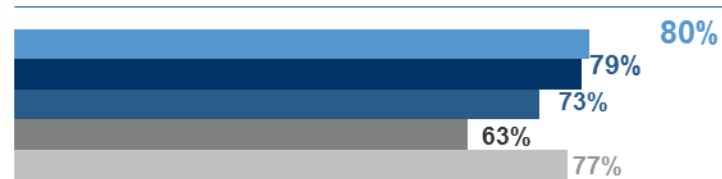
(„Stimme vollkommen zu“ und „stimme eher zu“ wurden zusammengefasst)

Schon im dritten Jahr in Folge erwarten die Makler, dass sich weitere Anbieter auf Fondspolice konzentrieren werden.

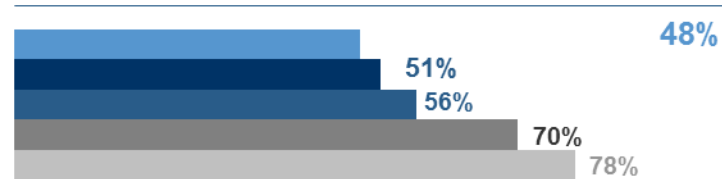


„Wie beurteilen Sie die folgenden Aussagen?“

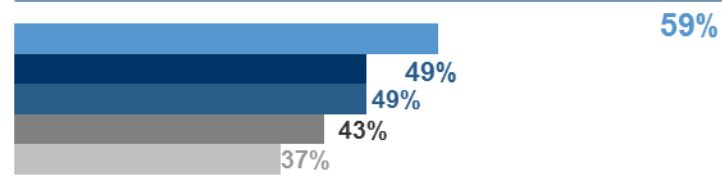
Ich erwarte, dass sich weitere Anbieter schwerpunktmäßig auf fondsgebundene Produkte konzentrieren.



Ich erwarte, dass Versicherer den Fondsanbietern Marktanteile abnehmen.



Bei fondsgebundenen Produkten vertraue ich eher deutschen Anbietern.



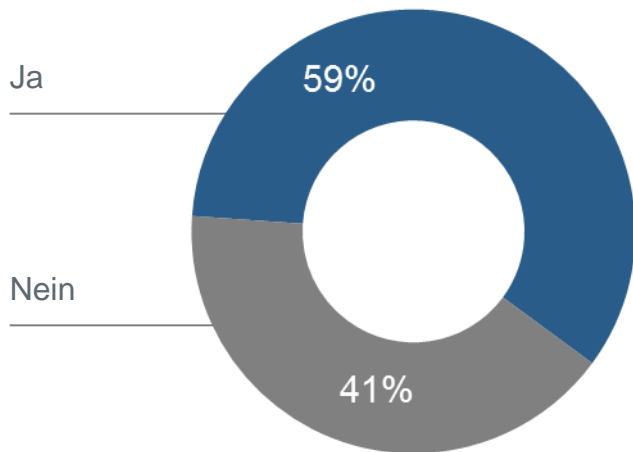
■ 2012 ■ 2011 ■ 2010 ■ 2009 ■ 2008

(„Stimme vollkommen zu“ und „stimme eher zu“ wurden zusammengefasst)

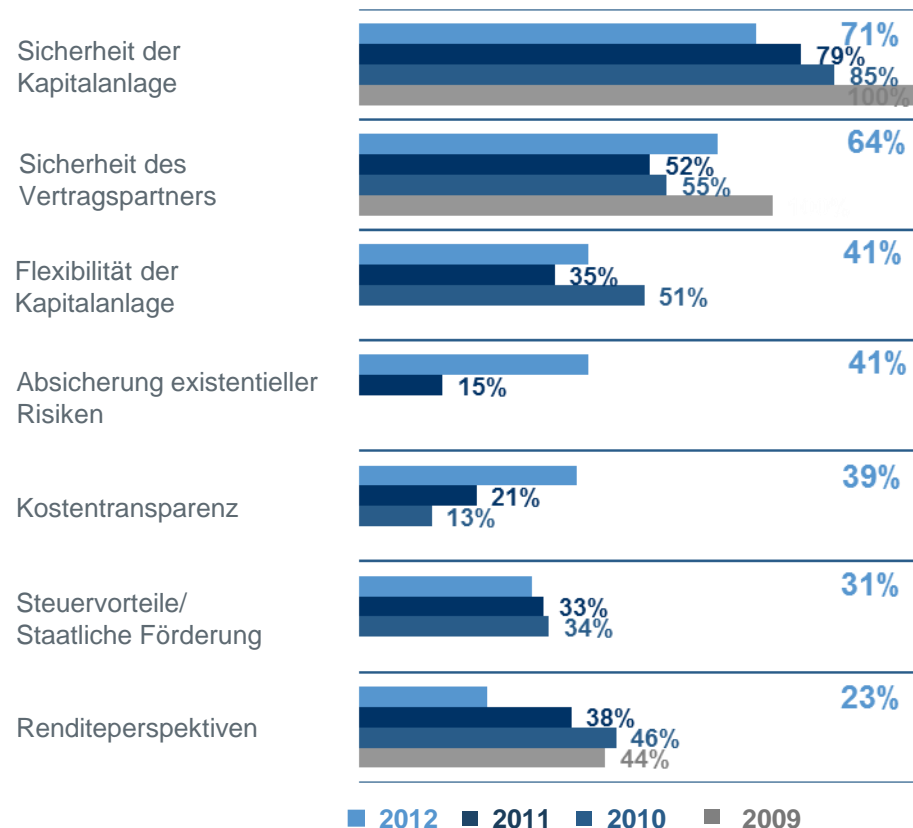
Der Beratungsbedarf bei den Kunden ist im Vergleich zum Vorjahr etwas gesunken. Die „Sicherheit des Vertragspartners“ gewinnt für Makler deutlich an Bedeutung.



„Stellen Sie gegenüber dem Vorjahr einen höheren Beratungsbedarf bei Ihren Kunden fest?“



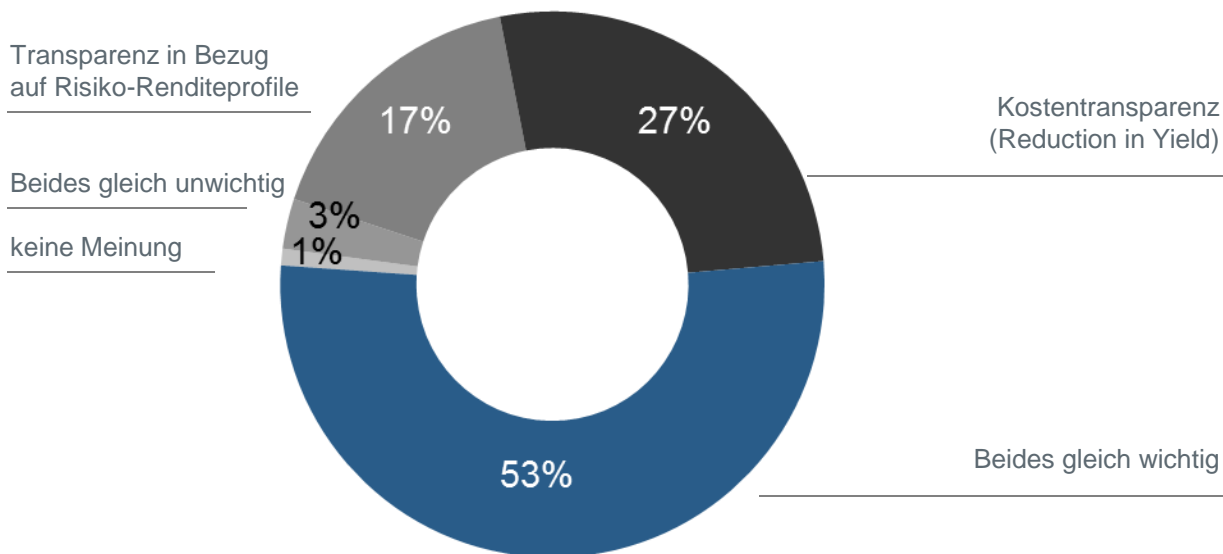
„Welche Themen sind Ihren Kunden besonders wichtig?“



Wie im Vorjahr ist für mehr als die Hälfte der Makler sowohl Transparenz in Bezug auf Risiko-Renditeprofile als auch Kostentransparenz in der Beratung wichtig.



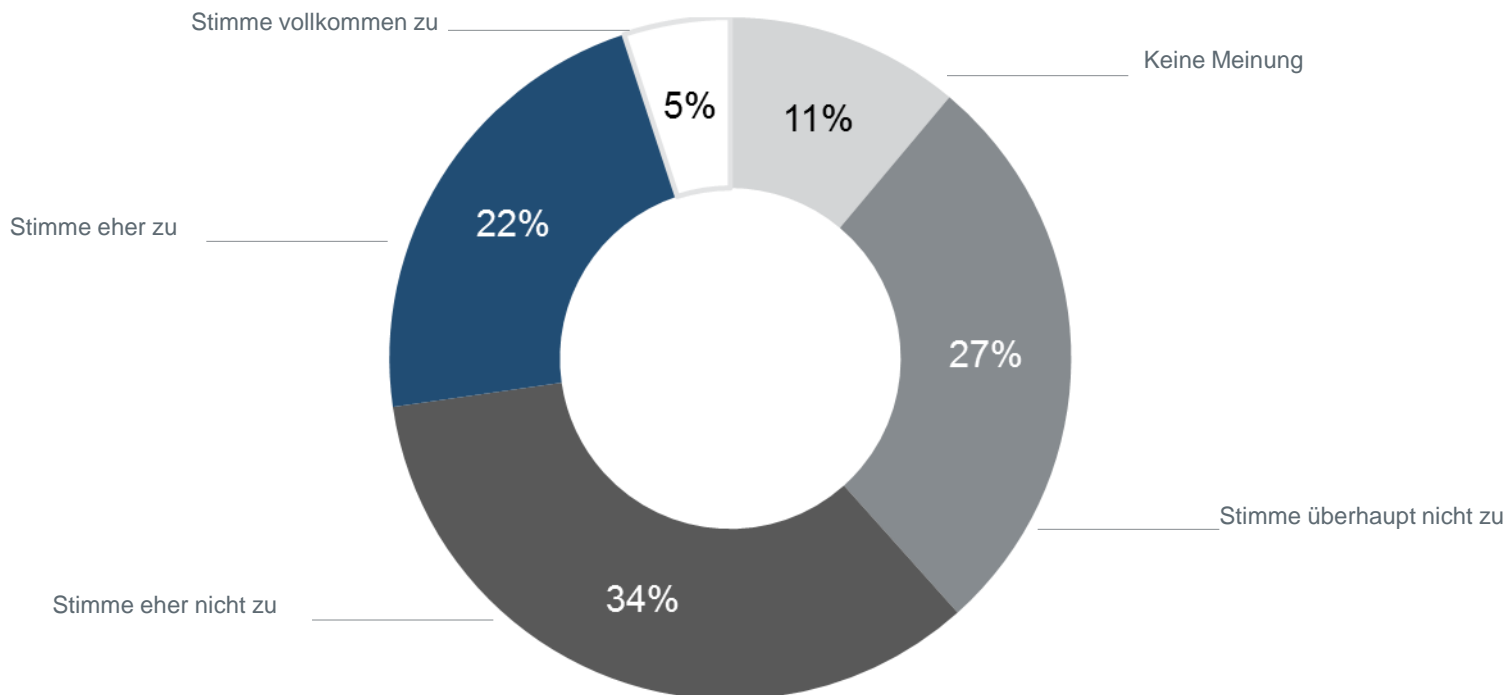
„Das Thema „Transparenz in der Beratung“ wird gegenwärtig intensiv in den Medien diskutiert. Welcher Aspekt der Transparenz ist Ihnen wichtiger?“



Die Makler sehen mehrheitlich in der Einführung des Produktinformationsblattes keine Vereinfachung.



„Die vom Bundesverbraucherschutzministerium geplante Einführung des erweiterten markteinheitlichen Produktinformationsblattes wird mir das Beratungsgespräch vereinfachen.“



Am wichtigsten ist es, dass die Risikoklassen im Produktinformationsblatt enthalten sind.



„Die folgenden Aspektesollten im Produktinformationsblatt enthalten sein.“

Darstellung der Risikoklasse des Anlageportfolios des Kunden (Risikoklassen 1-5)



(Aggregierte) Darstellung der Kapitalanlagen (Aktienanteil) über das gewählte Anlageportfolio



Kostenausweis in Renditeverzicht (Reduction in Yield)



Darstellung der Kosten im Marktvergleich



Kostenausweis in Euro-Beträgen



(„Müssen unbedingt“ und „wären wünschenswert“ wurden zusammengefasst)



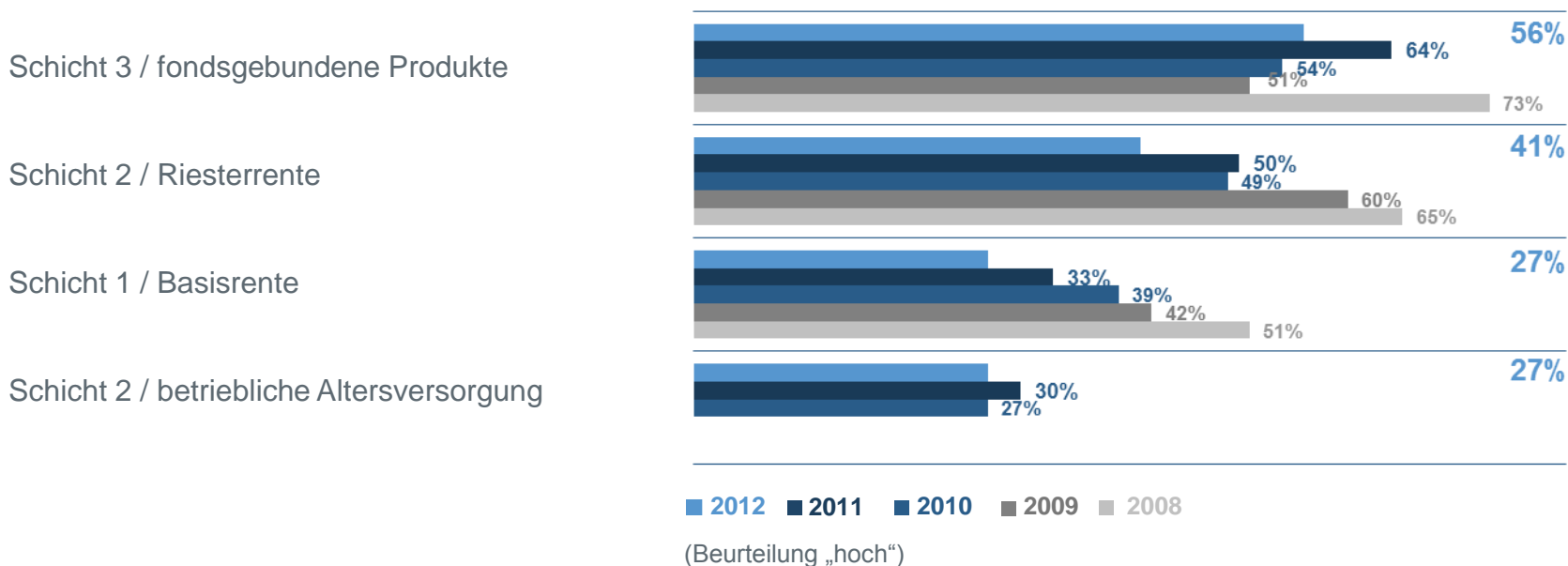
Themen

- 1 Fondspolicengeschäft, Beratungsverhalten und Transparenz
- 2 Absatzpotenziale, Produktrends und Garantien

Die Absatzpotenziale aller drei Schichten werden schlechter eingeschätzt als im Vorjahr.



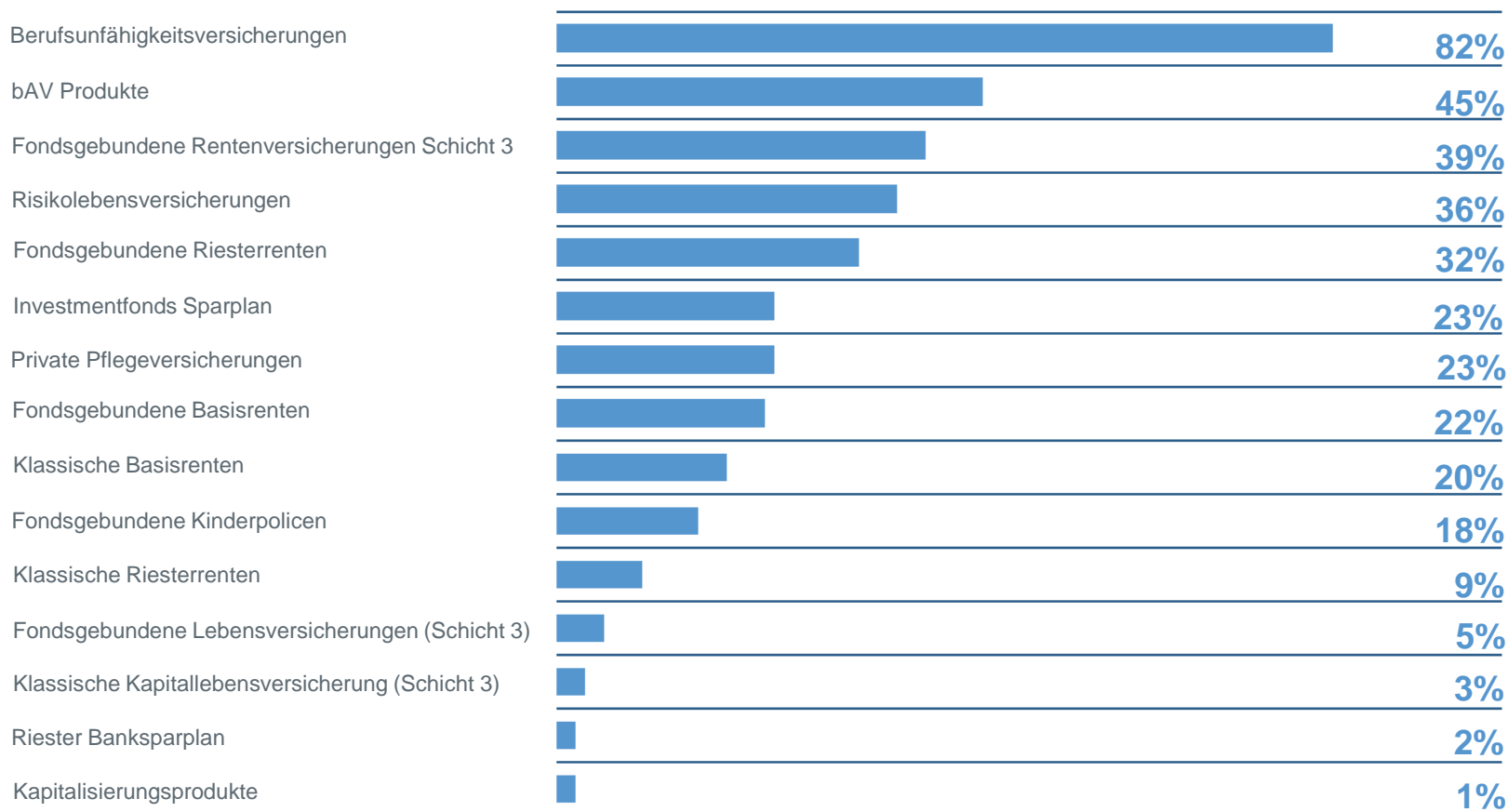
„Wie beurteilen Sie die Absatzpotenziale fondsgebundener Produkte in allen drei Schichten?“



BU-Versicherungen bleiben weiterhin das Top-Verkaufsprodukt. BAV-Produkte holen stark auf.



Aktuelles Neugeschäft 2012:
„Welche Produkte werden Sie in diesem Jahr **schwerpunktmäßig** verkaufen?“

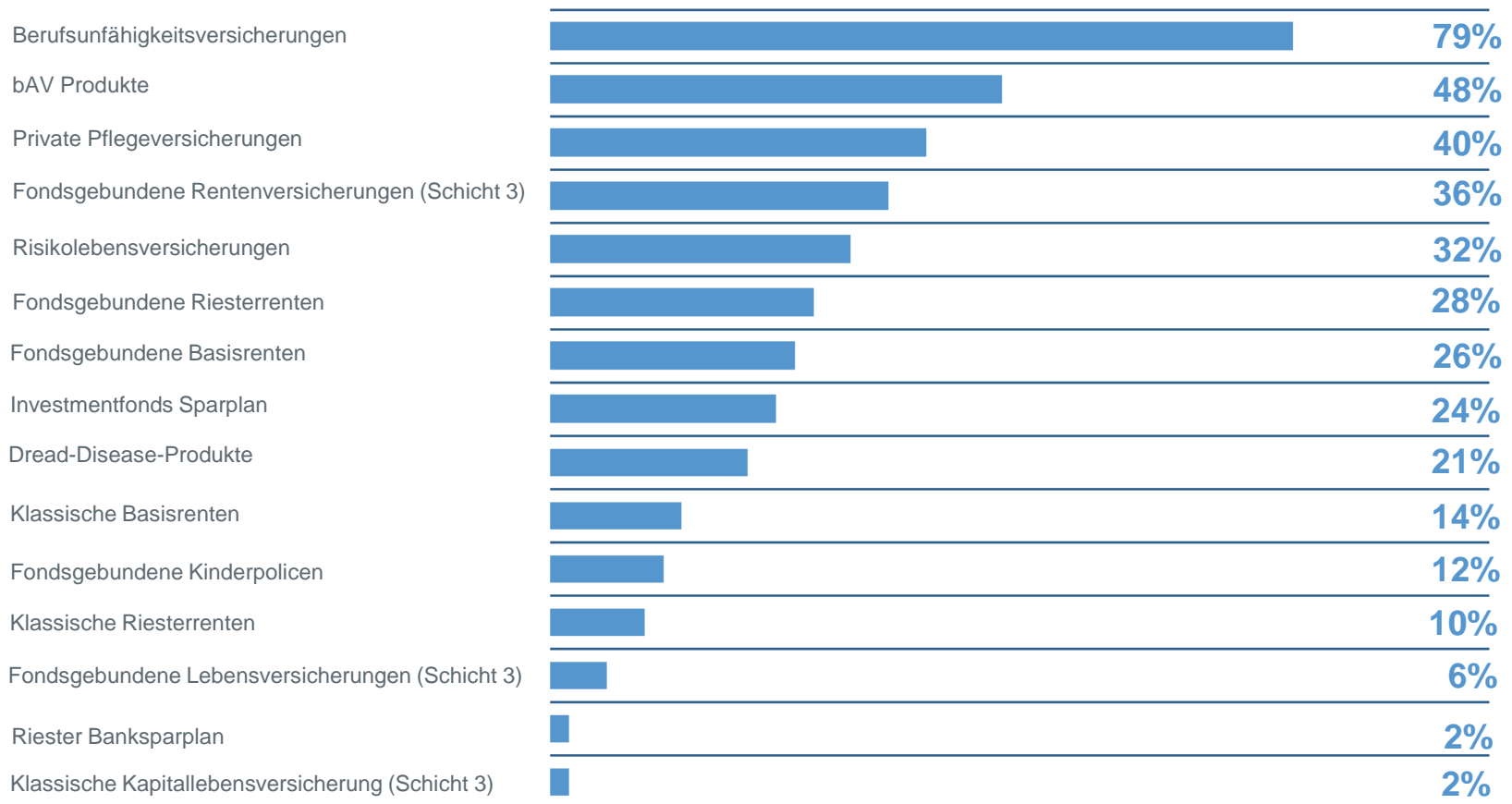


Auch im Langfristtrend setzen die Makler auf den Verkauf von BU-Produkten. Fondspolicen der dritten Schicht holen wieder auf.



Neugeschäft:

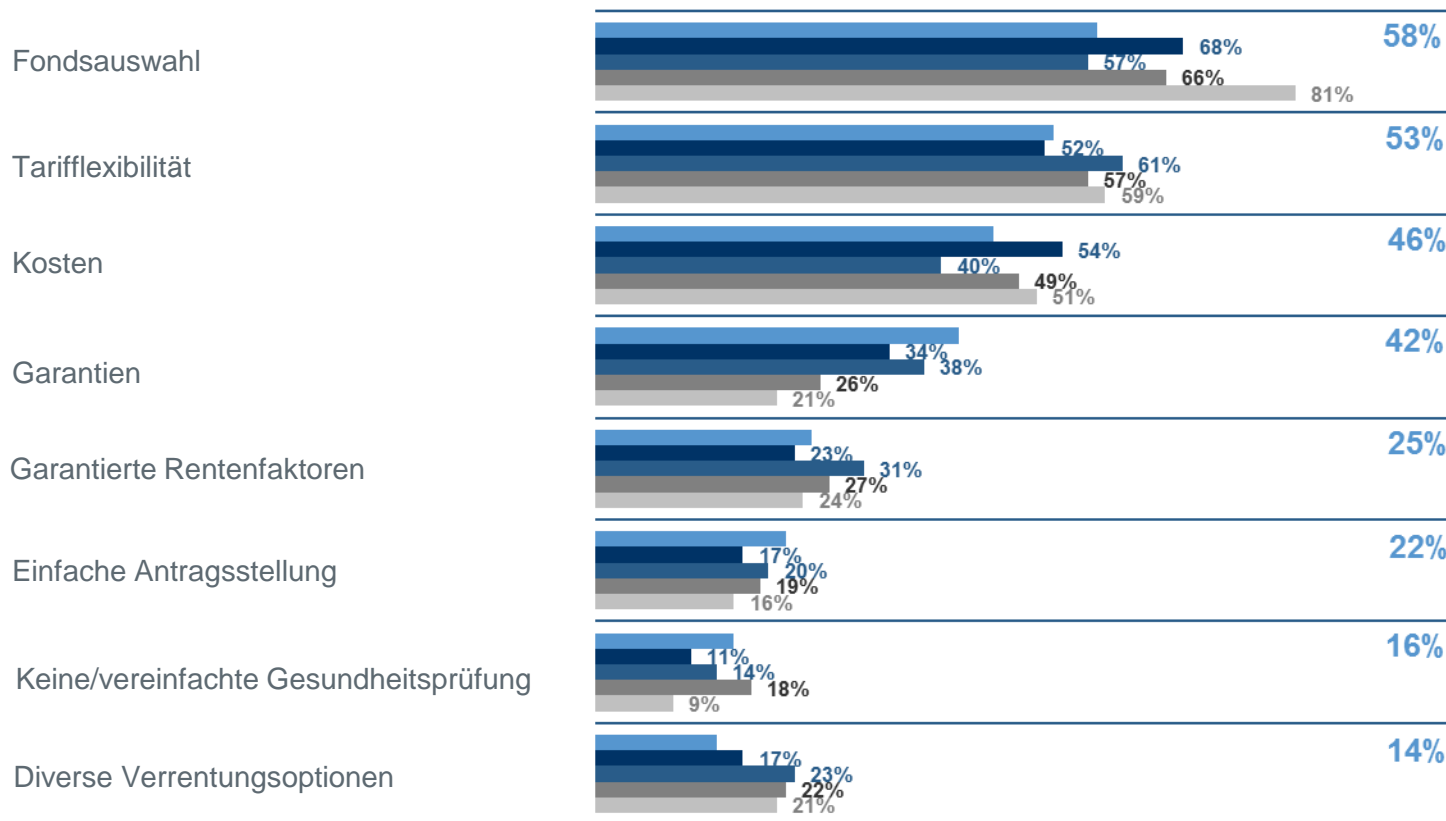
„Wo sehen Sie **langfristig** (drei bis fünf Jahre) den Schwerpunkt Ihrer Geschäftstätigkeit?“



Die Fondsauswahl ist weiterhin das wichtigste Selektionskriterium, verliert jedoch an Bedeutung. Garantien gewinnen einige Prozentpunkte dazu.



„Welches sind die drei wichtigsten Selektionskriterien im Rahmen der **Produktauswahl**?“

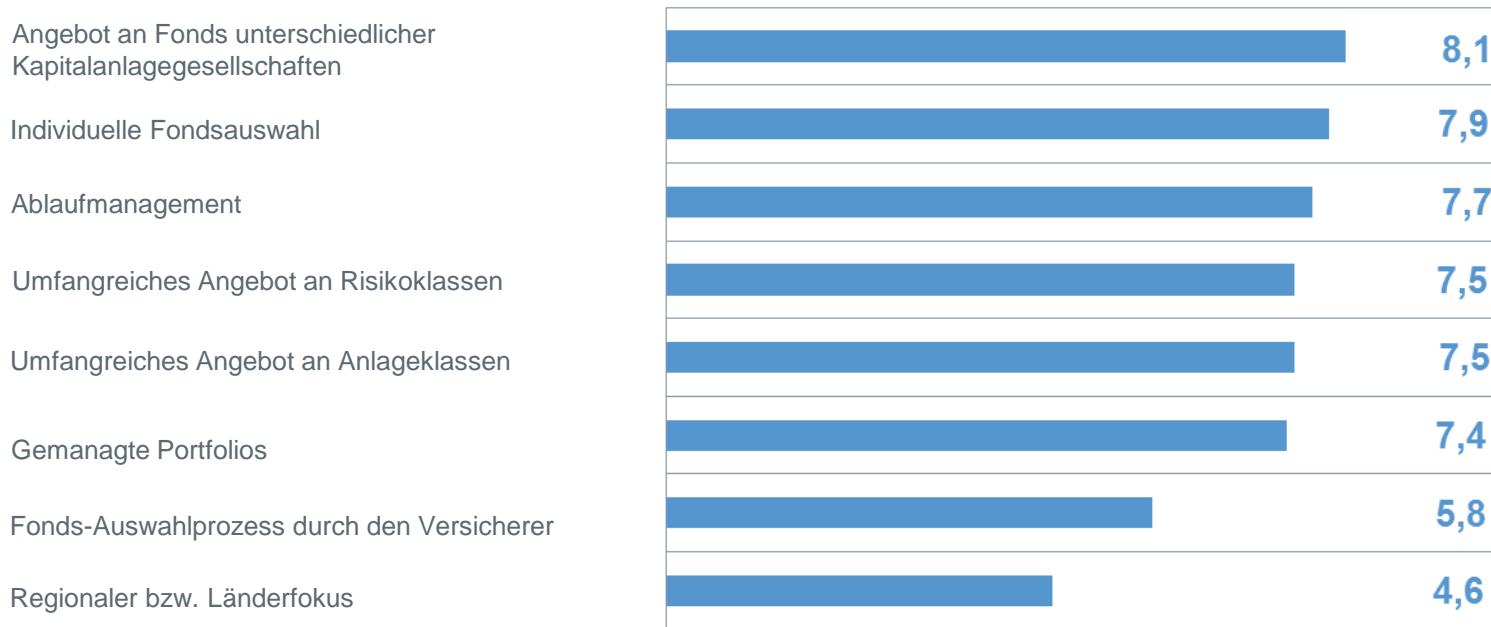


■ 2012 ■ 2011 ■ 2010 ■ 2009 ■ 2008

Fondsangebot unterschiedlicher Kapitalanlagegesellschaften, individuelle Fondsauswahl und Ablaufmanagement sind die wichtigsten Anforderungen an die Kapitalanlage bei Fondspolice.



„Wie wichtig sind für Sie die folgenden Anforderungen an die Kapitalanlage bei der fondsgebundenen Altersvorsorge.“



(Durchschnittswert der Nennungen auf einer Skala von 1 bis 10)

Garantiekomponenten sind in fondsgebundenen Versicherungen nicht mehr wegzudenken. Hoher Zuspruch für zeitlich begrenzte Garantien.



„Wie beurteilen Sie folgende Aussagen?“

Produkte, bei denen der Kunde das **Garantieniveau individuell bestimmen** kann, werden zukünftig an Bedeutung gewinnen.



Künftig werden Garantieprodukte stark von Kundenseite nachgefragt werden.



Derzeit werden Garantieprodukte stark von Kundenseite nachgefragt.



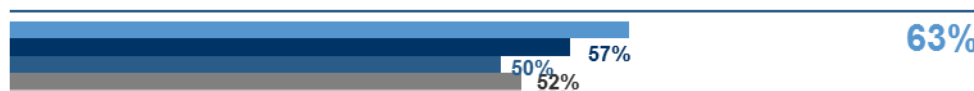
Ich erwarte, dass Anbieter vermehrt Produkte mit **zeitlich begrenzter Garantie** anbieten werden..



Fondspolizen ohne Garantie sind momentan schwer verkäuflich.



Ich glaube, dass Garantien im Rahmen fondsgebundener Produkte sinnvoll sind.



Produkte, bei denen der Kunde **den Garantiezeitraum individuell bestimmen** kann, werden zukünftig an Bedeutung gewinnen.



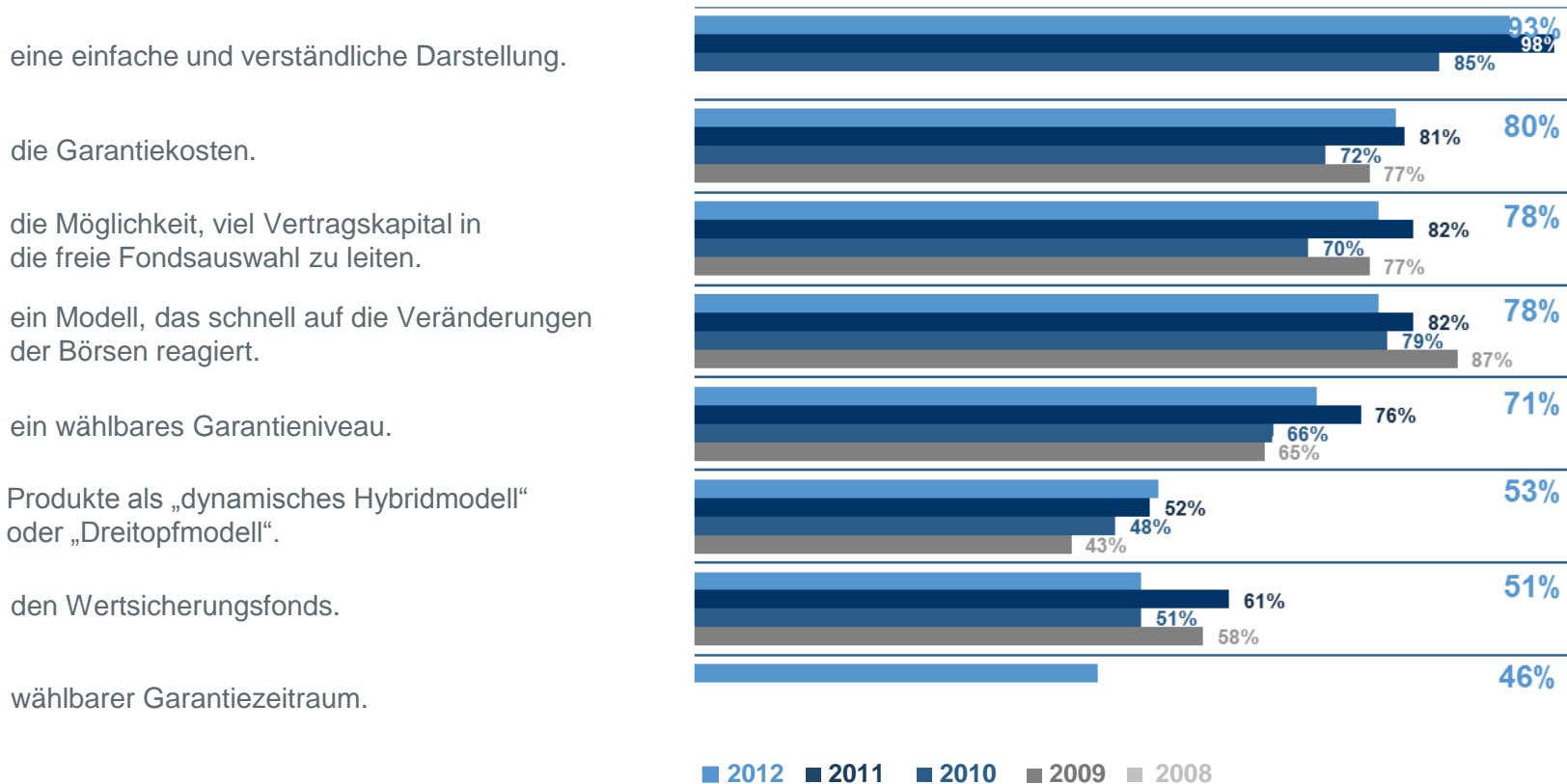
■ 2012 ■ 2011 ■ 2010 ■ 2009 ■ 2008

(„Stimme vollkommen zu“ und „stimme eher zu“ wurden zusammengefasst)

Die einfache und verständliche Darstellung von Garantiemodellen ist weiterhin das wichtigste Auswahlkriterium.



„Welches Garantiemodell ist aus Ihrer Sicht leistungsfähiger?
Bei der Auswahl einer geeigneten Garantiefondspolice achte ich besonders auf ...“



■ 2012 ■ 2011 ■ 2010 ■ 2009 ■ 2008

(„Stimme vollkommen zu“ und „stimme eher zu“ wurden zusammengefasst)

DRMM Maklermanagement AG
Presse- und Öffentlichkeitsarbeit
Thomas Wedrich
Tel.: 040 3599-2774
Fax: 040 3599-2297
www.maklermanagement.ag
E-Mail: presse@maklermanagement.ag

