

Finanzvertriebe vermitteln immer häufiger SUHK-Versicherungen - Finanzmarkt-Studie „Erfolgsfaktoren im Finanzvertrieb“

Finanzvertriebe orientieren ihr Beratungs- und Vermittlergeschäft wie schon in den letzten Jahren weiter in Richtung Kompositversicherungen. Im Vergleich zum Vorjahr konnten Kraftfahrtversicherungen (plus 14 Prozentpunkte der Vermittler, die dieses Produkt „häufig“ und „sehr häufig“ vermitteln) und Sach-, Unfall- und Haftpflichtversicherungen (plus 7 Prozentpunkte) die höchsten Steigerungsraten bei der Vermittlung verzeichnen.

Finanzvertriebe orientieren ihr Beratungs- und Vermittlergeschäft wie schon in den letzten Jahren weiter in Richtung Kompositversicherungen. Im Vergleich zum Vorjahr konnten Kraftfahrtversicherungen (plus 14 Prozentpunkte der Vermittler, die dieses Produkt „häufig“ und „sehr häufig“ vermitteln) und Sach-, Unfall- und Haftpflichtversicherungen (plus 7 Prozentpunkte) die höchsten Steigerungsraten bei der Vermittlung verzeichnen. Dies zeigen die Ergebnisse der Studie [„Erfolgsfaktoren im Finanzvertrieb 2014“](#) des Marktforschungs- und Beratungsinstituts YouGov, für die 332 Vermittler der sechs größten Finanzvertriebe im deutschen Privatkundenmarkt (Bonnfinanz, DVAG, MLP, OVB, Swiss Life Select und Telis Finanz) im Zeitraum vom 01. April bis 03. Mai 2014 befragt wurden.

Über alle Produkte hinweg beraten die untersuchten Vertriebe tatsächlich am häufigsten zu SUH-Versicherungen, Berufsunfähigkeitsversicherungen und Altersvorsorge mit staatlicher Förderung. Diese Produkte werden von über 80 Prozent der Vermittler und Kundenbetreuer „häufig“ oder „sehr häufig“ vermittelt. Lebens- oder Rentenversicherungen ohne staatliche Förderung, Finanzprodukte oder private Krankenversicherungen bilden das Schlusslicht in diesem Produktvertriebs-Ranking und werden maximal von der Hälfte der Vermittler aus Finanzvertrieben häufig vermittelt.

Personalrekrutierung und -ausbildung wichtiges Thema für Finanzvertriebe

Auch das personelle Wachstum der Finanzvertriebe ist weiterhin ein wichtiges Thema. Insgesamt ist über die Hälfte (55 Prozent) der Vermittler bei der Personalsuche aktiv. Außerdem berichten 82 Prozent der Vermittler über alle Vertriebe, dass sie von ihrer Führungskraft bei der Rekrutierung neuer Vermittler unterstützt werden (Vorjahr: 77 Prozent). Am meisten sind die Vermittler der DVAG, OVB und Telis (in alphabetischer Reihenfolge) an neuen Mitarbeitern interessiert. Die Instrumente zur Personalrekrutierung, die die Vertriebsgesellschaften den Vermittlern bereitstellen, werden dabei recht unterschiedlich beurteilt.

Ebenfalls spielt die Aus- und Weiterbildung bei vielen, gerade jungen Vermittlern, eine große Rolle für die Motivation und Bindung an die Vertriebsgesellschaft. Dies ist den meisten Gesellschaften bewusst, denn in diese Richtung wird besonders verstärkt investiert. Insgesamt erachten 81 Prozent der befragten Vermittler das Schulungs- und Qualifizierungsangebot ihres Finanzvertriebes als „sehr gut“ oder sogar „ausgezeichnet“. Das sind immerhin sechs Prozentpunkte mehr als im letzten Jahr. Hier bekommen DVAG, Swiss Life Select und Telis (in alphabetischer Reihenfolge) die besten Beurteilungen von ihren Vermittlern.

Motivation und Bindung weiterhin hoch

Im Vergleich zur Versicherungsausschließlichkeit oder auch zu Bankberatern ist die Motivation und Bindung der Vermittler in Finanzvertrieben weiterhin deutlich höher. Über alle Finanzvertriebe hinweg sind 85 Prozent der Vermittler von ihrer Gesellschaft insgesamt

begeistert („sehr gut“ und „ausgezeichnet“ Urteile). Das sind 13 Prozentpunkte mehr als im Schnitt in Ausschließlichkeitsvertrieben erreicht wird. Bei der höchsten Zufriedenheit, Motivation und Bindung liegen die DVAG und Telis gleich auf.

Wie in den Vorjahren untersucht die Studie unter anderem die Vermittlerunterstützung, Innendienstleistungen und Karrierechancen und identifiziert Stärken und Handlungsfelder sowie Stellhebel zur Steigerung der Vermittlerzufriedenheit und -bindung.

Weitere Informationen zur Studie finden Sie unter:

<http://research.yougov.de/services/erfolgsfaktoren-im-finanzvertrieb/>

Pressekontakt:

Nikolas Buckstegen
- Manager PR -
Telefon: 0221 / 420 61 - 444
E-Mail: presse@yougov.de

Kontakt zur Studienleitung:

Peter Mannott
- Consultant -
Telefon: 0221 / 420 61 - 370
E-Mail: peter.mannott@yougov.de

Unternehmen:

YouGov Deutschland AG
Gustav - Heinemann - Ufer 72
50968 Köln

Internet: www.yougov.de

Über YouGov Deutschland AG:

YouGov ist ein im Jahr 2000 gegründetes, börsennotiertes Marktforschungsinstitut und einer der Pioniere im Einsatz von Online-Erhebungen zur Bereitstellung hochwertiger Daten in den Feldern Markt- und Sozialforschung. Neben dem Hauptsitz in London umfasst die weltweite YouGov-Gruppe u.a. Standorte in den USA, Skandinavien, Deutschland und dem Nahen Osten. YouGov ist ausgewiesener Spezialist für die Erforschung der Finanzdienstleistungs- und Versicherungsmärkte. Zahlreiche Unternehmen vertrauen seit vielen Jahren auf unsere Leistungen und unsere Erfahrung. YouGov liefert die relevanten Informationen rund um Marken, Produkte, Zielgruppen und Servicequalität und damit hochwertiges Entscheidungswissen für die Strategieentwicklung und die Optimierung von Marketing und Vertrieb. Individuelle Ad-Hoc-Studien werden ergänzt durch zahlreiche, zum Teil langjährige Monitorings im Privat- und Gewerbekundenmarkt, Image- und Werbetrackings, Vertriebspartner-befragungen und kontinuierliche Studien zu Produktinnovationen. Wir verzahnen unsere fundierten wirtschaftspsychologischen Analysen zudem mit onlinebasiertem Realtime Research für tägliche Informationen „in Echtzeit“.

Weitere Informationen finden Sie unter www.research.yougov.de

