

Maklertrendstudie 2011/2012: Soziale Netzwerke werden für den Absatz von Finanzprodukten immer wichtiger

Kunden unter 25 Jahren sind über die traditionellen Kommunikationswege immer schwerer zu erreichen. Daher wollen Finanzdienstleister künftig stärker auf die sozialen Netzwerke setzen.

Kunden unter 25 Jahren sind über die traditionellen Kommunikationswege immer schwerer zu erreichen. Daher wollen Finanzdienstleister künftig stärker auf die sozialen Netzwerke setzen. Dazu sind 57 Prozent der Makler entschlossen, die im Rahmen der Maklertrendstudie 2011/2012 von der Beratungsgesellschaft Towers Watson im Auftrag der maklermanagement.ag zwischen Mai und Juni 2011 befragt wurden.

Die Mehrheit der Makler ist davon überzeugt, dass die sozialen Netzwerke für den Absatz von Finanzprodukten in den nächsten drei Jahren rasant an Bedeutung gewinnen werden. Daher können sich 54 Prozent der Befragten auch vorstellen, dass die neuen Medien künftig Teil ihres Geschäftsalltages sein werden. Über die sozialen Netzwerke hatte bereits jeder fünfte Makler Kontakt zu seiner Zielgruppe. Elf Prozent von ihnen haben sogar schon Abschlüsse über diesen Weg erzielt.

Um sich mit der Nutzung der sozialen Netzwerke vertraut zu machen, wünschen sich 55 Prozent der Makler eine intensive Schulung und Unterstützung durch ihren Versicherer oder Pool. Jeder zweite Befragte würde sich bei der Eigendarstellung in den sozialen Netzwerken und beim Umgang mit Kundenanfragen gerne anleiten lassen. 41 Prozent der Befragten würden Konzepte der Versicherer annehmen, wie die neue Zielgruppe angesprochen werden kann.

Mit eigenen Homepages sind bereits 80 Prozent der Makler im Internet vertreten. Die Online-Plattform XING nutzt bereits jeder zweite. Nachholbedarf haben die Finanzdienstleister nach eigener Einschätzung bei Präsentationen über Youtube und Twitter. Youtube-Agenturvideos würden 28 Prozent der Befragten gerne nutzen, um sich zu präsentieren und ihre Dienstleistungen vorzustellen. Jeder vierte Makler könnte sich vorstellen, über Youtube Werbevideos mit Informationen über Versicherungslösungen zu verbreiten. Twitter, die Plattform für Kurznachrichten würden gerne 18 Prozent nutzen.

Tabellen mit den Studienergebnissen finden Sie [hier](#).

Kontakt:

DRMM Maklermanagement AG
Thomas Wedrich
Ludwig-Erhard-Str. 18
20459 Hamburg

Tel.: 040 / 3599 - 2737

Fax: 040 / 3599 - 2297

E-Mail: presse@maklermanagement.ag

Webseite: www.maklermanagement.ag

Über die maklermanagement.ag

Die maklermanagement.ag, Hamburg, ist eine Vertriebsservice-Gesellschaft für unabhängige Finanzdienstleister, die ihren Schwerpunkt in der privaten Altersvorsorge haben. Die

maklermanagement.ag unterstützt ihre Geschäftspartner mit einem Angebot aus maklergerechten Produkten, einem professionellen Makler-Service und einer umfassenden Vertriebsunterstützung. Über die maklermanagement.ag wird insbesondere der Vertrieb von Altersvorsorgeprodukten der Marke MONEYMAXX organisiert. Die maklermanagement.ag ist die erste Vertriebsservice-Gesellschaft, die im Vertriebspartnerservice zertifiziert wurde. Die Gesellschaft wurde im Jahr 2007 gegründet und ist seit dem 1. Juli 2010 hundertprozentige Tochter der Deutscher Ring Lebensversicherungs-AG.

Über die Maklertrendstudie 2011/2012

Im Auftrag der maklermanagement.ag hat Towers Watson im Zeitraum Mai bis Juni 2011 die repräsentative Maklertrendstudie „Anforderungen von Maklern an fondsgebundene Produkte und 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, Unterstützung und neue Medien (Social Media)

