

YouGov Studie 'Mehrwerte für Makler schaffen 2012'

Nach wie vor gibt es kritische Töne von Versicherungsmaklern zu den Leistungen der Versicherer. Schlechte Vor-Ort-Maklerbetreuung oder Warteschleifen und fehlende Kompetenz in den telefonischen Service-Centern führen weiterhin zu Enttäuschungen auf Seiten der freien Vertriebspartner.

Makler loben Versicherer, obwohl die Branche noch besser sein könnte / Online-Portale begeistern immer mehr Makler

12. März 2012 - Nach wie vor gibt es kritische Töne von Versicherungsmaklern zu den Leistungen der Versicherer. Schlechte Vor-Ort-Maklerbetreuung oder Warteschleifen und fehlende Kompetenz in den telefonischen Service-Centern führen weiterhin zu Enttäuschungen auf Seiten der freien Vertriebspartner. Dennoch ist ein Lichtschimmer am Ende des Tunnels der Umbauarbeiten der letzten Jahre zu sehen. Neue Strukturen, wie beispielsweise die Servicecenter oder Maklerportale, werden zunehmend akzeptiert. Der Grund hierfür ist in der gestiegenen Qualität in den Service- und Beratungsleistungen der Versicherer sowie im technologischen Fortschritt der Schnittstellengestaltung zu sehen. Allein die Anzahl der Best-Practice-Beispiele für telefonische Servicecenter und für Maklerportale hat sich im Vergleich zur Untersuchung in 2010 zum Teil mehr als verdoppelt.

Dies sind die Ergebnisse der YouGov-Studie "Mehrwerte für Makler schaffen 2012", die von der adesso AG fachlich begleitet wurde. Die Studie beleuchtet den aktuellen Status der Wertschöpfungskette Kunde, Makler und Versicherung und arbeitet die wichtigsten Handlungsfelder für die drei Schwerpunktthemen Betreuung, Kommunikation und Maklerportale heraus. Hierfür wurden insgesamt 20 qualitative Expertengespräche mit Finanz- und Versicherungsmaklern (davon zehn telefonische und zehn persönliche vor Ort) sowie ein Kreativ-Workshop mit zehn Maklern durchgeführt.

Megatrend Effizienzorientierung

Die Angebotsvielfalt (Versicherer, Produkte), die berechtigten Anforderungen an die Beratungsqualität sowie der zunehmende Verdrängungswettbewerb stellen viele Maklerbüros (wie auch Agenturen) vor existenzielle Fragen. Mit einem fixen Zeitkontingent konzentrieren sich die Makler ganz ökonomisch auf den Markt, sprich Kundengewinnung und Betreuung, und versuchen, dieses Engagement konstant aufrecht zu halten. Dementsprechend wird in den Bereichen Anbieter- und Produktauswahl, Geschäftsabwicklung und Absicherung gegenüber Haftungsrisiken nach hoch effizienten Strategien gesucht, und sie werden auch gefunden.

"Makler haben drei Strategien entwickelt, um effizienter zu werden: Vereinfachung, Fokussierung und Digitalisierung", erläutert Dr. Oliver Gaedeke, YouGov-Vorstand und Leiter der Finanzdienstleistungsforschung, die Studienergebnisse. Kurze und prägnante Produktinformationen und Schulungen oder das schnelle Auffinden von Formularen im Maklerportal sind Beispiele für Vereinfachungen in der Wertschöpfungskette. Die Fokussierung auf für den Makler und seine Kunden relevante Anbieter und Produkte bringt dem Makler eine hochwertige und gleichzeitig effizientere Arbeit ein.

Die Zukunft liegt in den Maklerportalen

Schließlich hat sich der Wunsch nach Digitalisierung und Online-Abwicklung möglichst aller Geschäftsprozesse von der Information, über Angebot und Regulierung bis zur Bestandsverwaltung inzwischen sehr stark ausgeprägt.

"Die Makler und Versicherer haben jetzt verstanden, welche Vorteile in einem hochwertigen Maklerportal für beide Seiten liegen. Liest man den Wunschkatalog der Makler, ist das

Effizienzpotenzial dieser Wertschöpfungs-beziehung noch lange nicht gehoben", kommentiert Andreas Hutfleß, Bereichsleiter Consulting Versicherungen, adesso AG. Versicherer mit noch fehlenden Tarifrechtern, unvollständigem Dokumentenangebot oder gar komplizierter Bedienerführung werden bereits von Maklern gemieden.

Einzig das Fehlen einer Standardisierung für das Log-In und die Hauptmenügestaltung verhindert es, dass die gesamte Wertschöpfungskette sogar kurzfristig einen deutlichen Effizienzsprung erzielt. "Stellen Sie sich vor, für jede ihrer Geschäftsbeziehungen haben sie eine anders sortierte Computertastatur. Das ist der Alltag für Makler, wenn sie mehr als ein Maklerportal nutzen. Dabei steht in allen Lehrbüchern, was für ein Effizienz- und Wachstumsschub durch Standardisierungen zu erzielen ist", ergänzt Dr. Gaedeke.

Die Studie "Mehrwerte für Makler schaffen 2012" umfasst rund 130 Seiten und berichtet schwerpunktmäßig über die aktuellen Maklererwartungen an Produkte, Kommunikationswege und Maklerportale. Mit zahlreichen Best-Practice-Beispielen von einzelnen Versicherungsgesellschaften liefert die Studie anschauliche und praktische Impulse für alle Entscheider im Maklervertrieb.

Weitere Informationen zur Studie finden Sie hier: <http://research.yougov.de/trade/productview/315>

Kontakt zur Studienleitung:

YouGov Deutschland AG
Michael Kerper
Tel.: 0221 / 42061 - 365
E-Mail: michael.kerper@yougov.de

Pressekontakt:

YouGov Deutschland AG
Simon Wolf
Gustav-Heinemann-Ufer 72
50968 Köln
Tel.: 0221 / 42061 - 596
E-Mail: simon.wolf@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.yougov.de.

Über adesso AG:

adesso ist einer der führenden IT-Dienstleister im deutschsprachigen Raum und fokussiert sich mit Beratung sowie individueller Softwareentwicklung auf die Kerngeschäftsprozesse von Unternehmen. Die Strategie von adesso beruht auf drei Säulen: dem tiefen Branchen-Know-how der Mitarbeiter, einer umfangreichen Technologiekompetenz und erprobten Methoden bei der Umsetzung von Softwareprojekten. Das Ergebnis sind überlegene IT-Lösungen, mit denen Unternehmen wettbewerbsfähiger werden. adesso wurde 1997 in Dortmund gegründet und beschäftigt über 800 Mitarbeiter an zehn Standorten. Die Aktie ist im regulierten Markt notiert. Zu den wichtigsten Kunden zählen die Allianz, Hannover Rück, Union Investment, Westdeutsche Lotterie, Zurich Versicherung, DEVK und DAK.

Weitere Informationen unter www.adesso.de.

