

Finanzvertrieb: Schulungen und Beratungsunterstützung der Vermittler immer wichtiger

Um Finanzvermittler an Finanzvertriebe zu binden, haben Schulungen und fachliche Beratungsunterstützung im Vergleich zu den Vorjahren zunehmend an Bedeutung gewonnen. Im Fokus stehen dabei besonders Verkaufs- und Beratungsinstrumente, die Qualität von Produkt- und fachlichen Schulungen sowie angebotene Ausbildungen für Berufseinsteiger.

Um Finanzvermittler an Finanzvertriebe zu binden, haben Schulungen und fachliche Beratungsunterstützung im Vergleich zu den Vorjahren zunehmend an Bedeutung gewonnen. Im Fokus stehen dabei besonders Verkaufs- und Beratungsinstrumente, die Qualität von Produkt- und fachlichen Schulungen sowie angebotene Ausbildungen für Berufseinsteiger. Dies ist das Ergebnis der Studie „Erfolgsfaktoren im Finanzvertrieb 2013“ des Marktforschungs- und Beratungsinstituts YouGov, für die 192 Vermittler der fünf größten Finanzvertriebe im deutschen Privatkundenmarkt (Bonnfinanz, DVAG, MLP, OVB und Swiss Life Select) im Zeitraum vom 01. April bis 03. Mai 2013 befragt wurden.

„Die steigenden Anforderungen an die Vermittlerqualifikation sind sicherlich auf gesetzliche Neuregelung für den Vertrieb und die stärkere Fokussierung auf den Kundenausbau zurückzuführen“, interpretiert Dr. Oliver Gaedeke, Vorstand und Leiter der Finanzmarktforschung bei YouGov.

Insgesamt beurteilen die Vermittler die Aus- und Weiterbildungsmaßnahmen der Finanzvertriebe positiv. Detailliert zeigen die Studienergebnisse, dass 76 Prozent der befragten Vermittler mit der Qualität des Schulungs- und Qualifizierungsangebots zufrieden sind. 78 Prozent aller befragten Vermittler der fünf Vertriebe loben speziell die fachliche Ausbildung. Vergleichsweise weniger gut bewerten die Vermittler die Qualität der IT und Technik-Schulungen: Hier zeigen sich nur 44 Prozent der Vermittler aller Vertriebe von dem Angebot begeistert. Aus Vermittlersicht bietet die Deutsche Vermögensberatung (DVAG) bei fast allen Aspekten der Aus- und Weiterbildung die besten Qualifizierungsangebote an.

Vertriebsaktivität und -erfolg der Vermittler verhalten

Der Studie zufolge hatte ein Großteil der Vermittler mit einem Geschäftsrückgang in 2012 zu kämpfen. Viele Vermittler versuchten, dies durch vermehrte Vertriebstätigkeiten von Bauspar- und Finanzierungsprodukten sowie von Lebens- oder Rentenversicherungen ohne staatliche Förderung vor Einführung der Unisex-Tarife im letzten Jahr zu kompensieren. Bauspar- und Finanzierungsprodukte werden von 65 Prozent in 2012 (im Vorjahr 2011: 57 Prozent) und Lebens- oder Rentenversicherungen ohne staatliche Förderung von 47 Prozent (im Vorjahr: 38 Prozent) der Vermittler in Finanzvertrieben „sehr häufig“ oder „häufig“ vermittelt. Auch die Anzahl der wöchentlichen Beratungstermine ist von durchschnittlich 8,2 auf 7,7 Termine pro Vermittler gesunken, bei einem gleichzeitigen Rückgang der Abschlussquote (von 6,8 auf 6,1 Abschlüsse pro Woche).

Produktgeber aus Sicht der unabhängigen Finanzvermittler

Insgesamt fallen die Urteile in Anbetracht der einzelnen Produkte aus Vermittlersicht weiterhin positiv aus, teilweise sogar noch besser als im Vorjahr: Von den einzelnen Lebens- und Rentenversicherungsgesellschaften werden insbesondere AachenMünchener, Alte Leipziger und SwissLife (hierfür und im Folgenden immer in alphabetischer Reihenfolge) von den Vermittlern

aller Finanzvertriebe gelobt. Die Alte Leipziger wird auch wegen ihrer besonders wettbewerbsfähigen Produkte und die AachenMünchener wegen ihres Kundenservice gelobt. In der Kompositsparte stechen insgesamt die AachenMünchener, Basler und LBN hervor. In der Sparte Krankenversicherung überzeugen besonders Barmenia, Deutscher Ring und Signal Iduna. Unter den Fondsgesellschaften überzeugen AGI Allianz Global Investors, C-QUADRAT und Ethna die Finanzvermittler am meisten. Wie bereits im Vorjahr begeistert C-QUADRAT die meisten Vermittler. 95 Prozent vergeben für die Zusammenarbeit mit C-QUADRAT eine Top-Bewertung.

Kontakt zur Studienleitung:

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

Pressekontakt:

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

Unternehmen:

YouGov Deutschland AG
Gustav - Heinemann - Ufer 72
50968 Köln

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, Vertriebspartnerbefragungen 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

