

Maklertrendstudie 2013/2014: „Im Spannungsfeld von Stabilität und Wandel“

Nachfrage nach Fondspolice n zieht an, Themenwechsel in der Kundenberatung: Performance wird wieder wichtiger, Makler sind skeptisch bei zeitlich begrenzten Garantieangeboten, Berufsunfähigkeitsversicherungen wieder Hauptumsatzträger im Neugeschäft.

- **Nachfrage nach Fondspolice n zieht an**
- **Themenwechsel in der Kundenberatung: Performance wird wieder wichtiger**
- **Makler sind skeptisch bei zeitlich begrenzten Garantieangeboten**
- **Berufsunfähigkeitsversicherungen wieder Hauptumsatzträger im Neugeschäft**

Jeder zweite Makler verzeichnet in diesem Jahr eine steigende Nachfrage nach Fondspolice n (51 Prozent, 2012: 41 Prozent). Gleichzeitig beobachtet die Mehrheit der Makler (78 Prozent), dass der Absatz traditioneller Lebensversicherungen in den letzten Jahren deutlich zurückgegangen ist. Zu diesem Ergebnis kommt die Maklertrendstudie 2013/2014, eine repräsentative Umfrage unter 300 Versicherungsexperten im gesamten Bundesgebiet von April bis Juli 2013 im Auftrag der maklermanagement.ag.

Die befragten Finanzdienstleister erwarten auch in diesem Jahr, dass der Absatz biometrischer Risikoprodukte in den nächsten Jahren an Bedeutung gewinnen wird (74 Prozent, 2012: 87 Prozent). Nach Einführung der Unisex-Tarife ist die Zielgruppe der Frauen lediglich für eine Minderheit unter den Maklern relevanter geworden (19 Prozent).

Themenwechsel in der Beratung

Aus Sicht der Befragten sind das niedrige Zinsniveau an den Kapitalmärkten und die Absenkung der Garantiezinsen in den vergangenen Jahren die wesentlichen Treiber der Nachfrage nach Fondspolice n. Die Maklertrendstudie hat weiterhin ergeben, dass in der Kundenberatung ein deutlicher Themenwechsel stattgefunden hat. Das Top-Thema ist weiterhin die Sicherheit der Kapitalanlage (74 Prozent, 2012: 71 Prozent). Deutlich wichtiger werden aber die Flexibilität der Kapitalanlage (56 Prozent, 2012: 41 Prozent) sowie Renditeperspektiven (40 Prozent, 2012: 23 Prozent). Kostentransparenz ist im Vergleich zum Vorjahr in der Beratung unwichtiger geworden (20 Prozent, 2012: 39 Prozent). Für fast jeden fünften Befragten ist die Transparenz der Produktrisiken ein wichtiges Thema (19 Prozent). Interesse an Kapitalanlage und Rendite wächst wieder.

„Die große Verunsicherung der Verbraucher, die durch die Finanzmarktkrise hervorgerufen wurde, weicht einem wachsenden Interesse an Kapitalanlagethemen und Renditechancen“, sagt Jürgen Riemer, Vorstand der maklermanagement.ag. Vor sechs Jahren hatte das Thema Sicherheit der Kapitalanlage bei den Maklern noch einen Zuspruch von 100 Prozent (2013: 74 Prozent). Auch das Thema Sicherheit des Vertragspartners war in der Maklertrendstudie 2008 noch für 74 Prozent der Befragten ein wichtiges Beratungsthema. In der aktuellen Studie sind es lediglich 48 Prozent.

Da das Thema Transparenz immer intensiver diskutiert wird, wollte die maklermanagement.ag wissen, welche Aspekte den Maklern dabei besonders wichtig sind. Das Ergebnis: Die Transparenz in der Angebotsdarstellung ist für eine große Anzahl der Studienteilnehmer besonders wichtig. Es folgt die Transparenz der Versicherungsbedingungen und der Vergütung.

Flexible Garantien: Makler sind skeptisch

Knapp zwei Drittel der Makler beobachten, dass derzeit Garantieprodukte von Kundenseite stark nachgefragt werden (64 Prozent, 2012: 73 Prozent). Das ist der niedrigste Wert seit sechs Jahren. Gegenüber dem Vorjahr erwartet nur noch jeder dritte Makler, dass Anbieter vermehrt Produkte mit einer zeitlich begrenzten Garantie anbieten werden (33 Prozent, 2012: 67 Prozent). Auch bei Produkten, bei denen Kunden das Garantieniveau individuell bestimmen können, sind die Makler skeptischer geworden. Nur noch 69 Prozent gehen von einer steigenden Bedeutung dieser Produktangebote aus (2012: 81 Prozent). „Hinter diesen Ergebnissen kann die Annahme der Makler stehen, dass ihre Kunden zeitlich begrenzte Garantien weniger nachfragen werden, jedoch eher Garantien, bei denen sie selbst bestimmen können, wie hoch der Prämienanteil sein soll, den sie absichern möchten“, sagt Helmut Kriegel, Vorstand der maklermanagement.ag.

Fondspolicesbesitzer akzeptieren nach Einschätzung der Makler eine reine Beitragsgarantie, wenn dadurch Performancechancen genutzt werden können. Das sagen 65 Prozent der befragten Makler. Eine mehrheitliche Zustimmung erhielt die Aussage „Kunden erwarten eine ausgewiesene garantierte Verzinsung“ (58 Prozent). 44 Prozent der Befragten können sich vorstellen, dass ihre Kunden zugunsten von Performancechancen auf Garantien verzichten würden. Die Anzahl der Makler, die davon überzeugt sind, dass Garantien im Rahmen fondsgebundener Produkte sinnvoll sind, ist zurückgegangen (55 Prozent, 2012: 63 Prozent). Helmut Kriegel: „Aktiv gemanagte und permanent überwachte Multi-Asset-Portfolios, die unser Produktpartner MONEYMAYXX in seinen Fondspolices anbietet, sorgen für eine ausreichende Diversifikation und regelmäßige Anpassungsmöglichkeiten, so dass Garantien in der Regel entbehrlich sind.“

Bei der Auswahl eines leistungsfähigen Garantiemodells achten Makler mehrheitlich auf eine einfache und verständliche Darstellung (89 Prozent, 2012: 93 Prozent), die Möglichkeit viel Vertragskapital in die freie Fondsauswahl investieren zu können (84 Prozent, 2012: 78 Prozent) und auf die Garantiekosten (80 Prozent, 2012: 78 Prozent).

Top-Produkte im Neugeschäft

In diesem Jahr werden die Absatzpotenziale von Fondspolices der dritten Schicht deutlich besser eingeschätzt als im Vorjahr (63 Prozent, 2012: 56 Prozent). Auch in der betrieblichen Altersversorgung (bAV) sehen die Makler derzeit bessere Absatzchancen (37 Prozent, 2012: 27 Prozent). Berufsunfähigkeitsversicherungen sind für 67 Prozent der Befragten in diesem Jahr der Hauptumsatzträger (2012: 82 Prozent). An zweiter Stelle rangieren bAV-Produkte (41 Prozent) gefolgt von fondsgebundenen Rentenversicherungen der dritten Schicht (39 Prozent). Im Langfristtrend sind die drei Top-Produkte, mit denen die Finanzdienstleister Umsatz machen wollen, Berufsunfähigkeitsversicherungen (67 Prozent), bAV-Produkte (37 Prozent) und private Pflegeversicherungen (36 Prozent). „Wir beobachten, dass die Produktportfolios der Makler wieder breiter sortiert sind und nicht mehr so stark auf einzelne Produktkategorien, wie Risikoprodukte im letzten Jahr, ausgerichtet werden“, erklärt Jürgen Riemer.

Bei der Entscheidung für eine Fondspolice achten Makler wie im Vorjahr an erster Stelle auf die Fondsauswahl (58 Prozent), dann auf die Kosten (48 Prozent, 2012: 46 Prozent) und die Tarifflexibilität. Sie hat im Vergleich zu den beiden anderen Kriterien stärker an Bedeutung eingebüßt (43 Prozent, 2012: 53 Prozent). Fragt man Makler nur nach den wichtigen Kriterien des Fondsangebots steht eine nachvollziehbare Anlagestrategie auf Platz eins. Danach werden die historische Performance und Risikokennzahlen genannt.

Die detaillierten Ergebnisse finden Sie in den Diagrammen im [PDF-Dokument](#).

Pressekontakt:

DRMM Maklermanagement AG

Thomas Wedrich

Telefon: 040 / 3599 - 2737

E-Mail: presse@maklermanagement.ag

Internet: www.maklermanagement.ag

Über die Maklertrendstudie 2013/2014

Im Auftrag der maklermanagement.ag hat Towers Watson im Zeitraum April bis Juli 2013 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
- Für zwei Drittel der Teilnehmer macht der Umsatzanteil des fondsgebundenen Geschäftes mehr als 25% aus

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

Es folgen in zwei weiteren Veröffentlichungen Mitte September und Anfang Oktober die Themen „Vertriebsunterstützung“ und „Social Media“.

Über die maklermanagement.ag

Die maklermanagement.ag, Hamburg, ist eine Vertriebservice-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 Vertriebservice-Gesellschaft, die im Vertriebspartnerservice von der Kölner Gesellschaft ServiceValue zertifiziert wurde. Die Gesellschaft wurde im Jahr 2007 gegründet und gehört zu den Basler Versicherungen.

Weitere Informationen finden Sie unter www.maklermanagement.ag

