

Kurs halten in rauer See - Studie Maklerpools, Verbände und Servicedienstleister 2013

30 Maklerpools und Verbände haben sich der aktuellen Befragung von BrunotteKonzept gestellt. Sie liefern detaillierte Einblicke zu Ausrichtung, Geschäftsmodell, Vertriebspartnern, Umsatz und Unternehmensschwerpunkten sowie Services. In diesem Jahr steht die Weiterbildung im Mittelpunkt der Untersuchung.

30 Maklerpools und Verbände haben sich der aktuellen Befragung von BrunotteKonzept gestellt. Sie liefern detaillierte Einblicke zu Ausrichtung, Geschäftsmodell, Vertriebspartnern, Umsatz und Unternehmensschwerpunkten sowie Services. In diesem Jahr steht die Weiterbildung im Mittelpunkt der Untersuchung.

Maklerpools und Verbände haben derzeit mit Gegenwind zu kämpfen. Regulatorische Vorschriften, neue Zulassungsvoraussetzungen für Vermittler von Finanzanlagen und die Absatzschwäche bei Lebens- und Krankenversicherungen lösen Turbulenzen aus und hinterlassen erste Spuren. Dabei konnten sich Maklerpools insgesamt noch gut behaupten. Immerhin 16 der von BrunotteKonzept befragten 30 Dienstleister meldeten für 2012 steigende Einnahmen. Aber Umsatz allein reicht nicht. Auch die Qualität muss stimmen, wenn sich die Unternehmen im Markt behaupten wollen, so Studienautorin Sabine Brunotte. Höchstprovisionen hätten ausgedient, denn der Wettbewerb von Pools und Verbänden werde zunehmend über die Qualität ihrer Services ausgetragen.

Über 110.000 Anbindungen

Pools und Verbände gewinnen weiterhin neue Vertriebspartner. Selbst die Marktführer verzeichnen noch Zuwachs. Allein die dreißig befragten Unternehmen bringen es auf über 110.000 Anbindungen. Das ist mehr als das Doppelte der im Vermittlerregister eingetragenen Makler. Mehrfachanbindungen liegen also weiterhin im Trend. Aber nicht alle Vertriebspartner sind tatsächlich Makler. Banken und Vertriebe bieten Pools und Verbänden ein größeres Umsatzpotential als der Durchschnittsmakler und sind deshalb als Vertriebspartner beliebt. Mittlerweile kooperieren 20 der 30 befragten Unternehmen mit Vertrieben und immerhin zwölf mit Banken und Sparkassen – Tendenz steigend.

Fast alle befragten Unternehmen (28 von 30) lassen die Direktanbindung ihrer Vertriebspartner bei Produktgebern zu. Nur zwei Pools, beide Töchter von Versicherungsunternehmen, verweigern ihren Partnern diese Option. Die Identität ihrer Vermittler legen immerhin 24 von 30 Unternehmen offen. Das ist wichtig für Versicherer, die ihren Prüfpflichten nur nachkommen können, wenn deutlich wird, welcher Vermittler das Geschäft einreicht.

IT-Konzepte

Die Innovationszyklen im Softwarebereich werden kürzer. Pools und Verbände müssen ihre Geschäftsprozesse und die ihrer Vertriebspartner optimieren, wenn sie am Markt Bestand haben wollen. Dafür ist der Einsatz intelligenter IT-Lösungen erforderlich, die für kleinere Unternehmen nur unter großen Anstrengungen zu finanzieren sind. Insbesondere der Trend zum Einsatz mobiler Endgeräte wie Smartphones oder Tablets erfordert für die Anpassung von Beratungs- und Bestandsführungssoftware erhebliche Investitionen. Aber noch immer bieten die meisten Pools und Verbände kostenlose IT-Lösungen an.

Herausforderung Weiterbildung

Viele Unternehmen betreiben schon jetzt große Anstrengungen, ihre Vertriebspartner für aktuelle und künftige Herausforderungen fit zu machen. So nimmt die Einführung des § 34 f in die Gewerbeordnung großen Raum im Schulungs- und Serviceangebot von Investmentpools und

Allfinanzanbietern ein, wie die Studie zeigt. Die Assekuranz-Weiterbildungsinitiative „gut beraten“ wird zu noch mehr Qualifizierungsangeboten von Pools und Verbände führen. Für größere Unternehmen dürfte das neue Verfahren kein unlösbares Problem darstellen. Sie werden fachlich und organisatorisch in der Lage sein, das Know-how und die erforderliche Infrastruktur zu liefern. Kleinere Unternehmen hingegen werden an ihre Leistungsgrenzen stoßen, wenn sie eine Akkreditierung erhalten und den administrativen Aufwand als „Trusted Partner“ leisten wollen. Die Studie zeigt detailliert die Ausgangspositionen der befragten Unternehmen beim Thema Weiterbildung auf.

Was die Branche bewegt

Mehr als 90 Prozent der Befragten halten Datenschutz für sehr wichtig oder wichtig; unwichtig ist er für kein einziges Unternehmen. Gerade Maklerpools und Verbände bewegen sich im Spannungsverhältnis zwischen Produktgebern, Vermittlern und Endkunden und haben dazu noch das Problem, dass Datenschutz Ländersache ist. Die neuen Datenschutzregelungen des GDV helfen ihnen an dieser Stelle nicht weiter.

datenschutz

Zwei Drittel der Pools und Verbände bezeichnen die ungewisse Zukunft der Abschlusscourtage als wichtig. Wer dieser Frage keine hohe Bedeutung beimisst, ist in der Regel im Sachversicherungs- oder Investmentgeschäft unterwegs. Auch die Neujustierung der Vertriebsziele weg von mehr Absatz hin zu besserer Qualität wird Auswirkungen auf die Vergütungssysteme haben. Pools und Verbände brauchen Lösungen für diese Problematik und sollten diese auch offensiv mit der Assekuranz diskutieren. Diejenigen Pools, deren Vermittler zum größten Teil „von der Hand in den Mund“ leben, haben allerdings kaum Spielraum für eine Neuorientierung.

abschlusscourtage

An dritter Stelle der aktuellen Herausforderungen steht die ungewisse Zukunft der Krankenversicherung.

Ausblick

Die Beratung und Vermittlung gegen Honorar kann zu einem weiteren Standbein für Vermittler werden. Wie im Vorjahr hat auch 2013 knapp jedes dritte befragte Unternehmen zumindest im Investmentbereich Lösungen auf Honorarbasis im Angebot. Immerhin 21 Unternehmen planen den Ausbau ihrer Produktpalette. Im Vordergrund stehen dabei Sachversicherungen insbesondere im Gewerbesegment, Bausparen, Finanzierungen, Investmentgeschäft und Vermögensverwaltungslösungen.

Sabine Brunotte, die Autorin und Herausgeberin der Studie, zieht ein Fazit: „Unter Pools und Verbänden steigt der Innovationsdruck, insbesondere in den Bereichen Weiterbildung und IT. Gleichzeitig zwingen sinkende Margen und höhere Anforderungen des Gesetzgebers zu einer Neuausrichtung des Geschäftsmodells. Makler werden sich stärker als bislang an den Kosten der von ihnen nachgefragten Services beteiligen müssen. Nicht alle Unternehmen können bei dieser Entwicklung mithalten, und Größe erweist sich zunehmend als Wettbewerbsvorteil. Aber auch Tanker sind nicht vor Seenot gefeit.“

Über die Studie 2013

Fast alle großen Pools und Verbände beteiligten sich an der sechsten Maklerpoolbefragung von BrunotteKonzept. Die unabhängige Untersuchung liefert auf 230 Seiten Informationen über

Geschäftsmodell, Vertriebspartner, Umsatz und Zusammensetzung nach Branchen, IT-Angebote und Marketingservices, Weiterbildungsangebote sowie Antworten auf aktuelle Branchenfragen. Ein Serviceteil mit Kurzportraits aller 30 beteiligten Unternehmen ergänzt die Ergebnisse. Die Studie ist ein praktikables Nachschlagewerk für Versicherer, Investmentunternehmen, Makler, Vertriebe und Dienstleister von Maklerpools und Verbänden. Sie kann für 645 Euro zzgl. 7 % Umsatzsteuer als PDF [bestellt](#) werden.

Pressekontakt:

Sabine Brunotte

Telefon: 040 / 3558 7947

Fax: 040 / 3558 7948

Mobil: 01525 / 373 6573

Unternehmen:

BrunotteKonzept

Poppenbütteler Weg 214

22399 Hamburg

Internet: www.brunottekonzept.de**Über BrunotteKonzept**

BrunotteKonzept berät und unterstützt bundesweit Versicherer, Finanzdienstleister, Vertriebe, Vermittler und IT-Dienstleister in Vertriebsfragen. Schwerpunkte sind Konzept und Strategieberatung, Marktbeobachtung und Analysen sowie wirkungsvolle Vertriebskommunikation (b2b und b2c). Weitere Informationen unter www.brunottekonzept.de

BRUNOTTEKONZEPT
MARKETING.KOMMUNIKATION.