

Maklertrendstudie 2013/2014, Teil 2: Makler wünschen umfassende Vertriebsunterstützung

Persönliche Maklerbetreuung mit hoher Fachkompetenz ist die beste Vertriebsunterstützung, Wunsch nach Unabhängigkeit steht bei Maklern weiterhin hoch im Kurs, Interesse an Unterstützung zur Nachfolgeplanung steigt, Bestandsprovisionen werden bedeutender als Abschlussprovisionen.

- **Persönliche Maklerbetreuung mit hoher Fachkompetenz ist die beste Vertriebsunterstützung**
- **Wunsch nach Unabhängigkeit steht bei Maklern weiterhin hoch im Kurs**
- **Interesse an Unterstützung zur Nachfolgeplanung steigt**
- **Bestandsprovisionen werden bedeutender als Abschlussprovisionen**

"Die Wünsche der Makler an die Produkthanbieter zur Vertriebsunterstützung sind vielfältig", sagt Helmut Kriegel, Vorstand der maklermanagement.ag. Am wichtigsten ist die persönliche Betreuung vor Ort durch Maklerbetreuer mit hoher Fachkompetenz (88 Prozent, 2012: 96 Prozent). Auf Platz zwei der Wunschliste folgen klare interne Strukturen und Zuständigkeiten in den Gesellschaften (79 Prozent, 2012: 90 Prozent). Ebenso wichtig ist Maklern eine Experten-Hotline für Vermittler (79 Prozent, 2012: 89 Prozent). Das ergab die Maklertrendstudie 2013/2014, eine repräsentative Umfrage unter 300 Versicherungsexperten im gesamten Bundesgebiet von April bis Juli 2013 im Auftrag der maklermanagement.ag.

Auch in diesem Jahr haben die befragten Makler hohe Anforderungen an den Vertriebservice der Versicherer. Doch im Vergleich zum Vorjahr scheint die Wichtigkeit etwas abzunehmen. "Die beste Vertriebsunterstützung sind kurze Wege zu kompetenten Maklerbetreuern und Ansprechpartnern in den Fachabteilungen der Unternehmen. Makler wünschen in erster Linie neutrale Unterstützung für Kundenansprache und ganzheitliche Beratung", sagt Helmut Kriegel. Makler sind sehr stark an Seminaren interessiert, die anbieterunabhängige Fachthemen behandeln (77 Prozent, 2012: 87 Prozent) und an neutralem Material für die Kundenberatung (71 Prozent, 2012: 80 Prozent). Die maklermanagement.ag entwickelt daher regelmäßig produktgeberneutrale Beratungskonzepte, zum Beispiel den „Pflege-Check“. Mit dieser Vertriebsunterstützung will die maklermanagement.ag Maklern die Kundenberatung zur Pflegeabsicherung bei potenziellen Kunden in der Altersgruppe von 30 bis 50 Jahren erleichtern.

Hilfen bei der Bestandspflege werden wichtiger

Den befragten Maklern ist darüber hinaus eine Unterstützung bei Bestandsbetreuung (75 Prozent) und Stornovorbeugung (67 Prozent) wichtiger als Vertriebshilfen für die Neukundengewinnung (41 Prozent). Im vergangenen Jahr erwarteten noch mehr als zwei Drittel der Makler von den Versicherern Angebote, um neue Kunden zu gewinnen. "Wir beobachten seit einiger Zeit, dass die Bestandspflege stärker in den Fokus rückt. Makler bauen eine engere Kundenbeziehung auf und kümmern sich intensiver um Vertragsanpassungen bei veränderten Lebensumständen ihrer Kunden oder um den Einschluss noch nicht abgesicherter Risiken", sagt Jürgen Riemeier, Vorstand der maklermanagement.ag. In diesem Zusammenhang steht auch der Wunsch von 62 Prozent der befragten Makler, bei der Wiederanlage abgelaufener Versicherungsverträge unterstützt zu werden (2012: 53 Prozent).

Um das Geschäft erfolgreich betreiben zu können, sehen sich Makler mit einer Reihe von Herausforderungen konfrontiert, die sie bewältigen müssen. Gestiegene Bürokratie wird wie in den Vorjahren von der Mehrheit der Makler als schwierige Aufgabe gesehen. Mit Abstand folgen

gestiegene Beratungskomplexität in der Altersvorsorge und zurückhaltende Kundennachfrage. Darüber hinaus fühlen sich die Makler immer wieder gefordert, belastbare Auswahlkriterien für ihre Produktempfehlung zu finden und die Risikoneigung ihrer Kunden zu ermitteln.

Ihre Unabhängigkeit ist Maklern weiterhin sehr wichtig

Über 90 Prozent der Makler wollen unabhängig bleiben (94 Prozent, 2012: 97 Prozent). Gleichwohl organisieren sich Makler in Verbänden (22 Prozent, 2012: 23 Prozent) oder schließen sich mit anderen Maklern zusammen (10 Prozent, 2012: 17 Prozent), um das komplexer gewordene Geschäft bewältigen zu können. Den größten Zuspruch haben Pools, denen sich 76 Prozent der befragten Makler angeschlossen haben.

Um Makler in ihrer Unabhängigkeit zu unterstützen, bietet die maklermanagement.ag in Kooperation mit der On Service GmbH, ein auf Kunden- und Vertriebsservice spezialisierter und zertifizierter Dienstleister, ein sogenanntes Makler Backoffice an. Finanzdienstleister können zeitintensive Verwaltungsaufgaben, wie Postbearbeitung, Antragsprüfung, Bestandsverwaltung, Terminierungsservice und Provisionsabrechnung, an das Makler Backoffice auslagern (siehe Pressemitteilung vom 19. Juni 2013).

Mehr als jeder dritte Makler wünscht Hilfe bei Nachfolgeplanung

Jenseits der klassischen Maßnahmen der Vertriebsunterstützung wünschen sich Makler von ihren Produkthanbietern weitere Hilfen. Dazu gehören Bewertung von Beständen (42 Prozent), Unterstützung bei der Nachfolgeplanung (34 Prozent) und Qualifizierung (32 Prozent). Bei der Nachfolgeplanung wächst der Bedarf an Unterstützung (34 Prozent, 2012: 25 Prozent). Auf der anderen Seite nutzt bereits rund jeder dritte Makler die Angebote der Versicherer zur Qualifizierung (31 Prozent) und bei der Beantwortung steuerrechtlicher Fragen (29 Prozent).

Produktanbieter sollten finanzstark sein

Das wichtigste Kriterium, nach dem Makler einen Produkthanbieter auswählen, ist seine Finanzstärke (95 Prozent, 2012: 96 Prozent). Danach folgen weiche Faktoren wie Verlässlichkeit (88 Prozent, 2012: 100 Prozent) und Partnerschaftlichkeit (87 Prozent, 2012: 86 Prozent). Immerhin: Die Provisionshöhe spielt für mehr als jeden zweiten Makler bei der Entscheidung für einen Anbieter eine Rolle (56 Prozent, 2012: 49 Prozent). Der Markenname des Versicherers im Maklermarkt ist für 55 Prozent der Befragten ein Kriterium, der Markenname im Endkundenmarkt sogar für 65 Prozent der Makler.

Maklermeinung beim Thema Vergütung gespalten

Bei dem Thema Vergütung gibt es in diesem Jahr einige Veränderungen. "Die Makler sind in ihrer Einschätzung gespalten, wie sich ihre Vergütungen in Zukunft gestalten werden", sagt Helmut Kriegel. Erwarteten noch im Vorjahr 80 Prozent der Makler, dass die Bedeutung von Bestandsprovisionen zu Lasten von Abschlussprovisionen steigen werde, so sind es in diesem Jahr nur 66 Prozent. Die Gruppe der Makler, die meinen, dass sich an den derzeitigen Vergütungssystemen nichts ändern werde, vergrößert sich um 11 Prozent (55 Prozent, 2012: 44 Prozent). Darüber hinaus bevorzugt eine Mehrheit von 62 Prozent ein Modell, bei dem Kunden zwischen Honorar- und Provisionsberatung wählen können. Knapp vier von zehn Maklern denken, dass hohe Abschlussprovisionen nicht mehr zeitgemäß sind (39 Prozent, 2012: 41 Prozent).

Zusatzmaterial:

[Maklertrendstudie 2013-2014 - Vertriebservice](#)

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

Anfang Oktober folgt in einer weiteren Veröffentlichung das Thema “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

