

Maklertrendstudie 2013/2014: Soziale Netzwerke im Maklervertrieb

Fast jeder dritte Makler verkauft Finanzprodukte über Soziale Netzwerke, Begeisterung für Soziale Netzwerke schwächt sich in diesem Jahr etwas ab, Jeder zweite Makler wünscht sich eine dauerhafte Serviceunterstützung. Soziale Netzwerke sind aus dem Vertrieb von Finanzdienstleistungen nicht mehr wegzudenken.

- **Fast jeder dritte Makler verkauft Finanzprodukte über Soziale Netzwerke**
- **Begeisterung für Soziale Netzwerke schwächt sich in diesem Jahr etwas ab**
- **Jeder zweite Makler wünscht sich eine dauerhafte Serviceunterstützung**

Soziale Netzwerke sind aus dem Vertrieb von Finanzdienstleistungen nicht mehr wegzudenken. Fast ein Drittel der Makler hat bereits über diesen Weg Abschlüsse erzielt, so das Ergebnis der Maklertrendstudie 2012/2013. Im Auftrag der Vertriebservice-Gesellschaft maklermanagement.ag befragte das Beratungsunternehmen Towers Watson von April bis Juni 2013 rund 300 unabhängige Finanzberater.

Für mehr als die Hälfte der Makler werden Facebook, Twitter und Co in absehbarer Zeit zum Geschäftsalltag der meisten Vermittler gehören. Die Zielgruppe der Unter-25-Jährigen ist aus Sicht von 48 Prozent der Befragten über die herkömmlichen Kommunikationswege immer schwerer zu erreichen. „Trotz dieser Erkenntnis stellen wir in diesem Jahr fest, dass sich die Begeisterung unter den Maklern für die neuen Medien im Vergleich zur Vorjahresstudie deutlich abgeschwächt hat“, sagt Jürgen Riemer, Vorstand der maklermanagement.ag. Denn noch im vergangenen Jahr waren die Sozialen Netzwerke für eine Mehrheit von 63 Prozent der Makler ein zentraler Anknüpfungspunkt für Kundenbeziehungen mit jüngeren Menschen (2013: 48 Prozent). Auch die Bedeutung der sozialen Onlinemedien für den Absatz von Finanzprodukten bewerten die Makler in diesem Jahr kritischer (43 Prozent, 2012: 49 Prozent).

Als wichtigstes Aushängeschild im Internet nutzen Makler eine eigene Homepage (84 Prozent), noch vor XING (58 Prozent) und Facebook (43 Prozent). Die Hälfte der befragten Makler wünscht sich Unterstützung durch die Versicherer oder Pools bei der Pflege ihrer eigenen Präsenz in den Social Media und ihrer Kundenkontakte. Eine gute Hilfe wären Ansprachekonzepte für die jüngere Zielgruppe (41 Prozent). Schulungen zu einem effektiven Marketing in sozialen Netzwerken würden 32 Prozent der Makler besuchen. Für 21 Prozent der befragten Makler ist die Kompetenz im Bereich der sozialen Netzwerke ein Kriterium, das bei der Auswahl eines Produkthanbieters eine Rolle spielt (2012: 27 Prozent).

Zusatzmaterial:

[Maklertrendstudie 2013/2014](#)

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

Über die maklermanagement.ag

Die maklermanagement.ag, Hamburg, ist eine Vertriebsservice-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 Vertriebsservice-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

