

Pressemitteilung

Rotenburg/Hamburg, 27. Juli 2009

Gemeinsam stärker? Wie Maklerpools und Verbände die Krise meistern

Maklerpools und Verbände sind in den letzten Jahren stark gewachsen und haben ihre Marktstellung ausgebaut. Konnten sie die Erfolgsstory auch 2008 fortschreiben? Und mit welchen Leistungen und Services wollen sie aktuell bei Maklern punkten? BrunotteKonzept hat die größten Maklerpools und Verbände im Frühjahr 2009 befragt und stellt jetzt die Antworten vor.

Das Wachstum hat an Dynamik verloren, lautet die erste Erkenntnis. Bei einigen Unternehmen hinterlässt die Finanz- und Wirtschaftskrise bereits Spuren. Aber das Gesamtergebnis kann sich trotzdem noch sehen lassen: Um durchschnittlich vier Prozent steigerten die Befragungsteilnehmer ihre Provisionseinnahmen im Jahr 2008. Die hohen Erwartungen an einen Jahresendspurt wegen Einführung der Abgeltungssteuer wurden aber krisenbedingt nicht mehr erfüllt.

Geschäftsmodell

Zwischen Pools und Verbänden verläuft in der Regel eine klare Trennungslinie. Pools bündeln („poolen“) das Geschäft und sind Vertragspartner der Produktgeber, während Verbände auf dem Prinzip der gegenseitigen Unterstützung von Maklern basieren. Mittelweile gibt es auch Mischformen. Die meisten Pools weiten ihr Geschäftsmodell aus und entwickeln sich in Richtung Dienstleister.

Die Mehrheit der Unternehmen lässt eine Direktanbindung ihrer Vertriebspartner beim jeweiligen Produktlieferanten zu. Vermittelt der Makler über den Pool, wird seine Courtage alle 14 Tage oder monatlich abgerechnet. Nennenswerte Kosten für eine Mitgliedschaft entstehen bei Pools im Gegensatz zu Verbänden meist nicht.

Mehr Vermittler

Die Zahl der Vertriebspartner stieg 2008 wiederum an. Allerdings ist sie seit Jahresbeginn 2009 rückläufig, weil viele Pools nach Ablauf der Übergangsregelungen zur Registrierung jetzt ihre Bestände bereinigen. Trotzdem bringen es die an der Umfrage beteiligten Unternehmen im Frühjahr 2009 auf rund 70.000 Vermittler und damit fast doppelt so viel, wie Makler im Vermittlerregister eingetragen sind. Damit setzt sich der Trend fort, dass Makler mit mehreren Pools kooperieren. Immer mehr Pools bieten ihre Leistungen auch Vertrieben an. Mehr als zwei Drittel der befragten Pools kooperieren bereits mit ihnen. Auch Banken und Sparkassen sind als potentielle Vertriebspartner gefragt.

IT, Software und Abwicklungsplattformen

Eigene Online-Plattformen integrieren Berechnungsprogramme und Anwendungen der Versicherer. Für Marktvergleiche werden etablierte Programme externer Anbieter genutzt. Für die Beratungsdokumentation bieten fast alle Pools und Verbände elektronische Unterstützung an. Maklerverwaltungsprogramme stellen 80% der befragten Unternehmen zur Verfügung.

Unabhängigkeit in Gefahr?

Die Beteiligung von Produktgebern an Pools bewertet die Mehrzahl der befragten Unternehmen kritisch. Als wesentliche Gefahr gilt der Verlust der Unabhängigkeit. Pools, an denen Versicherer bereits beteiligt sind, verweisen hingegen darauf, dass die Beteiligung eines Produktgebers ihre finanzielle Position stärke. Originalzitat: „Wir sind der Überzeugung, dass es in Kürze keinen leistungsfähigen Pool mehr geben wird, der ohne die Kapitalstärke eines Versicherers die Anforderungen des Marktes erfüllen kann.“

Ausblick

Maklerpools steht eine Konsolidierungsphase bevor. Das bestätigen auch die befragten Unternehmen. Die Finanz-, Wirtschafts- und Vertrauenskrise wird diesen Prozess beschleunigen. Nur Unternehmen mit starker Eigenkapitalbasis, ob selbst erwirtschaftet oder durch externe Kapitalgeber bereitgestellt, ausreichender Liquidität und tragfähigem Geschäftsmodell werden sich dauerhaft behaupten können. Als wichtige Trends gelten neben der Konsolidierung eine weitere Technologisierung der Beratungsprozesse, Professionalisierung sowie Kooperationen.

Krise als Katalysator

Sabine Brunotte, Geschäftsführerin von BrunotteKonzept, zu den Ergebnissen der Studie: „Wer im Vertriebsweg Makler bestehen will, muss sich mit Pools und Verbänden auseinandersetzen. Allerdings sind die Unternehmen sehr unterschiedlich, wie unsere Untersuchung ergeben hat. Kein Pool gleicht dem anderen, Geschäftsmodell, Unternehmensschwerpunkte und Services variieren erheblich und sind nur schwer vergleichbar. Die Wirtschaftskrise wird als Katalysator wirken und zu einer Auslese führen. Insbesondere Pools müssen ihre Strategie von Wachstum auf Ertrag umsteuern, wenn sie im Markt bestehen wollen.“

Über die Studie

Die Studie „Gemeinsam stärker - Maklerpools, Verbände und Servicedienstleister 2009“ von BrunotteKonzept basiert auf einer Befragung der wichtigsten Maklerpools und Verbände im Frühjahr 2009. Die Antworten von insgesamt 28 Unternehmen werden ergänzt um eine Bestandsaufnahme zu Entwicklungen und Trends im Vertriebsweg Makler. Auf 171 Seiten liefert die unabhängige Studie eine Bestandsaufnahme des Poolmarktes 2009. Sie ist darüber hinaus ein nützliches und praktikables Nachschlagewerk für Makler, Vertriebe, Produktpartner sowie Dienstleister von Maklerpools und Verbänden. Weitere Informationen gibt es auf der [Homepage](#) von BrunotteKonzept, wo auch das [Bestellfax](#) heruntergeladen werden kann.

Über BrunotteKonzept

Sabine Brunotte ist als Marketing- und Kommunikationsexpertin auf Versicherungen, Finanzdienstleistungen und Vertrieb spezialisiert. Sie berät mit BrunotteKonzept bundesweit Unternehmen bei der Neuausrichtung oder Optimierung von Vertriebs- und Marketingstrategie, Medienarbeit sowie interner und externer Vertriebskommunikation.

Zeichen einschließlich Leerzeichen: 5.461

Kontakt:

BrunotteKonzept
Sabine Brunotte
Kattensteert 13
27356 Rotenburg
04268 225453
info@brunottekonzept.de
<http://www.brunottekonzept.de>