

Pressemitteilung

Es geht um mehr als Courtage und Produkte

Maklerpools und Verbände bieten ihren Vertriebspartnern längst weit mehr als Zugang zu Produkten und attraktive Courtagen. Was sie leisten und was sie von Produktgebern fordern, hat jetzt eine aktuelle Studie ermittelt.

Rotenburg, 10. August 2010

Auch wenn Makler in erster Linie Produktzugang und attraktive Courtagen von einem Pool erwarten – Maklerpools und Verbände leisten weitaus mehr. IT-Unterstützung, Beratungssoftware, Vergleichsprogramme und Maklerverwaltungsprogramm sind aus ihrem Angebot schon nicht mehr wegzudenken. Hinzu kommen Marketing-Services, Unterstützung bei der Büroorganisation und vielfältige Weiterbildungsangebote für die Vertriebspartner. Welcher Pool was bietet, hat jetzt die Studie „Maklerpools, Verbände und Servicedienstleister 2010“ von BrunotteKonzept erhoben.

Zulauf ungebremst

Die Zahl der Vertriebspartner bei Pools und Verbänden wächst weiter, stellt die Studie fest. Selbst die großen Pools hätten noch steigende Vermittlerzahlen gemeldet. Neue Vertriebspartner suchen Pools zunehmend unter Vertrieben und institutionellen Vermittlern wie Banken und Sparkassen. Je nachdem, wo der Dienstleister seine Prioritäten setzt, variiert auch das Angebot. In einem gleichen sich aber die meisten Pools: Sie stellen ihre Leistungen bislang fast immer kostenlos bereit.

Umsatz uneinheitlich

Elf von 25 befragten Unternehmen haben für 2009 Umsatzwachstum signalisiert, bei sieben ging der Umsatz zurück, und weitere sieben Unternehmen machten zum Umsatz des letzten Jahres keine Angaben. Lebens- und Rentenversicherungen erweisen sich als Wachstumsmotor: Fast alle Unternehmen mit Angaben zur Zusammensetzung ihrer Provisionserlöse melden einen Anstieg des LV-Anteils. Das Geschäft mit Investmentfonds und Beteiligungen hingegen ging auch bei den meisten Pools und Verbänden zurück.

IT und Software

Online- Plattformen der Dienstleister reduzieren bereits jetzt die Komplexität für Vermittler, indem sie Vergleichs- und Tarifierungsprogramme sowie weitere Anwendungen ausgewählter Produktlieferanten integrieren. Für den Marktvergleich zu Versicherungen werden die Programme etablierter Anbieter eingesetzt. Auch für die Anlageberatung kaufen die Unternehmen hauptsächlich externe Software ein. Vier von fünf Pools und Verbänden bieten ein Maklerverwaltungsprogramm oder CRM an. Die meisten IT-Services und Programme werden kostenlos bereitgestellt.

Betrieb und Organisation

Über ein eigenes Produktresearch verfügen fast alle befragten Unternehmen, und Angebote für Vermittler erstellen rund drei Viertel. Aus den Research-Ergebnissen werden häufig Empfehlungslisten hergeleitet. Den Antragslauf begleiten fast alle Pools, während Vertriebspartner von Verbänden ihre Anträge direkt beim Produktgeber einreichen. Die Schadenbearbeitung unterstützt ein Drittel. Als Backoffice-Services werden auch Verwaltung der Bestände sowie Übernahme von Buchhaltung und Controlling angeboten. Erste Unternehmen assistieren ihren Vertriebspartnern bereits bei der Gewinnung von Mitarbeitern für Backoffice und Vertrieb, und ein Drittel agiert auch als Unternehmensberatung.

Fairness gefragt

Erstmals wurden Pools und Verbände von BrunotteKonzept nach ihren Wünschen an Produktgeber befragt. Zu den wichtigsten Forderungen an Versicherer, Kapitalanlagegesellschaften und Emissionshäuser zählen Weiterzahlung der Courtage nach Vertragsbeendigung, Sicherheit der Daten, feste Ansprechpartner, fest definierte Abläufe und Service-Level sowie Korrespondenz, Rechnungen etc. im Dateiformat. Am Ende der Skala stehen Incentives, Korrespondenz auf Papier und Aktionsunterstützung. Daneben reklamieren die Unternehmen unter anderem Fairness, eine berechenbare Geschäftspolitik, Zuverlässigkeit und Einhaltung von IT-Standards wie BiPRO- oder GDV-Normen.

So individuell wie die Vermittler

Studienautorin Sabine Brunotte zieht ein Fazit: „Maklerpools und Verbände haben sich als wichtige Partner von Maklern und Produktgebern etabliert. Gerade Versicherer sollten die Forderungen ernst nehmen. Allerdings gleicht kein Unternehmen dem anderen. Die Bandbreite reicht vom Kleinunternehmen mit geringem Umsatz und weniger als eine Handvoll Beschäftigte über mittelgroße Kapitalgesellschaften bis hin zu Töchtern von Versicherungskonzernen. Auch Geschäftsmodell, Produktschwerpunkte, Werte und Ausrichtung unterscheiden sich gravierend, wie unsere Studie zeigt. Kurz gesagt: Pools und Verbände sind so individuell wie die angeschlossenen Vermittler.“

Über die Studie

Die aktuelle Studie Maklerpools, Verbände und Servicedienstleister 2010 von BrunotteKonzept basiert auf einer Befragung der wichtigsten Maklerpools und Verbände im Frühjahr 2010. Insgesamt haben sich 25 Unternehmen beteiligt und liefern mit ihren Antworten interessante Einblicke in die Leistungen von Maklerpools und Verbänden. Auf 187 Seiten liefert die unabhängige Studie ein praktikables Nachschlagewerk für Makler, Vertriebe, Produktgeber und Dienstleister von Maklerpools und Verbänden. Weitere Informationen stehen im Internet unter www.brunottekonzept.de bereit.

Zeichen einschließlich Leerzeichen: 5.032

Über BrunotteKonzept

BrunotteKonzept berät und unterstützt bundesweit Versicherer, Finanzdienstleister, Vermittler und Vertriebe. Schwerpunkte sind Konzept und Strategieberatung, Marktresearch und Studien sowie Vertriebskommunikation.

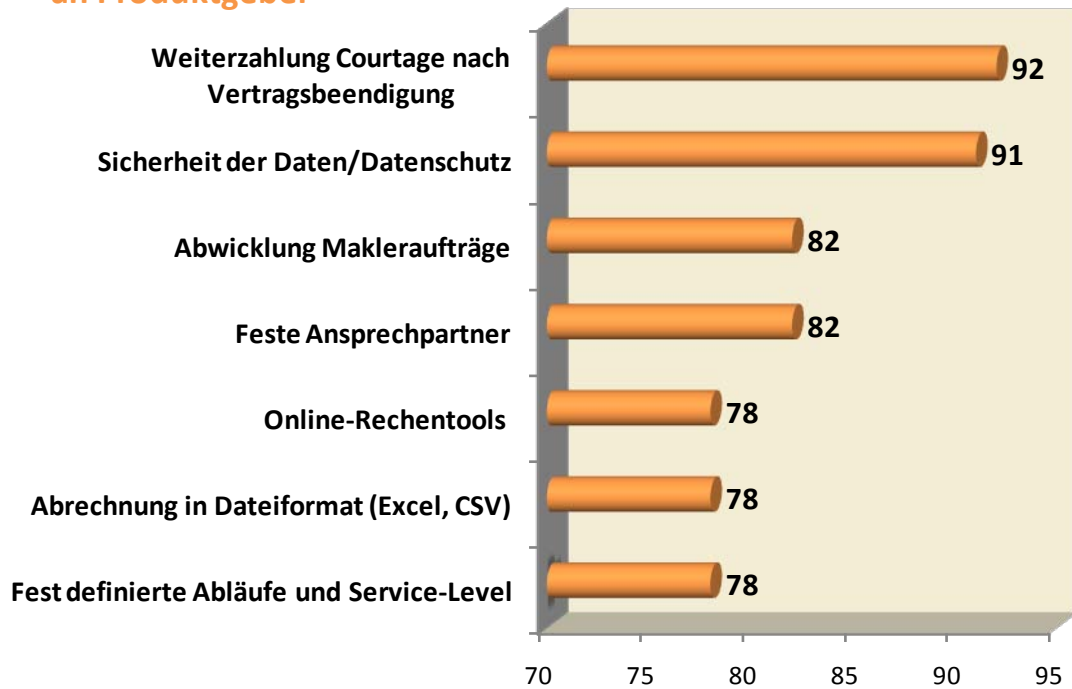
Kontakt

BrunotteKonzept
Sabine Brunotte

Kattensteert 13
27356 Rotenburg (Wümme)
Fon 04268 225453
Fax 04268 982839

Mail sabine.brunotte@brunottekonzept.de
www.brunottekonzept.de

Die wichtigsten Forderungen von Pools und Verbänden an Produktgeber



Bedeutung auf einer Skala von 100 bis 0 Punkte; 100 = unverzichtbar

©BrunotteKonzept, Studie Maklerpools, Verbände und Servicedienstleister 2010