



Rating von Maklerpools

In allen Punkten sehr gut

Die Marktbedeutung von Maklerpools und Servicegesellschaften ist innerhalb weniger Jahre deutlich gewachsen. Nur noch jeder fünfte Makler kann oder will vollständig auf Dienste dieser Unternehmen verzichten. Dabei hat er die Qual der Wahl: Mehr als 100 Unternehmen stehen nach Schätzung von Fachleuten zur Auswahl. Ein neues Rating von Maklerpools soll jetzt für Orientierung sorgen.

Geschäftsmodell, Leistungen und Konditionen von Maklerpools, Verbänden und Servicegesellschaften unterscheiden sich erheblich. Vom klassischen Pool, der Neugeschäft bündelt und Zugang zu Produkten sowie Einkaufsvorteile bietet, über Deckungskonzeptmakler bis zu den Servicegesellschaften reicht die Bandbreite. Es gibt Spezialisten für Fonds, Beteiligungen und Kapitalanlagen ebenso wie reine Versicherungspools oder Allround-Anbieter. Die Qual der Wahl will die Ratingagentur Assekurata, bislang bekannt für die Bewertung von Versicherungsunternehmen, jetzt erleichtern. Dafür hat Assekurata im Herbst 2009 erstmals

Maklerpools analysiert. Von der Idee bis zum fertigen Rating dauerte es rund ein Jahr. Insgesamt fünf Maklerpools waren an der Entwicklung beteiligt. Drei von ihnen haben Assekurata mit einem Rating beauftragt. Das kostet, je nach Umfang der Ergebnisdokumentation für den Auftraggeber, zwischen 20.000 und 28.000 Euro. Dafür trägt die Ratingagentur eine Fülle von Informationen zusammen: Extern veröffentlichte Daten werden ebenso analysiert wie interne Aufzeichnungen, Interviews mit dem Management und Befragungen angeschlossener Makler. Im Gegenzug sichert Assekurata den befragten Unternehmen Vertraulichkeit in Bezug auf Detailergeb-



IN KÜRZE

1. Die Ratingagentur Assekurata hat erstmals Maklerpools analysiert. Drei haben sich der Untersuchung gestellt und mit sehr guten Ergebnissen abgeschlossen.
2. Assekurata hat für ihre Untersuchung 100 angebundene Vertriebspartner telefonisch nach ihren Erfahrungen mit Pools befragt.
3. Ein Pool muss einem Makler eine langfristige Zusammenarbeit gewährleisten, denn die Auslagerung von administrativen Aufgaben schafft auch Abhängigkeiten.
4. Die Agentur will im laufenden Jahr noch neue Ratings präsentieren.

Rating: Drei Pools erzielten sehr gute Ergebnisse

	FiNET Financial Services Network AG	pma GmbH	WIFO GmbH
Gesamtwertung	**** (sehr gut)	***** (exzellent)	**** (sehr gut)
davon Maklerorientierung 40%	gut	exzellent	sehr gut
Leistungsmanagement	sehr gut	exzellent	gut
Leistungsangebot	sehr gut	sehr gut	sehr gut
Preis/Leistung	gut	sehr gut	gut
davon Maklerzufriedenheit 30%	sehr gut	sehr gut	gut
Maklerzufriedenheit	gut	sehr gut	voll zufriedenstellend
Maklerbindung	sehr gut	exzellent	gut
davon Solidität 30%	sehr gut	exzellent	sehr gut
Qualitative Solidität	sehr gut	exzellent	gut
Quantitative Solidität	sehr gut	sehr gut	exzellent

Quelle: Assekurata/Sabine Brunotte

nisse zu. Einheitliche Kriterien zu entwickeln, war angesichts der Vielfalt keine leichte Aufgabe, bestätigt Markus Kruse,

Bereichsleiter Vertriebe bei Assekurata. Die Heterogenität im Maklerpoolmarkt bilde das Nachfrageverhalten der Mak-

**Vier Fragen an Lambert Stegemann,
Geschäftsführer der pma GmbH**

Was war Ihre Motivation zur Teilnahme?

Qualifizierte Berater und Organisationen sind nur durch Leistung und Qualität zu überzeugen. pma verfügt bei diesen Partnern über eine hohe Reputation und das Rating unterstützt uns, diese wichtigen Zielgruppen nun noch besser zu erreichen. Ich persönlich verspreche mir von dem Rating, dass Berater vielleicht vor einer Kooperation mit einem Pool etwas genauer hinschauen, was konkret zu welchem Preis geleistet wird. Wir verstehen uns als Fachhandel und nicht als Discounter. Sucht ein Berater Qualität, findet er mit pma den richtigen Partner. Darüber hinaus war es für uns eine gute Möglichkeit, von außen den Spiegel vorgehalten zu bekommen. So wurden Schwachstellen und Defizite lokalisiert, die wir vielleicht so nicht, zumindest nicht so schnell, erkannt hätten.



Wurden Ihre Erwartungen erfüllt?

Ja, die Erwartungen wurden erfüllt. Nicht nur, dass die Fachpresse aufmerksam wurde, auch Vermittler scheinen sich mit dem Rating auseinandergesetzt zu haben. Zumindest erreichen uns viele Anfragen, wo immer wieder Bezug auf das Ratingergebnis genommen wird. Erfreulicherweise handelt es sich bei den Anfragen fast ausnahmslos um sehr qualifizierte Vermittler, die selbst einen gewissen Qualitätsanspruch verfolgen und leben.

Welche Reaktionen haben Sie auf das Ergebnis erfahren?

Viel Lob und Anerkennung von allen Seiten. Sowohl Partner als auch Produktgeber haben uns zu dem hervorragenden Ergebnis gratuliert. Sogar Mitbewerber haben uns Glückwünsche übermittelt. Auch auf unserem Stand auf der DKM war das Rating natürlich ein beherrschendes Thema. Für mich war eine schöne Erfahrung, dass man uns ein solches Ergebnis auch abnimmt, ja vielleicht sogar gönnt. Wir stehen nicht so im Marktfokus, sind aber für unsere Qualität, unseren partnerschaftlichen Anspruch und unsere Seriosität bekannt. Eben authentisch.

Wie hoch war der Zeitaufwand für Sie und Ihre Mitarbeiter?

Jede Abteilung unseres Hauses war in den Ratingprozess eingebunden. Wir haben das Glück, dass wir als hundertprozentige Tochter eines amerikanischen Konzerns sehr viele interne Abläufe dokumentieren müssen. Das hat es uns in einigen Bereichen leicht gemacht, die geforderten Unterlagen zeitnah zu liefern. Trotzdem lag der Zeitaufwand bei circa drei Mannwochen. Diese Investition hat sich aber gelohnt, nicht nur für die Außenwirkung, sondern auch für die Organisation der internen Geschäftsabläufe.

ler ab, die ebenfalls unterschiedliche Ansprüche stellten. Assekurata hat schließlich drei Bewertungsfelder definiert:

MAKLERORIENTIERUNG

Die Maklerorientierung hat mit 40 Prozent der Gesamtwertung das höchste Gewicht. Assekurata versteht darunter das Leistungsmanagement und begutachtet strategische Aspekte ebenso wie das konkrete Leistungsangebot. Die Qualität der Unternehmensplanung, Arbeitsabläufe sowie Umfang und Qualität der bereitgestellten Dienstleistungen fließen hier ein. Angesichts der Vielfalt der Angebote gibt es aber keinen einheitlichen Kriterienkatalog, der abgehakt wird. Den Unterschieden trägt Assekurata Rechnung, indem die Relation von Preis und Leistung bewertet wird. Denn der Service eines Pools, der seine Leistungen kostenlos anbietet, ist anders zu bewerten als wenn der Pool seine Leistungen in Rechnung stellt. Einfacher gesagt: Je teurer das Angebot, umso höher die Anforderungen. In die Betrachtung fließen Mitgliedsgebühren, Dienstleistungspauschalen und Nutzungsentgelte für Software ein und werden zu Leistungen und Courtagesätzen ins Verhältnis gesetzt. Somit wird das Verfahren sowohl Full-Service- als auch Nischenanbietern gerecht.

MAKLERZUFRIEDENHEIT

Hier kommt der Kunde, also der Makler, zu Wort. Assekurata befragt jeweils 100 angebundene Vertriebspartner per Telefon nach ihren Erfahrungen. Zusätzlich werden Einzelinterviews, so genannte qualitative Befragungen, durchgeführt. Im späteren Rating ist dann nachzulesen, welche Leistungen die Makler besonders begeistert haben. Darüber hinaus ermittelt Assekurata Abhängigkeiten zwischen einzelnen Servicekriterien und der Maklerzufriedenheit. Pools, die sich einem Rating unterziehen, bekommen hier auf dem Tablett serviert, in welchen Bereichen sich eine Verbesserung des Angebotes besonders lohnt. Ein weiterer Gradmesser für Zufriedenheit ist, wie von Umfragen zu Versicherern bekannt,

die Empfehlungsbereitschaft. Nur wer von seinem Partner überzeugt ist, empfiehlt ihn auch in seinem Umfeld weiter.

SOLIDITÄT

Bei diesem Kriterium wird es besonders spannend, weil sich bekanntermaßen viele Pools vornehm zurückhalten, wenn es um Transparenz in Sachen Kapitalstärke geht. Ein Großteil der konzernunabhängigen Unternehmen verzichtet zum Beispiel auf die Veröffentlichung ihrer Gewinn- und Verlustrechnung. Wenn Assekurata hier Licht ins Bilanzdunkel bringt, ist das ein Fortschritt. Zur Bewertung der qualitativen Solidität ermittelt die Ratingagentur Risiken, denen das Geschäftsmodell ausgesetzt ist und ob angemessene Maßnahmen zur Risikobegrenzung ergriffen werden. Positiv wird zum Beispiel bewertet, wenn ein Pool mehrere Geschäftsfelder abdeckt, weil Umsatzeinbußen in Teilsegmenten so leichter kompensiert werden können. Ein sorgfältiges Auswahlverfahren für neue Vertriebspartner gilt ebenso als Pluspunkt wie risikoadäquate Stornoreserven und die Vertrauensschadenversicherung. Für quantitative Solidität sind Sicherheits- und Ertragslage von Bedeutung. Hier dienen Eigenkapitalquote sowie Umsatz- und Ertragsentwicklung als Maßstab.

Für Makler ist gerade die Solidität ihres Partners wichtig. Neben der Sicherheit von Courtagen und Stornoreserven spielt zunehmend eine Rolle, dass Makler auch große Teile ihrer Geschäftsprozesse auf Pools und Dienstleister auslagern. Mit der Entlastung in der Administration steigt die Abhängigkeit. Darum ist es unerlässlich, dass ein Pool oder Dienstleister die Gewähr für eine langfristige Zusammenarbeit bieten kann.

Die ersten Ratings haben die Pools pma, WiFO und FiNET absolviert – und mit sehr guten Ergebnissen abgeschlossen. Ganz oben steht die pma GmbH, ein Tochterunternehmen der amerikanischen Prudential Financial Inc., mit der Höchstnote „exzellent“. Die Ratingberichte können auf der Homepage www.assekurata.de kostenlos abgerufen werden.

Sabine Brunotte

Interview mit Markus Kruse, Bereichsleiter Vertrieb bei Assekurata und federführend für das Maklerpoolrating



Die Landschaft der Maklerpools und Verbände ist sehr heterogen. Können Sie überhaupt einheitliche Bewertungskriterien definieren?

Die Heterogenität im Maklerpoolmarkt bildet die unterschiedlichen Bedürfnisse und das differenzierte Nachfrageverhalten der Makler ab. Um dieser Heterogenität gerecht zu werden, bewerten wir im Verfahren das Preis-Leistungs-Verhältnis. Denn ein Full-Service-Anbieter muss sein Leistungsangebot auch in der Kalkulation berücksichtigen, sei es über Servicegebühren, oder eine verminderte Abgabequote. Umgekehrt sollte es sich auch im Preismodell eines Dienstleisters widerspiegeln, wenn er neben dem Pooling nur geringen Service bietet. Unser Rating gibt Maklern eine Orientierungshilfe, bei welchem Pool oder Verbund er die gewünschten Leistungen in guter Qualität und zu einem angemessenen Preis erhält.

Wie begegnen Sie der Vermutung, es handele sich, weil bezahlt, um „Gefälligkeitsratings“?

Mandatierte Ratings sind in der Branche die Praxis. Nahezu alle Ratingagenturen arbeiten mit diesem Preismodell. Zudem wäre eine Beurteilung nur auf Basis externer Informationen bei Maklerpools nicht ausreichend, weil nur wenig öffentlich zugängliche Informationen verfügbar sind. Unsere Ratings zeichnen sich durch eine stärkere Informationsdichte aus. So dauert ein interner Analyseprozess von Assekurata in der Regel mehrere Wochen. Angefangen von einer telefonischen Befragung der Partner durch ein professionelles Institut über zahlreiche Einzelgespräche der Analysten mit Maklern bis hin zur Analyse der angeforderten Unterlagen und Gesprächen mit Mitarbeitern und Geschäftsführung des Pools sind diese Projekte sehr personalintensiv. Gleiches gilt für die Aufbereitung. Selbstverständlich könnten wir die Kosten auch an die Makler weitergeben, und die kostenlose Informationsbereitstellung entfielen. Die starke Resonanz und die aktive Nachfrage zeigen uns aber bisher, dass das Preismodell des mandatierten Ratings eine größere Akzeptanz findet.

Die untersuchten Unternehmen können die Veröffentlichung ihres Ratings verhindern. War das bei den Maklerpools bereits der Fall?

Die drei Unternehmen, die wir bisher bewertet haben, haben allesamt einer Veröffentlichung zugestimmt. Bei der Neueinführung eines Ratingverfahrens ist dies nicht unüblich, da sich in der Regel die sehr qualitätsorientierten Unternehmen für ein solches Verfahren interessieren. Es ist aber damit zu rechnen, dass über kurz oder lang auch Pools einer Veröffentlichung widersprechen. Allerdings hat selbst ein unveröffentlichtes Rating positive Effekte. Denn der Maklerpool erhält wichtige Erkenntnisse über die Qualität seines Angebots und damit Ansatzpunkte für Verbesserungen, die dann unmittelbar den angebundenen Maklern zugute kommen.

Die Bewertung des Pools durch seine Partner spielt eine wichtige Rolle im Rating. Wer sucht die zu befragenden Makler aus, und nach welchen Kriterien geschieht das?

Um eine repräsentative Befragung zu gewährleisten, stellt der Pool oder Verbund uns seine gesamten Partner zur Verfügung. Daraus ziehen wir eine zufällige Stichprobe von 100 Maklern. Damit ist zum einen sichergestellt, dass ein repräsentatives Bild entsteht. Zum anderen werden die Ratings nicht durch Positivauswahl beeinflusst. Ob uns ein Pool tatsächlich alle Kunden geliefert hat, können wir in der Regel sehr gut über die zahlreichen frei zugänglichen Veröffentlichungen prüfen.

Für Makler, die ihr Neugeschäft über Dienstleister poolen, ist die Höhe der Courtage wichtig. Bislang haben Sie den teilnehmenden Pools marktübliche Courtagen attestiert. Welche Bandbreiten verstehen Sie darunter?

Neben der Höhe der Courtage gibt es noch viele weitere Informationen, die für Makler von Bedeutung sind und die wir in unserem Verfahren berücksichtigen. Allerdings gehen die Unternehmen sehr zurückhaltend mit der Veröffentlichung dieser Daten um. Dies ist prinzipiell nachvollziehbar und aus anderen Bereichen bekannt. Auch eine Versicherungsgesellschaft gibt nur einem ausgesuchten Kreis Auskunft über streng vertrauliche Informationen. Insofern gelangen wir zwar in unseren Verfahren an solche Daten, müssen diese jedoch vertraulich behandeln. Um den Informationsbedürfnissen der Makler noch besser gerecht zu werden, arbeiten wir jedoch aktuell an dieser Fragestellung. Allerdings ist selbstverständlich das Einverständnis der Pools notwendig, um beispielsweise seine Provisionsätze zu veröffentlichen. Die bisher bewerteten Gesellschaften zahlen in der Lebensversicherung beispielsweise Courtagen von 40 bis 45 ‰, was durchaus als marktüblich für Maklerpools bezeichnet werden kann.

Welche Reaktionen hat es seit der Veröffentlichung der ersten Poolratings auf der DKM gegeben? Liegen bereits neue Rating-Aufträge vor, und wenn ja, wie viele?

Die Reaktionen waren ausgesprochen positiv, sowohl von Seiten der Maklerpools als auch von den Maklern, was uns besonders gefreut hat. Von daher fühlen wir uns mit unserem Informationsangebot bestätigt und werden es auch weiter ausbauen und optimieren. Aktuell finden Gespräche mit Maklerpools und -verbänden statt und wir sind zuversichtlich, im Jahr 2010 neue Ratings präsentieren zu können.

Sabine Brunotte, www.brunottekonzept.de