

Pressemitteilung zur Studie Maklerpools, Verbände und Servicedienstleister 2011

Hamburg, 6. September 2011

Licht am Ende des Tunnels?

Studie Maklerpools, Verbände und Servicedienstleister 2011

Maklerpools und Verbände haben sich von der Umsatzdelle des Jahres 2009 erholt. Sehen sie jetzt das Licht am Ende des Tunnels? Manche schon, sagt Sabine Brunotte. Die Vertriebsexpertin hat in diesem Jahr zum vierten Mal Maklerpools und Verbände zu ihrer aktuellen Geschäftssituation, Schwerpunkten und Services befragt.

Die Studie Maklerpools, Verbände und Servicedienstleister 2011 von BrunotteKonzept nimmt Pools und Verbände unter die Lupe. Grundlage sind die Antworten von insgesamt 26 Unternehmen. Diese haben einen umfangreichen Fragebogen ausgefüllt und gewähren damit Einblicke in Ausrichtung, Geschäftsmodell und Leistungsangebot.

Transparenz gefragt

Für Makler wie Produktgeber sind manche Pools so etwas wie eine Blackbox, und sie wissen nur selten genau, mit wem sie es zu tun haben. Dabei ist die Bedeutung von Maklerpools im Vertriebswegemix gerade der Assekuranz deutlich gestiegen. Umso wichtiger wird deshalb, dass sich die Unternehmen in die Karten sehen lassen, Basisdaten nach einheitlichen Kriterien erheben und veröffentlichen. Noch erfüllen längst nicht alle Pools diese Anforderungen, wie Rainer M. Jacobus, Vorstand der IDEAL-Versicherungen, im Vorwort der aktuellen Studie von BrunotteKonzept konstatiert.

Umsatz steigt

Der Umsatz von Maklerpools und Verbänden stand im Jahr 2009 auf der Bremse. Aber jetzt geht es wieder voran, so scheint es. Immerhin 17 von 26 Unternehmen meldeten, dass ihr Umsatz im letzten Jahr gewachsen ist. Bei den anderen erreichte er zumindest das Vorjahresniveau. Das ist vor allem auf einen Zuwachs bei den Vertriebspartnern zurückzuführen. Immer mehr Makler schließen sich Pools oder Verbänden an. Neun von zehn Maklern kooperieren bereits mit ihnen.

Courtage, Kosten und Direktanbindung

Die meisten Pools lassen eine Direktanbindung ihrer Vertriebspartner bei Produktgebern zu. Immerhin jedes fünfte Unternehmen besteht aber auf Exklusivität – darunter auffallend häufig Pools im Versichererbesitz. Die Neugeschäftscourtage wird alle 14 Tage oder monatlich abgerechnet, für die Bestandscourtage sind die Zyklen länger. Nennenswerte Kosten für die Mitgliedschaft fallen bei Pools in der Regel nicht an. Verbände hingegen erheben meistens Gebühren.

IT-Services und Programme

Online- Plattformen der Pools und Verbände reduzieren die Komplexität für Vermittler, indem sie Vergleichs- und Tarifierungsprogramme sowie weitere Anwendungen integrieren. Für den Versicherungsvergleich werden die Programme etablierter Anbieter genutzt. Auch für die Anlageberatung setzen die Unternehmen hauptsächlich externe Software ein. Die meisten IT-Services und Programme werden kostenlos bereitgestellt. 24 von 26 Unternehmen bieten ihren Vertriebspartnern ein Maklerverwaltungsprogramm, zum größten Teil ebenfalls ohne Gebühr.

Unterstützung der Makler

Über ein eigenes Produktresearch verfügen 18 Unternehmen, und 17 geben ihren Partnern Unterstützung bei der Erstellung von Angeboten. Aus den Research-Ergebnissen werden häufig Empfehlungslisten hergeleitet. Als Backoffice-Services sind Bestandsverwaltung, Buchhaltung, Controlling und Kundenbetreuung im Angebot. Immerhin 14 Pools und Verbände agieren auch als Unternehmensberatung. Der Personalmangel zeigt Spuren: Bereits elf Unternehmen unterstützen ihre Vertriebspartner bei der Gewinnung und Einarbeitung neuer Backoffice-MitarbeiterInnen.

Anforderungen an Betreuung

In diesem Jahr befragte BrunotteKonzept die Pools und Verbände zum ersten Mal nach ihren Erwartungen an die Betreuung durch Produktgeber. Die Antworten zeigen: Pools und Verbände müssen anders betreut werden als Einzelmakler. Die Wünsche der Pools und Verbände an ihre eigene Betreuung ergeben eine lange Wunschliste. An der Spitze stehen kompetente und verlässliche Ansprechpartner, zeitgemäße IT-Lösungen (Stichworte GDV-Datensatz und BiPRO-Standards), Schnelligkeit und Verbindlichkeit der Produktgeber.

Insgesamt benoten die befragten Unternehmen die Betreuungsleistungen der Produktgeber eher durchschnittlich. Einige Versicherer erzielen aber schon jetzt Spitzenpositionen aus der Sicht von Pools und Verbänden.

In einem Ranking setzten sich diese Versicherer an die Spitze:

Segment	Top-Partner aus Poolsicht
Leben privat	Volkswahlbund
Leben bAV	Allianz
Kfz	Kravag
Sach privat	AXA, VHV
Sach Gewerbe	R&V
Kranken	Hallesche

Aktuelle Herausforderungen

Vom aktuellen Umsatzanstieg werden nicht alle Pools und Verbände profitieren können. Sie müssen ihr Geschäftsmodell nachjustieren. Dazu Autorin Sabine Brunotte: „Bei Pools und Verbänden gibt es viele Baustellen. Dazu gehören die anstehenden Regulierungen für den Vertrieb, Planungen zur Honorarberatung, mangelnde Wachstumsphantasie im Lebensversicherungsgeschäft, fehlende IT-Standards, Internetvertrieb, Datenschutz und nicht auskömmliche Vergütungen ihrer umfangreichen Serviceleistungen. Aber auch die Diskussion um eine mögliche Senkung der Abschlussprovision könnte das Geschäftsmodell von Pools und Verbänden in eine Schiefelage bringen. Mein Fazit: Die Navigation mit dem Autopiloten reicht nicht länger aus. Denn das Licht am Ende des Tunnels kann auch vom entgegen kommenden Zug stammen.“

Zeichen einschließlich Leerzeichen: 5.102

Über die aktuelle Studie

Fast alle großen Pools und Verbände beteiligten sich an der Befragung von BrunotteKonzept. Die Untersuchung, in diesem Jahr bereits zum vierten Mal durchgeführt, liefert Informationen zu

Geschäftsmodell, Vertriebspartnern, Umsatz und Zusammensetzung nach Branchen, IT-Angeboten, Marketingservices, Weiterbildungsangeboten und Betreuungskonzept. Schwerpunktthema 2011 sind die Forderungen an die Betreuung durch Produktgeber. Ein Serviceteil mit Kurzportraits aller 26 beteiligten Unternehmen ergänzt die Ergebnisse. Auf 203 Seiten liefert die Studie ein praktikables Nachschlagewerk für Makler, Vertriebe, Produktgeber und Dienstleister von Maklerpools und Verbänden. Weitere Informationen stehen im Internet unter www.brunottekonzept.de bereit.

Über BrunotteKonzept

BrunotteKonzept berät und unterstützt bundesweit Versicherer, Finanzdienstleister, Vermittler, Vertriebe und IT-Dienstleister für den Versicherungs- und Finanzvertrieb. Schwerpunkte sind Konzept und Strategieberatung, Marktrecherchen sowie Vertriebskommunikation.