

Pressemitteilung

Digitalisierung und Datenstandards geben den Takt vor: Studie Maklerpools, Verbände und Servicedienstleister 2019

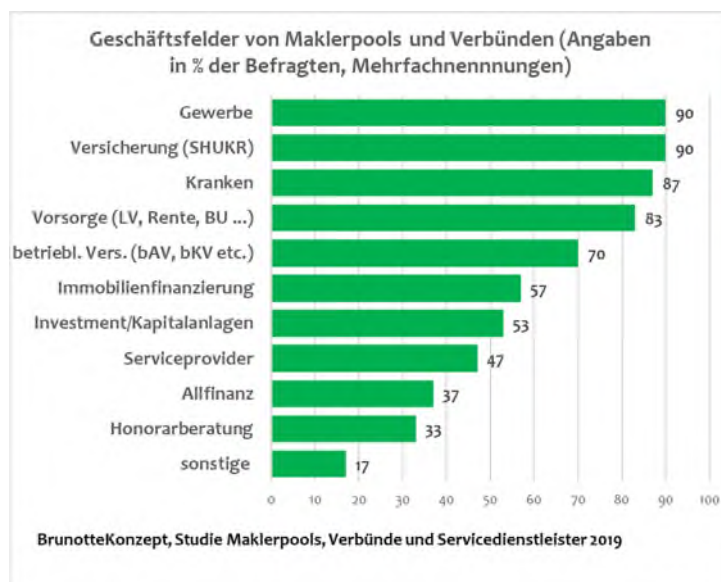
Nach fünf Jahren Pause legt BrunotteKonzept die 8. Maklerpoolstudie auf. 30 Maklerpools und Verbände haben sich der aktuellen Befragung gestellt. Sie gewähren detaillierte Einblicke zu Geschäftsmodell und Ausrichtung, strategischen Kooperationen, Umsatz und Ertrag, Vertriebspartnern sowie Services. Fokusthema 2019 sind Maklerverwaltungsprogramme (MVP), IT-Angebote und Datenstandards.

Hamburg, 10. Dezember 2019. Das Angebot von Pools und Verbänden ist nach wie vor vielgestaltig. Nur jedes vierte Unternehmen legt sich 2019 auf ein einziges Unternehmensmodell fest, meist als Maklerpool. Auffällig viele Player (37 %) bezeichnen sich als „Maklerverbund“ – und reklamieren damit für sich den Anspruch, ein Zusammenschluss von Maklern „auf Augenhöhe“ zu sein. Fast ebenso viele (30%) bezeichnen sich zudem als Technologieplattform. Schon hier zeigt sich der hohe Stellenwert, den digitale Prozesse mittlerweile einnehmen.

Mehr Produkte: Vielfältiges Angebot

Die Produktauswahl ist bemerkenswert groß. Lediglich vier von 30 Teilnehmern (13%) bedienen nur eine einzige Produktkategorie. Die meisten Unternehmen hingegen unterhalten eine breite Produktpalette, einige sogar lückenlos über alle zur Auswahl stehenden Kategorien hinweg. „Je breiter die Produktpalette, umso eher kann es gelingen, Makler für eine exklusive Kooperation zu gewinnen“, kommentiert Studienautorin Sabine Brunotte. Das korrespondiert mit dem Rückgang der Poolanbindungen auf Maklerebene. Allerdings müsse auch die Prozessqualität stimmen.

Chart Geschäftsfelder



Mehr als Makler: Vertriebspartner für Pools und Verbände

Nach wie vor ist die Berechnungsbasis für Vertriebspartner uneinheitlich: Während der eine Pool alle Mitarbeiter des Vermittlers zählt, berücksichtigt ein anderer nur das Unternehmen selbst. Trotzdem ist der Spread groß. Er reicht von wenigen hundert bis zu mehreren tausend Accounts.

Zehn von 30 befragten Unternehmen haben 4.000 Vermittler und mehr angebunden. Angesichts der systematischen Unschärfen sollte die vertriebliche Schlagkraft nicht allein nach den Vermittlerzahlen bewertet werden.

Einigkeit herrscht bei den Zielgruppen: Ausnahmslos alle Unternehmen umwerben – wenig überraschend – den Versicherungsmakler. Vertriebe sind wegen ihres Absatzpotentials ebenfalls begehrt. Sie stehen bei 70% der befragten Unternehmen auf der Kandidatenliste, gefolgt von Finanzanlagenvermittlern (60%). Am anderen Ende der Skala finden sich Honorarberater (§34h GewO, 27%) sowie Immobilienvermittler (§34c GewO, 23%). Immerhin die Hälfte der Unternehmen nehmen sechs oder mehr Zielgruppen ins Visier.

Mehr Umsatz: Betriebswirtschaftliche Kennzahlen

Beinahe alle Teilnehmer melden 2018 gegenüber dem Vorjahr ein Umsatzplus. Die Gewinne halten mit dieser Entwicklung nicht Schritt. Sie sinken gegenüber 2017 um gut 6%. Der Rückgang ist vor allem eine Folge des hohen Investitionsbedarfs in Digitalisierung. Das Eigenkapital ist in Summe leicht gestiegen. Von rückläufigen Provisionseinnahmen berichten vier von 22 Unternehmen. Die restlichen Unternehmen machen keine Angaben oder haben nur Provisionsangaben für 2018 geliefert.

Der Mix aus Regulierung und Zinsverfall hinterlässt deutliche Spuren beim klassischen Umsatzbringer Lebens- und Krankenversicherung. Die Provisionserlöse aus dem Kompositgeschäft (SHUKR) haben mit über 30% den Leben-Bereich um fast 5 %-Punkte hinter sich gelassen. „Wir sehen darin ein klares Indiz, dass Pools und Vermittler umsteuern. Das früher bevorzugte, lukrative Lebens- und Krankenversicherungsgeschäft verliert an Bedeutung“, so Sabine Brunotte. Allerdings hielten sich einige Akteure bei der Zusammensetzung ihrer (Versicherungs-) Provisionen bedeckt. Das gelte auch für den Marktführer Fonds Finanz, dessen Ergebnisse nicht eingeflossen sind.

Mehr Gewerbe: Fast alle sind dabei

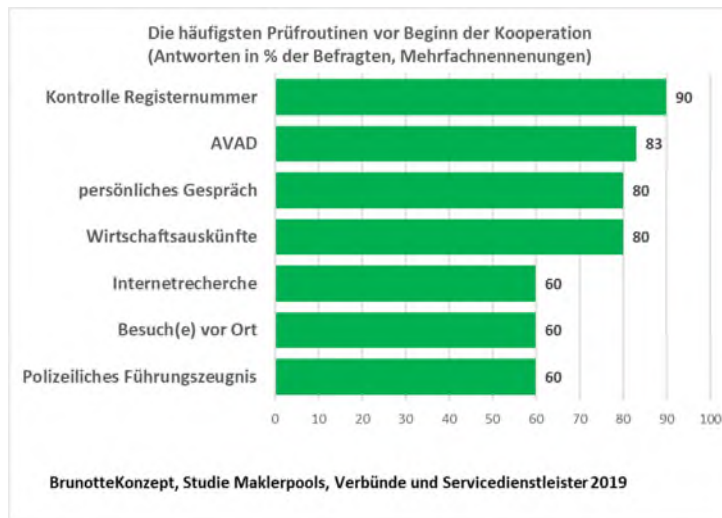
Beinahe alle Unternehmen (90%) sind im SHUKR-Segment einschließlich der Gewerbesparten unterwegs – ein weiteres Zeichen für den Bedeutungsverlust von Personenversicherungen. Besonders augenfällig: die Fortschritte im Gewerbebereich. Insbesondere Maklerpools haben hier in den letzten Jahren deutlich nachgelegt. Im Jahr 2019 bedienen fast alle befragten Unternehmen (90%) dieses Geschäftsfeld. Fast ebenso viele (83 %) halten Angebotsservices Gewerbe für ihre Vertriebspartner vor. Partner der Wahl ist Thinkurance (vormals gewerbeversicherung24). Fast vier von fünf Befragten (79 %) kooperieren mit dieser Versicherungsplattform.

Mehr Kontrolle: Prüfroutinen von Maklerpools

Maklerpools bilden die Schnittstelle zwischen Vermittlern und Produktgebern. Diese müssen sich darauf verlassen können, dass Pools ihre Partner mit Sorgfalt auswählen. Und tatsächlich haben sich bei Pools und Verbänden für das „Onboarding“ der Vertriebspartner einige Verfahren fest etabliert. So prüfen 90 % der befragten Unternehmen vor Beginn einer Kooperation den Eintrag im Vermittlerregister. 83 Prozent ziehen das AVAD-Register heran, und vier von fünf Unternehmen (80 %) nehmen sich Zeit für ein persönliches Gespräch und /oder nutzen

Wirtschaftsauskünfte. Auch Internetrecherchen, Besuche vor Ort und das polizeiliche Führungszeugnis zählen bei jeweils 60% der Befragten zur Routine.

Chart Prüfroutinen



Mit der einmaligen Prüfung ist es nicht getan: Während der Kooperation setzen Pools und Verbände auf das persönliche Gespräch (80%), laufende Überwachung der Registrierung (73%), Besuche vor Ort und Stornokontrollen (jeweils 67%) sowie Stichproben beim Neugeschäft (60%).

Die Identität der Vertriebspartner offenzulegen, teils routinemäßig, teils auf Anfrage oder anlässlich bestimmter Geschäftsvorfälle, ist 2019 für die meisten Unternehmen gelebte Praxis. Nur jedes siebte (14 %) lehnt dies kategorisch ab. Ebenso einhellig gestehen die Mehrzahl der Befragten ihren Vertriebspartnern das Recht am vermittelten Bestand zu.

Mehr Services: Manpower von Pools und Verbänden

Der Automatisierungsgrad leidet offenkundig unter heterogenen und zersplitterten IT-Infrastrukturen – bei Produktgebern ebenso wie bei Pools, Dienstleistern und Vermittlern. Nach wie vor erfordert umfangreicher Service vergleichsweise viel Manpower. Von den Breitbandanbietern mit großer Produktpalette melden nur wenige Pools unter 50 Beschäftigte, die größten von ihnen hingegen ein Mehrfaches davon.

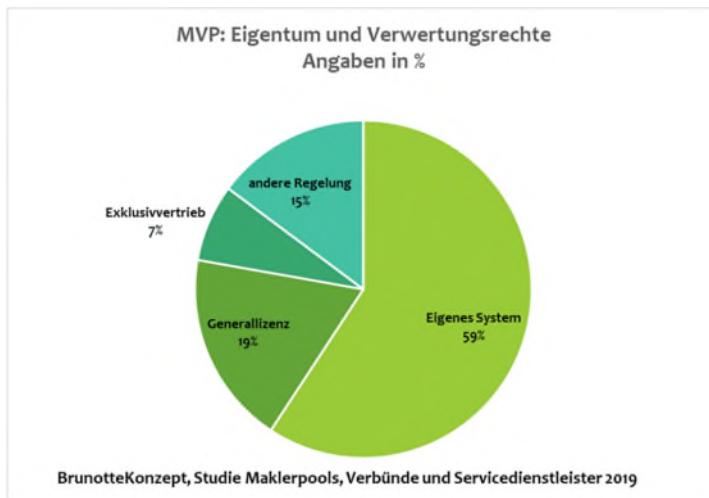
Die Bandbreite beim Umsatz je Mitarbeiter ist bemerkenswert. Sie reicht von weniger als 100.000 Euro bis über 1,4 Millionen Euro im Jahr. Nach wie vor korrelieren Umsatz und Mitarbeiterzahl deutlich. Eine umfangreiche Produktpalette führt hingegen nicht in gleichem Maße zu einem Umsatzplus.

Mehr Digitalisierung: MVP, IT-Services und Standards

Die Integration beidseitiger IT-Prozesse steht hoch im Kurs. Folgerichtig bieten bis auf vier Befragte alle Unternehmen ihren Vertriebspartnern ein vollwertiges Maklerverwaltungsprogramm („MVP“) oder planen dies zumindest. Ihre Strategien reichen von eigenen Systemen bis hin zum Angebot von Lizenzen für marktgängige Systeme. Um den Einstieg zu erleichtern, unterstützen viele die Migration aus Vorgängersystemen, spielen GDV-Daten ein

und helfen bei der Datenbereinigung. Auch Exit-Szenarien mit der Möglichkeit der Weiternutzung des Systems sind definiert, um dem Eindruck einer technischen Sackgasse vorzubeugen.

Chart MVP: Eigentums- und Verwertungsrechte



Ihr Tool-Portfolio komplettieren Pools und Verbände mit Vergleichs- und Analysesystemen und Software zur Beratungsunterstützung. Erstmals spielt die „DIN 77230 - Basisfinanzanalyse für Privathaushalte“ eine deutlich wahrnehmbare Rolle. Eines von fünf Unternehmen (22%) hat die neue Norm schon implementiert, weitere 42 % arbeiten daran. Die Kooperation mit Insurtechs steht bei einer Reihe von Unternehmen auf der Agenda.

Mehr Meinung: Positionen zu aktuellen Themen

Die technischen Aufgaben rund um Digitalisierung gelten unter Pools und Verbänden aktuell als die größte Herausforderung. Insbesondere der Investitionsdruck für IT im Allgemeinen und für den Ausbau standardisierter Verfahren sind dafür ausschlaggebend. Beachtliche 90 % der Befragten attestieren BiPRO-Normen Relevanz. Andere strategische Fragestellungen, etwa zur Honorarberatung oder selbst zum drohenden LV-Provisionsdeckel, fallen im Vergleich deutlich ab.

Chart Herausforderungen: BiPRO-Normen

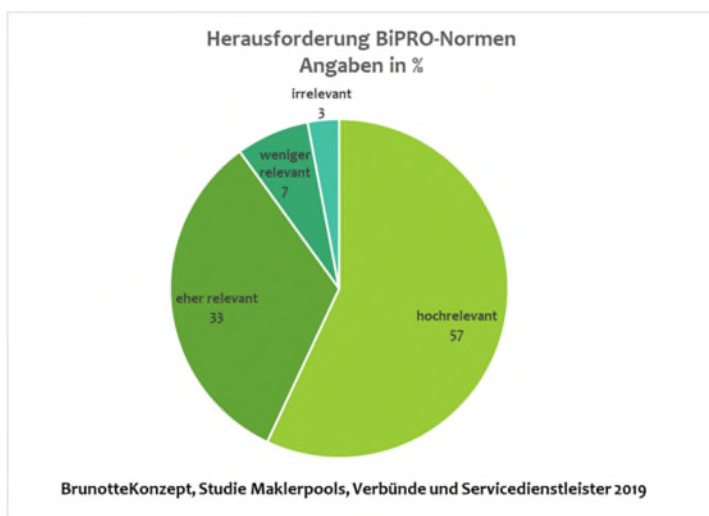


Chart Herausforderungen: Provisionsdeckel



Konsequenterweise stehen technisch-integrative Services weit oben auf dem Wunschzettel von Pools und Verbänden. Als wichtigste Services der Produktgeber in Richtung Vermittler gelten Datenlieferungen nach BiPRO-Normen und GDV-Standards. Deutlich abgeschlagen markieren Schaden-Apps, Callcenter und Unternehmensberater für Vermittler das andere Ende der Skala. „Das Votum kann nicht überraschen. Effizienzgewinne stehen heute für alle Akteure an erster Stelle“, erläutert Sabine Brunotte. „Prozesse sind die neue Währung im Maklermarkt. Sie wiegen schwerer als die Provision und manchmal sogar als das Produkt“, so Brunotte.

Über die Poolstudie 2019

Ende 2019 erscheint die 8. Maklerpoolstudie von BrunotteKonzept. Dafür wurden im August und September 2019 die wichtigsten Maklerpools und Verbände Deutschlands befragt. 30 Unternehmen haben Antworten beigesteuert. Die Studie liefert Einblicke zu Unternehmensdaten, Vertriebspartnern, Produkten und Services, MVP und IT-Leistungen und spiegelt die Antworten zu aktuellen Herausforderungen und Trends. In Teil 2 wird jedes Unternehmen „Auf einen Blick“ auf drei Seiten prägnant vorgestellt. Teil 3 enthält über 60 Charts zu den wichtigsten Befragungsergebnissen. Co-Autor der Studie 2019 ist Michael Franke, langjähriger IT-Vorstand beim Maklerverband CHARTA und heute gefragter Strategieberater.

Weitere Informationen zur Poolstudie 2019 unter <https://brunottekonzept.de/studien/studie-2019/>

Teilnehmer 2019:

- [pma:] Finanz- und Versicherungsmakler GmbH
- AMEXPool AG
- Apella AG
- Aruna GmbH
- BCA AG
- blau direkt GmbH
- CHARTA Börse für Versicherungen AG
- degenia Versicherungsdienst AG
- DEMV Deutscher Maklerverband GmbH
- FiNet Financial Services Network AG
- Fonds Finanz Maklerservice GmbH
- FondsKonzept AG
- Fondsnet Holding GmbH

- germanBroker.net AG
- Jung, DMS & Cie. AG
- KAB Maklerservice GmbH
- KOMM Investment
- maxpool Servicegesellschaft für Finanzdienstleister mbH
- MIDEMA Assekuranz-Assecuradeurs GmbH
- Netfonds Gruppe
- PROMA Versicherungsmakler GmbH & Co. KG
- Qualitypool GmbH
- SDV Servicepartner der Versicherungsmakler AG
- Status Beratungsgesellschaft mbH
- Top Ten AG
- verticus Finanzmanagement AG
- vfm Versicherungs- & Finanzmanagement GmbH
- VFV GmbH Der Sachpool
- WIFO Wirtschafts- & Fondsanlagenberatung und Versicherungsmakler GmbH
- 1:1 Assekuranzservice AG

BRUNOTTEKONZEPT 
MARKETING.KOMMUNIKATION.

Poppenbütteler Weg 214 | 22399 Hamburg | www.brunottekonzept.de
fon 040 3558 7947 | mobil 01525 373 6573 | e-mail info @brunottekonzept.de