

AssCompact TRENDS IV/2016

Vertriebsstimmung weiterhin hoch

Sonderteil: Digitale Unterstützung

(ac) Laut der aktuellen AssCompact TRENDS-Studie bleibt die vertriebliche Stimmungslage unter Maklern und Mehrfachagenten auf einem hohen Niveau. Inwieweit die digitale Unterstützung bereits das Maklergeschäft beeinflusst, wurde ebenfalls ermittelt. Das Ergebnis: Es besteht noch Potenzial.

Die fortschreitende Digitalisierung ist in vielen Märkten deutlich zu spüren – so auch im Maklermarkt. Experten sind sich einig, dass sich die Art und Weise, wie wir in Zukunft Geschäftsvorgänge vollziehen, ändern wird. Digitale Helfer in Form von Programmen, Online-Angeboten, Schnittstellen, Clouds, Apps etc. sollen Prozesse und Abläufe schlanker gestalten und für alle Beteiligten jeglichen Aufwand reduzieren. Welche konkreten Erwartungen die unabhängigen Vermittler haben und wo sie bereits von der Digitalisierung profitieren bzw. sich noch mehr Unterstützung wünschen, hat die Studie „AssCompact TRENDS IV/2016“ mit einer Sonderbefragung ermittelt.

Top-Anbieter aus Vermittlersicht

Betriebliche Altersversorgung

Platz 1	Allianz (1)
Platz 2	ALTE LEIPZIGER (2)
Platz 3	Canada Life (4), VOLKSWOHL BUND (3)

Berufsunfähigkeitsversicherung

Platz 1	ALTE LEIPZIGER (1)
Platz 2	Swiss Life (3)
Platz 3	VOLKSWOHL BUND (2)

Risikolebensversicherung

Platz 1	Hannoversche (3)
Platz 2	DIALOG (1)
Platz 3	EUROPA (2)

Wohngebäudeversicherung

Platz 1	DOMCURA (1)
Platz 2	AXA (5)
Platz 3	VHV (2)

Hausratversicherung

Platz 1	HAFTPFLICHTKASSE DARMSTADT (1)
Platz 2	AMMERLÄNDER (1)
Platz 3	VHV (1)

Neben dem Sonderthema „Digitale Unterstützung“ führt die aktuelle Studie die beliebtesten Produktanbieter aus Vermittlersicht in insgesamt 29 Produktlinien auf. Die Abbildung zeigt eine Auswahl. Die Platzierungen der Anbieter des letzten Quartals sind in Klammern dargestellt.

Erwartungen an die digitale Unterstützung

Den größten Mehrwert erhoffen sich die Makler und Mehrfachagenten laut Studie aus schnelleren und gleichzeitig weniger komplexen Prozessabläufen. So sehen sich ca. 70% der Befragten nach Effizienz und Rationalisierung, um den gestiegenen Verwaltungsaufwand reduzieren zu können. Gleichzeitig erhoffen sich 60% eine höhere Qualität mit weniger Fehlern im Betriebsablauf. 67% sind der Meinung, durch die Digitalisierung ihre Bestandskunden besser betreuen zu können. Weiterhin sehen 53% in der Digitalisierung eine Chance, um den Kontakt zu den Versicherungsunternehmen zu verbessern.

Die größte digitale Unterstützung erfahren die befragten Vermittler derzeit im Bereich „Produktvergleich und Produktauswahl“ (68%). Knapp dahinter rangieren die Bereiche „Antrag und Einreichung“ (63%), „Kunden- und Vertragsverwaltung“ (60%) sowie „Abschluss und Policierung“ (57%). Die „Schadenregulierung“ (43%) und die „Beratung des Kunden“ (38%) folgen bereits mit größerem Abstand dahinter. Im Bereich der „Kundenakquise“ (32%) und der „Kundenbindung“ (31%) erhalten derzeit nur knapp ein Drittel digitale Unterstützung. Interessant sind dabei Vergleiche mit Vergangenheitswerten und auch der Blick in die Zukunft. So ist zu erkennen, dass exakt die gleiche Fragestellung im zweiten Quartal 2014 wesentlich höhere Werte ergab und die digitale Unterstützung größer eingestuft wurde als jetzt. Dieser abnehmende Grenznutzen ist nicht überraschend und trifft nach einer Anfangsphase auf alle Branchen

**Dr. Christian Durchholz,
Leiter Studien der bbg
Betriebsberatungs GmbH**

„Idealerweise führen digitale Innovationen zu Win-win-Situationen für alle Beteiligten: kurze Wege, schnelle Abläufe, einheitliche Schnittstellen, spezifische und vollständige Informationen, Datensicherheit und Datenverfügbarkeit u. v. m. Dieses Ideal-szenario wird zwar noch ein paar Jahre (evtl. auch Jahrzehnte) benötigen, allerdings zeigen die Ergebnisse, dass neben vielen anstehenden Veränderungen aus Maklersicht auch eine hohe Bereitschaft vorliegt, neue Dinge anzugehen.“

zu, da mit zunehmender Inanspruchnahme einer Leistung deren Nutzen für den Benutzer stets abnimmt. Allerdings deutet dieser Rückgang auch den Wunsch nach „mehr“ an. So erwarten die Befragten insbesondere in den Bereichen „Antrag und Einreichung“, „Abschluss und Policierung“, „Kunden- und Vertragsverwaltung“ sowie „Produktvergleich und -auswahl“ deutlich mehr Unterstützung. Ungeachtet dessen stufen 83% der unabhängigen Vermittler die Relevanz der Digitalisierung für ihr Unternehmen in den kommenden fünf Jahren als hoch bzw. sehr hoch ein. Das bedeutet eine Zunahme von 26% im Vergleich zu dem Relevanzwert von heute (57%) und belegt das große Potenzial, welches noch nicht ausgeschöpft wurde.

**Nutzung von Smartphones,
Tablets und Apps**

Die fortschreitende Technik geht auch mit neuen Geräten und Einsatzmöglichkeiten einher. Daher war es auch von Interesse, inwiefern Smartphones und Tablets von den Vermittlern genutzt werden und welche Apps sie anwenden bzw. an ihre Kunden weiterempfehlen. Im Ergebnis zeigt sich, dass der Einsatz von Tablets – sei es privat oder beruflich – bislang gering ist. 30% der Studienteilnehmer verwenden das Tablet ca. ein bis zwei Stunden beruflich pro Tag. Nur ein geringer Teil nutzt das Tablet mehr als zwei Stunden. Bei den Smartphones sieht es hingegen anders aus. Nur ein geringer Teil von 16% nutzt beruflich kein Smartphone. Die meisten verwenden das

Smartphone ein bis drei Stunden während des Arbeitstags. Der Großteil der unabhängigen Vermittler verwendet zudem auch beruflich Apps. Dabei zählen WhatsApp und Facebook als Messaging-Apps zu den am meisten genutzten Apps. Bei den Nachrichten-Apps werden insbesondere n-tv und Handelsblatt genannt und im Finanz- und Versicherungsbereich die Apps von simplr, Canada Life und der Allianz. Obwohl die Makler und Mehrfachvertreter größtenteils Apps beruflich nutzen, haben bislang nur 25% ihren Mandanten in den vergangenen 12 Monaten Apps im Finanz- und Versicherungsbereich empfohlen. Die höchste Weiterempfehlung genießt dabei die App simplr.

Vertriebsstimmung weiterhin auf hohem Niveau

Wie in jedem Quartal hat die Studie „AssCompact TRENDS IV/2016“ auch wieder die Vertriebsstimmung in den Maklerunternehmen erhoben. Der Höchststand aus dem Vorquartal konnte zwar nicht gehalten werden, aber das Stimmungsbild ist weiterhin sehr freundlich und deutlich über den Ergebnissen aus dem Vorjahr. Somit bewegt sich der Vertriebstacho weiterhin im grünen Bereich. Die Zufriedenheit erreicht einen Wert von 48,8% (-1,6%) und die Motivation einen Wert von 63,3% (-0,8%).

Zur Studie

An der quartalsweise durchgeführten Umfrage beteiligten sich 440 Makler und Mehrfachagenten. Die Stichprobe (Ø-Alter = 53,7 Jahre; Ø-Berufserfahrung = 24,1 Jahre; 90,7% männlich, 9,3% weiblich) liefert ein sehr gutes Abbild der Finanz- und Versicherungsvermittler hinsichtlich der Alters- und Geschlechtsstruktur am deutschen Versicherungsmarkt. Sie gibt mithilfe einer zuverlässigen und erprobten Kombination aus geschlossenen und offenen Fragen zu Produkt-, Vertriebs- und Abwicklungsfragen aus 29 Produktlinien zentrale Aspekte des Marktes wieder. Die Ergebnisse können als effektive Benchmarks über 29 Produktlinien genutzt werden.

Ansprechpartner bei weiteren Fragen ist Florian Stasch, Tel. 0921 75758-38, E-Mail: stasch@bbg-gruppe.de. ■

