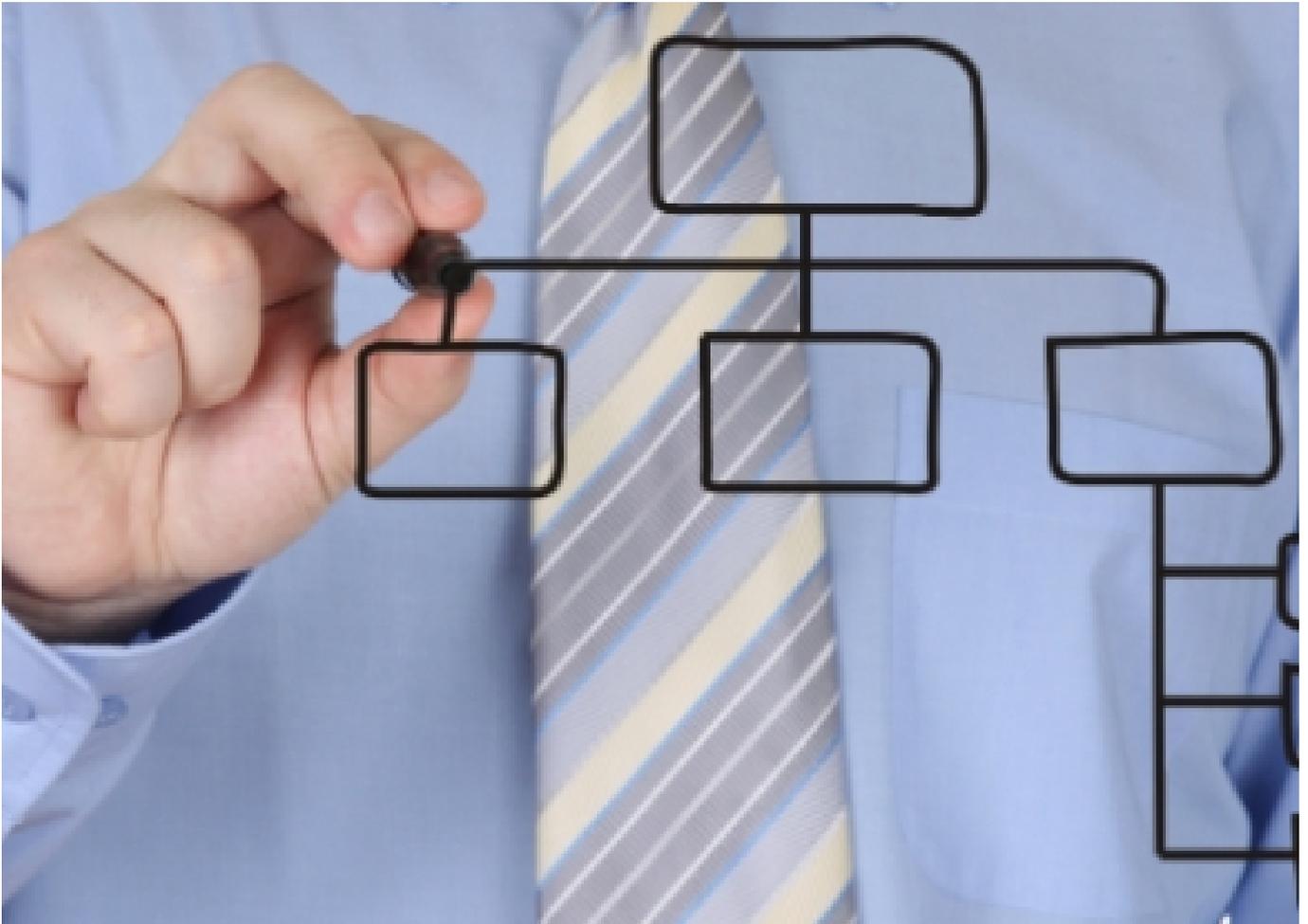


Studie

Maklerpools: Transparenzdefizite, Weiterbildung und Regulierung



Maklerpool FondsFinanz VEMA Netfonds blaudirekt Transparenz Regulierung

Foto: tombaky / istockphoto.com

Eine Maklerpool-Studie zeigt auf: Es gibt noch Transparenzdefizite bei den Unternehmen am Markt.

Weiterbildung, Regulierung und Transparenz - nicht nur Versicherungsmakler, auch Maklerpools müssen sich den rechtlichen, politischen und ökonomischen Entwicklungen am Markt umfassend stellen. Die Studie „Maklerpoolanalyse 2014 – Entwicklungen, Geschäftsmodelle, Transparenz“ der V.E.R.S. GmbH Leipzig hat Pools, Servicegesellschaften und Maklerverbände zu diesen Themen befragt.

In Maklerpools unterscheiden sich die jeweiligen Beteiligungsstrukturen - sind beispielsweise Versicherungsgesellschaften oder größere Unternehmen am Geschäftsmodell beteiligt oder Versicherungsmakler selbst? Oft werden gleichzeitig mehrere Geschäftsmodelle - Maklerpool, Maklerverbund, Assekuradeur und Servicegesellschaft - verfolgt, eine Abgrenzung ist schwierig. [Hier wäre etwas mehr Transparenz am Markt bereits hilfreich](#), meinen die Studienautoren.

Wettbewerbsvorteil durch Weiterbildungsinitiative

Alle Maklerpools weisen ein sehr umfangreiches Dienstleistungs- und Serviceportfolio auf. Insbesondere im Hinblick auf die Schulungsangebote sehen sich die befragten Unternehmen

auf breiter Front gut aufgestellt. 10 Gesellschaften verfügen sogar über eine eigene Aus-/Weiterbildungsakademie (z. B. aruna GmbH, blau direkt GmbH & Co. KG, Status GmbH, VEMA eG). 23 Prozent der befragten Unternehmen erheben bereits heute eine Gebühr für die Nutzung des umfangreichen Weiterbildungsangebots, bei zwei Maklerpools (Apella AG und maxpool GmbH) ist die Frage nach der Erhebung der Gebühren in Zukunft noch offen. Mehr als die Hälfte der Befragten plant in absehbarer Zukunft nicht, Gebühren einzuführen.

Vor diesem Hintergrund geht etwas mehr als die Hälfte der befragten Unternehmen von Wettbewerbsvorteilen infolge der Weiterbildungsinitiative „gut beraten“ für das eigene Unternehmen aus. 62 Prozent der Maklerpools haben sich dieser bereits angeschlossen und acht Maklerpools sind noch im Planungs- bzw. Entscheidungsprozess. Angesichts dessen ist es wenig verwunderlich, dass die Einführung von „gut beraten“ von ca. drei Viertel der Befragten sowie die Anforderung einer ständigen beruflichen Weiterbildung im Zuge von IMD2/IDD von 81 Prozent der Pools befürwortet werden. Dabei sehen sich die Unternehmen diesbezüglich gut gerüstet. Über die Hälfte der Unternehmen geht zudem von positiven Auswirkungen der Weiterbildungsinitiative auf die Beratungsqualität und die Sichtbarkeit der Qualifikationen der Vertriebspartner aus. Gleichwohl werden ebenso Kritikpunkte an der Initiative geäußert, die u. a. den damit verbundenen bürokratischen Aufwand und die fehlende Leistungsprüfung thematisieren.

Tarifierung, Roadshows, Courtageabrechnung – Marketingmaßnahmen und Services für Vertriebspartner

Darüber hinaus versuchen sich die Maklerpools durch ein vielfältiges Angebot an Marketingmaßnahmen und Services für die angebundenen Vertriebspartner von der Konkurrenz abzuheben. So sind Newsletter, Roadshows und hauseigene Messen bei der Mehrheit der Maklerpools ein fester Bestandteil des Marketingportfolios. Aber auch bei der Angebotserstellung/Tarifierung sowie bei Vergleichsrechnern bieten 96 Prozent der Maklerpools eine Unterstützung. 85 Prozent der Maklerpools ermöglichen zudem eine automatisierte Courtageabrechnung. Hilfe bei der Betreuung des eigenen Internetauftritts sowie ein Maklerverwaltungsbereich für die Verträge, die über den jeweiligen Maklerpool abgeschlossen wurden, zählen bei jeweils 69 Prozent der untersuchten Maklerpools zu den Unterstützungsleistungen für die angebundenen Vertriebspartner.

Nach konkreten Themenbereichen geordnet, gehören insbesondere die fachliche Beratung (92 Prozent), das Angebot von einheitlichen Antragsbögen (85 Prozent) sowie die Hilfestellung bei Rechts- und Steuerfragen (58 Prozent) zum Service-Portfolio der Maklerpools.

Regulierung: Starker Einfluss durch IDD

Mehr als die Hälfte der Befragten geht davon aus, dass die IMD2/IDD die Zukunft von Maklerpools beeinflussen wird, wenngleich noch unbestimmt ist, wie genau die Ausgestaltung der europäischen Vermittlerregulierung aussehen wird. Steigende administrative und prozessuale Anforderungen, Margendruck sowie Regelungen zum Kostenausweis sind nur einige wenige Herausforderungen, die eine Veränderung der Geschäftsmodelle, ein Überdenken der Vergütungssysteme sowie steigende Transparenzanforderungen nach sich ziehen können.

Zurückhaltung bei Verhaltenskodex

Was den Beitritt zu einem Verhaltenskodex angeht, so zeigen sich die Maklerpools zurückhaltend. Nur wenige der befragten Unternehmen geben an, sich einem Verhaltenskodex anschließen zu wollen bzw. dies bereits getan zu haben (28 Prozent resp. acht Prozent der Befragten). Als Kodizes, die in Betracht kommen bzw. denen schon beigetreten wurde, sind der Kodex des BVK („Ehrbarer Kaufmann“), des VOTUM-Verbands und der AfW-Kodex genannt worden. Lediglich 34 Prozent der Maklerpools gehen von einem positiven Einfluss des GDV-Verhaltenskodex auf die Qualität der Vertriebspartner aus. Der Kodex werde von der Mehrheit der Makler bereits heute gelebt, so oder so ähnlich wurde von Seiten einiger Maklerpools argumentiert.

Regulierung bringt Absenkung des Courtageniveaus

Darüber hinaus zeigt die Studie, dass fast drei Viertel der Interviewteilnehmer von sinkenden Provisionen/Courtagen in der Lebensversicherung innerhalb der kommenden drei Jahre ausgehen. Danach gefragt, um wie viel Prozent die Vergütung in der Lebensversicherung sinken wird, herrscht Uneinigkeit zwischen den Studienteilnehmern: Die Antworten reichen von 5 Prozent bis zu 80 Prozent Absenkung des Courtageniveaus. Dennoch sehen 92 Prozent der Befragten vor dem Hintergrund dieser Erwartungen keine existenzielle Gefährdung des eigenen Geschäftsmodells, zum einen aufgrund der Diversifizierung der Geschäftsfelder, zum anderen aufgrund ihres Schwerpunkts in anderen Sparten. Es sei darauf hingewiesen, dass die Befragung der verantwortlichen Repräsentanten der Maklerpools teilweise noch vor der Verabschiedung des Lebensversicherungsreformgesetzes durchgeführt wurde.

Weiterhin Transparenzdefizite im Maklerpoolmarkt

Als ein wesentliches Ergebnis der Studie lässt sich konstatieren, dass eine deutliche Bereitschaft von verantwortlichen Repräsentanten der Maklerpools vorhanden ist, zu mehr Transparenz im Maklerpoolmarkt beizutragen. Sowohl die Interviews selbst als auch die Vervollständigung noch offener Fragestellungen im Zuge der Nachbearbeitung der Gespräche waren bei der Mehrheit der befragten Unternehmen von erheblichem Engagement gekennzeichnet.

Gleichwohl zeigten sich an mehreren Stellen weiterhin Transparenzdefizite – die für die Maklerpools „sensiblen“ Themen, wie z. B. die Höhe der einbehaltenen Marge zur Finanzierung der Leistungen oder die Offenlegung der Courtagesätze, die das Unternehmen von den Produktgebern erhält, werden weiterhin ungern kommentiert. Auch offenbaren sich insbesondere im Bereich der Geschäftsberichtsangaben noch viele Informationslücken, so dass sowohl Zeitreihenvergleiche als auch eindeutige Aussagen zum Marktwachstum und zur Finanzstabilität der untersuchten Unternehmen kaum möglich sind. Als völlig inakzeptabel, wenn Transparenz geboten werden soll, ist festzuhalten, dass viele Maklerpools in ihren Geschäftsberichten nicht (freiwillig) auch die Umsatzerlöse und ihre Jahresergebnisse ausweisen und sich stattdessen bei der Publikation ihrer Jahresabschlüsse offenbar auf die Erleichterungen für kleine und mittelgroße Kapitalgesellschaften berufen.

Lesen Sie weitere Ergebnisse der Studie: [Maklerpools: Geschäftsmodelle auf dem Prüfstand.](#)

Die Studie „Maklerpoolanalyse – Entwicklungen, Geschäftsmodelle, Transparenz“ der V.E.R.S. Leipzig GmbH wurde in konzeptioneller Zusammenarbeit und im Auftrag der ALTE LEIPZIGER Lebensversicherung a.G., der AXA Konzern AG, der IDEAL Lebensversicherung a.G., des Continentale Versicherungsverbands und der Zurich Gruppe Deutschland von März bis

Dezember 2014 durchgeführt (Interviewphase und Analyse der Geschäftsberichte) und im März 2015 auf ca. 340 Seiten veröffentlicht.