

**Bestellformular**  
**Studie Kooperationsmanagement**

Ich möchte \_\_\_ Exemplare der Studie zum Preis von je 590 € bestellen.

Name \_\_\_\_\_

Firma \_\_\_\_\_

Adresse \_\_\_\_\_

Telefon \_\_\_\_\_ E-Mail \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_  
Datum und Unterschrift

**AMC**  
Assekuranz Marketing Circle

**S M C**  
SCHMIDT MANAGEMENT CONSULTING



**Kooperationen -  
Königsweg zum Markterfolg?**

Studie zum Kooperationsmanagement bei  
Versicherern in Deutschland

Bitte senden Sie uns das ausgefüllte Bestellformular oder  
kontaktieren Sie uns per E-Mail:

SMC Schmidt Management Consulting AG

Zeltweg 44

CH-8032 Zürich

Telefon 0041 44 365 23 00

Telefax 0041 44 365 23 01

E-Mail [kontakt@smc-consulting.ch](mailto:kontakt@smc-consulting.ch)

AMC Assekuranz  
Marketing Circle GmbH

Münsterstr. 304

D-40470 Düsseldorf

[www.amc-forum.de](http://www.amc-forum.de)

SMC Schmidt Management  
Consulting AG

Zeltweg 44

CH-8032 Zürich

[www.smc-consulting.ch](http://www.smc-consulting.ch)

# Auszug aus der Studie

# Inhalt der Studie

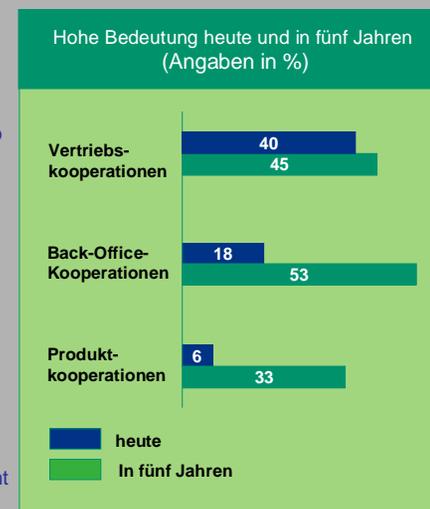
## Ausgangslage

- In nur wenigen Jahren verstärkte sich die Dynamik in der Versicherungsbranche hinsichtlich verschiedenster Formen und Ausprägungen von Kooperationsvereinbarungen. Dabei wurden nicht nur Kooperationen in vertrieblicher Richtung eingegangen, sondern auch die verstärkte Zusammenarbeit in Back-Office-Themenstellungen und im Produktmanagement wurde forciert.
- Diese Studie bietet eine Übersicht über den aktuellen Stand des Kooperationsmanagements in der deutschen Versicherungswirtschaft und beleuchtet Erfolgsfaktoren und zukünftige Entwicklungen in diesem Gebiet.



## Auszug aus den Ergebnissen – Beispiel Vertriebskooperationen

- Heute messen rund 70 Prozent der Unternehmen der Kooperation im Versicherungsvertrieb eine mittlere bis hohe Beutung zu. In fünf Jahren prognostizieren bereits 50 Prozent der Befragten eine mittlere und 45 Prozent sogar eine hohe Wichtigkeit für Vertriebskooperationen.
- Vertriebskooperationen sind in der Regel Neugeschäftgetrieben – Vertriebszugangswege und Neukundengewinnung sind die stärksten Motivatoren
- Partner werden in den eigenen Reihen gesucht – der Finanzdienstleistungssektor wird als geeignetste Branche für Kooperationen gesehen, gefolgt von der Automobilindustrie



## Inhaltsverzeichnis

	Seite
<b>Inhaltsverzeichnis</b>	
<b>Abbildungsverzeichnis</b>	3
<b>Anlage der Studie</b>	5
<b>Zentrale Erkenntnisse im Überblick</b>	8
<b>Grundlagen zum Kooperationsmanagement von Versicherern</b>	11
Vertriebskooperationen	11
Produktkooperationen	19
Back-Office-Kooperationen	37
Zusammenfassende Betrachtung	45
<b>Einführung eines professionellen Kooperationsmanagements</b>	51
<b>AMC Assekuranz Marketing Circle GmbH</b>	67
<b>SMC Schmidt Management Consulting AG</b>	68