

Pressemitteilung

Fit für die Zukunft?

Studie Maklerpools, Verbände und Servicedienstleister 2012

2012 haben sich 30 Unternehmen der Befragung von BrunotteKonzept gestellt. Sie liefern Einblicke in Geschäftsmodell, Vertriebspartner, Umsatz, Schwerpunkte, IT und Services und tragen so zu mehr Transparenz bei. In diesem Jahr stehen die Online-Strategien von Pools und Verbänden im Mittelpunkt der Untersuchung.

Hamburg, 1. August 2012. Die Zukunft des Vertriebs kommt nicht erst morgen, sondern ist schon da. Längst werden Kunden online beraten, Versicherungen erfolgreich im Internet verkauft und Vermittler bewertet. „Ob ein Maklerpool fit für die Zukunft ist, entscheidet sich auch im Internet. Die schnelle Verbreitung mobiler Endgeräte und der Zulauf bei sozialen Netzwerken beschleunigen die Entwicklung ganz erheblich“, stellt Sabine Brunotte, Autorin der Studie, fest.

Deshalb bilden Online-Strategien den Schwerpunkt der Studie „Maklerpools, Verbände und Servicedienstleister 2012“, die BrunotteKonzept jetzt vorstellt. Pools und Verbände attestieren dem Internetvertrieb insbesondere bei Standardprodukten gute Chancen, und einige haben bereits entsprechende Lösungen entwickelt.

Online-Strategien gefragt

Das Thema Social Media ist bei Pools und Verbänden angekommen. Nur acht von 30 Teilnehmern der Befragung leisten sich noch eine Netzwerk-Abstinenz, so die Untersuchung. Den größten Zuspruch hat die Business-Plattform Xing, auf der zwei Drittel der befragten Unternehmen bereits aktiv sind, gefolgt von Facebook, Twitter und Google+. Dass die Entwicklung noch nicht abgeschlossen ist, zeigen die Planungen: 19 Unternehmen wollen ihre Aktivitäten ausbauen.

Mobile Endgeräte wie Smartphone und Tablet-PC setzen sich durch. 19 Unternehmen haben dafür bereits Anwendungen entwickelt. Vergleichsportale werden nur selten genutzt, und nur sieben Unternehmen kooperieren mit Bewertungsplattformen für Vermittler.

Umsatzplus elf Prozent

Auch die weiteren Ergebnisse verdienen Beachtung. So zeigt die Umsatzkurve von Pools und Verbänden entgegen dem Markttrend kräftig nach oben: Die teilnehmenden Unternehmen haben ihre Provisionen gegenüber dem Vorjahr um über elf Prozent steigern können. Die meisten Provisionen kommen über Kompositversicherungen in die Bücher, gefolgt von Lebens- und Krankenversicherungen. Im Investmentbereich laufen die Geschäfte nicht ganz so gut, und im Vorjahresvergleich schrumpften die Bestände.

Über 100.000 Anbindungen

Die Zahl der Vertriebspartner von Pools und Verbänden steigt weiter. Selbst die großen Pools verzeichnen noch steigende Vermittlerzahlen. Allein die dreißig befragten Unternehmen bringen es auf über 100.000 Anbindungen. Das ist mehr als das Doppelte der im Vermittlerregister

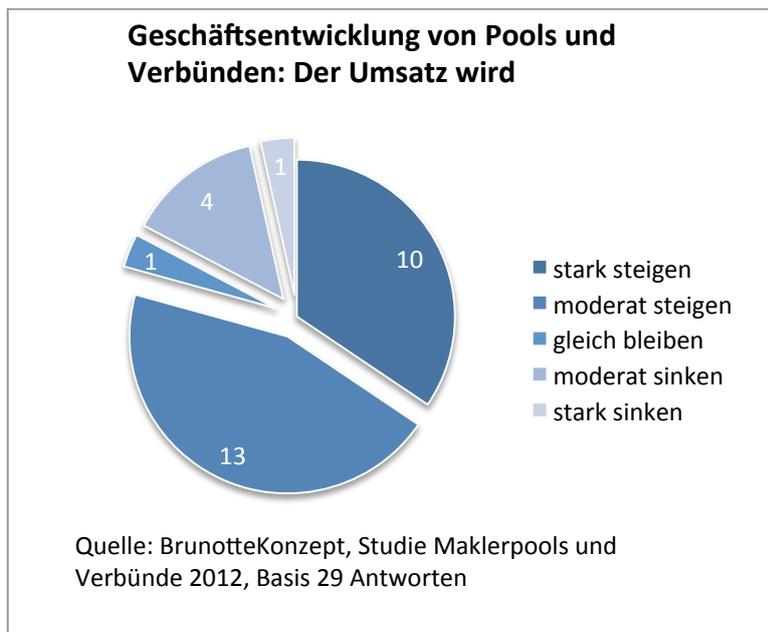
eingetragenen Makler. Mehrfachanbindungen sind also weiterhin im Trend. Besonders beliebt als Partner von Pools und Verbänden sind Banken und Vertriebe, denn sie versprechen höhere Umsätze als der Durchschnittsmakler.

Direktanbindung, Musterverträge und Vermittleridentität

24 von 30 Unternehmen lassen eine Direktanbindung ihrer Vertriebspartner bei Produktgebern zu. Nur Jedes fünfte Unternehmen besteht auf Exklusivität. Einige Befragungsteilnehmer veröffentlichen Musterverträge auf ihrer Homepage, und nur drei Unternehmen sind nicht in der Lage oder bereit, Produktgebern auf Nachfrage die Identität des Vermittlers offenzulegen.

Optimismus angesagt

Für die aktuelle Geschäftsentwicklung zeigen sich die Befragten optimistisch. Vier von fünf Unternehmen erwarten steigende Umsätze, nur eines prognostiziert einen starken Rückgang.



Dazu Sabine Brunotte: „Der weitere Zubau von Vertriebspartnern, Sondereffekte aus dem Unisex-Endspurt sowie die Erschließung neuer Geschäftsfelder werden Pools und Verbänden auch in diesem Jahr zu einem Umsatzplus verhelfen. Ab 2013 aber wird der Absatz privater Personenversicherungen schwächeln, und auch für Kapitalanlagen gibt es aktuell wenig Wachstumsphantasie. Pools und Verbände sind gut beraten, jetzt ihre Hausaufgaben zu machen und an ihrer Online-Fitness zu arbeiten.“

Über die aktuelle Studie

Fast alle großen Pools und Verbände beteiligten sich an der diesjährigen Befragung von BrunotteKonzept. Mit 30 Unternehmen wurde ein neuer Teilnahmerecord erreicht. Die aktuelle Untersuchung liefert neben dem Thema Online-Strategien Informationen über Geschäftsmodell, Vertriebspartner, Umsatz und Zusammensetzung nach Branchen, IT-Angebote, Marketingservices, Weiterbildungsangebote sowie Antworten auf aktuelle Branchenfragen. Ein Serviceteil mit

Kurzportraits aller 30 beteiligten Unternehmen ergänzt die Ergebnisse. Die Studie ist ein praktikables Nachschlagewerk für Versicherer, Investmentunternehmen, Makler, Vertriebe und Dienstleister für Maklerpools und Verbände. Sie kann für 545 Euro zzgl. 7 % Umsatzsteuer als PDF [bestellt](#) werden. Weitere Informationen im Internet unter www.brunottekonzept.de

Zeichen einschließlich Leerzeichen: 4.785

Zusatzinformation zur Studie 2012:

Beteiligte Unternehmen

- 1:1 Assekuranzservice AG
- AKKURAT financial service GmbH
- allfinanztest.de GmbH Deutschland
- AMEXPool AG
- Apella AG
- BCA AG
- blau direkt GmbH & Co. KG
- CHARTA Börse für Versicherungen AG
- Consensus Holding AG
- degenia Versicherungsdienst AG
- FinanzNet Holding AG
- FiNet Financial Services Network AG
- Fonds Finanz Maklerservice GmbH
- FondsKonzept AG
- germanBroker.net AG
- insuro Maklerservice - Jan Dinner
- Jung, DMS & Cie. AG
- MAPWARE AG (Tigon AG)
- maxpool Servicegesellschaft für Finanzdienstleister mbH
- MIDEMA Assekuranz-Assecurateur GmbH
- Netfonds AG
- [pma:] Finanz- und Versicherungsmakler GmbH
- Qualitypool GmbH
- SDV Servicepartner der Versicherungsmakler AG
- TOP TEN Investment-Vermittlungs AG
- VEMA Versicherungs-Makler-Genossenschaft eG
- vfm Versicherungs- & Finanzmanagement GmbH
- VFV GmbH - Der Sachpool
- WIFO Wirtschafts- & Fondsanlagenberatung und Versicherungsmakler GmbH
- zeitsprung GmbH & Co. KG

Über BrunotteKonzept

BrunotteKonzept berät und unterstützt bundesweit Versicherer, Finanzdienstleister, Vertriebe, Vermittler und IT-Dienstleister in Vertriebsfragen. Schwerpunkte sind Konzept und Strategieberatung, Marktbeobachtung und Analysen sowie wirkungsvolle Vertriebskommunikation (b2b und b2c).