

Studie Maklerpools, Verbände und Servicedienstleister 2019



Die Poolstudie.

Inhaltsverzeichnis

Geleitwort von Norman Wirth	3
Persönlich	7
Management Summary	9
Studiendesign	11
Teil 1	15
Überblick	15
Vermittler	16
Makler und Pools	19
Unternehmen	23
Geschäftsmodell und Basisdaten	24
Produkte und Spezialisierungen	29
Beschäftigte	32
Betriebswirtschaftliche Daten	33
Kooperationen und Übernahmen	39
Beteiligungen Dritter	41
Vermittler	44
Prüfung der Vertriebspartner	48
Freie Wahl und Recht am Bestand	53
Haftung	54
Abrechnung Vergütung	57
Courtagesicherung	58
Servicemodelle und Kosten	60
Produkte und Services	64
Deckungskonzepte	67
Risikovorabfragen	68
Vertragsoptimierung und Umdeckung	70
Beratung Altersversorgung	73
Cyber-Risiken	75
Honorarberatung und -vermittlung	77
Kostenpflichtige Serviceangebote	80
Bestands- und Unternehmensnachfolge	82
Marketingservices für Vertriebspartner	85
Weiterbildung	88
Schwerpunktthema MVP und IT-Services	91
MVP-Angebot	92
Single-Sign-On	96
Datenimport und Clearing	97
MVP-Weiternutzung	100
Verfahren und Standards zum Datenaustausch	102
Weitere Softwareangebote	104
Kooperation mit Insurtechs	109
Apps für Kunden	111

Aktuelle Themen	114
Herausforderungen für Pools und Verbünde	114
Provisionsdeckel	115
DIN 77230 Basis-Finanzanalyse für Privathaushalte	116
Vermittleraufsicht	117
Angebote von Produktgebern	117
Teil 2	119
Unternehmen auf einen Blick	119
[pma:] Finanz- und Versicherungsmakler GmbH auf einen Blick	120
AMEXPool AG auf einen Blick	123
Apella Gruppe auf einen Blick	126
aruna GmbH auf einen Blick	129
BCA AG auf einen Blick	132
blau direkt GmbH + Co KG auf einen Blick	135
CHARTA Börse für Versicherungen AG auf einen Blick	138
degenia AG / DMU GmbH auf einen Blick	141
DEMV Deutscher Maklerverbund GmbH	144
FiNet Financial Services Network AG auf einen Blick	147
Fonds Finanz Maklerservice GmbH auf einen Blick	150
FondsKonzept AG	153
FONDSNET Holding GmbH auf einen Blick	156
germanBroker.net AG auf einen Blick	159
Jung, DMS & Cie. AG auf einen Blick	162
KAB Maklerservice GmbH auf einen Blick	165
KOMM Investment - Eine Marke der Jung, DMS & Cie. - auf einen Blick	168
maxpool Gruppe (HAMBURGER PHÖNIX maxpool Gruppe AG) auf einen Blick	171
MIDEMA Assekuranz-Assecuradeurs GmbH auf einen Blick	174
Netfonds Gruppe auf einen Blick	176
PROMA Versicherungsmakler GmbH & Co. KG	180
Qualitypool GmbH auf einen Blick	183
SDV Servicepartner der Versicherungsmakler AG auf einen Blick	186
STATUS GmbH auf einen Blick	189
Top Ten Investment Vermittlungs AG auf einen Blick	192
verticus AG auf einen Blick	195
vfm Gruppe auf einen Blick	198
VFV GmbH - Der Sachpool auf einen Blick	201
WIFO Wirtschafts- & Fondsanlagenberatung und Versicherungsmakler GmbH auf einen Blick	204
1:1 Assekuranzservice auf einen Blick	207
Teil 3	210
70 Charts zur Studie Maklerpools, Verbünde und Servicedienstleister 2019	210

Persönlich

Nach fünfjähriger Pause erscheint in diesem Jahr wieder eine Maklerpoolstudie von BrunotteKonzept – die insgesamt achte. Dass es dazu gekommen ist, hat mehrere (gute) Gründe. An erster Stelle stehen natürlich Sie, die treuen Leser. Ihre Nachfrage nach einer neuen Studie brachte einen großen Motivationsschub. Zum zweiten bin ich von Natur aus neugierig. Mich beschäftigte ganz einfach die Frage, was aus den Studienteilnehmern geworden ist. Wie hat sich ihr Geschäft entwickelt? Wo stehen sie heute? Und wie positionieren sie sich aktuell im Wettbewerb? Die neue Studie liefert Antworten.

Was mich ebenfalls interessierte: Wie haben Maklerpools und Verbände das Lebensversicherungsreformgesetz (I) und die Einschnitte bei Vertriebsvergütungen verkraftet? Führt dies zu einer Verlagerung der vertrieblichen Aktivitäten auf Sachversicherungen (SHUKR) und hier insbesondere das gewerbliche Geschäft? Konnten Kapitalanlagen ebenfalls profitieren? Ständig hören und lesen wir über Digitalisierung. Maklerpools und Verbände sind ganz dicht dran an diesem Thema. Wie wirkt sich die Digitalisierung auf ihr Geschäftsmodell aus? Entwickeln sie sich von der Maklergemeinschaft zur digitalen Plattform? Und welche Geschäftsmodelle bieten heute noch Zukunftspotential? Braucht es wirklich die großen Player, oder haben auch kleinere Unternehmen, beispielsweise in Nischenmärkten, eine realistische Chance?

Ein weiterer (sehr guter) Grund für die Studie 2019 ist, dass ich erstmals einen Co-Autor an meiner Seite habe. Michael Franke, langjähriger IT-Vorstand beim Maklerverbund CHARTA und heute gefragter Unternehmensberater und Speaker, kennt die Poollandschaft aus dem Effeff. Als versierter IT-Fachmann hat Franke die Entwicklung von BiPRO-Standards über viele Jahre mitgestaltet. Er ist Mitglied im Lenkungsausschuss des Arbeitskreis Beratungsprozesse und hat seinen Sachverstand und seine Erfahrungen auch bei der Entwicklung der DIN 77230 – Basisfinanzanalyse für Privathaushalte eingebracht. Beratungsprojekte auf den Feldern Standardisierung, Prozessgestaltung und -optimierung bilden aktuell den Schwerpunkt seiner Tätigkeit. In dieser Studie bearbeitet Michael Franke federführend den Themenkomplex MVP/IT. Zudem hat er das Studiendesign maßgeblich geprägt. Und damit die Studienqualität auf ein neues Niveau gehoben.

Und es gibt noch einen Grund für diese Studie: Systematische und vor allem unabhängige Untersuchungen zum Vertriebsweg Makler verschwinden vom Markt. So haben die Marktforscher von YouGov ihre Untersuchungen für das „Makler-Absatzbarometer“ eingestellt. Vielleicht ist diese Entwicklung auch darin begründet, dass die Poollandschaft heute noch heterogener ist als vor fünf Jahren. Es ist schwieriger geworden, einen Fragebogen zu konzipieren, der allen befragten Unternehmen gerecht wird, ob Spezialist oder Vollsortimenter, inhabergeführtes Unternehmen oder Aktiengesellschaft. Börsennotierte Pools wie beispielsweise Netfonds oder Jung, DMS & Cie. stecken zudem in der Zwickmühle: Können sie den Vorschriften der Publizitätspflicht genügen, wenn sie sich an Befragungen beteiligen? Insbesondere Zunftsaußagen, die kursrelevant sein könnten, sind für sie problematisch.

Wie schon in den Vorjahren, standen wir auch 2019 vor der Frage, in welchem Maße die Antworten der Gesellschaften um selbst recherchierte Daten ergänzt werden sollen. Dafür kommen insbesondere die Pflichtveröffentlichungen für Kapitalgesellschaften in Betracht. Doch ein Blick auf die einschlägigen Quellen zeigt: Nicht alle Unternehmen kommen den Publizitätspflichten in

gebotener Weise nach. So sind Veröffentlichungen im Unternehmensregister teilweise nicht auf dem vorgeschriebenen Stand. In der Umsetzung hätte dies dazu geführt, dass wir Daten unterschiedlicher Jahre miteinander vergleichen. Darunter hätte nicht nur die Transparenz, sondern auch die Aussagekraft gelitten. Stattdessen setzen wir ausschließlich auf die Antworten der befragten Pools, Verbände und Servicedienstleister. Dass nicht jedes Unternehmen jede Frage beantworten kann oder will, zeigt manchmal auch, wo eventuell der Schuh drückt oder welche Bereiche als sensibel gelten.

Genug der Vorrede. Ich wünsche Ihnen eine informative und vielleicht auch spannende Lektüre. Und wenn die Studie Ihre Erwartungen erfüllt, freue ich mich über Ihre Weiterempfehlung. Eine Weitergabe an Dritte hingegen ist nicht gestattet.

Ihre

Sabine Brunotte

Hamburg, im November 2019

AMC-Auszug

Management Summary

Geschäftsmodell und Produktportfolio

Das Angebot bleibt vielgestaltig: Nur acht Unternehmen legen sich auf ein einziges Unternehmensmodell fest – die meisten davon verorten sich als Maklerpool. Unter den weiteren Teilnehmern reicht die Bandbreite von zwei bis zu fünf Modellen. Diese maximale Spreizung melden zwei Unternehmen. Auffällig viele Player, nämlich elf, claimen den Begriff „Maklerverbund“ für sich und damit den Anspruch, ein Zusammenschluss von Maklern „auf Augenhöhe“ zu sein. Mehr unter [Geschäftsmodell und Basisdaten](#).

Spezialisten sind bei alledem rar: Lediglich vier Teilnehmer bedienen nur eine einzige Produktkategorie. Der Großteil unterhält eine breite Produktpalette, vier davon sogar lückenlos über alle zur Auswahl stehenden Kategorien hinweg. Beinahe alle Unternehmen betätigen sich im SHUKR-Umfeld einschließlich der Gewerbesparten – ein klares Indiz dafür, dass das früher bevorzugte, lukrative Lebens- und Krankenversicherungsgeschäft infolge veränderter gesetzlicher und regulatorischer Vorschriften an Bedeutung verliert. Details finden Sie hier: [Produkte und Spezialisierungen](#).

Zielgruppen und Servicemodelle

Einigkeit herrscht bei den Zielgruppen: Ausnahmslos alle Unternehmen umwerben – wenig überraschend – den Versicherungsmakler. Aber auch Vertriebe sind wegen ihrer Absatzpotenz als Partner begehrt. Auf der anderen Seite spielen beispielsweise Honorarberater eine untergeordnete Rolle – ein Indiz für die nach wie vor geringe Bedeutung dieser Vergütungsform. Hier lesen Sie mehr: [Vermittler](#).

Die meisten Teilnehmer bieten ihre Dienstleistungen zumindest in einer „Basisversion“ kostenlos an. Nur eine Handvoll erbringt Service prinzipiell gegen Geld. Aufpreise werden typischerweise durch zubuchbare Softwarepakete ausgelöst, welche die Grundausstattung individualisieren und ergänzen. Detaillierte Angaben finden Sie im Abschnitt [Servicemodelle und Kosten](#).

Personelle Ausstattung

Nach wie vor erfordert umfangreicher Service vergleichsweise viel Manpower. Der Automatisierungsgrad leidet offenkundig unter heterogenen und zersplitterten IT-Infrastrukturen – bei Produktgebern ebenso wie bei Pools, Dienstleistern und Vermittlern. Von den Breitbandanbietern mit großer Produktpalette beschäftigen nur wenige unter 50 Mitarbeiter, die größten von ihnen ein Mehrfaches davon. Da eine umfangreiche Produktpalette nicht in gleichem Maße zu einem Mehr an Umsatz führt, ist die Bandbreite des Umsatzes je Mitarbeiter ausgesprochen groß. Mehr dazu unter [Beschäftigte](#).

Betriebswirtschaftliche Kennzahlen

Beinahe alle Teilnehmer melden gegenüber 2017 mehr Umsatz. Der Gewinn jedoch sank insgesamt um gut 6% – eine Folge des hohen Investitionsbedarfs in Digitalisierung. Nach wie vor korrelieren Umsatz und Mitarbeiterzahl deutlich; nur wenige Unternehmen liegen erheblich abseits der Trendlinie.

Der seit längerem sinkende Anteil der klassischen Umsatzträger Lebens- und Krankenversicherung hinterlässt deutliche Spuren: Das Segment SHUKR hat mit mittlerweile über 30% den Leben-Bereich um fast 5 %-Punkte hinter sich gelassen. Mehr unter [Betriebswirtschaftliche Daten](#).

Vertriebspartner

Die üblichen, systematischen Unschärfen erfordern Vorsicht bei der Beurteilung der Vertriebspotenz anhand veröffentlichter Vermittlerzahlen. Nach wie vor ist die Berechnungsbasis uneinheitlich: Der eine Pool zählt den einzelnen Mitarbeiter des Vermittlers, ein anderer nur das Unternehmen selbst. Trotzdem ist der Spread groß. Er reicht von wenigen hundert bis zu mehreren tausend Accounts. Für das „Onboarding“ der Vertriebspartner haben sich einige Verfahren etabliert, die fast alle Teilnehmer anwenden. Der weitaus größte Teil der Unternehmen legt die Identität seiner Vertriebspartner offen, teils routinemäßig, teils auf Anfrage oder anlässlich bestimmter Geschäftsvorfälle. Nur wenige lehnen dies kategorisch ab. Ebenso einhellig gesteht die Mehrheit der Befragten ihren Vertriebspartnern das Recht am vermittelten Bestand zu. Lesen Sie mehr zu den Details unter [Prüfung der Vertriebspartner](#).

Hochrelevant und von zunehmender Bedeutung in vielen Vermittlerbetrieben ist die Regelung der Unternehmensnachfolge. Hier haben sich die Pools durch entsprechende Dienstleistungsangebote positioniert und bieten beratende und vermittelnde Services zu [Bestands- und Unternehmensnachfolge](#).

Digitalisierung und IT

Die Integration beidseitiger IT-Prozesse steht hoch im Kurs. Folgerichtig bieten bis auf vier Unternehmen alle Teilnehmer ihren Vertriebspartnern ein vollwertiges System zur Bestandsführung („MVP“) oder planen das zumindest. Ihre Strategien reichen von eigenen Systemen bis hin zum Angebot von Lizenzen für marktgängige Systeme. Um den Einstieg zu erleichtern, bieten die Pools Migrationen auf den Vorgängersystemen, das Einspielen von GDV-Daten und das Bereinigen der Daten an. Auch Exit-Szenarien mit der Möglichkeit der Weiternutzung des Systems sind definiert, um den Eindruck einer technischen Sackgasse zu vermeiden.

Das Tool-Portfolio wird mit Vergleichs- und Analysesystemen und Software zur Beratungsunterstützung komplettiert. Hierbei spielt auch erstmals die DIN 77230 eine deutlich wahrnehmbare Rolle. Die Kooperation mit Insurtechs haben eine Reihe von teilnehmenden Unternehmen auf der Agenda, wenn auch die Fraktion derer, die hierin kein Thema sieht, bemerkenswert groß ist. Mehr zum Themenumfeld IT bietet Ihnen unser [Schwerpunktthema MVP und IT-Services](#).

Positionierung zu aktuellen Themen

Die technischen Aufgaben rund um Digitalisierung sind die eindeutig dominierenden Herausforderungen. Insbesondere der Investitionsdruck für IT im Allgemeinen und den Ausbau standardisierter Verfahren (BiPRO-Normen) spielen hierbei die größte Rolle. Anderweitige strategische Fragestellungen, etwa zur Honorarberatung oder selbst zum drohenden LV-Provisionsdeckel, fallen dagegen deutlich zurück.

Konsequenterweise stehen auch technisch-integrative Services der Produktpartner (BiPRO-/GDV-Kompatibilität) für ihre Vertriebspartner weit oben auf dem Wunschzettel von Pools und Verbänden. Ebenso wichtig: Feste Ansprechpartner, die verlässliche Services rund um Betrieb und Schaden erbringen. Ausführliche Statements zu wichtigen Trendthemen sind unter [Aktuelle Themen](#) zusammengefasst.

Studiendesign

Studie Maklerpools, Verbände und Servicedienstleister 2019	
Auftraggeber	BrunotteKonzept; unabhängige Untersuchung ohne externe Auftraggeber oder Sponsoren
Konzept und Autoren	Sabine Brunotte, Hamburg Michael Franke, Düsseldorf
Befragungszeitraum	August/September 2019
Methode	Onlinebefragung, geschlossene und offene Fragen, Skalierung
Struktur und Inhalte	<ul style="list-style-type: none"> • Unternehmensdaten, Beteiligungen und Kooperationen • Vertriebspartner und Grundlagen der Zusammenarbeit • Produktpolitik, Marketing und Verkaufsförderung • MVP, IT-Services und Standards • Aktuelle Themen • Kurzdarstellungen („Auf einen Blick“) • Bonus: Handout Charts
Auswertung und Aufbereitung	BrunotteKonzept, Hamburg Michael Franke, Düsseldorf Zeitraum September bis November 2019