

AssCompact

— AWARD —

POOLS & DIENSTLEISTER 2023

Marktstudie

Ergebnisse aus einer Befragung von
Assekuranz- und Finanzvermittlern

März 2023



Ihr Partner für erfolgreiche Kontakte

bbg

Betriebsberatungs GmbH

Bindlacher Straße 4

95448 Bayreuth

Telefon: +49 (0) 921 75758-0

Telefax: +49 (0) 921 75758-20

Mail: info@bbg-gruppe.de

Web: www.bbg-gruppe.de

Geschäftsführer: Dr. Christian Durchholz, Konrad Schmidt

Ansprechpartner: Dr. Mario Kaiser,
Sophia Tannreuther,
Jörg Deubzer

Wissenschaftlicher Beirat:
Professor Dr. Matthias Beenken (FH Dortmund)

Hinweise zur Nutzung

Diese Studie ist einschließlich aller Bestandteile (insbesondere Abbildungen) urheberrechtlich geschützt. Verwertungen, die nicht ausdrücklich gemäß den Bestimmungen des Urheberrechts zugelassen sind, bedürfen der vorherigen schriftlichen Zustimmung der Herausgeber. Insbesondere gilt dies für Vervielfältigungen, Verbreitungen, Bearbeitungen (insbesondere Übersetzungen) sowie jegliche elektronische Verarbeitung, insbesondere die elektronische Publikation.

Eine Weitergabe an Dritte, insbesondere andere Unternehmen innerhalb des Konzerns, ist nicht gestattet. Sie können zu besonderen Konditionen eine Konzernlizenz erwerben, mit der eine Weitergabe innerhalb des Konzerns möglich ist. Sprechen Sie uns diesbezüglich gerne an.

Basis für die Erstellung dieser Studie sind die Antworten der Befragten. Die Herausgeber haben sich auf die Richtigkeit der Antworten verlassen. Eine Überprüfung der Konsistenz ist erfolgt, bei Bedarf wurde eine Korrektur durchgeführt. Die Vollständigkeit und Richtigkeit der Daten wurde jedoch nicht zusätzlich durch einen unabhängigen Dritten geprüft.

Die jeweils angegebenen Punkte, Zahlen und Prozentwerte wurden gerundet. Daher können im Ergebnis Rundungsdifferenzen entstehen.

Das Untersuchungsdesign und methodisches Vorgehen zur Befragung von Assekuranz- und Finanzvermittlern wurde gesondert in einem Dokument zusammengefasst und steht unter dem folgenden Link zur Verfügung: www.asscompact-studien.de. Käufer der Studie dürfen auf dieses Dokument verlinken, um Verbrauchern - im Falle der Siegelnutzung - die Möglichkeit zur Kenntnisnahme, zur Prüfung der Ergebnisse und zur Prüfung der Prüfungssystematik zu geben. Eine anderweitige Nutzung ist nicht zulässig.

Soweit nicht anders vereinbart, unterliegt das Nutzungsrecht des von AssCompact vergebenen Siegels bei dem jeweiligen Unternehmen keinem Ablaufdatum und ist unbegrenzt nutzbar. Die Nutzungserlaubnis kann jedoch jederzeit von AssCompact widerrufen werden. Insbesondere bei Missbrauch behält sich AssCompact vor, das jeweilige Unternehmen zur Löschung des vergebenen Siegels aufzufordern bzw. die mit Siegel gedruckten Unterlagen zu vernichten.

Inhaltsverzeichnis

1. Management-Summary	5		
2. Untersuchungsdesign & methodisches Vorgehen	12		
3. Ergebnisse	29		
3.1 Bewertungsschema	30		
3.2 Favoriten der Vermittler – Vorsorge / Leben	40		
3.2.1 Ranking der Top-Anbieter	41		
3.2.2 Share of Wallet	42		
3.2.3 Zufriedenheitsanalyse	48		
3.2.4 SoW & gewichtete GZFR	53		
3.2.5 Net-Promoter-Score (NPS)	54		
3.2.6 Analyse der Top-Anbieter	55		
3.3 Favoriten der Vermittler – Kranken	139		
3.3.1 Ranking der Top-Anbieter	140		
3.3.2 Share of Wallet	141		
3.3.3 Zufriedenheitsanalyse	147		
3.3.4 SoW & gewichtete GZFR	152		
3.3.5 Net-Promoter-Score (NPS)	153		
3.3.6 Analyse der Top-Anbieter	154		
3.4 Favoriten der Vermittler – Sach / HUK	238		
3.4.1 Ranking der Top-Anbieter	239		
3.4.2 Share of Wallet	240		
3.4.3 Zufriedenheitsanalyse	246		
3.4.4 SoW & gewichtete GZFR	251		
3.4.5 Net-Promoter-Score (NPS)	252		
3.4.6 Analyse der Top-Anbieter	253		
3.5 Favoriten der Vermittler – Finanzen	385		
3.5.1 Ranking der Top-Anbieter	386		
3.5.2 Share of Wallet	387		
3.5.3 Zufriedenheitsanalyse	393		
3.5.4 SoW & gewichtete GZFR	398		
3.5.5 Net-Promoter-Score (NPS)	399		
3.5.6 Analyse der Top-Anbieter	400		
4. Stellenwert	448		
4.1 Zusammenarbeit	449		
4.2 Geschäft / Gebühren / Beiträge	466		
4.3 Erwartungen & Herausforderungen	482		
5. Unternehmensdarstellung	489		
6. Weitere Studien	495		
7. Individualanalysen			separate Datei



AssCompact
— AWARD —

1. MANAGEMENT-SUMMARY

1. Management-Summary (1 von 6)

Top-3-Favoriten der Vermittler

(weitere Informationen: Kapitel 3.2, 3.3, 3.4 & 3.5 Seite 40 bis 447)



Vorsorge / Leben
Kapitel 3.2 - Seite 40 ff.



Kranken
Kapitel 3.3 - Seite 139 ff.



Sach / HUK
Kapitel 3.4 - Seite 238 ff.

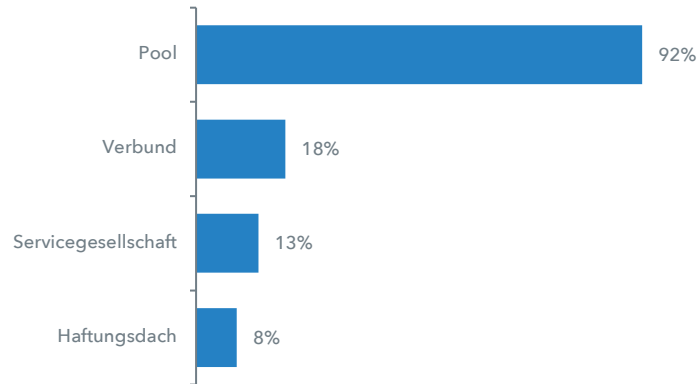


Finanzanlage / Finanzierung
Kapitel 3.5 - Seite 385 ff.

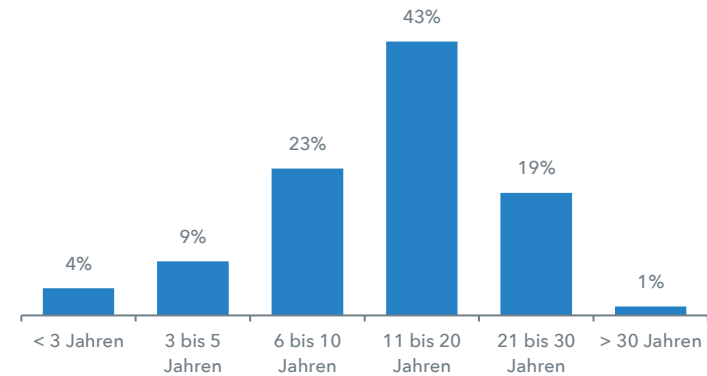
1. Management-Summary (4 von 6)

Zentrale Ergebnisse

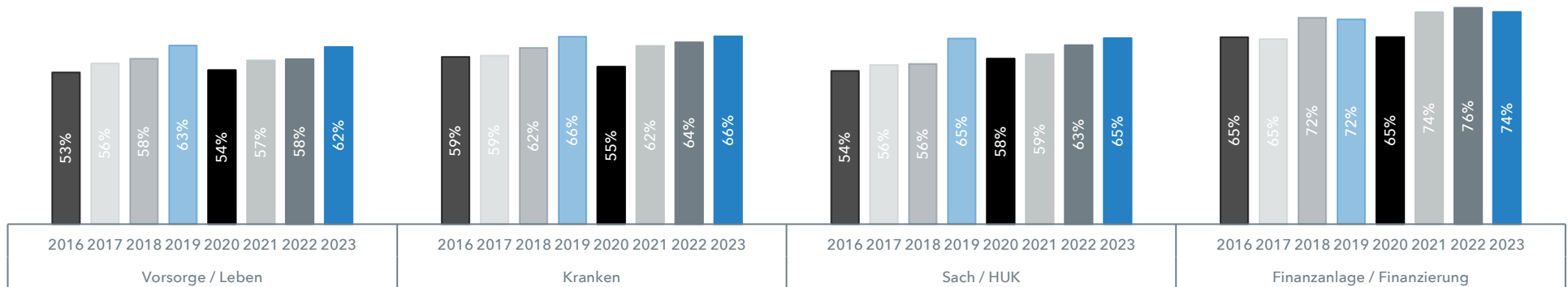
- **Zusammenarbeit** mit Pools, Verbänden, Servicegesellschaften & Haftungsdächern – S. 450



- **Dauer der Zusammenarbeit** mit Pools, Verbänden, Servicegesellschaften & Haftungsdächern – S. 454



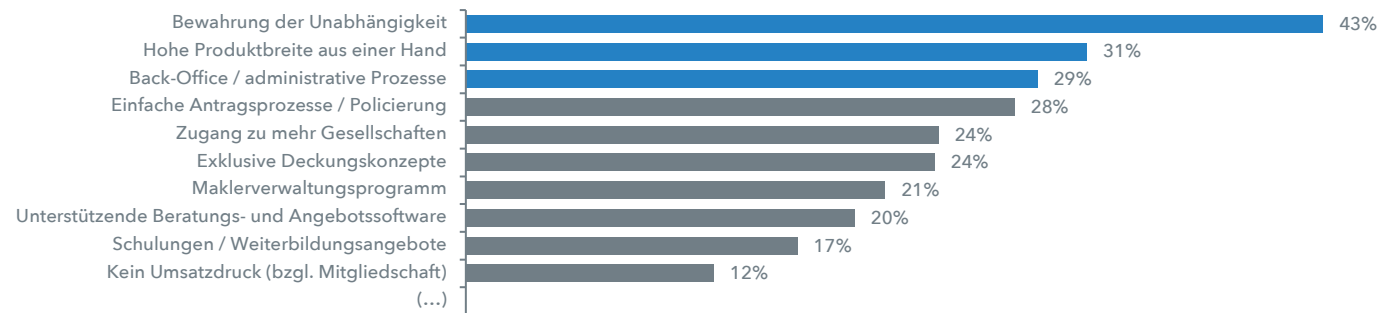
- **Abschluss des Geschäfts über Pools** nach Bereichen im Zeitverlauf – S. 457



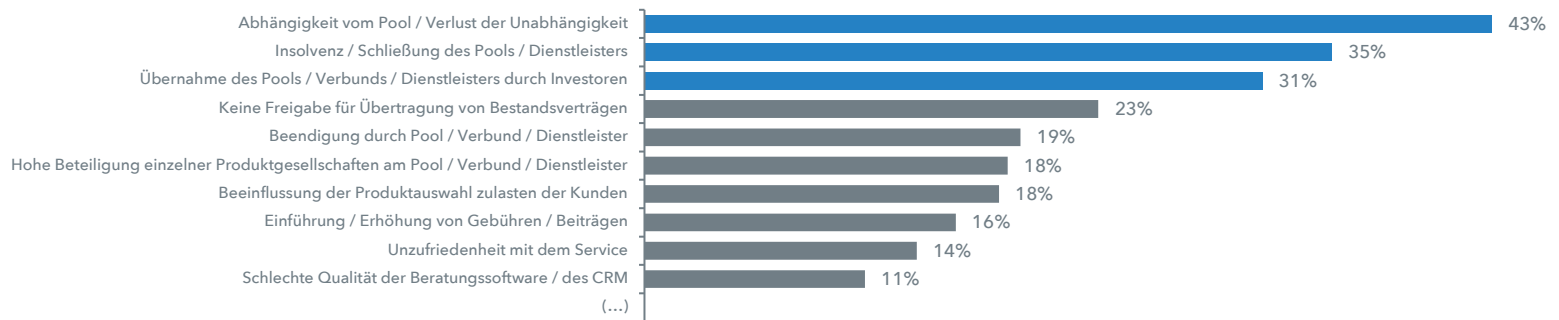
1. Management-Summary (5 von 6)

Zentrale Ergebnisse

- Hauptgründe für eine Zusammenarbeit mit Pools und anderen Dienstleistern – S. 458



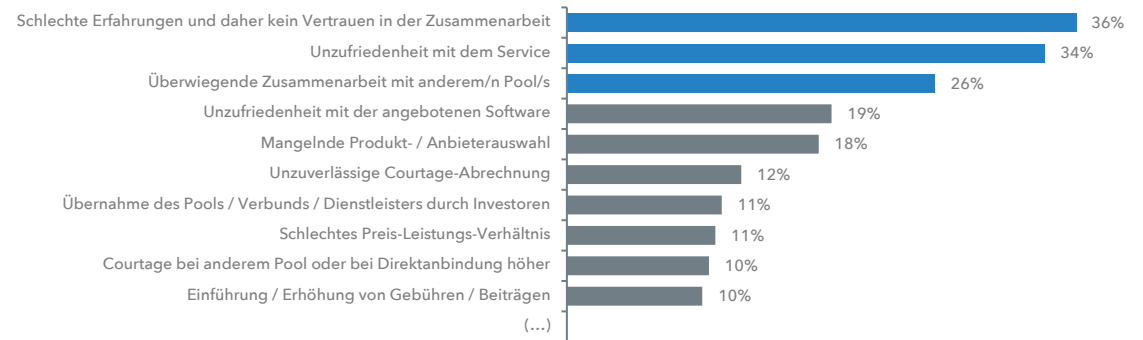
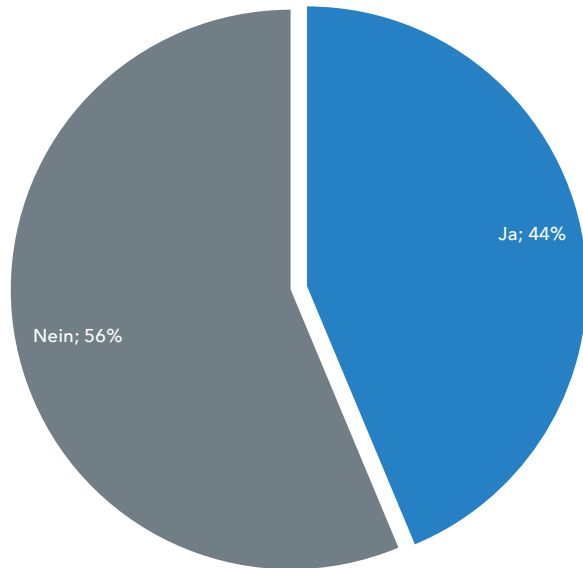
- Risiken der Zusammenarbeit mit Pools / Dienstleistern / Haftungsdächern / Verbänden – S. 459



1. Management-Summary (6 von 6)

Zentrale Ergebnisse

- Beendigung der Zusammenarbeit mit Pools und die Gründe für eine Beendigung der Zusammenarbeit – S. 460 & 461





AssCompact
— AWARD —

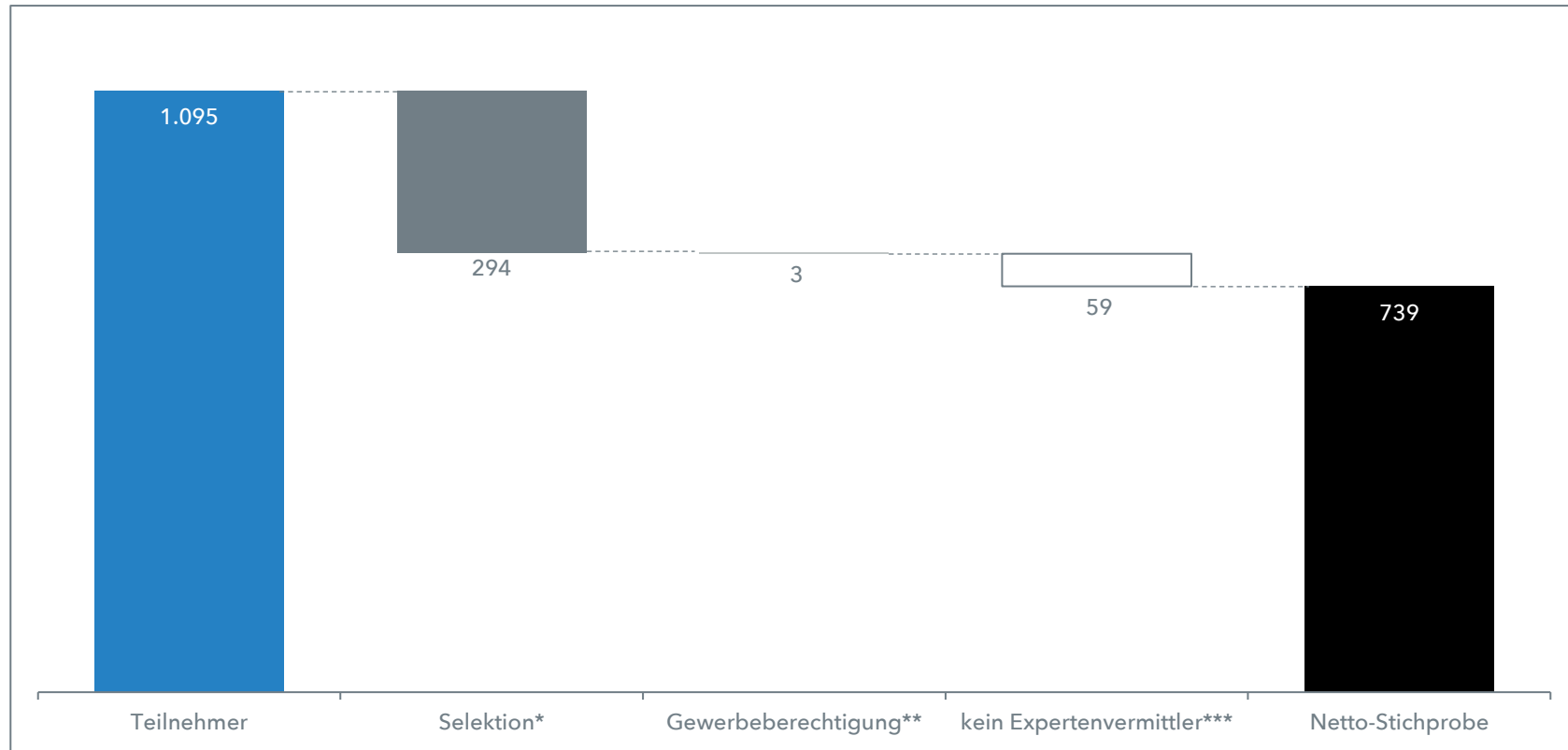
2. UNTERSUCHUNGSDESIGN & METHODISCHES VORGEHEN

2. Untersuchungsdesign & methodisches Vorgehen

- Deskriptives Untersuchungsdesign
- Standardisierte Online-Befragung vom 25.01.2023 bis 03.02.2023
- Konzentrationsverfahren
- Stichprobe: N = 1.095
- Netto-Stichprobe: n = 739
- Zielgruppe:
 - Vermittler aus der Finanz- und Versicherungsbranche mit Zulassung nach (Mehrfachnennungen möglich):
 - 89,4% Versicherungsmakler mit Erlaubnis nach § 34d Abs.1 Nr.2 GewO
 - 29,9% Finanzanlagevermittler nach § 34f Abs.1 GewO
 - 24,2% Immobiliendarlehensvermittler nach § 34i Abs.1 S.1 GewO
 - Vermittler aus der Finanz- und Versicherungsbranche mit ...
 - ... einem Durchschnittsalter von 56,3 Jahren
 - ... einer Branchenerfahrung von 26,9 Jahren
 - ... einer Geschlechtsverteilung von 12,2% weiblichen Vermittlerinnen und 87,8% männlichen Vermittlern
- Sehr gutes Abbild der Finanz- und Versicherungsvermittler hinsichtlich der Alters- und Geschlechtsstruktur

2. Untersuchungsdesign & methodisches Vorgehen

Umfrageteilnehmer



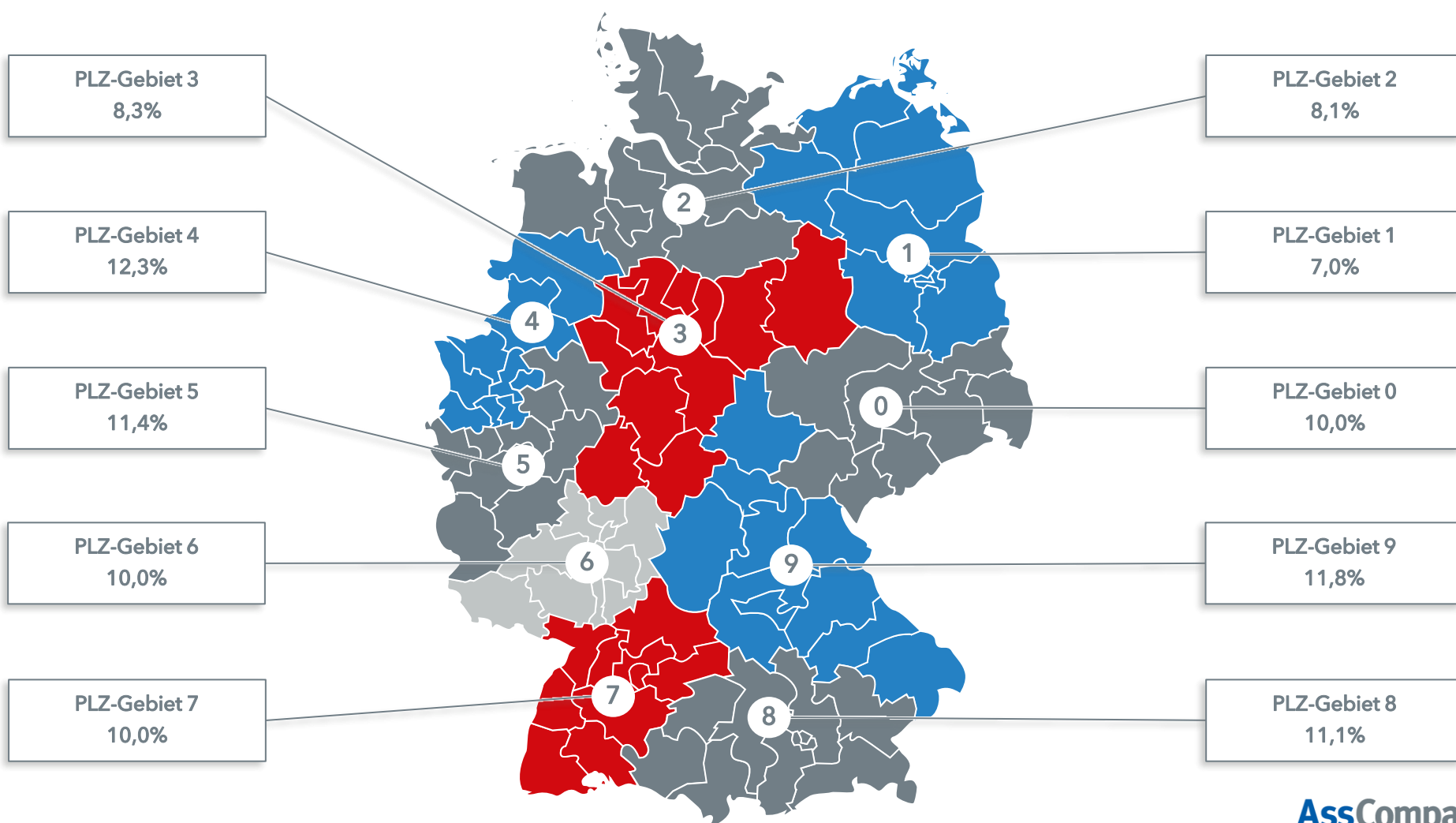
*Selektionskriterien: unrealistische Beantwortungsdauer, Abbruch nach wenigen Fragen, keine Zielgruppe

**Gewerbeberechtigung: Antwortoption "Gebundener Versicherungsvertreter"

***kein Expertenvermittler: Antwortoption "Ich vermittele keine der aufgelisteten Produkte."

2. Untersuchungsdesign & methodisches Vorgehen

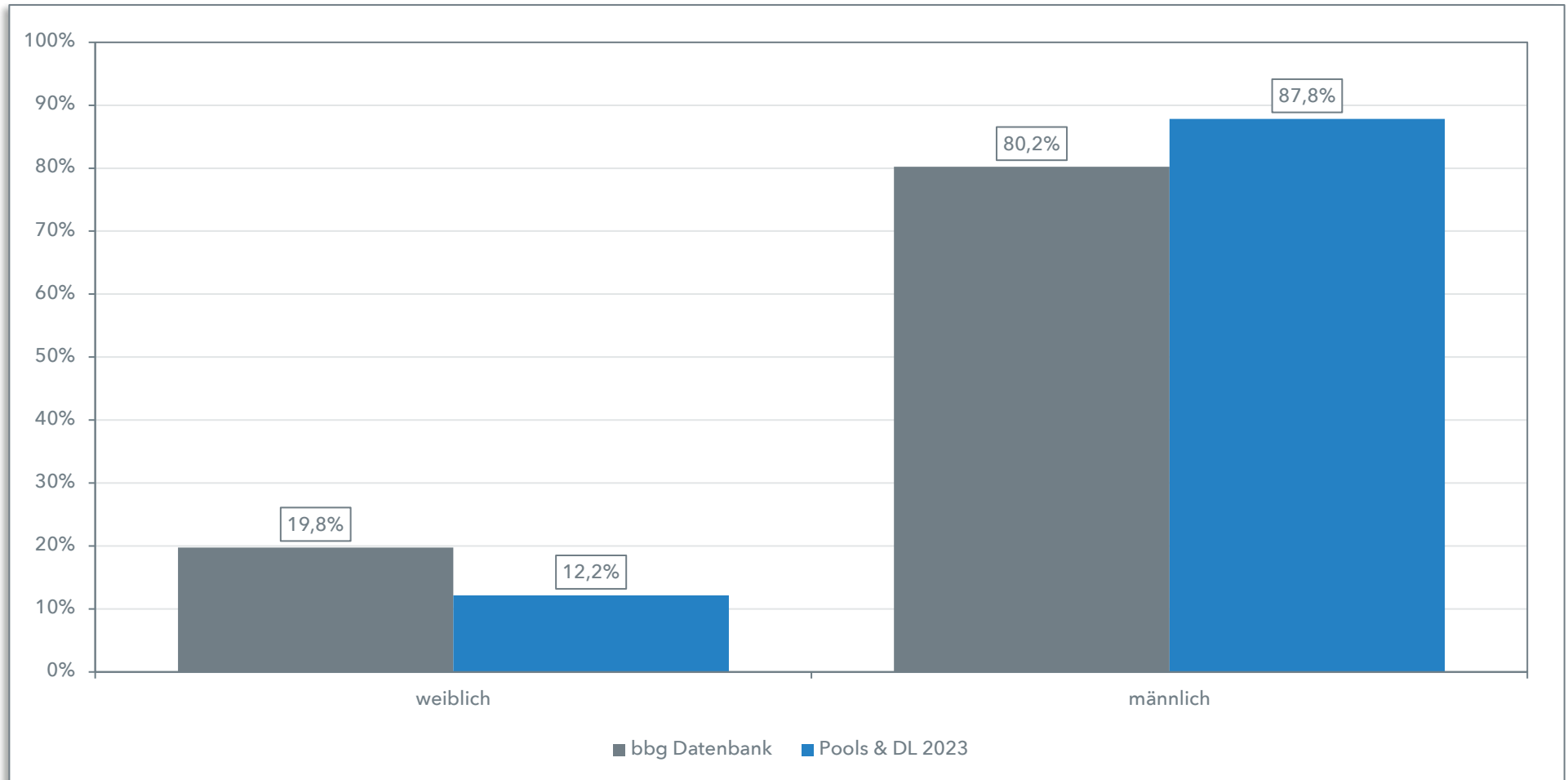
Regionale Verteilung der Befragten (n = 739)



2. Untersuchungsdesign & methodisches Vorgehen

Repräsentativität

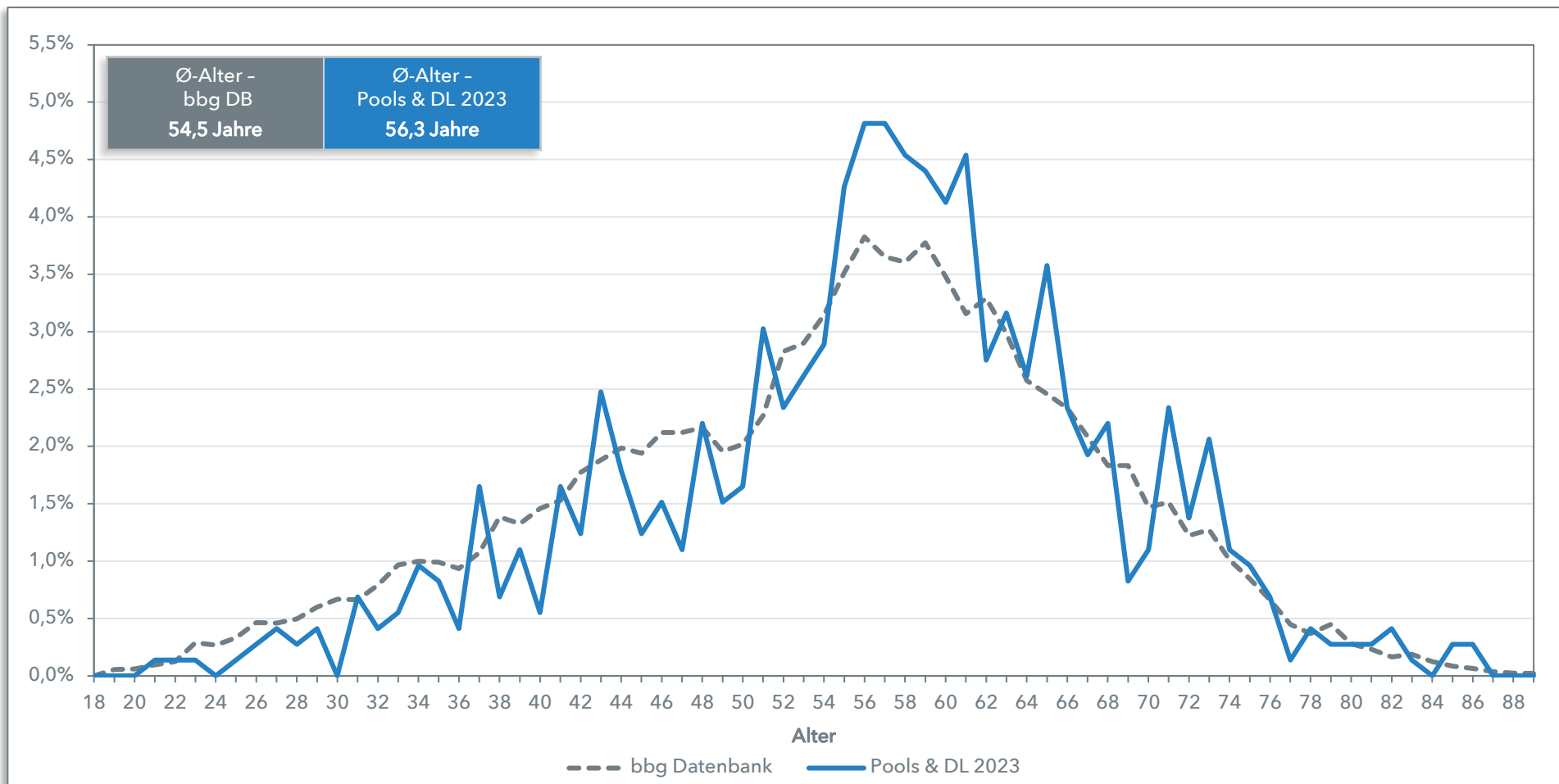
Geschlechtsverteilung in der bbg Datenbank vs. Geschlechtsverteilung in der Stichprobe



2. Untersuchungsdesign & methodisches Vorgehen

Repräsentativität

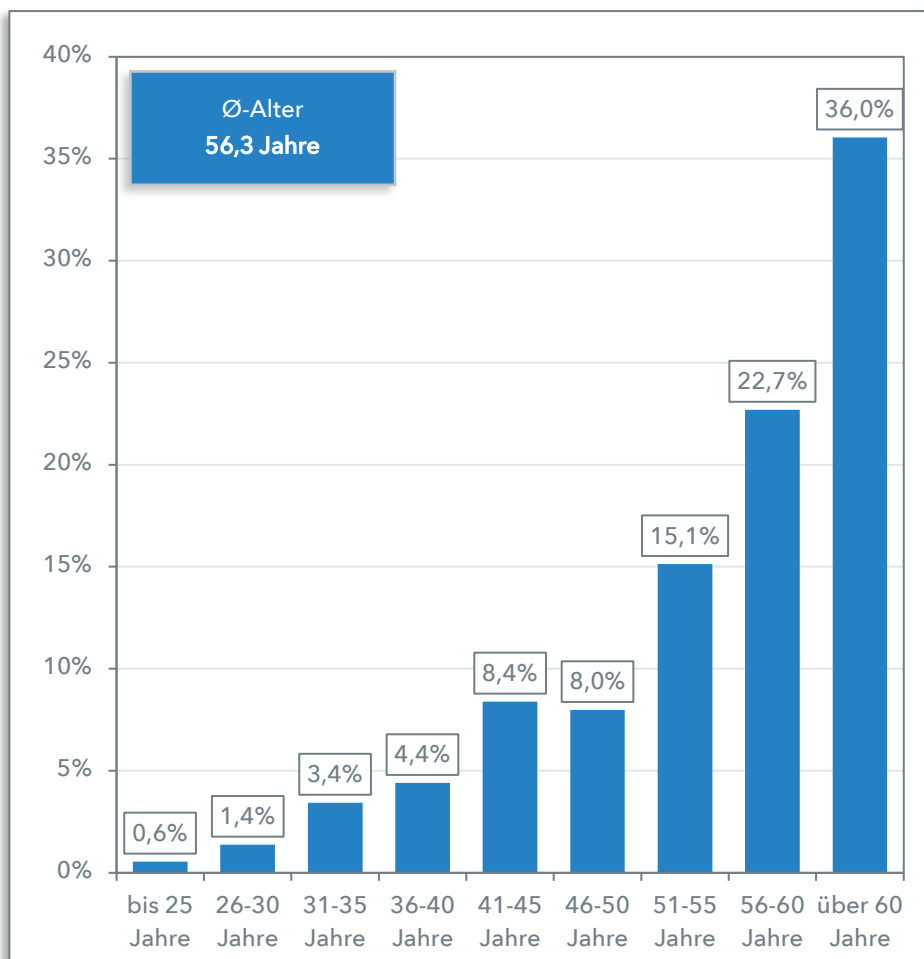
Altersverteilung in der bbg Datenbank vs. Altersverteilung in der Stichprobe



2. Untersuchungsdesign & methodisches Vorgehen

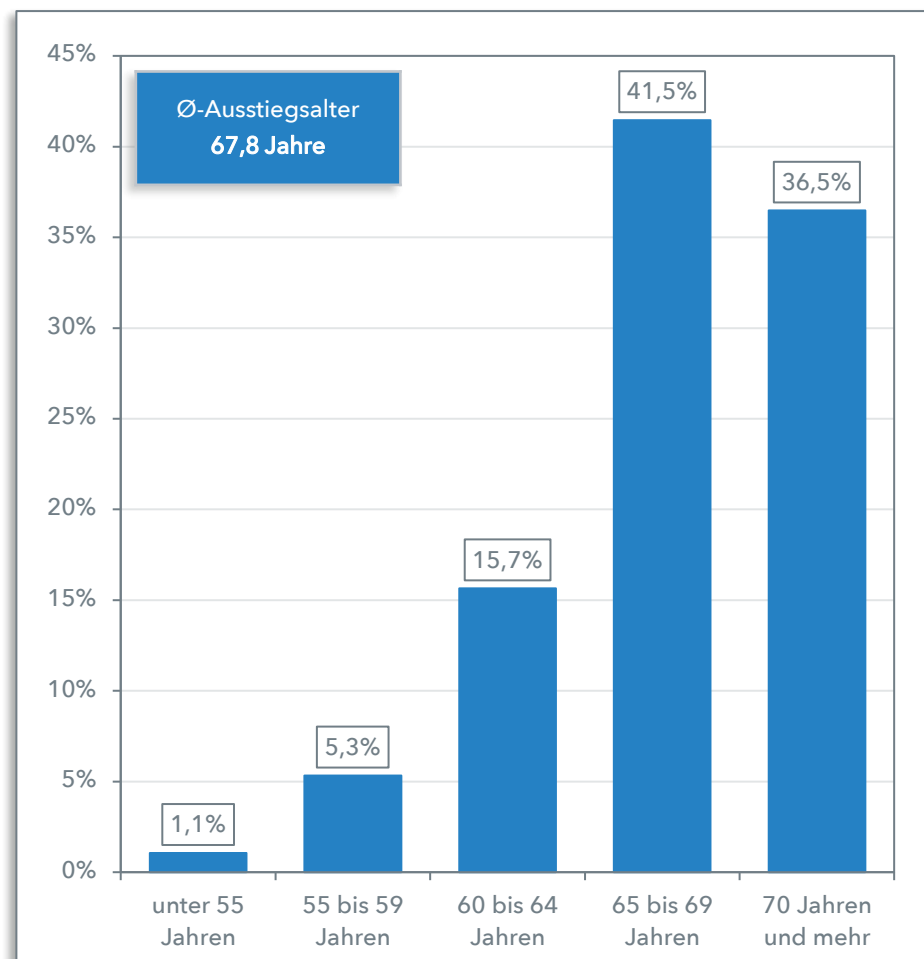
Alter

Bitte sagen Sie uns noch, wie alt Sie sind. (n = 727)



Ausstiegsalter

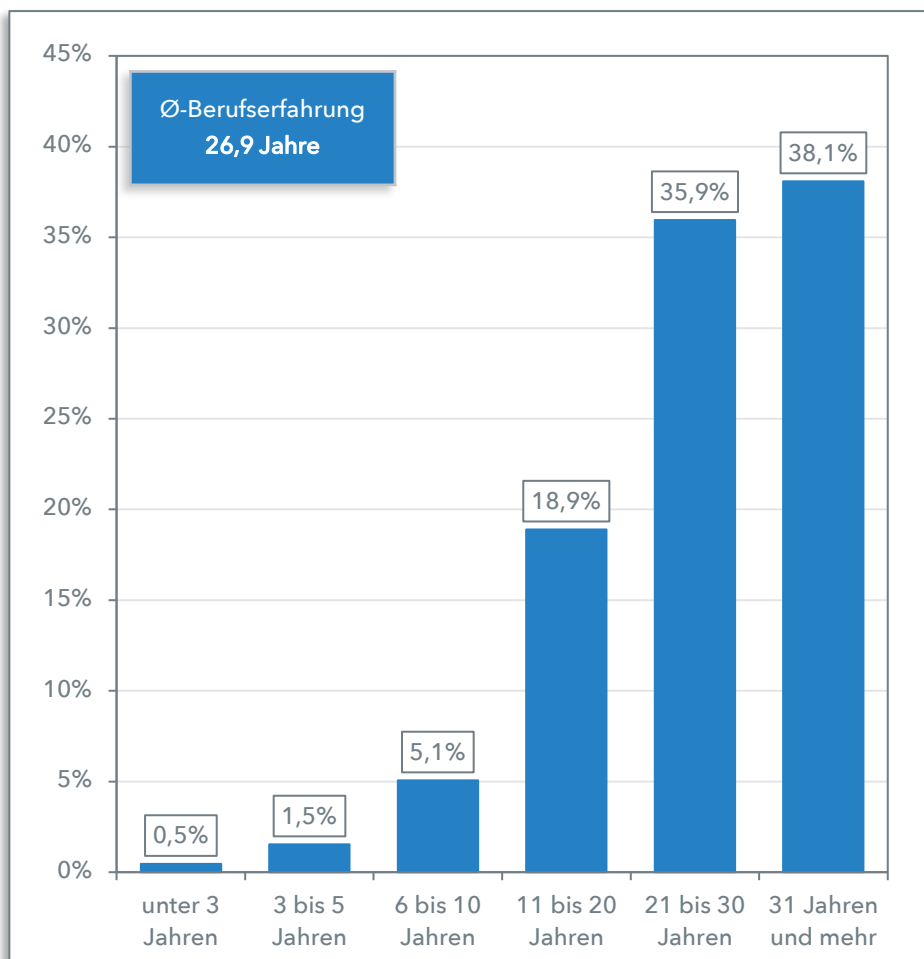
In welchem Jahr möchten Sie aufhören? (n = 562)



2. Untersuchungsdesign & methodisches Vorgehen

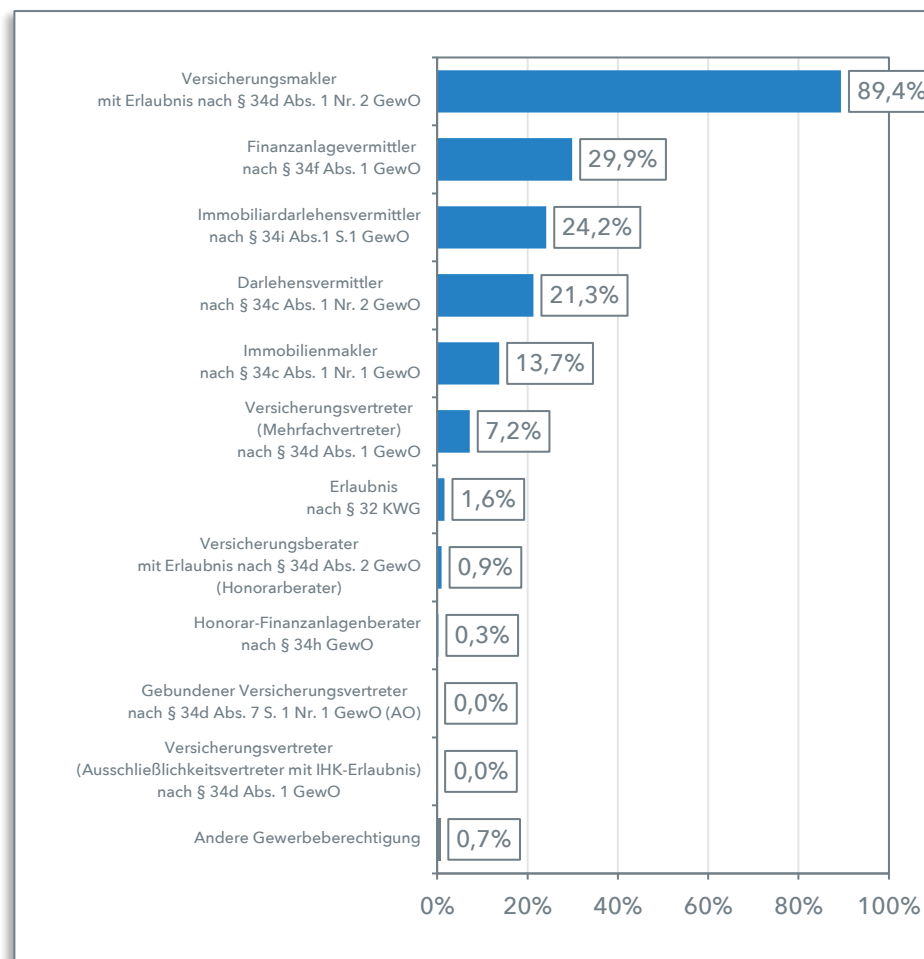
Berufserfahrung

Ich bin im Finanzdienstleistungsbereich tätig seit ... (n = 651)



Tätigkeit

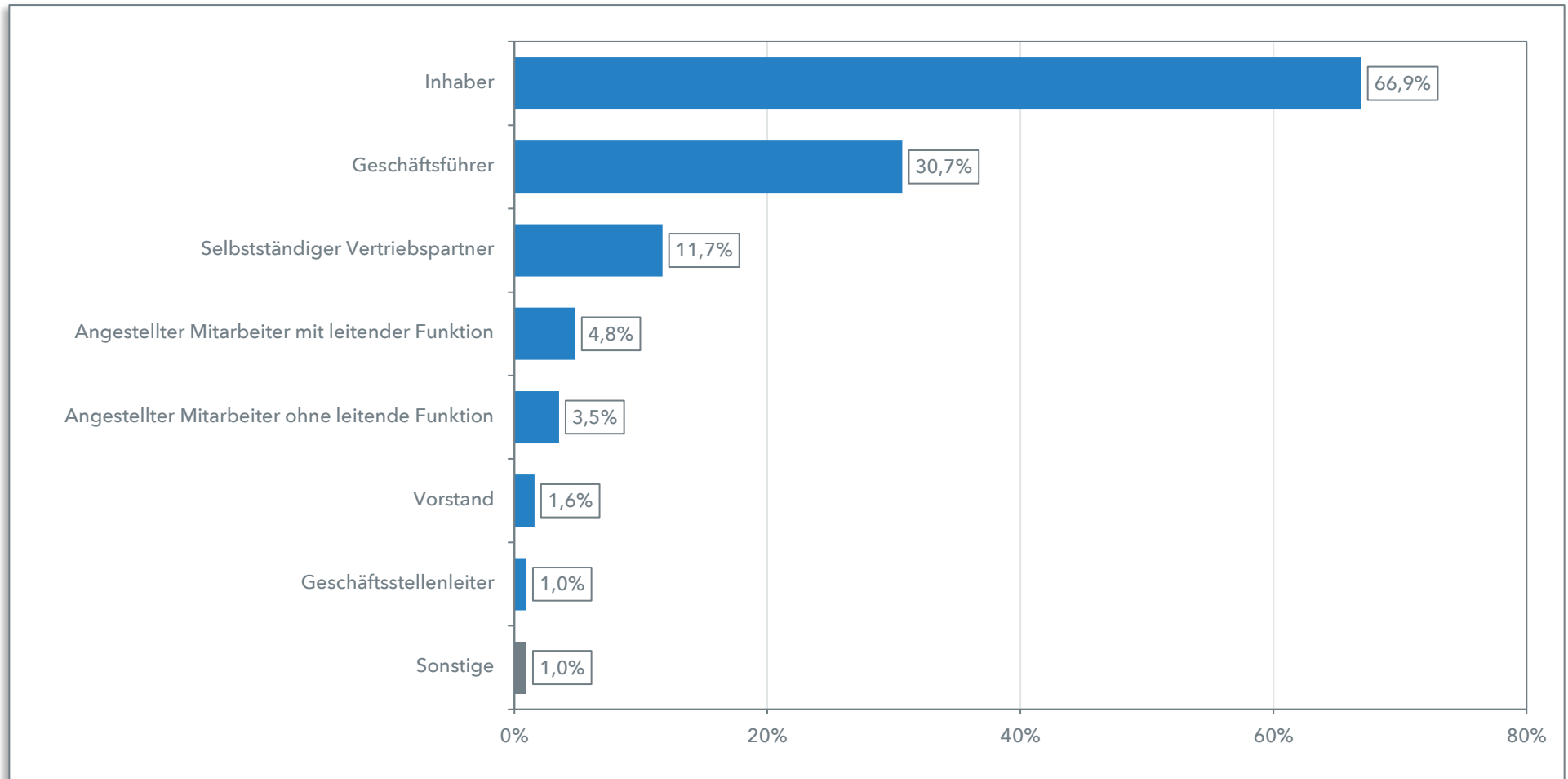
Ich bin tätig als ... (n = 737; Mehrfachnennungen möglich)



2. Untersuchungsdesign & methodisches Vorgehen

Position im Unternehmen

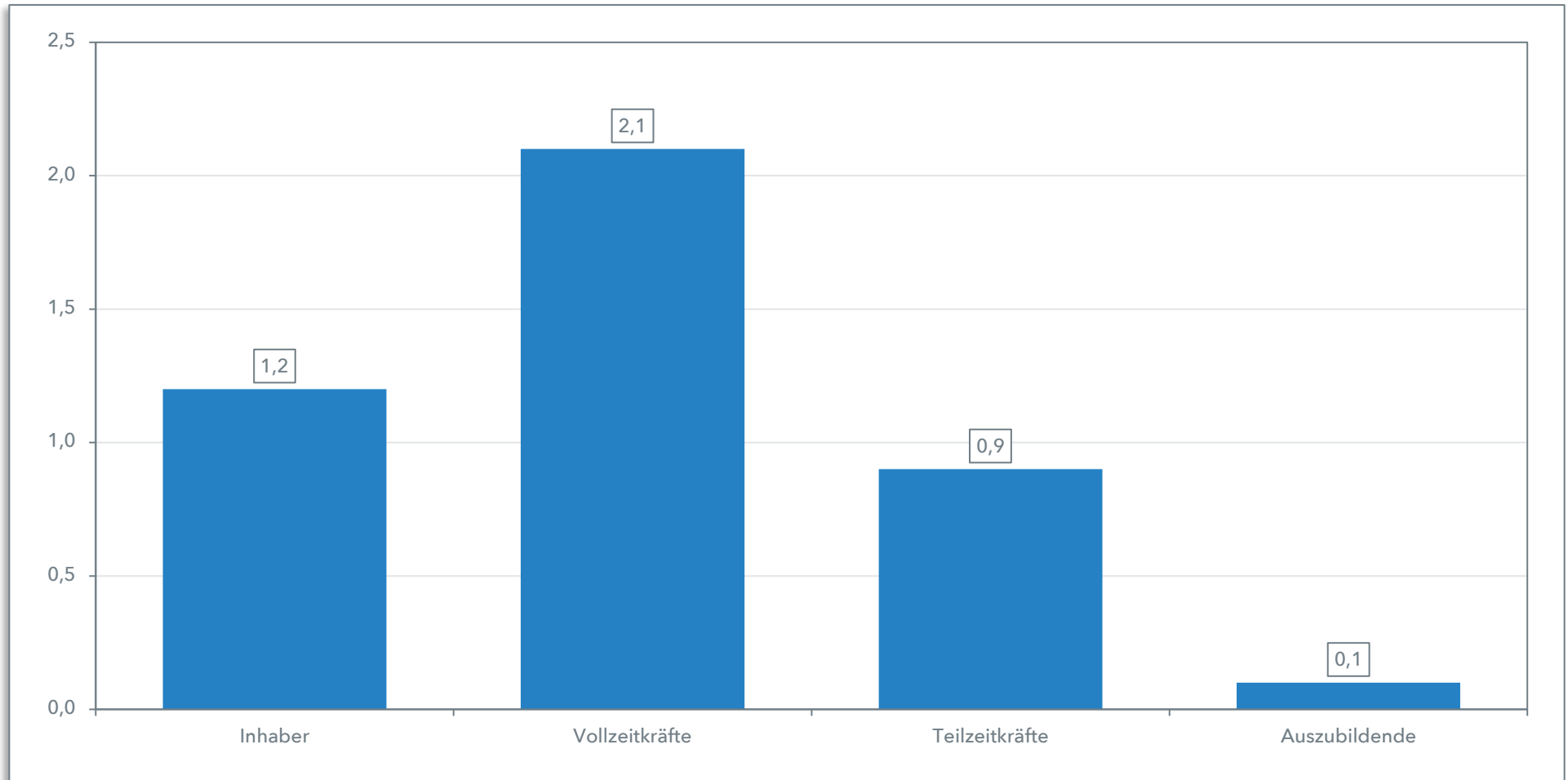
Welche Position haben Sie im Unternehmen? (n = 623, Mehrfachnennungen möglich)



2. Untersuchungsdesign & methodisches Vorgehen

Mitarbeiterzahl

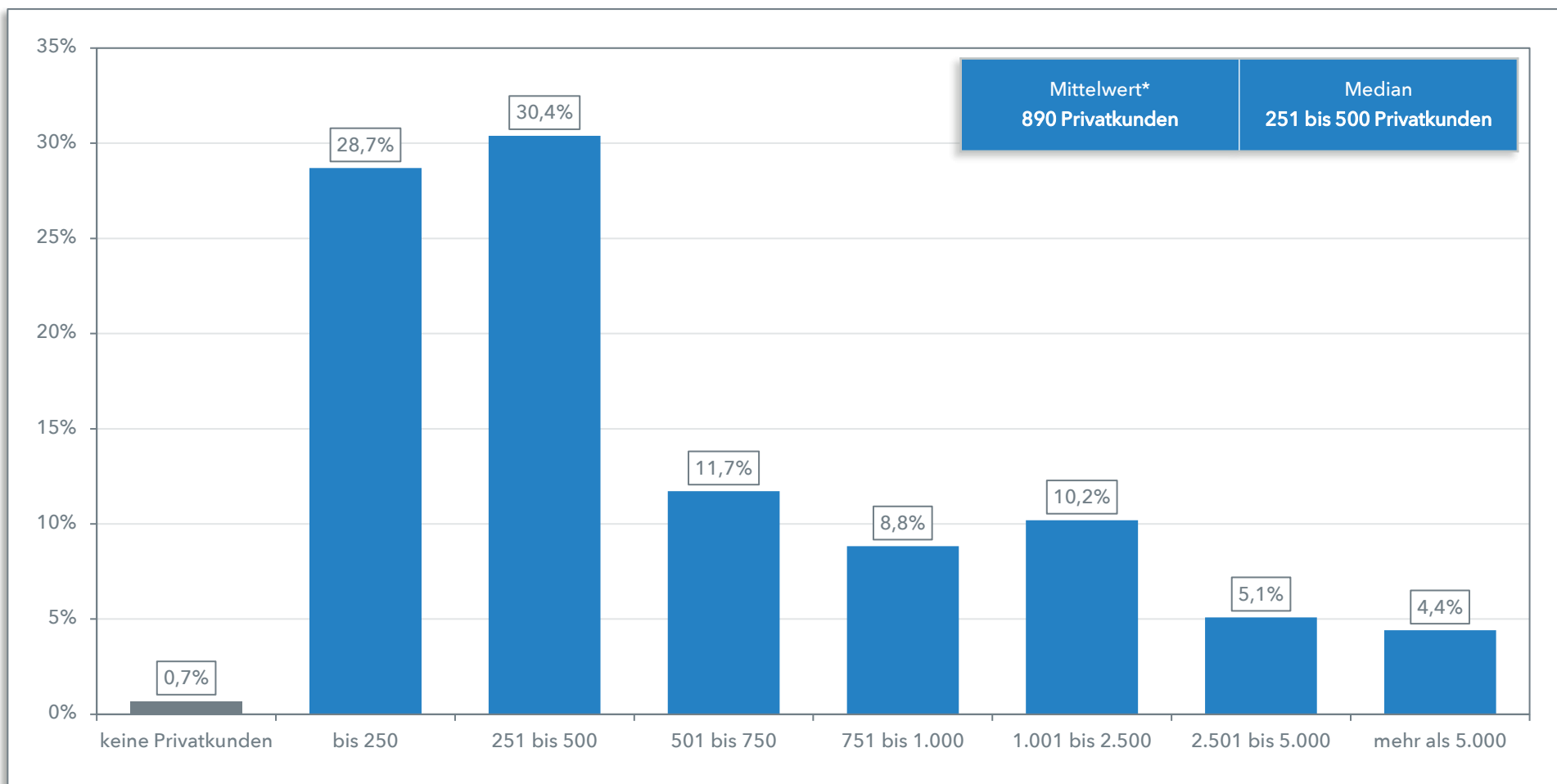
Wie viele Personen arbeiten aktuell in Ihrem Unternehmen? (n = 636)



2. Untersuchungsdesign & methodisches Vorgehen

Privatkunden

Wie viele Kunden haben Sie? (n = 589)

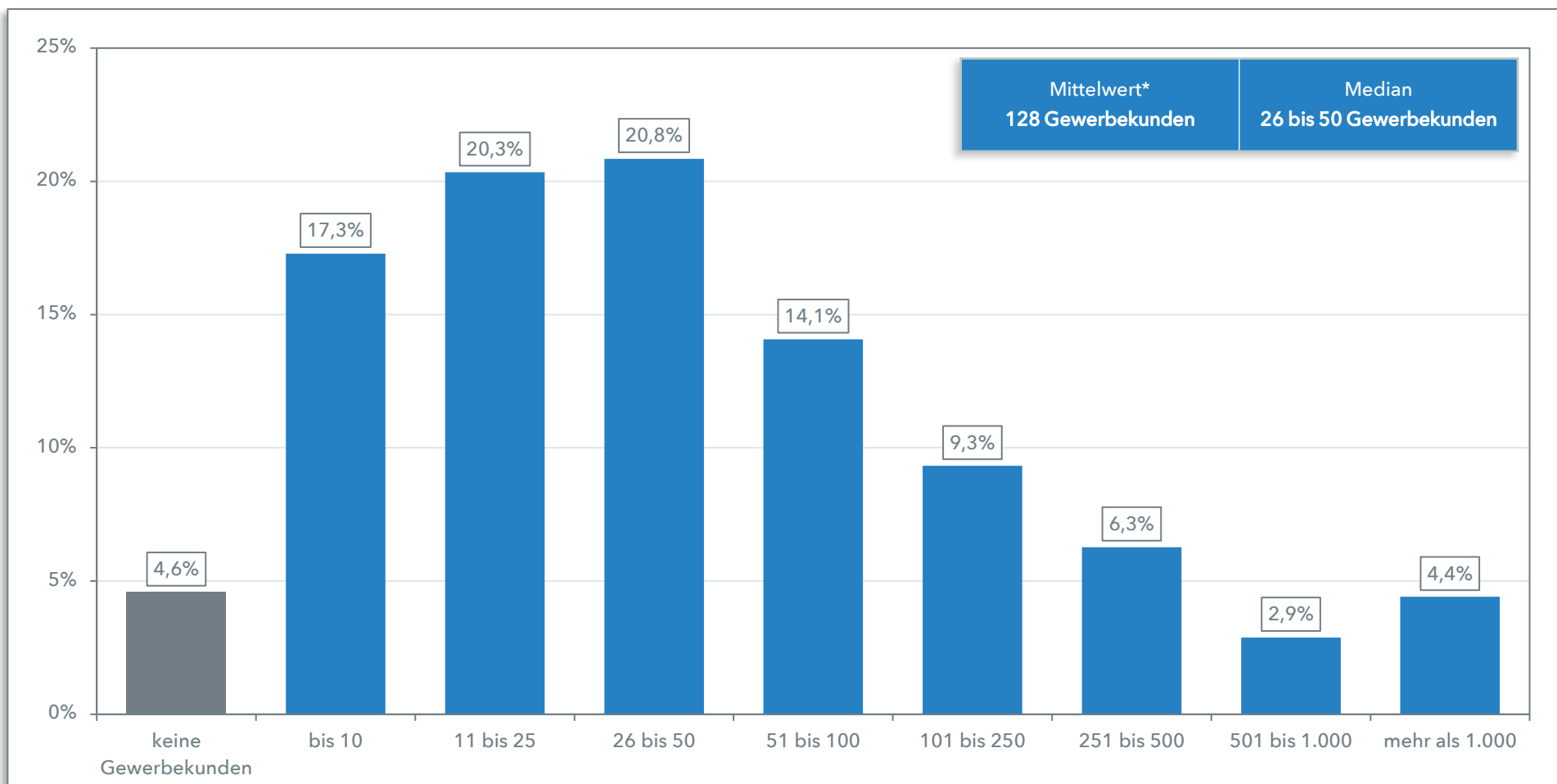


* Durchschnitte sind hier stets aus den Klassenmittelwerten sowie bei der nach oben offenen Klasse dem Klassenschwellenwert berechnet.

2. Untersuchungsdesign & methodisches Vorgehen

Gewerbekunden

Wie viele Kunden haben Sie? (n = 590)

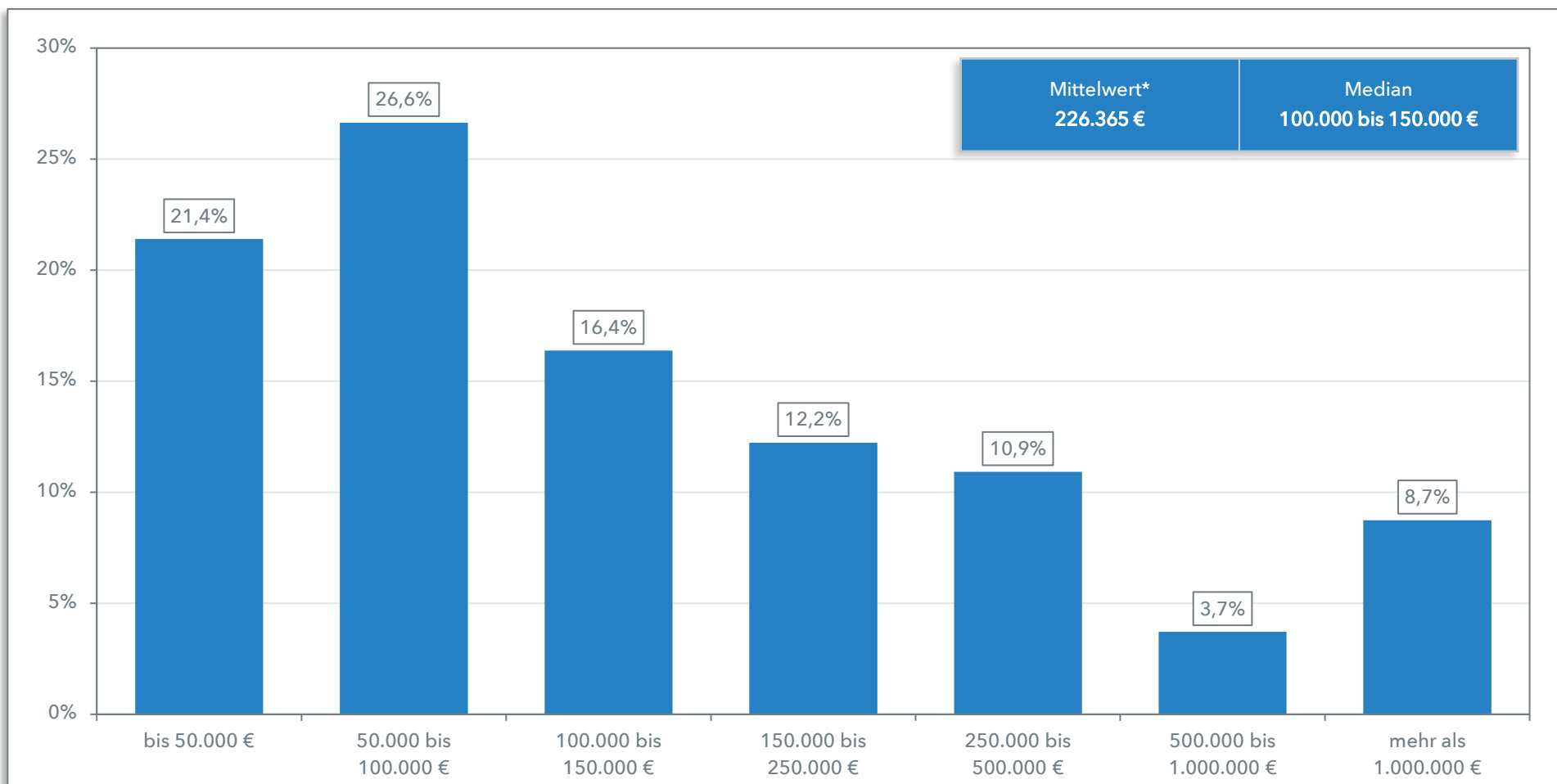


* Durchschnitte sind hier stets aus den Klassenmittelwerten sowie bei der nach oben offenen Klasse dem Klassenschwellenwert berechnet.

2. Untersuchungsdesign & methodisches Vorgehen

Gesamtumsatz

Wie hoch ist Ihr Gesamtumsatz pro Jahr? (n = 458)

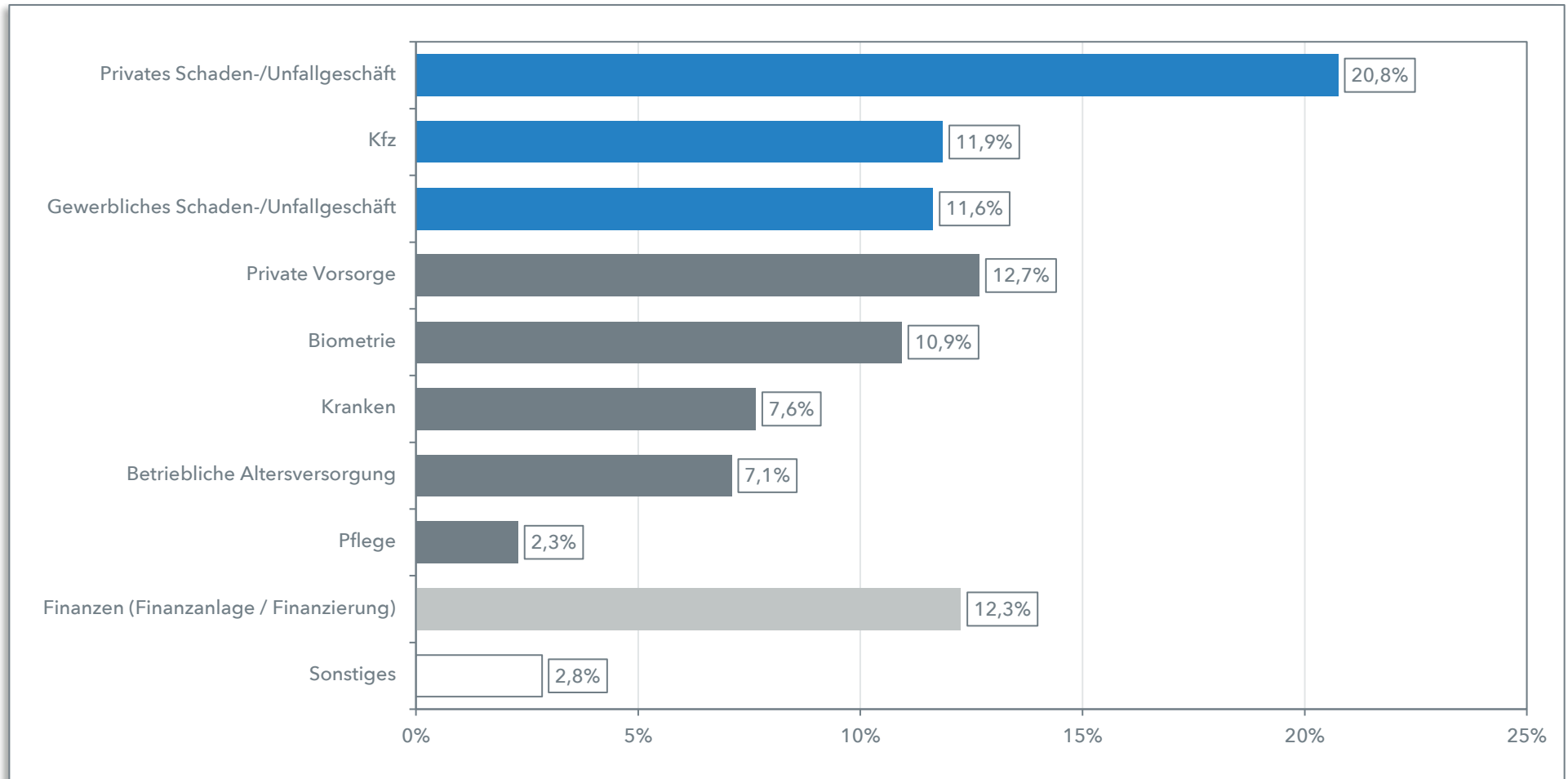


* Durchschnitte sind hier stets aus den Klassenmittelwerten sowie bei der nach oben offenen Klasse dem Klassenschwellenwert berechnet.

2. Untersuchungsdesign & methodisches Vorgehen

Geschäftsverteilung

Wie verteilt sich Ihr Geschäft aktuell in etwa auf die einzelnen Sparten? (n = 631)



2. Untersuchungsdesign & methodisches Vorgehen

Ziele der Untersuchung 2023

- Die **Qualitätsmessung der Anbieter** im Bereich der Pools und Dienstleister **aus Sicht der unabhängigen Vermittler** ist ein wichtiger Indikator zur Wettbewerbsanalyse.
- Dieses **Benchmarking** dient einerseits zum **Leistungsvergleich** mit der Konkurrenz. Andererseits eignet es sich zur **Prognose** möglicher Konkurrenzreaktionen auf ein verändertes Preis-Qualitäts-Angebot der betrachteten Anbieter.
- Daher werden in der Befragung folgende **Ziele** verfolgt:
 - Ermittlung eines Rankings
 - Ermittlung der Höhe des Geschäftsanteils ("Share of Wallet")
 - Ermittlung der wichtigsten Einflussgrößen auf den Unternehmenserfolg
 - Ermittlung der Zufriedenheit der Makler und Mehrfachvertreter mit den Anbietern (Qualitative Bewertung anhand von Leistungskriterien)
 - Ermittlung der Einstellungsloyalität
 - Ermittlung der Marktpositionierung
 - Ermittlung von Stärken und Schwächen
 - Ermittlung der Einstellung hinsichtlich marktrelevanter Fragestellungen
- Die Studie „**AssCompact AWARD - Pools & Dienstleister 2023**“ liefert **zentrale Erkenntnisse zur Einordnung im Wettbewerb**. Die Gesellschaften können somit ihre eigene Leistung **mit den Leistungen der Konkurrenz vergleichen** und **zielorientierte Maßnahmen implementieren**.



2. Untersuchungsdesign & methodisches Vorgehen

Bewertungsschema 2023

- Basis des Rankings ist der etablierte **Share of Wallet (SoW)**, also die Verteilung der Geschäftsanteile auf die Gesellschaften.
- Die qualitative Bewertung der Produktgeber basiert auf **12 Leistungskriterien (LK)**. Der Einsatz einer **100er Skala** in diesem Zusammenhang ermöglicht ein feinstufiges Qualitätsurteil.
- Zur Ermittlung der **Relevanz der Leistungskriterien** wird eine Regressionsanalyse durchgeführt. Dabei werden die Wichtigkeiten der Leistungskriterien statistisch geschätzt.
- Neben den **Top-3-platzierten Gesellschaften** gemäß SoW pro untersuchtem Bereich werden auch die jeweils **besten Anbieter pro Leistungskriterium** mit einem Siegel ausgezeichnet



Beste Unabhängigkeit | Beste Aufnahmepolitik
Bestes Image | Beste Produktauswahl | Beste Produkt- / Fachinformationen
Beste spezielle Deckungskonzepte | Beste Beratungs- / Angebotssoftware
Beste zentrale Vertriebsunterstützung | Beste dezentrale Vertriebsunterstützung
Beste Courtausgestaltung | Beste Online-Plattform | Bester Bestandskundenservice

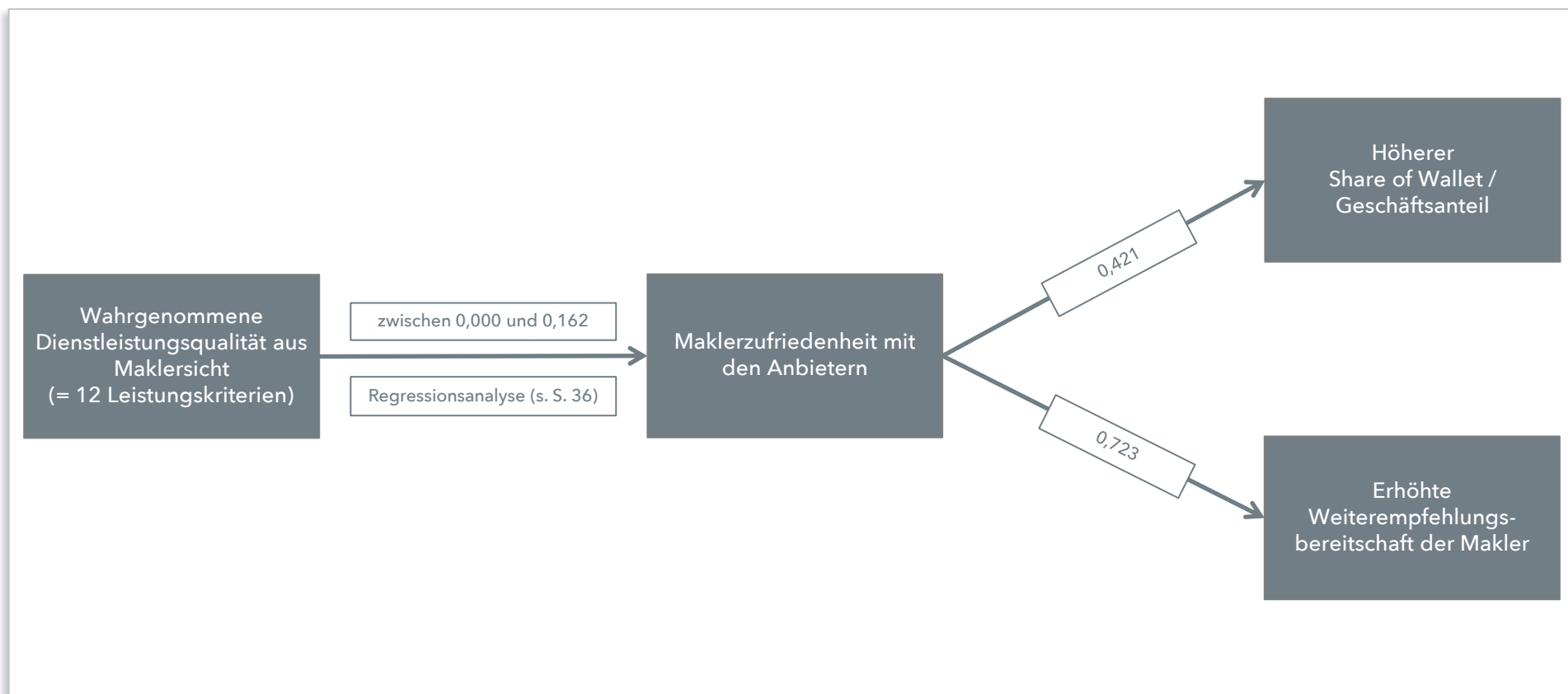


- Die Einstellungsloyalität der unabhängigen Vermittler wird anhand des **Net-Promoter-Score** (= Netto-Weiterempfehlungswert) abgebildet.
- Jeder Umfrageteilnehmer kann den Anbietern in einer offenen Antwortform **direktes Feedback** und **konstruktive Hinweise zur Verbesserung** mitteilen.
- Daher werden in der Befragung folgende **Ziele** verfolgt:
 - Benchmark der Leistungskriterien
 - Erweiterung zur Analyse der Wichtigkeiten pro Leistungskriterium
 - Abratungen und Abratungsgründe
 - Verteilung der Geschäftsanteile
 - Konstruktives Feedback

2. Untersuchungsdesign & methodisches Vorgehen

Zusammenhang zwischen Dienstleistungsqualität und ökonomischem Erfolg

Korrelationswerte zwischen Erfolgsgrößen



Je besser das Angebot der Produktgeber, desto höher ist auch die Zufriedenheit der Makler mit den Anbietern. Eine hohe Maklerzufriedenheit führt wiederum zu einem höheren Share of Wallet sowie zu einer erhöhten Weiterempfehlungsbereitschaft.

Fazit: Eine Optimierung der Dienstleistungsqualität für die Makler führt demnach langfristig zu einem höheren ökonomischen Erfolg.



AssCompact

— AWARD —

3. ERGEBNISSE



AssCompact

— AWARD —

3. ERGEBNISSE

3.1 BEWERTUNGSCHEMA

3.1 Bewertungsschema

Share of Wallet (SoW)

Überblick

1

AssCompact AWARD

Wie hoch war in etwa der Anteil Ihres Geschäfts mit den folgenden Gesellschaften nach Stück innerhalb der letzten 12 Monate?
Betrachten Sie den Bereich XY:

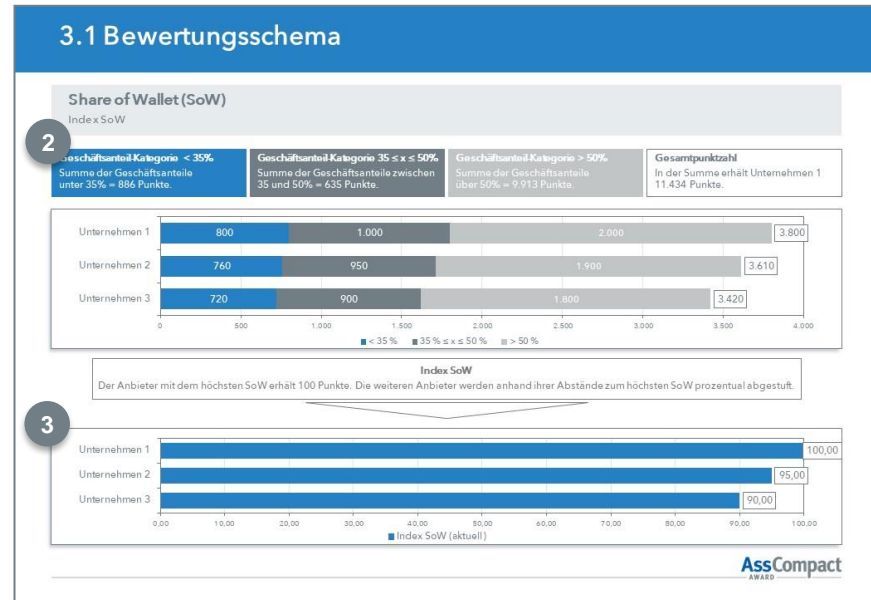
Bitte verteilen Sie 100%! Wenn Sie mit einigen Gesellschaften keine Verträge bzw. Courtageneinnahmen erzielt haben, dann lassen Sie bitte das Feld frei:

<input type="checkbox"/> % UNTERNEHMEN 1	<input type="checkbox"/> % UNTERNEHMEN 6	<input type="checkbox"/> % UNTERNEHMEN 11
<input type="checkbox"/> % UNTERNEHMEN 2	<input type="checkbox"/> % UNTERNEHMEN 7	<input type="checkbox"/> % UNTERNEHMEN 12
<input type="checkbox"/> % UNTERNEHMEN 3	<input type="checkbox"/> % UNTERNEHMEN 8	<input type="checkbox"/> % UNTERNEHMEN 13
<input type="checkbox"/> % UNTERNEHMEN 4	<input type="checkbox"/> % UNTERNEHMEN 9	<input type="checkbox"/> % UNTERNEHMEN 14
<input type="checkbox"/> % UNTERNEHMEN 5	<input type="checkbox"/> % UNTERNEHMEN 10	<input type="checkbox"/> % UNTERNEHMEN 15
<input type="checkbox"/> 100 % SONSTIGER ANBIETER		

100 % von 100%

Bitte nennen Sie den "sonstigen Anbieter":
Unternehmen XY

<| zurück weiter |>



Bewertungsansatz Share of Wallet (SoW):

1. Die Vermittler werden gebeten zu ihren präferierten Anbietern jeweils ihre Geschäftsanteile (nach Stück) in Prozent anzugeben. Die Prozentwerte werden als Punktwerte interpretiert, sodass jeder Vermittler maximal 100 Punkte auf alle Anbieter verteilen kann.
2. Die realisierten Geschäftsanteile werden nach ihrer Höhe in drei Kategorien (< 35 %; 35 % ≤ x ≤ 50 %; > 50 %) eingeteilt. Dadurch wird verdeutlicht, wie sich die Gesamtpunktzahl zusammensetzt.
3. Abschließend wird ein Index gebildet, bei dem der Anbieter mit dem höchsten SoW 100 Punkte erhält und die weiteren Anbieter anhand ihrer Abstände zum höchsten SoW prozentual abgestuft werden.

3.1 Bewertungsschema

Share of Wallet (SoW)

Index SoW

Geschäftsanteil-Kategorie < 35%

Summe der Geschäftsanteile unter 35% = 800 Punkte.

Geschäftsanteil-Kategorie $35 \leq x \leq 50\%$

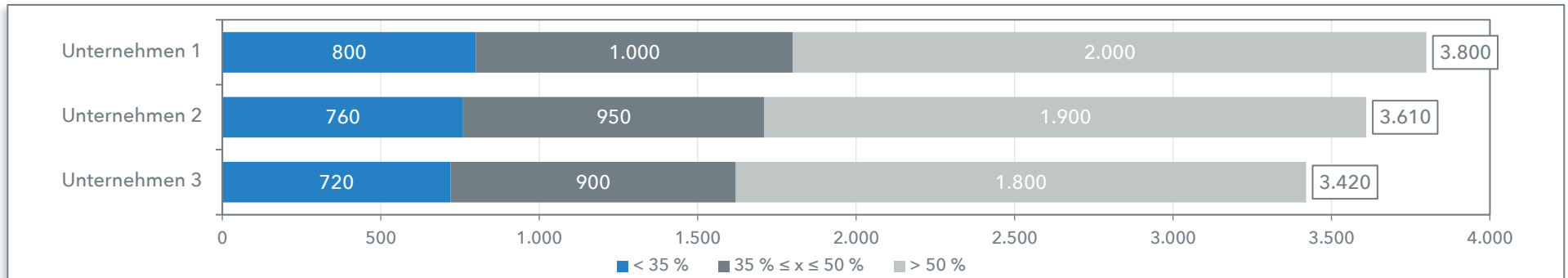
Summe der Geschäftsanteile zwischen 35 und 50% = 1.000 Punkte.

Geschäftsanteil-Kategorie > 50%

Summe der Geschäftsanteile über 50% = 2.000 Punkte.

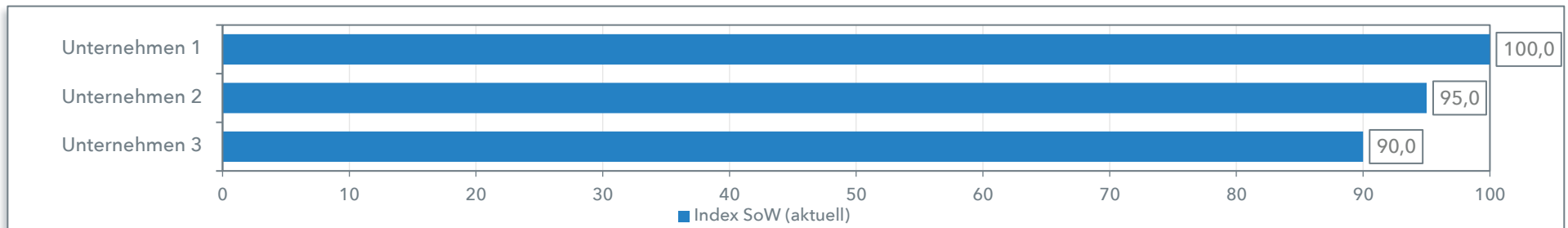
Gesamtpunktzahl

In der Summe erhält Unternehmen 1 3.800 Punkte.



Index SoW

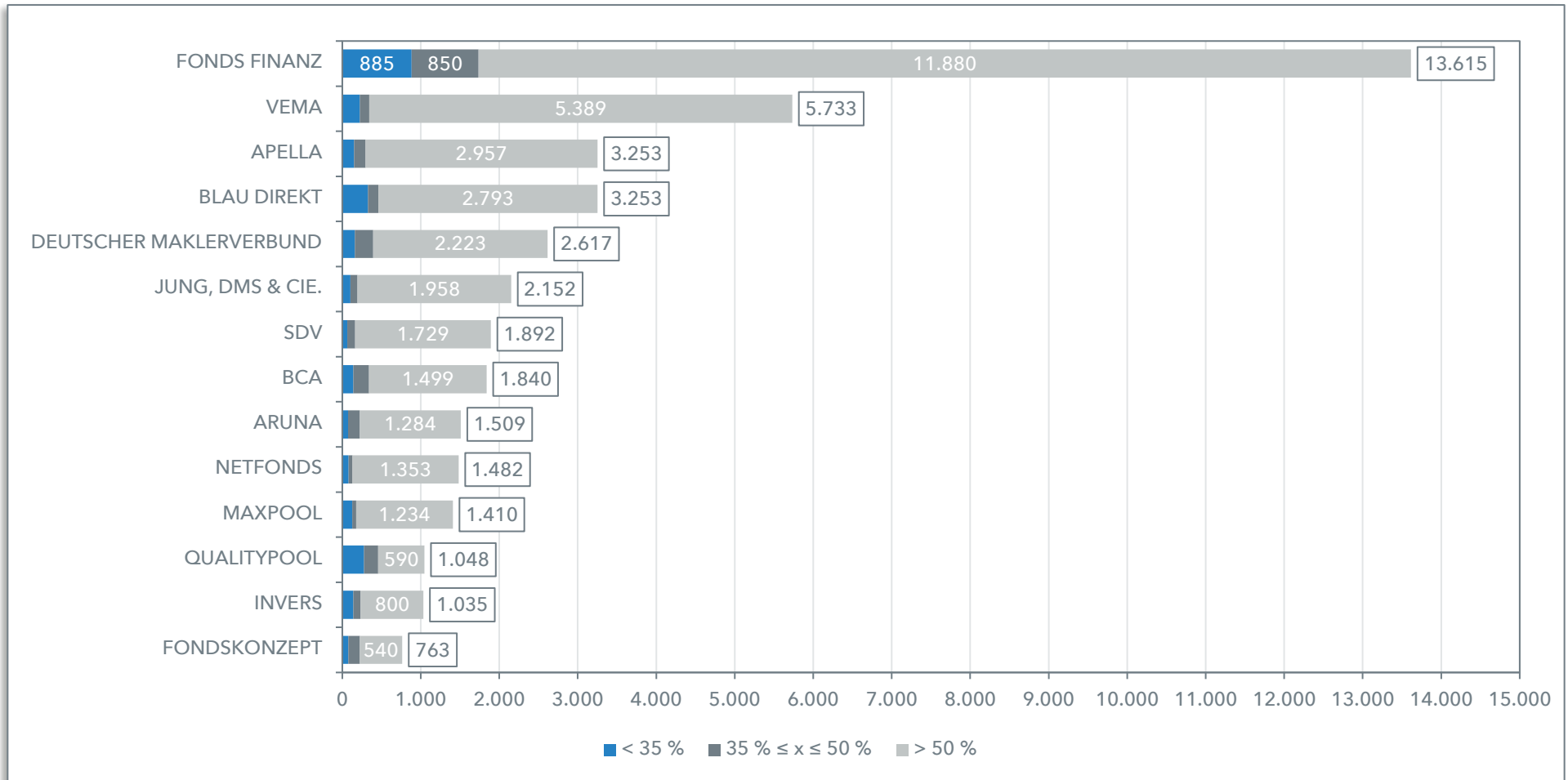
Der Anbieter mit dem höchsten SoW erhält 100 Punkte. Die weiteren Anbieter werden anhand ihrer Abstände zum höchsten SoW prozentual abgestuft.



3.1 Bewertungsschema

Share of Wallet (SoW): AWARD-Sieger

Beispielhaft für den Bereich „Vorsorge / Leben“



3.1 Bewertungsschema

Zufriedenheitsanalyse anhand der Leistungskriterien Überblick

1

AssCompact AWARD

Wie hoch war in etwa der Anteil Ihres Geschäfts mit dem folgenden Gesellschaftern nach Stück innerhalb der letzten 12 Monate?
Betrachten Sie den Bereich XY:

Bitte nennen Sie 10%: Wenn Sie mit einigen Gesellschaftern keine Verträge bzw. Auftragverhältnisse mehr haben, dann lassen Sie alle das Feld frei:

% UNTERNEHMEN 1
 % UNTERNEHMEN 2
 % UNTERNEHMEN 3
 % UNTERNEHMEN 4
 % UNTERNEHMEN 5
 % UNTERNEHMEN 6
 % UNTERNEHMEN 7
 % UNTERNEHMEN 8
 % UNTERNEHMEN 9
 % UNTERNEHMEN 10
 % UNTERNEHMEN 11
 % UNTERNEHMEN 12
 % UNTERNEHMEN 13
 % UNTERNEHMEN 14
 % UNTERNEHMEN 15
 % SONSTIGER ANBIETER

100 % von 100%

Bitte nennen Sie den "verbleibenden Anteil":
Unternehmen XY

AssCompact

2

AssCompact AWARD

Inwiefern stimmen Sie als unabhängiger Vermittler folgender Aussage zu?

Insgesamt betrachtet ist die Qualität **sehr gut**.

Bitte lassen Sie uns Ihre Zustimmung mit, indem Sie den Regler mit der blau besetzten Alternative können Sie auch einen Wert manuell eingeben

keine Zustimmung | volle Zustimmung | kann ich nicht beurteilen

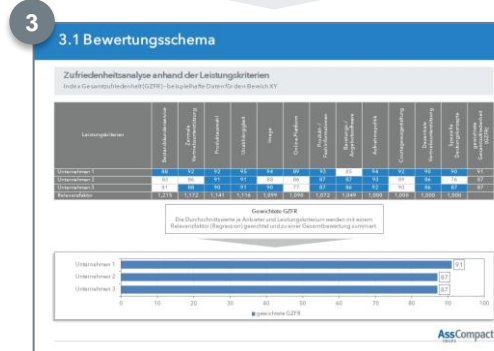
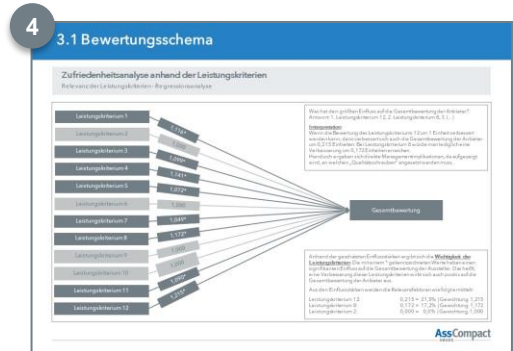
0% | 100%

Unternehmen 1 (Bereich XY)

Unternehmen 2 (Bereich XY)

Unternehmen 3 (Bereich XY)

AssCompact



Bewertungsansatz Gesamtzufriedenheit

1. Alle Anbieter, die $\geq 5\%$ SoW erhalten, werden in einen Lostopf gelegt, aus dem maximal 3 Anbieter zufällig gezogen werden. Hierdurch wird der Aufwand der Umfrageteilnehmer reduziert und eine Gleichverteilung der Antworten über die Gesellschaften angestrebt.
2. Die Vermittler werden gebeten, ihre Zufriedenheit mit den Anbietern auf Basis von 12 Leistungskriterien anhand einer 100er-Skala zu bewerten.
3. Die Durchschnittswerte je Anbieter und Leistungskriterium werden mit einem Relevanzfaktor gewichtet und zu einer Gesamtbewertung summiert.
4. Die Relevanz eines Leistungskriteriums wird auf Basis einer Regressionsanalyse statistisch geschätzt.

3.1 Bewertungsschema

Zufriedenheitsanalyse anhand der Leistungskriterien

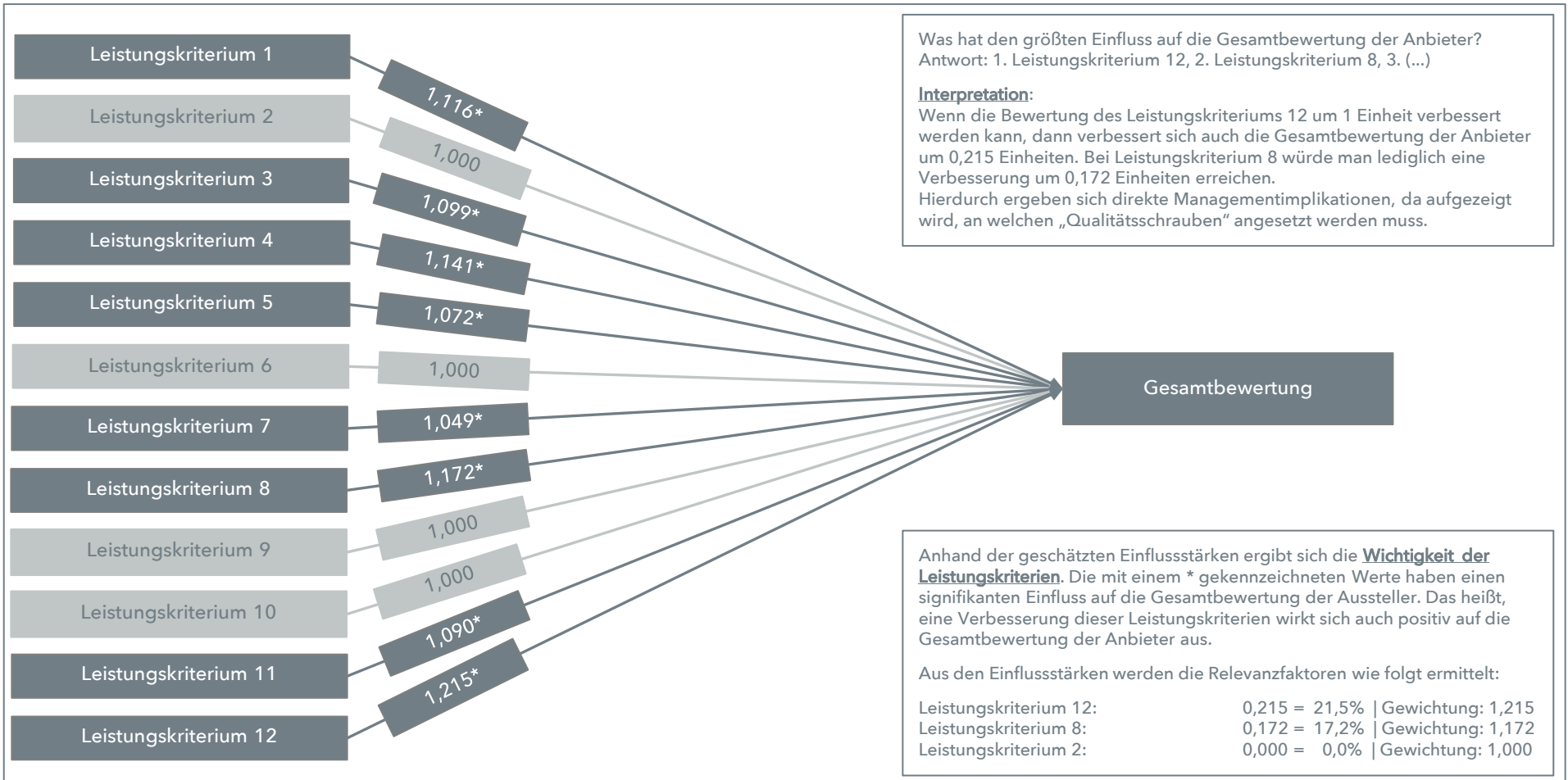
Leistungskriterien

Dimension	Kriterium	Beispiele
Unternehmensführung	Unabhängigkeit	Höhe der Beteiligungen durch Produktgeber, Eigenkapital, insolvenz sichere Stornorücklagen ...
	Aufnahmepolitik	Aufnahmegebühr, Mitgliedsbeitrag, Nutzungsgebühren für Software ...
	Image	Bekanntheit, Vertrauen, Sympathie, positive Erfahrungsberichte, Zuverlässigkeit ...
Produktmanagement	Produktauswahl	Versicherungen (LV, KV, Komposit), Fonds, Finanzierungen, Beteiligungen, sonstige Bankdienstleistungen für das Privat- und Firmenkundengeschäft ...
	Produkt- / Fachinformationen	Präsentationen, Produktbeschreibungen, steuerrechtliche Änderungen ...
	Spezielle Deckungskonzepte	Spezielle Produktlösungen für ausgewählte Kundengruppen ...
Vertriebsunterstützung	Beratungs- / Angebotssoftware	Software zur Bedarfsermittlung, Tarifierungssoftware, Vergleichssoftware, Dokumentation, Protokolle, Übersichtlichkeit und Verständlichkeit der Ausdrücke ...
	Zentrale Vertriebsunterstützung	Marketing-Unterstützung, Hotlines, Produkt- und Marktresearch, vergleichende Produktinformationen, Angebotsservice, Rechtssicherheit, Erreichbarkeit von Produkt- oder Spartenspezialisten, Qualität (Know-how und Response) der Fachspezialisten ...
	Dezentrale Vertriebsunterstützung	Schulungsangebot, Roadshows, Messen ...
Abwicklungsservice	Courtageausgestaltung	Courtagehöhe, Abrechnungszeitraum, Bonuscourtagen, Courtage direkt vom Produktlieferanten, Transparenz über Courtagevereinbarungen, Stornoreservebedingungen, sonstige Gebühren, Mitgliedsbeiträge...
	Online-Plattform	Online-Policierungen, Anträge, Ansicht von Bearbeitungsständen ...
	Bestandskundenservice	Angebot eines Kundenverwaltungsprogrammes oder einer entsprechenden Schnittstelle, Kontoauszüge, Zugriffsmöglichkeiten auf Kundendaten, Abwicklung von Fachfragen, Unterstützung bei Bestandsübertragung ...

3.1 Bewertungsschema

Zufriedenheitsanalyse anhand der Leistungskriterien

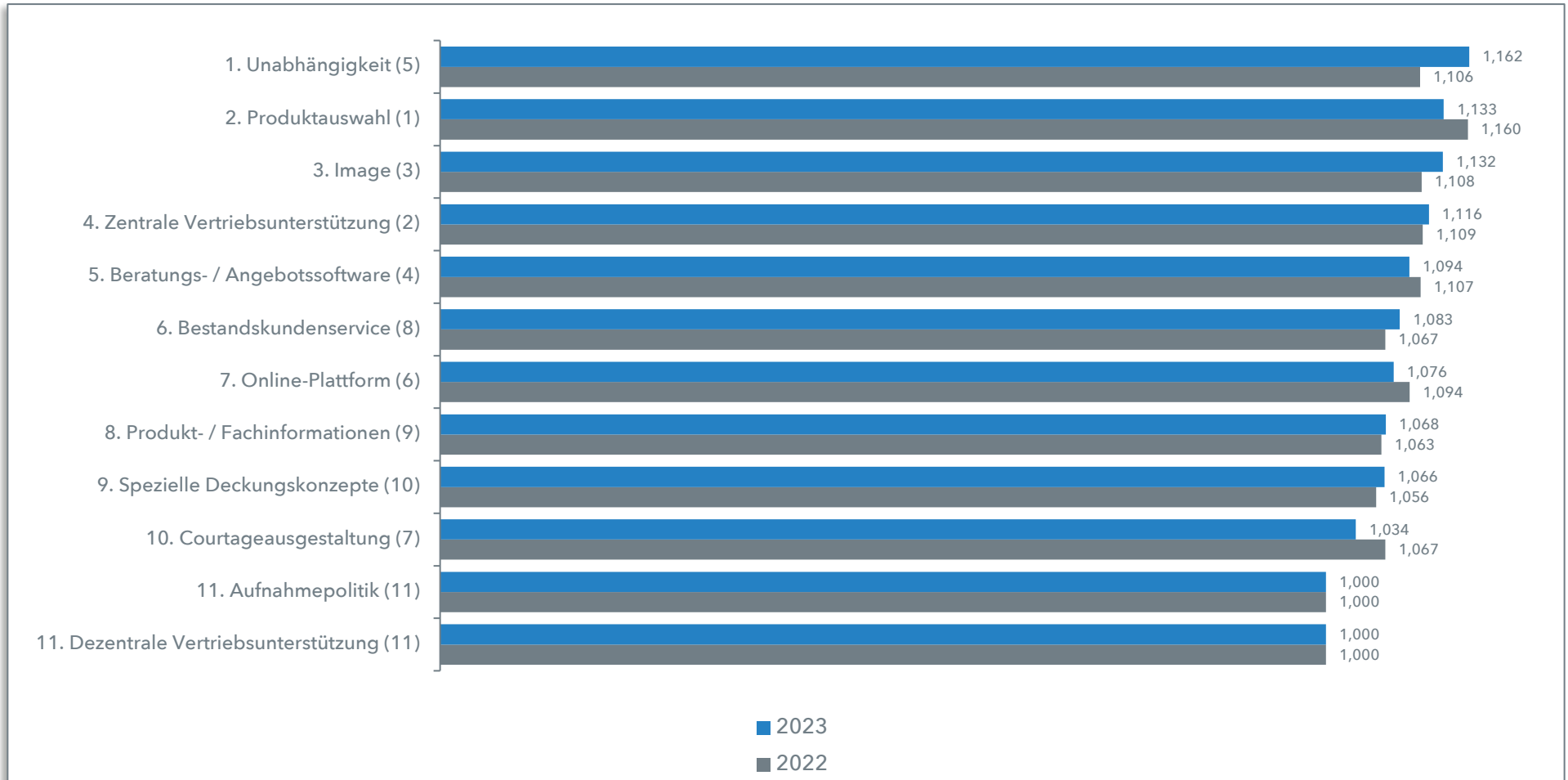
Relevanz der Leistungskriterien - Regressionsanalyse



3.1 Bewertungsschema

Zufriedenheitsanalyse anhand der Leistungskriterien

Relevanz der Leistungskriterien



3.1 Bewertungsschema

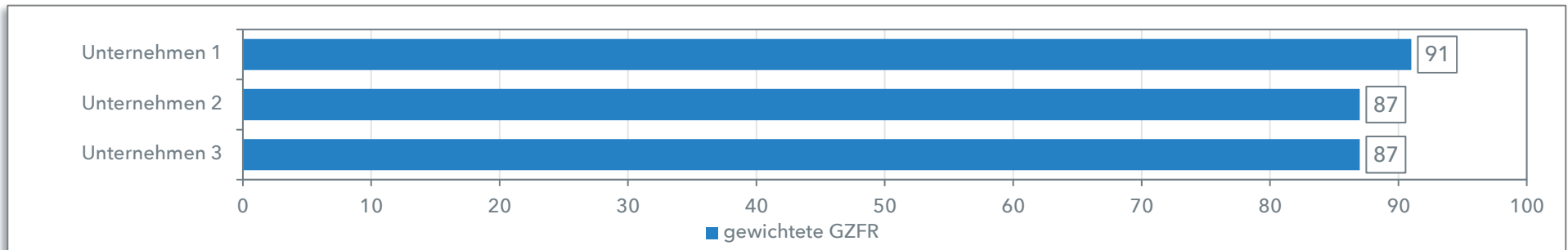
Zufriedenheitsanalyse anhand der Leistungskriterien

Index Gesamtzufriedenheit (GZFR) - beispielhafte Daten für den Bereich XY

	Leistungskriterium 1	Leistungskriterium 2	Leistungskriterium 3	Leistungskriterium 4	Leistungskriterium 5	Leistungskriterium 6	Leistungskriterium 7	Leistungskriterium 8	Leistungskriterium 9	Leistungskriterium 10	Leistungskriterium 11	Leistungskriterium 12	gewichtete Gesamtzufriedenheit (GZFR)
Unternehmen 1	88	92	92	95	94	89	93	85	94	92	90	90	91
Unternehmen 2	83	86	91	91	88	86	87	87	93	89	86	76	87
Unternehmen 3	81	88	90	91	90	77	87	86	92	90	86	87	87
Relevanzfaktor	1,215	1,172	1,141	1,116	1,099	1,090	1,072	1,049	1,000	1,000	1,000	1,000	

Gewichtete GZFR

Die Durchschnittswerte je Anbieter und Leistungskriterium werden mit einem Relevanzfaktor (Regression) gewichtet und zu einer Gesamtbewertung summiert.



3.1 Bewertungsschema

Net-Promoter-Score (NPS)

Überblick

1

AssCompact AWARD

Auf einer Skala von 0-10, wie wahrscheinlich ist es, dass Sie die aufgeführten Gesellschaften einem befreundeten Kollegen weiterempfehlen?

Bitte kreuzen Sie an:

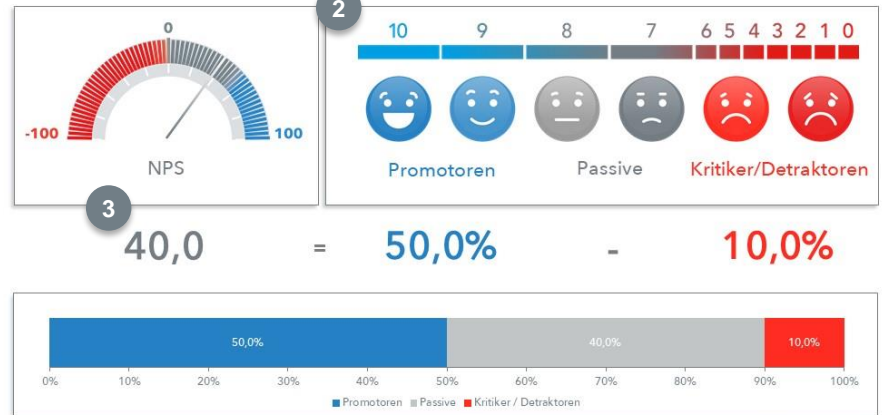
	sehr unwahrscheinlich					sehr wahrscheinlich					kann ich nicht beurteilen	
	(0)	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)		(10)
Unternehmen 1 (Bereich XY)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Unternehmen 2 (Bereich XY)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Unternehmen 3 (Bereich XY)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

<| zurück weiter |>

3.2 Favoriten der Vermittler - Bereich XY

3.2.6 Analyse der Top-Anbieter

Unternehmen ABC | Net-Promoter-Score (NPS) (n = 40)



Bewertungsansatz Net-Promoter-Score (NPS):

1. Die Vermittler werden gebeten auf einer Skala von 0-10 anzugeben, wie wahrscheinlich es ist, dass sie die aufgeführten Gesellschaften einem befreundeten Kollegen weiterempfehlen.
2. Anhand ihrer abgegebenen Bewertungen werden die Vermittler in drei Kategorien eingeteilt: Promotoren (10 & 9), Passive (8 & 7) und Kritiker/Detraktoren (6 - 0)
3. Der NPS wird berechnet, indem vom prozentualen Anteil der Promotoren der prozentuale Anteil der Kritiker/Detraktoren abgezogen wird.

3. ERGEBNISSE

3.2 FAVORITEN DER VERMITTLER – VORSORGE / LEBEN

3.2 Favoriten der Vermittler – Vorsorge / Leben

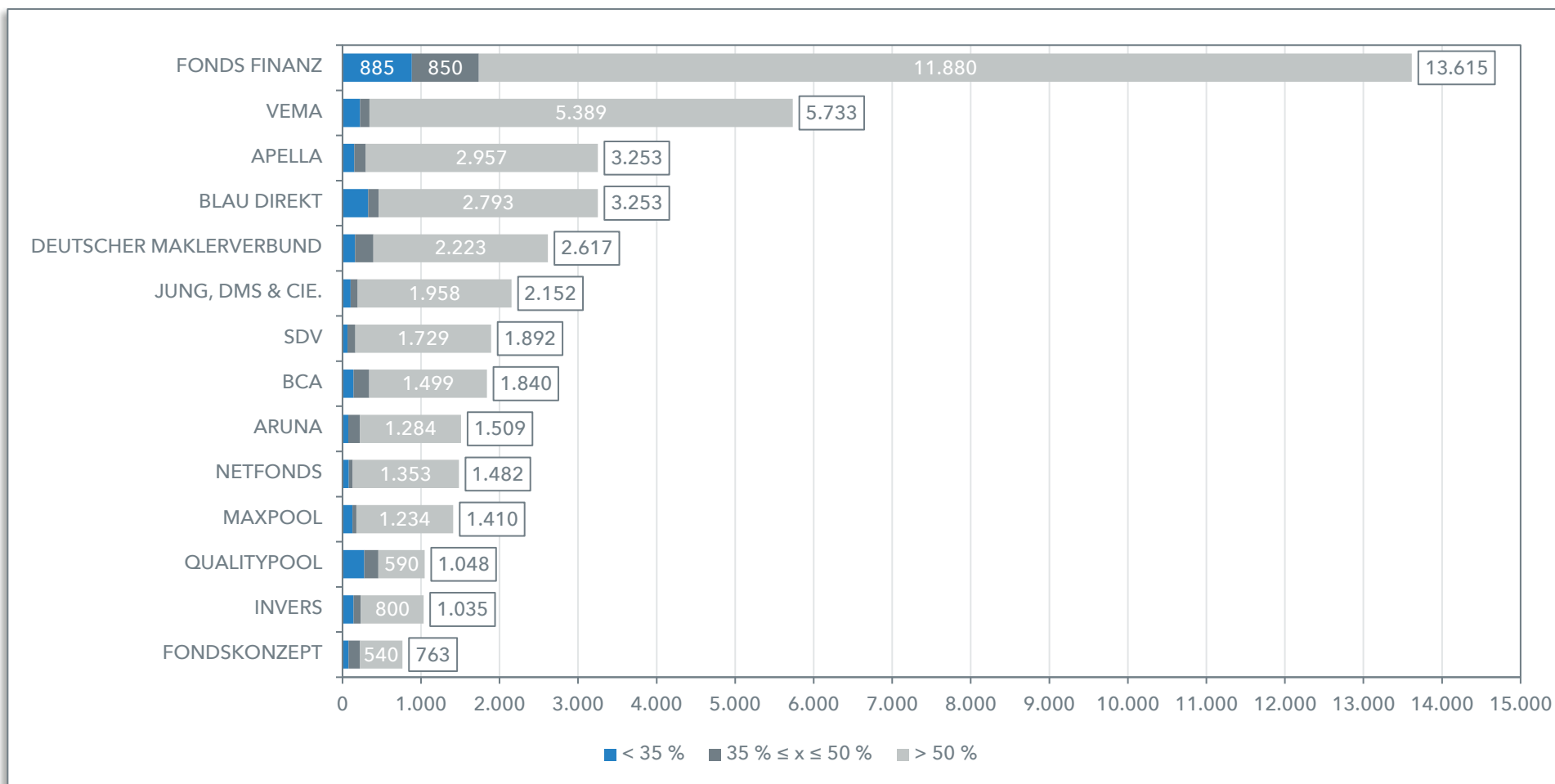
3.2.1 Ranking der Top-Anbieter

Vorsorge / Leben	
Platz 1	FONDS FINANZ
Platz 2	VEMA
Platz 3	APELLA
Platz 3	BLAU DIREKT
Platz 5	DEUTSCHER MAKLERVERBUND
Platz 6	JUNG, DMS & CIE.
Platz 7	SDV
Platz 8	BCA
Platz 9	ARUNA
Platz 10	NETFONDS
Platz 11	MAXPOOL
Platz 12	QUALITYPOOL
Platz 13	INVERS
Platz 14	FONDSKONZEPT



3.2 Favoriten der Vermittler – Vorsorge / Leben

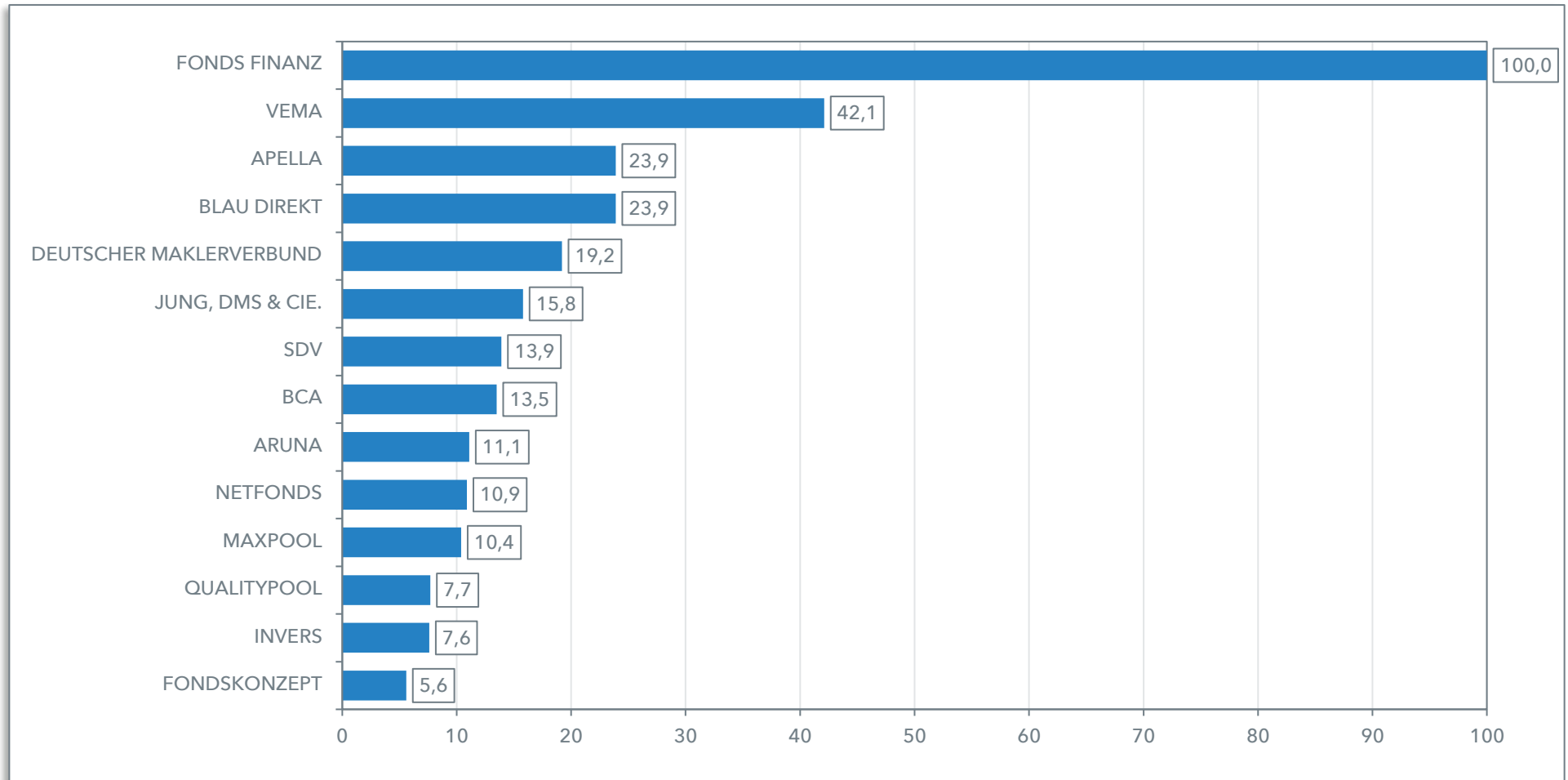
3.2.2 Share of Wallet (1 von 6)



3.2 Favoriten der Vermittler – Vorsorge / Leben

3.2.2 Share of Wallet (2 von 6)

Index SoW

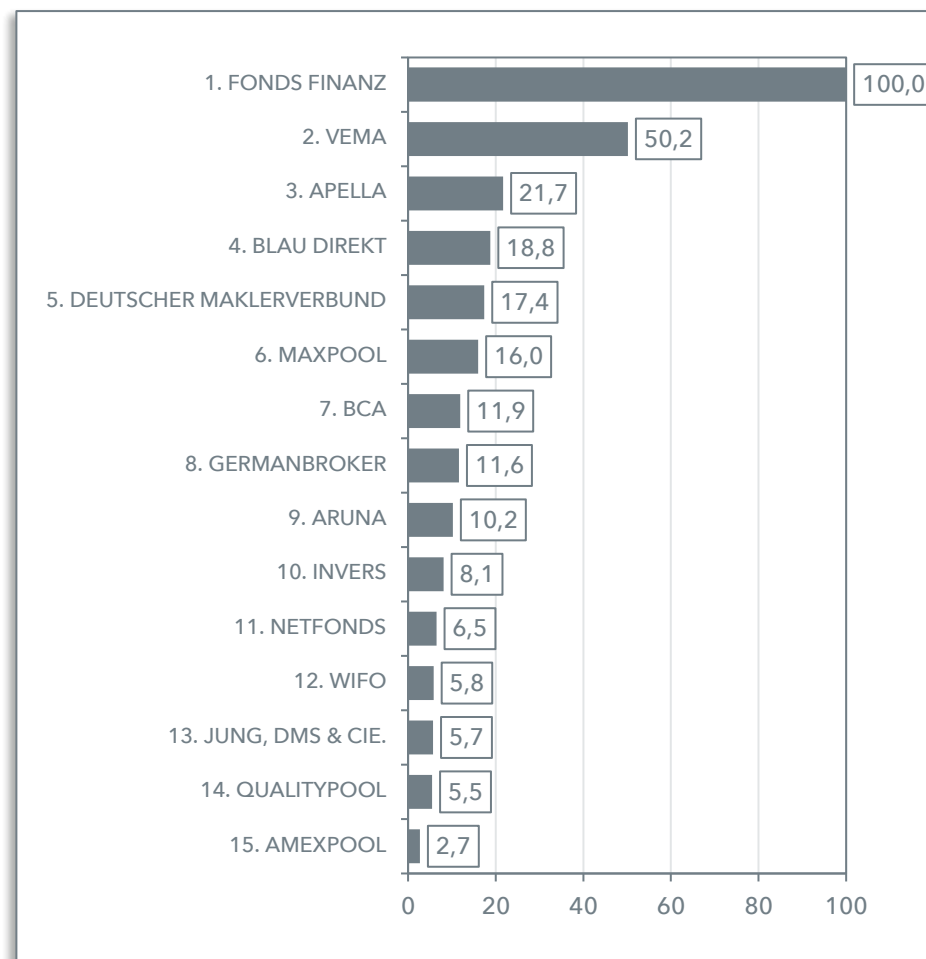
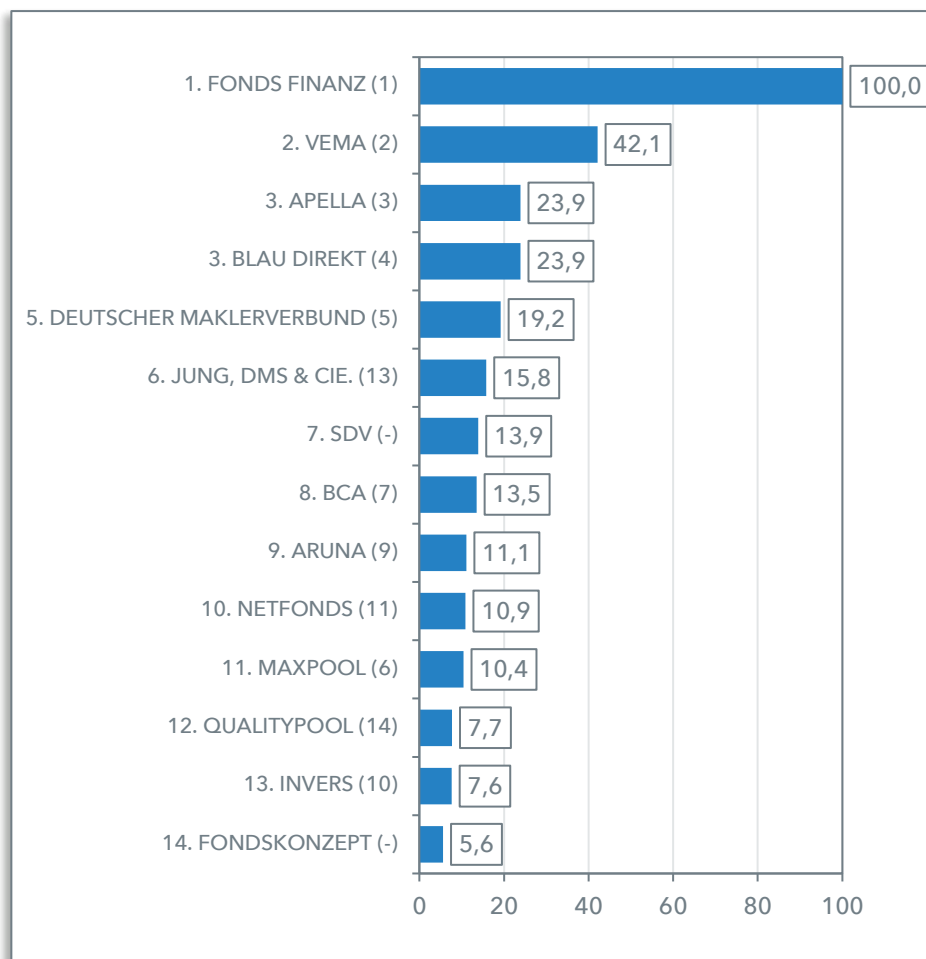


3.2 Favoriten der Vermittler – Vorsorge / Leben

3.2.2 Share of Wallet (3 von 6)

Index SoW 2023 (Vorjahresplatzierung in Klammern)

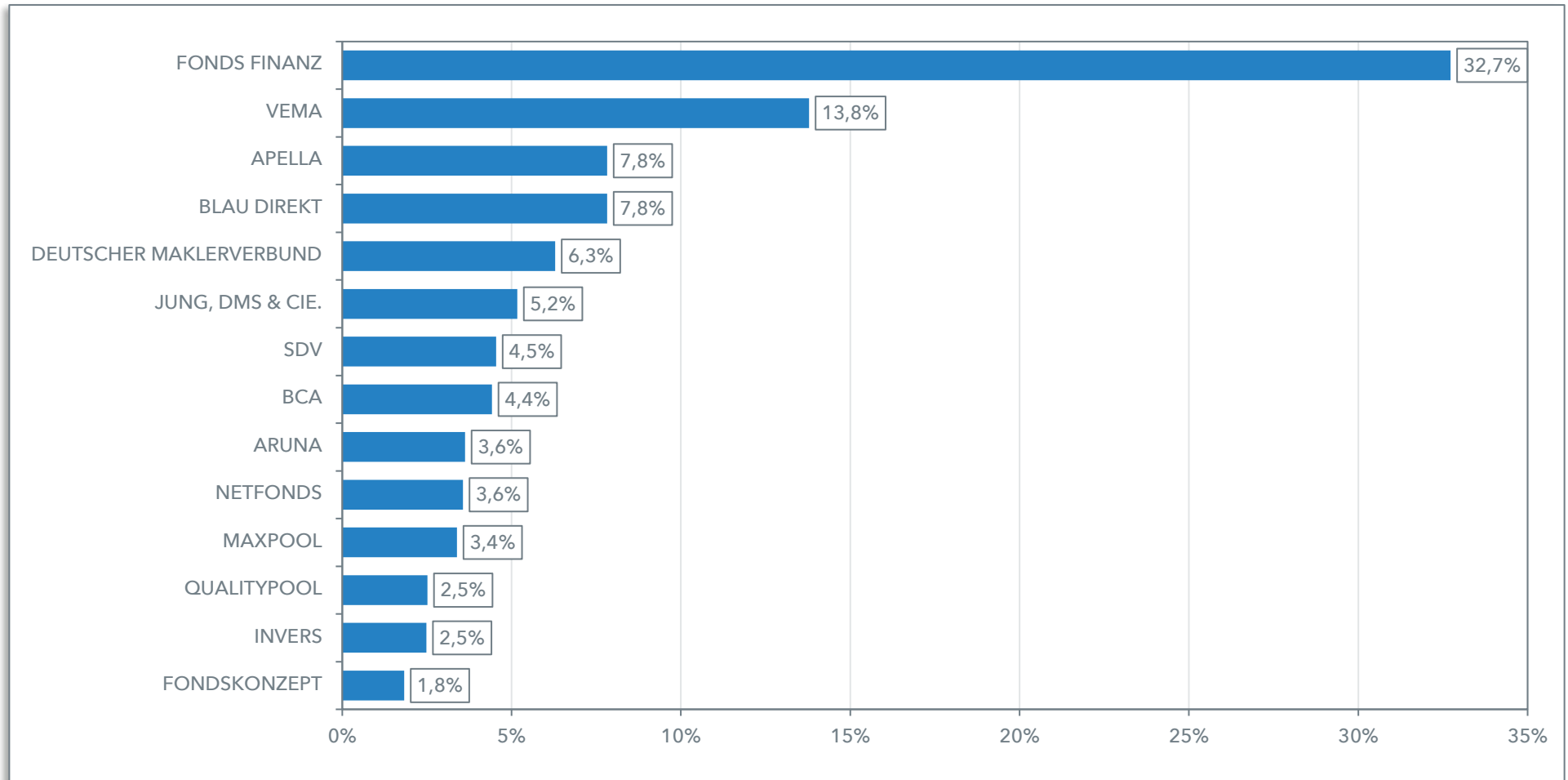
Index SoW 2022



3.2 Favoriten der Vermittler – Vorsorge / Leben

3.2.2 Share of Wallet (4 von 6)

SoW-Anteil in Prozentpunkten



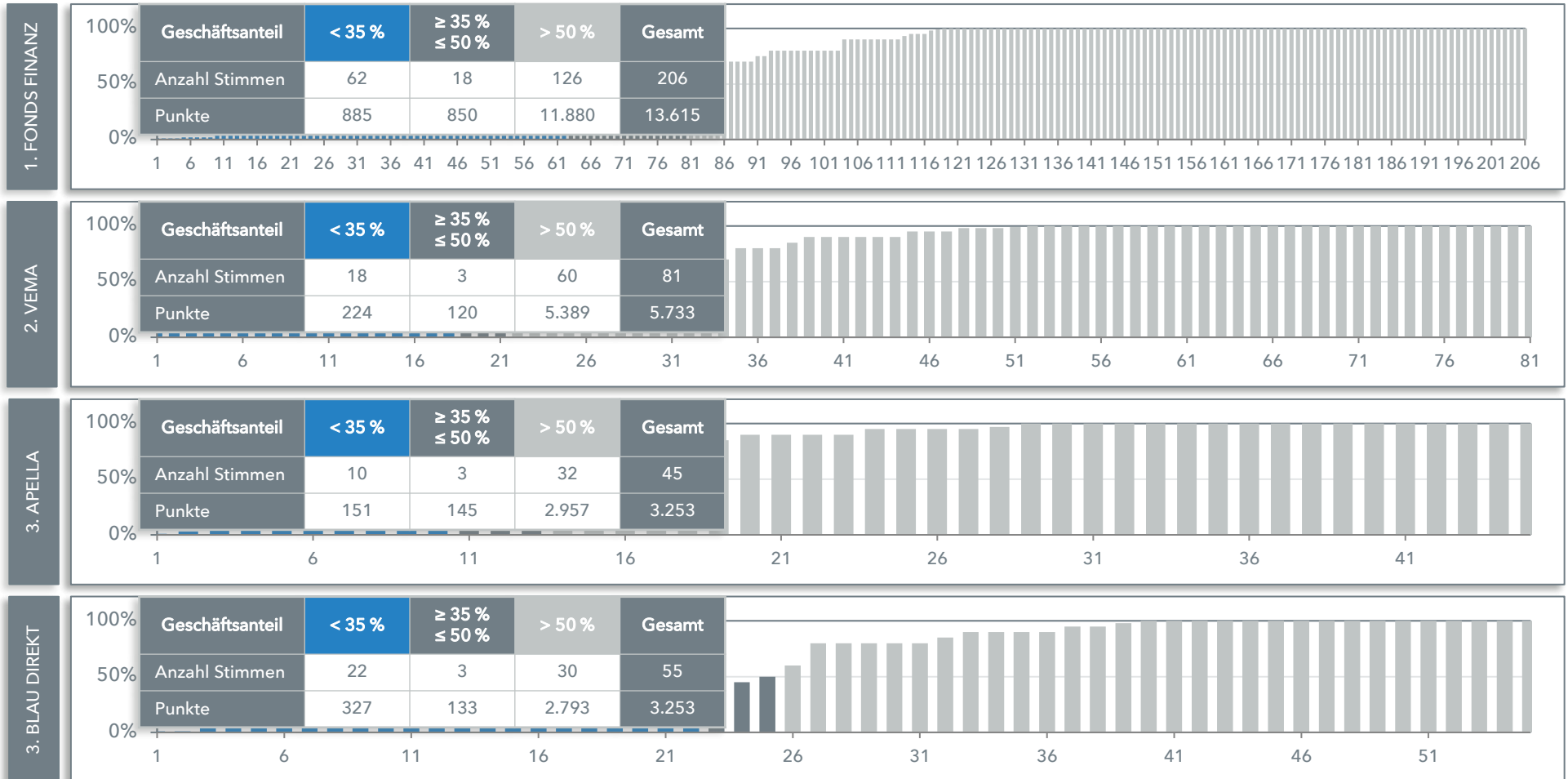
3.2 Favoriten der Vermittler – Vorsorge / Leben

3.2.2 Share of Wallet (5 von 6)

Unternehmen		Anzahl der Stimmen				Geschäftsanteil		
		Geschäftsanteil			Gesamt	Mittelwert in %	Median	Gesamtpunkte
		< 35 %	35 % ≤ x ≤ 50 %	> 50 %				
1	FONDS FINANZ	62	18	126	206	66	85	13.615
2	VEMA	18	3	60	81	71	90	5.733
3	APELLA	10	3	32	45	72	90	3.253
3	BLAU DIREKT	22	3	30	55	59	80	3.253
5	DEUTSCHER MAKLERVERBUND	12	5	25	42	62	78	2.617
6	JUNG, DMS & CIE.	12	2	20	34	63	94	2.152
7	SDV	6	2	18	26	73	95	1.892
8	BCA	15	4	15	34	54	50	1.840
9	ARUNA	7	3	14	24	63	80	1.509
10	NETFONDS	9	1	15	25	59	80	1.482
11	MAXPOOL	14	1	14	29	49	50	1.410
12	QUALITYPOOL	23	4	7	34	31	20	1.048
13	INVERS	13	2	9	24	43	23	1.035
14	FONDSKONZEPT	8	3	6	17	45	45	763

3.2 Favoriten der Vermittler – Vorsorge / Leben

3.2.2 Share of Wallet (6 von 6)

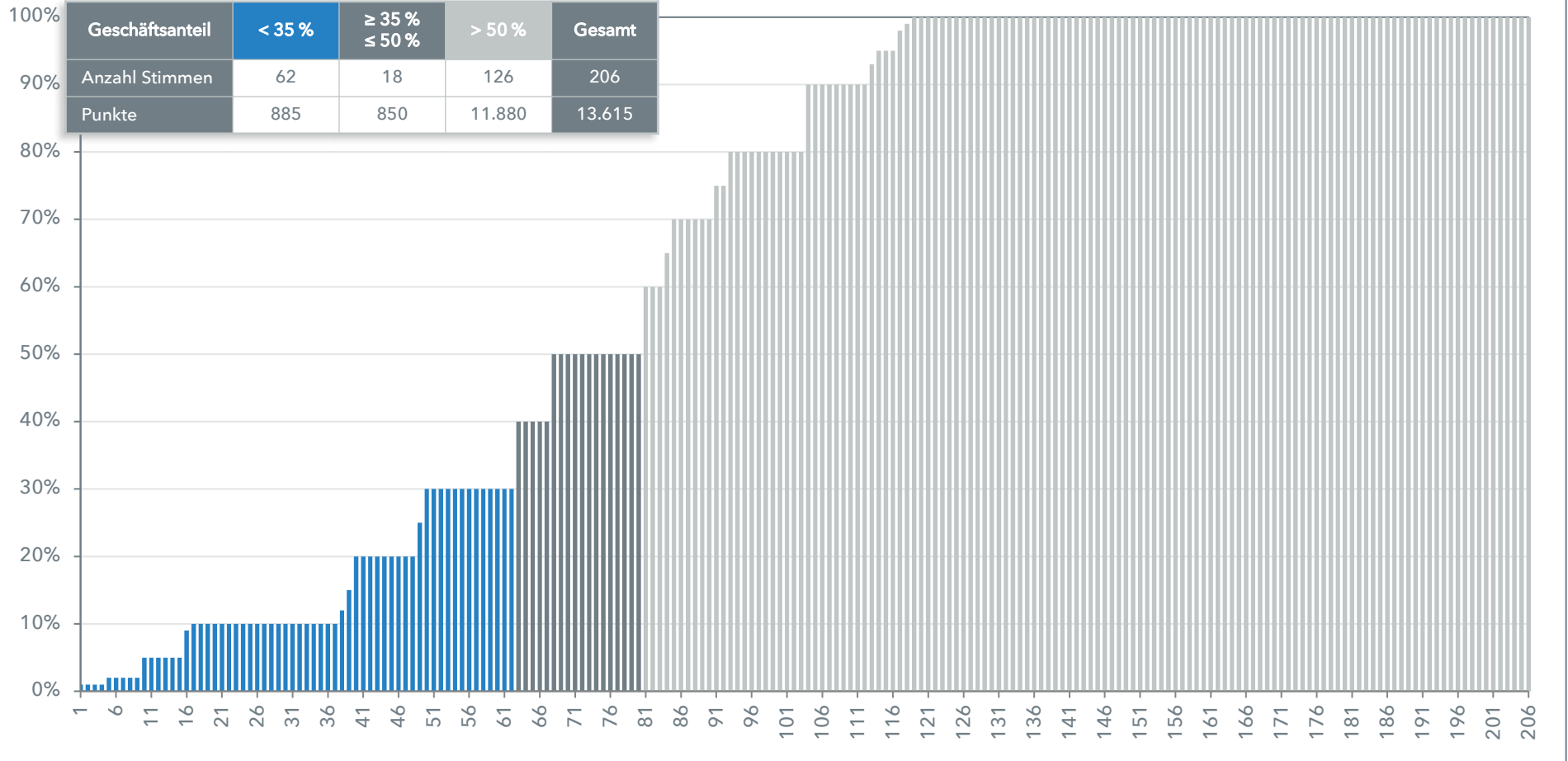


3.2 Favoriten der Vermittler – Vorsorge / Leben

3.2.6 Analyse der Top-Anbieter

FONDS FINANZ | Share of Wallet

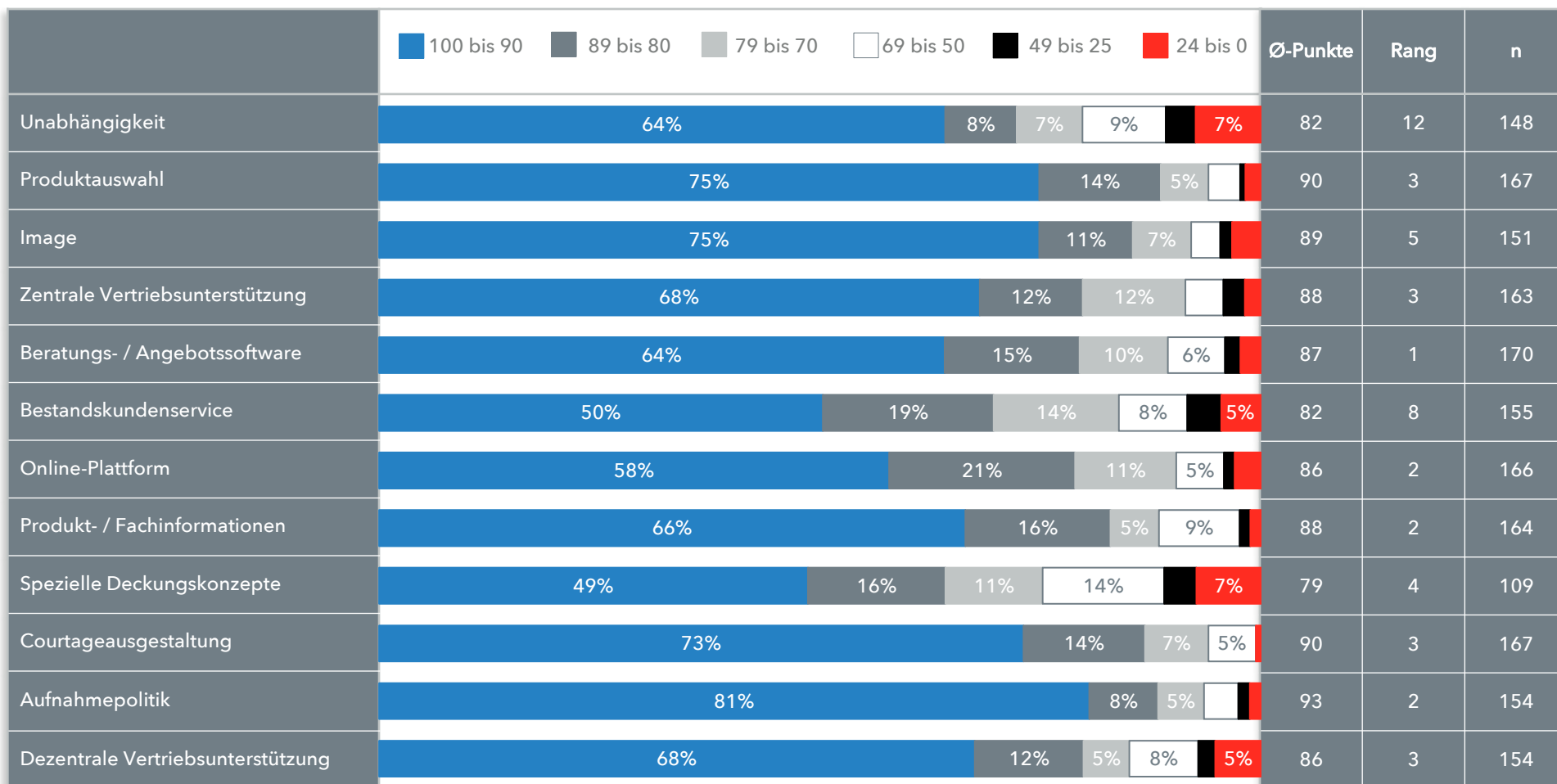
Geschäftsanteil	< 35 %	≥ 35 % ≤ 50 %	> 50 %	Gesamt
Anzahl Stimmen	62	18	126	206
Punkte	885	850	11.880	13.615



3.2 Favoriten der Vermittler – Vorsorge / Leben

3.2.6 Analyse der Top-Anbieter

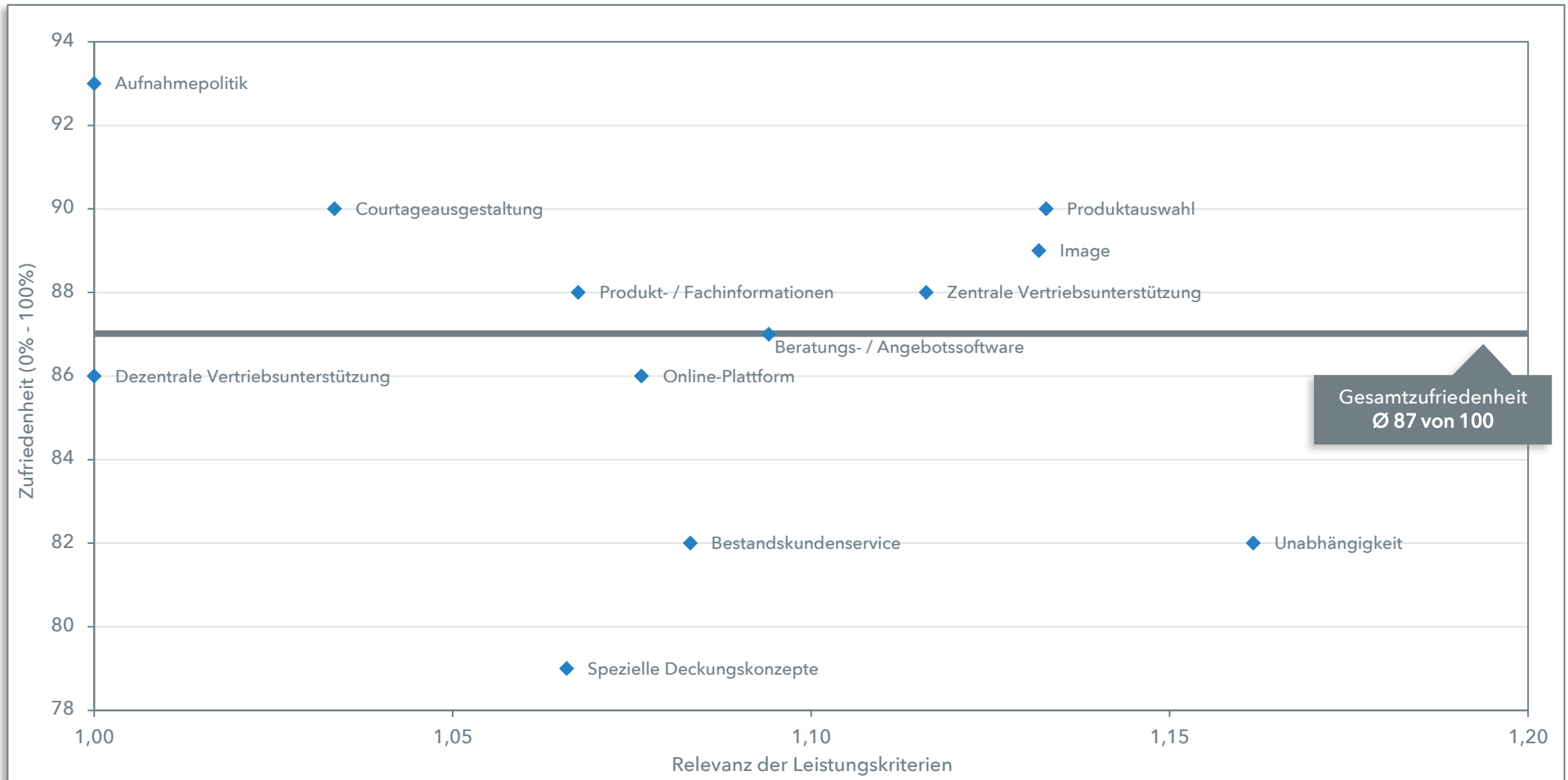
FONDS FINANZ | Leistungskriterien



3.2 Favoriten der Vermittler – Vorsorge / Leben

3.2.6 Analyse der Top-Anbieter

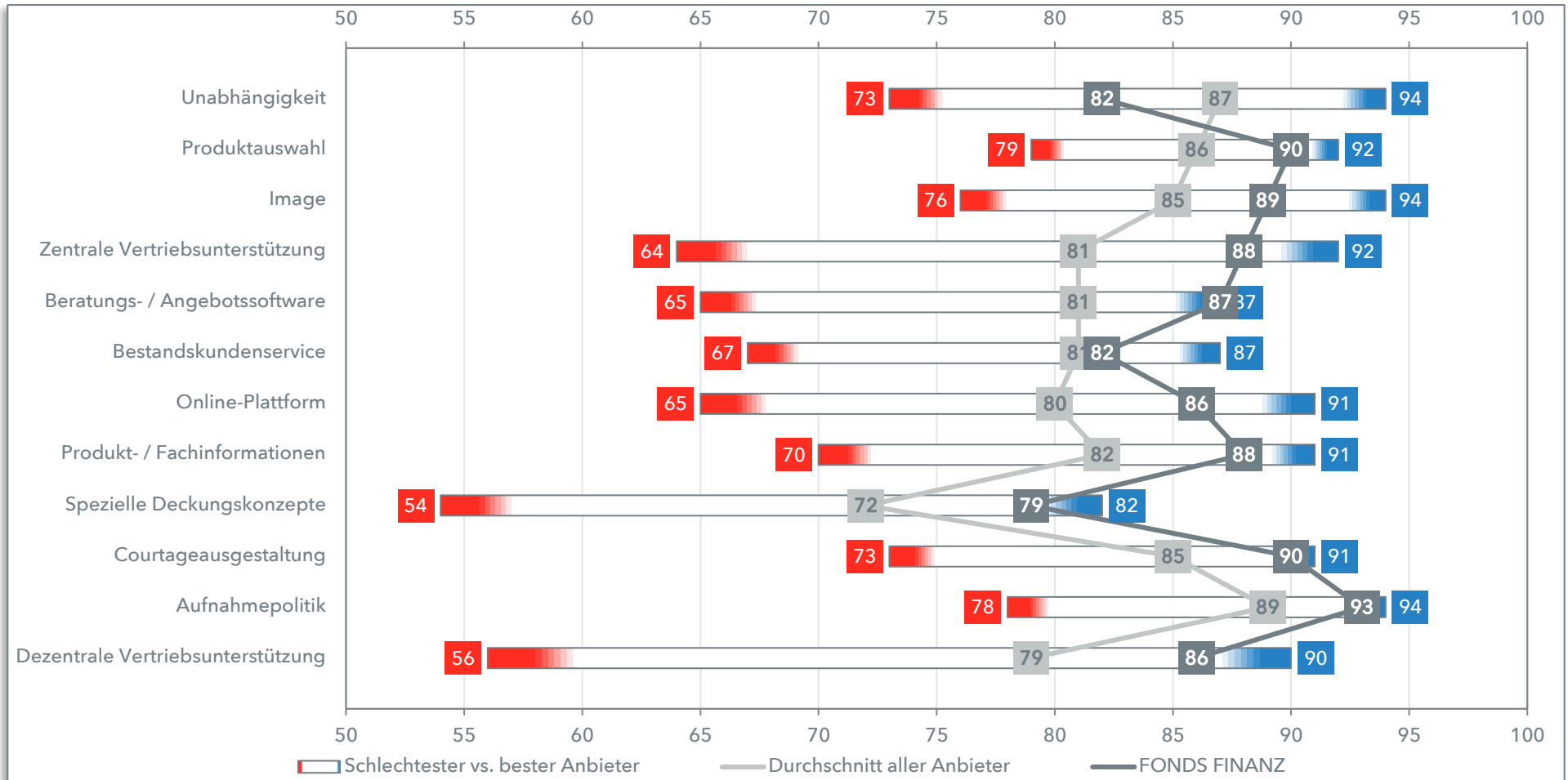
FONDS FINANZ | interne Stärken- / Schwächen-Analyse



3.2 Favoriten der Vermittler – Vorsorge / Leben

3.2.6 Analyse der Top-Anbieter

FONDS FINANZ | wettbewerbsorientierte Stärken- / Schwächenanalyse



3.2 Favoriten der Vermittler – Vorsorge / Leben

3.2.6 Analyse der Top-Anbieter

FONDS FINANZ | Management-Matrix

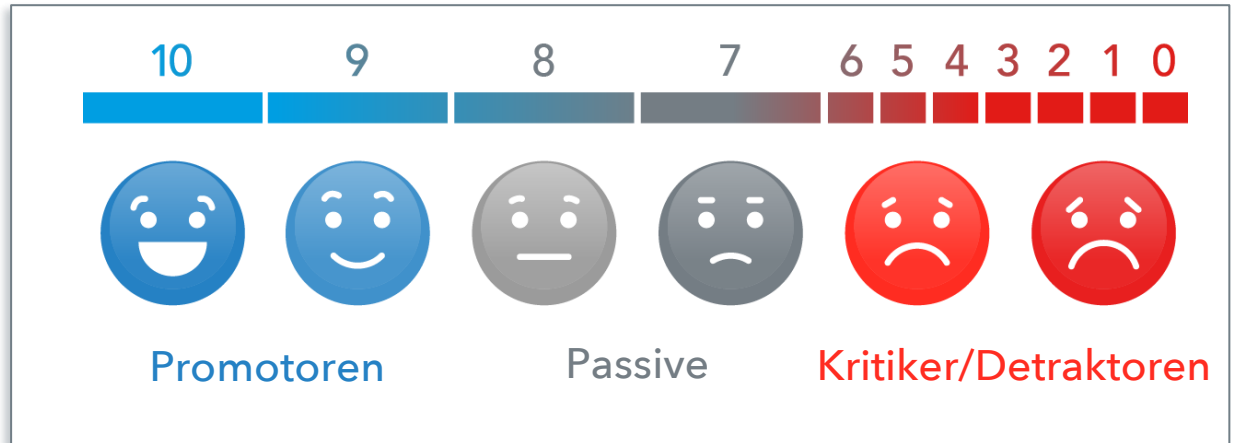
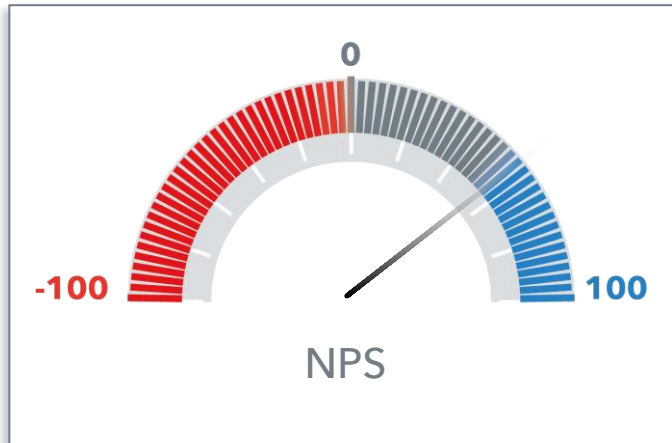
Leistungskriterium	Wichtigkeit	Erreichungsgrad I Abweichung vom Mittelwert aller Unternehmen	Erreichungsgrad II Abweichung von eigener Gesamtzufriedenheit
Unabhängigkeit	++	-	-
Produktauswahl	++	+	+
Image	++	+	o
Zentrale Vertriebsunterstützung	++	+	o
Beratungs- / Angebotssoftware	+	+	o
Bestandskundenservice	+	o	-
Online-Plattform	+	+	o
Produkt- / Fachinformationen	+	+	o
Spezielle Deckungskonzepte	+	+	-
Courtageausgestaltung	+	+	+
Aufnahmepolitik	o	+	+
Dezentrale Vertriebsunterstützung	o	+	o

Legende			
Wichtigkeit (Relevanz des Leistungskriteriums)	++	sehr wichtig	> 1,10
	+	wichtig	1,00 < x < 1,10
	o	durchschnittlich	= 1,00
Erreichungsgrad (Abweichung)	++	viel besser	> +10
	+	etwas besser	+2,5 bis +10
	o	durchschnittlich	-2,5 bis +2,5
	-	etwas schlechter	-10 bis -2,5
	--	viel schlechter	< -10

3.2 Favoriten der Vermittler – Vorsorge / Leben

3.2.6 Analyse der Top-Anbieter

FONDS FINANZ | Net-Promoter-Score (NPS) (n = 159)



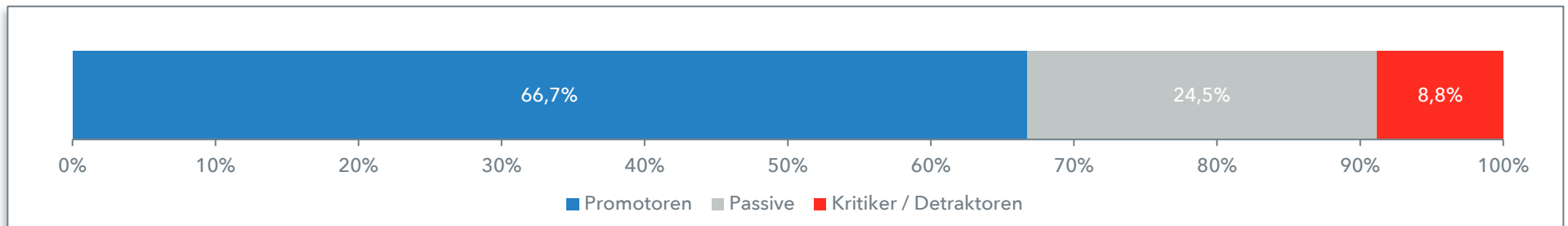
57,9

=

66,7%

-

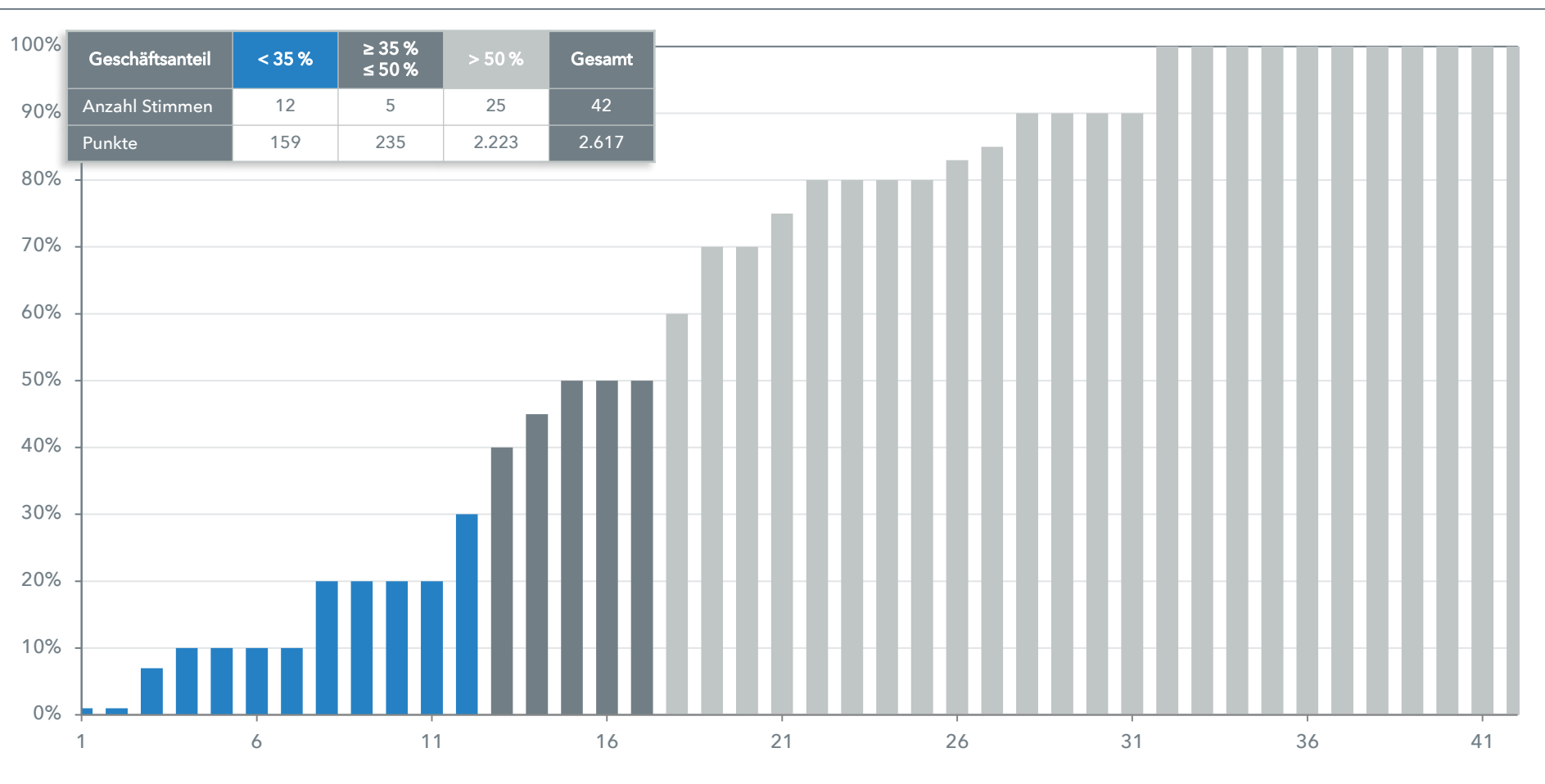
8,8%



3.2 Favoriten der Vermittler – Vorsorge / Leben

3.2.6 Analyse der Top-Anbieter

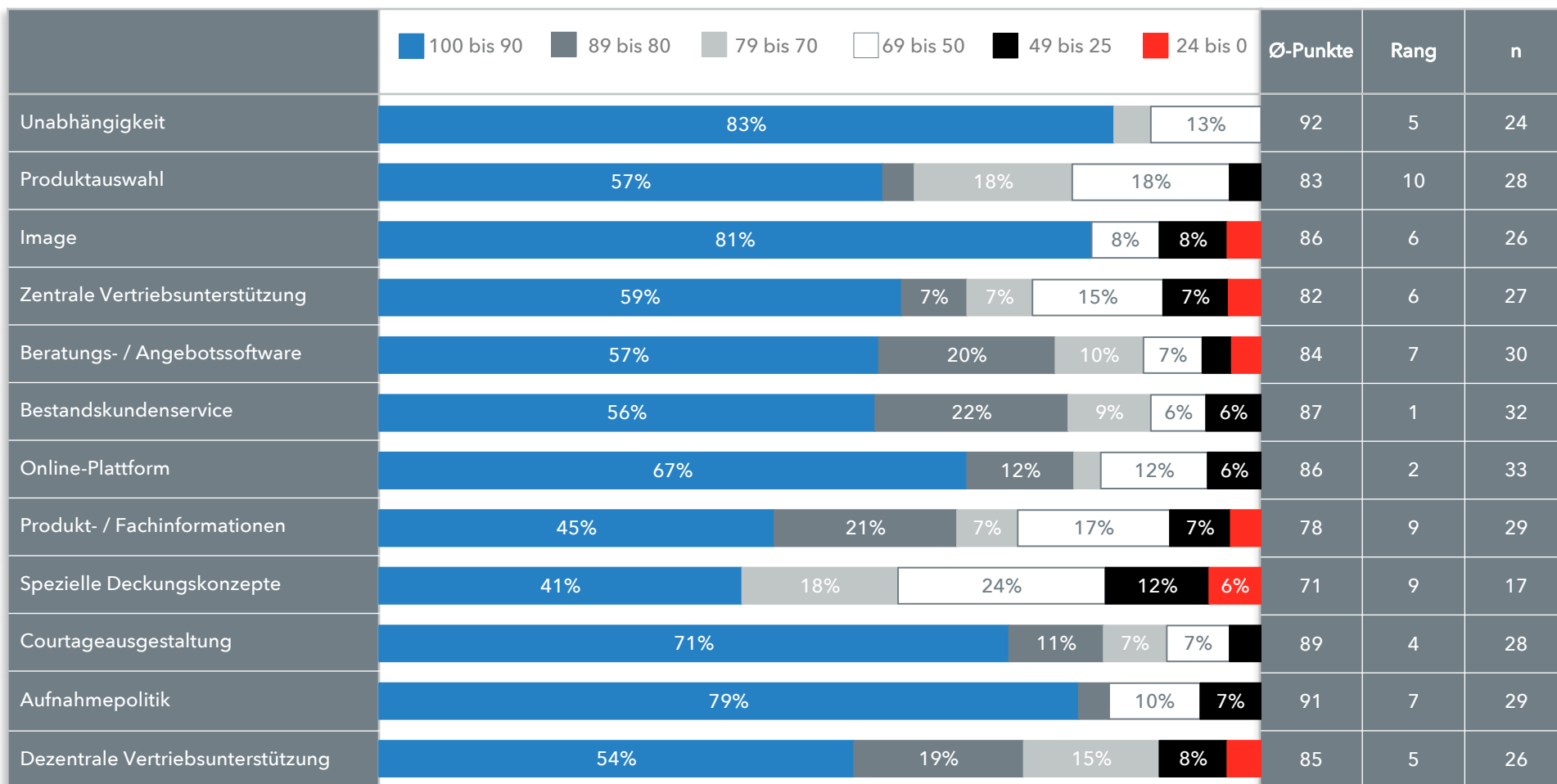
DEUTSCHER MAKLERVERBUND | Share of Wallet



3.2 Favoriten der Vermittler – Vorsorge / Leben

3.2.6 Analyse der Top-Anbieter

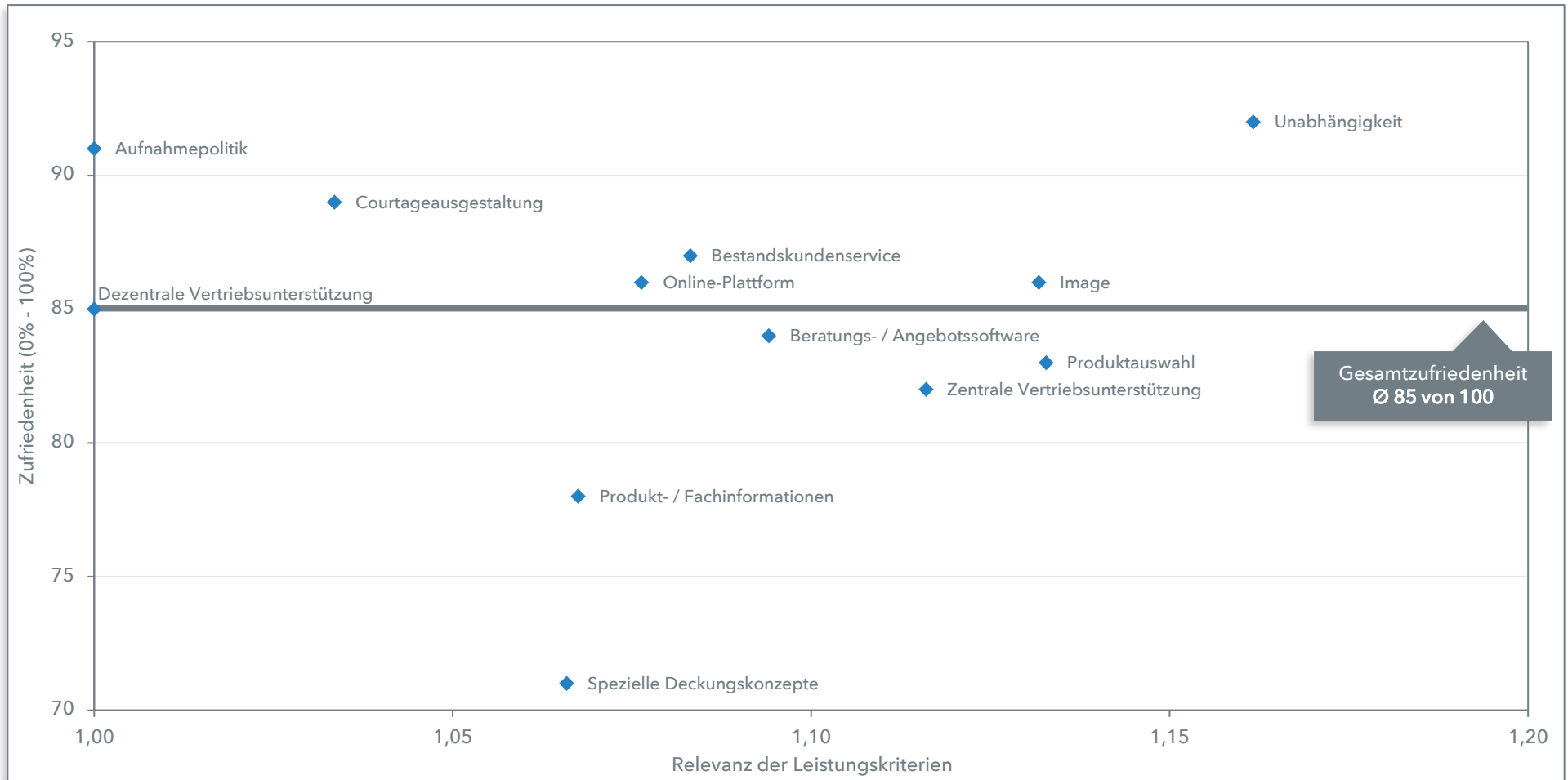
DEUTSCHER MAKLERVERBUND | Leistungskriterien



3.2 Favoriten der Vermittler – Vorsorge / Leben

3.2.6 Analyse der Top-Anbieter

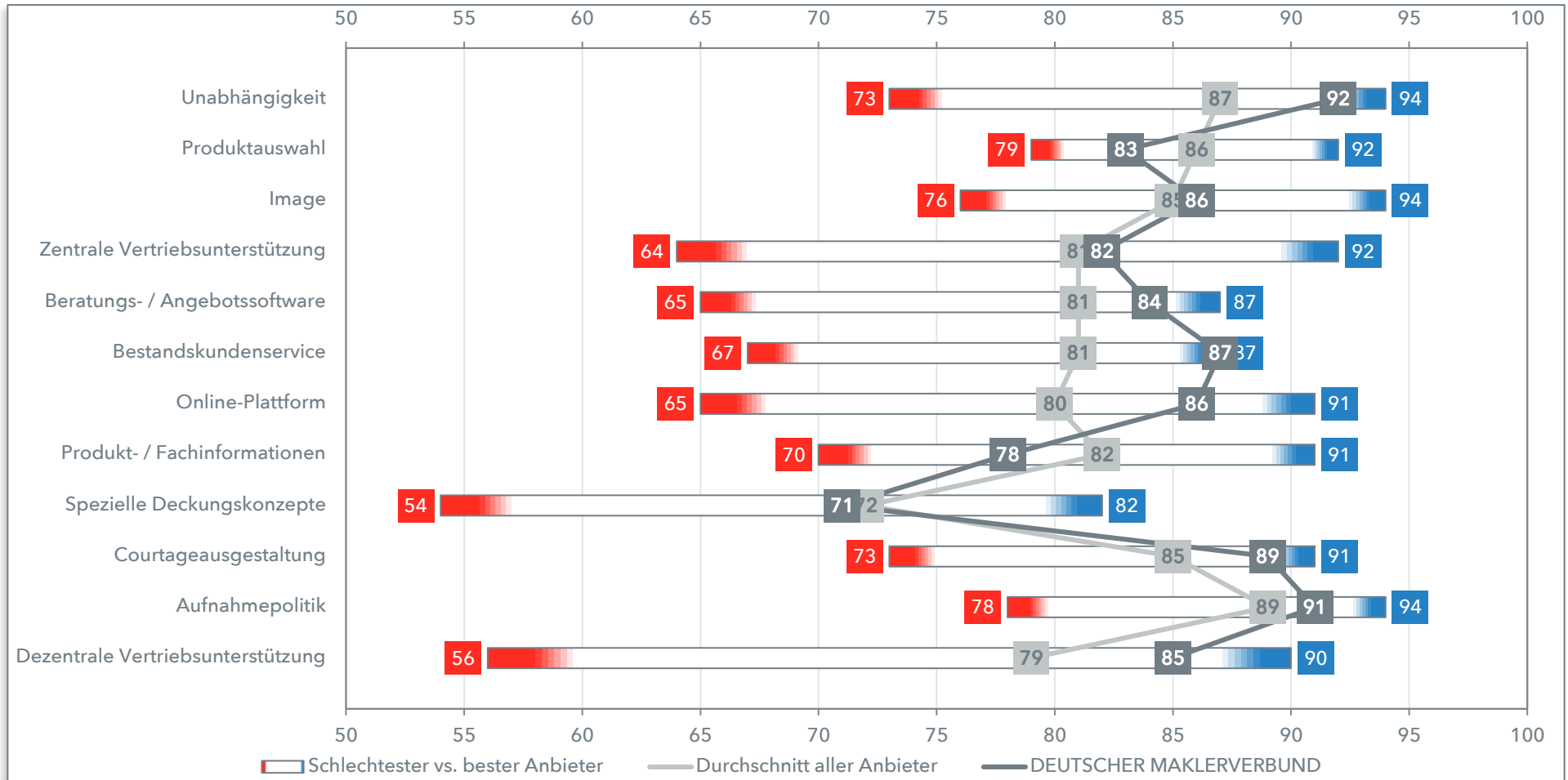
DEUTSCHER MAKLERVERBUND | interne Stärken- / Schwächen-Analyse



3.2 Favoriten der Vermittler – Vorsorge / Leben

3.2.6 Analyse der Top-Anbieter

DEUTSCHER MAKLERVERBUND | wettbewerbsorientierte Stärken- / Schwächenanalyse



3.2 Favoriten der Vermittler – Vorsorge / Leben

3.2.6 Analyse der Top-Anbieter

DEUTSCHER MAKLERVERBUND | Management-Matrix

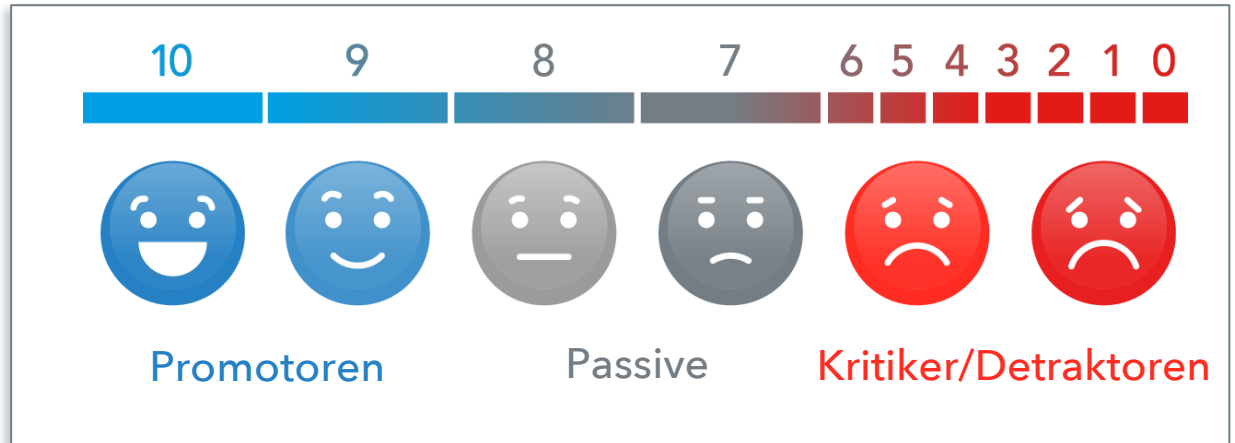
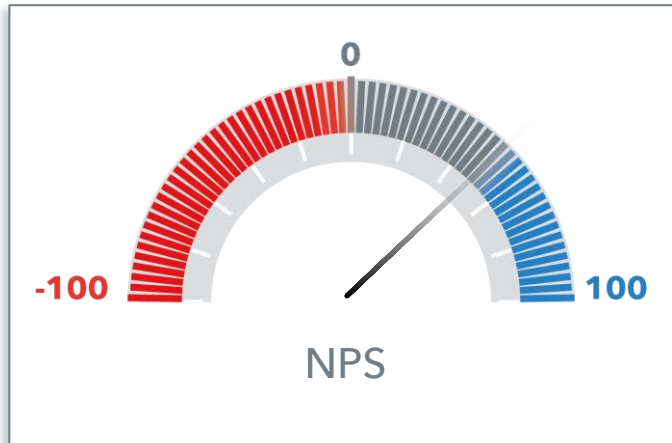
Leistungskriterium	Wichtigkeit	Erreichungsgrad I Abweichung vom Mittelwert aller Unternehmen	Erreichungsgrad II Abweichung von eigener Gesamtzufriedenheit
Unabhängigkeit	++	+	+
Produktauswahl	++	-	o
Image	++	o	o
Zentrale Vertriebsunterstützung	++	o	-
Beratungs- / Angebotssoftware	+	+	o
Bestandskundenservice	+	+	o
Online-Plattform	+	+	o
Produkt- / Fachinformationen	+	-	-
Spezielle Deckungskonzepte	+	o	--
Courtageausgestaltung	+	+	+
Aufnahmepolitik	o	o	+
Dezentrale Vertriebsunterstützung	o	+	o

Legende			
Wichtigkeit (Relevanz des Leistungskriteriums)	++	sehr wichtig	> 1,10
	+	wichtig	1,00 < x < 1,10
	o	durchschnittlich	= 1,00
Erreichungsgrad (Abweichung)	++	viel besser	> +10
	+	etwas besser	+2,5 bis +10
	o	durchschnittlich	-2,5 bis +2,5
	-	etwas schlechter	-10 bis -2,5
	--	viel schlechter	< -10

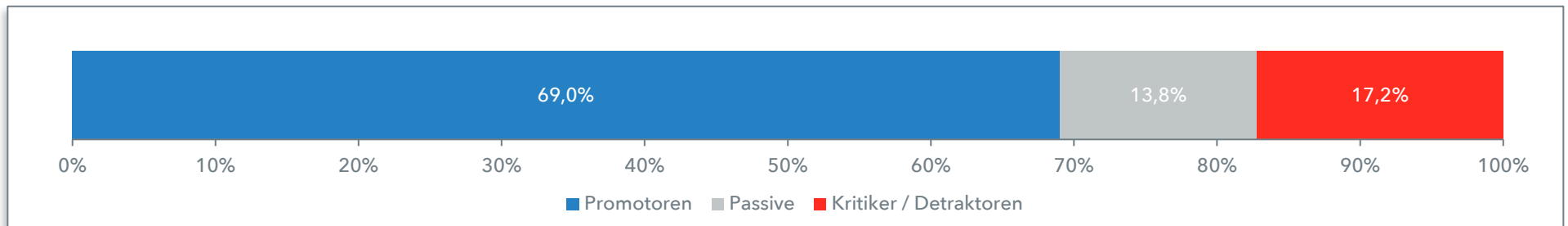
3.2 Favoriten der Vermittler – Vorsorge / Leben

3.2.6 Analyse der Top-Anbieter

DEUTSCHER MAKLERVERBUND | Net-Promoter-Score (NPS) (n = 29)



51,8 = 69,0% - 17,2%





AssCompact
— AWARD —

3. ERGEBNISSE

3.3 FAVORITEN DER VERMITTLER – KRANKEN

3.3 Favoriten der Vermittler – Kranken

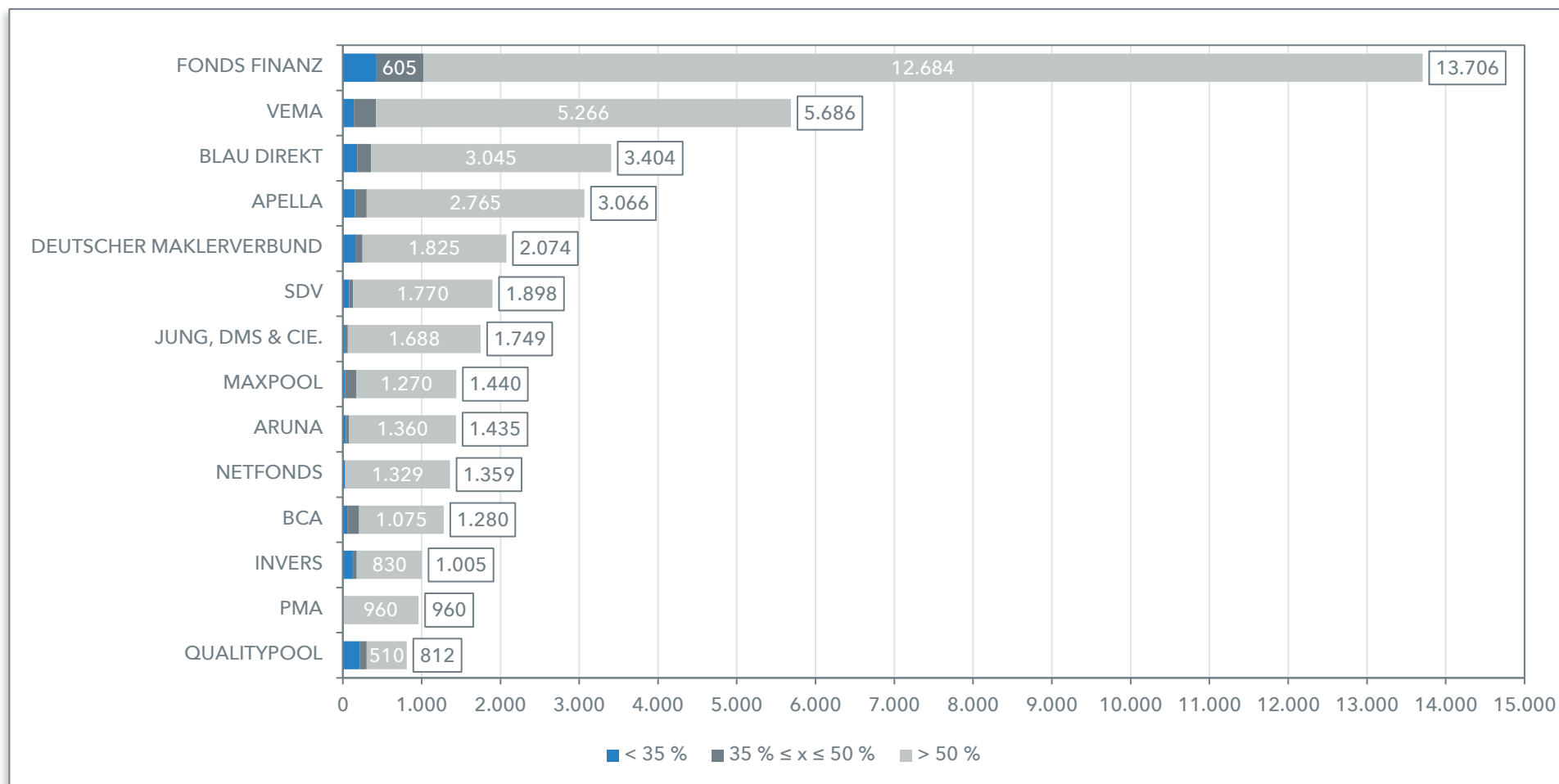
3.3.1 Ranking der Top-Anbieter

Kranken	
Platz 1	FONDS FINANZ
Platz 2	VEMA
Platz 3	BLAU DIREKT
Platz 4	APELLA
Platz 5	DEUTSCHER MAKLERVERBUND
Platz 6	SDV
Platz 7	JUNG, DMS & CIE.
Platz 8	MAXPOOL
Platz 9	ARUNA
Platz 10	NETFONDS
Platz 11	BCA
Platz 12	INVERS
Platz 13	PMA
Platz 14	QUALITYPOOL



3.3 Favoriten der Vermittler – Kranken

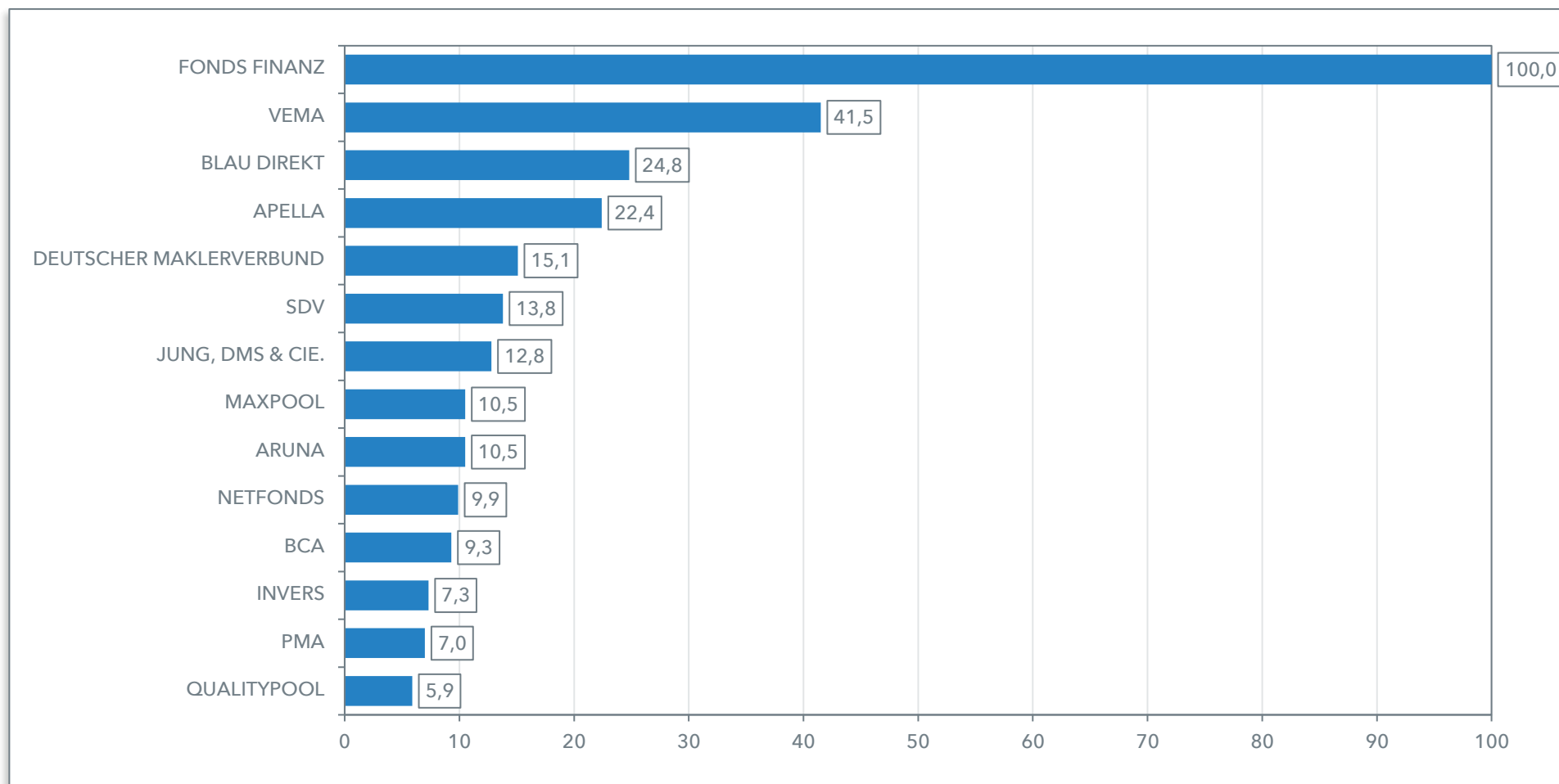
3.3.2 Share of Wallet (1 von 6)



3.3 Favoriten der Vermittler – Kranken

3.3.2 Share of Wallet (2 von 6)

Index SoW

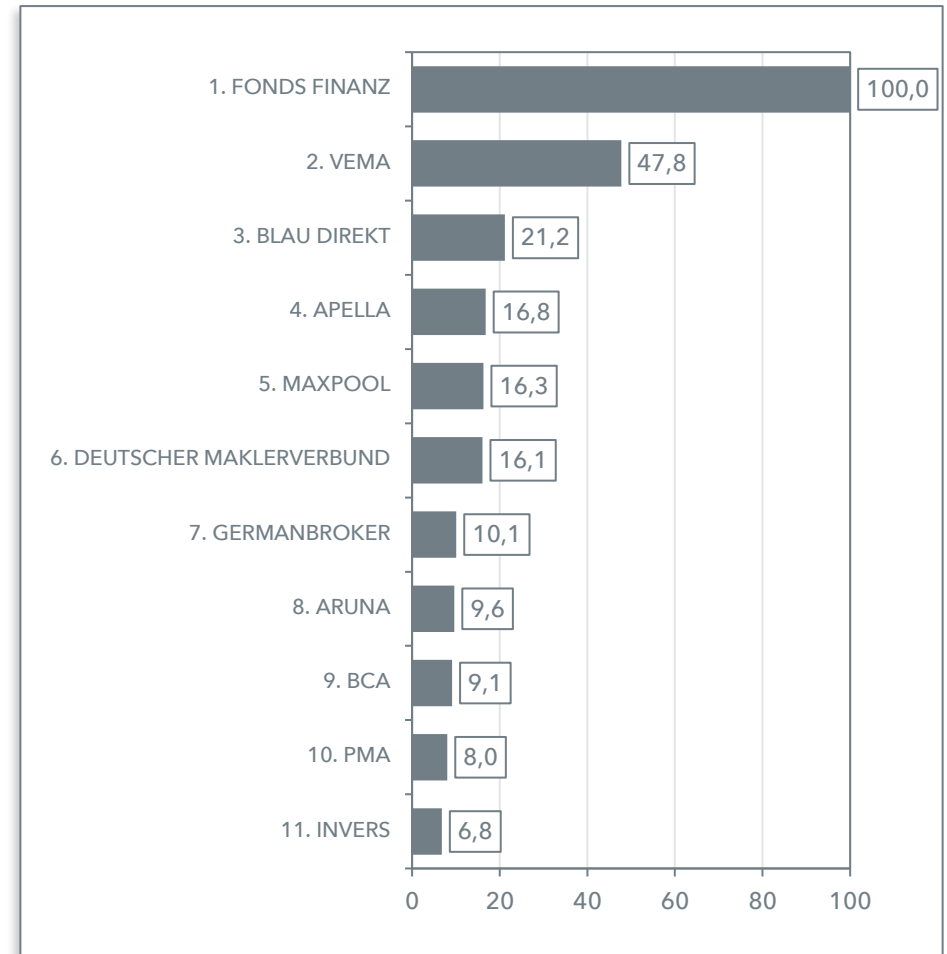
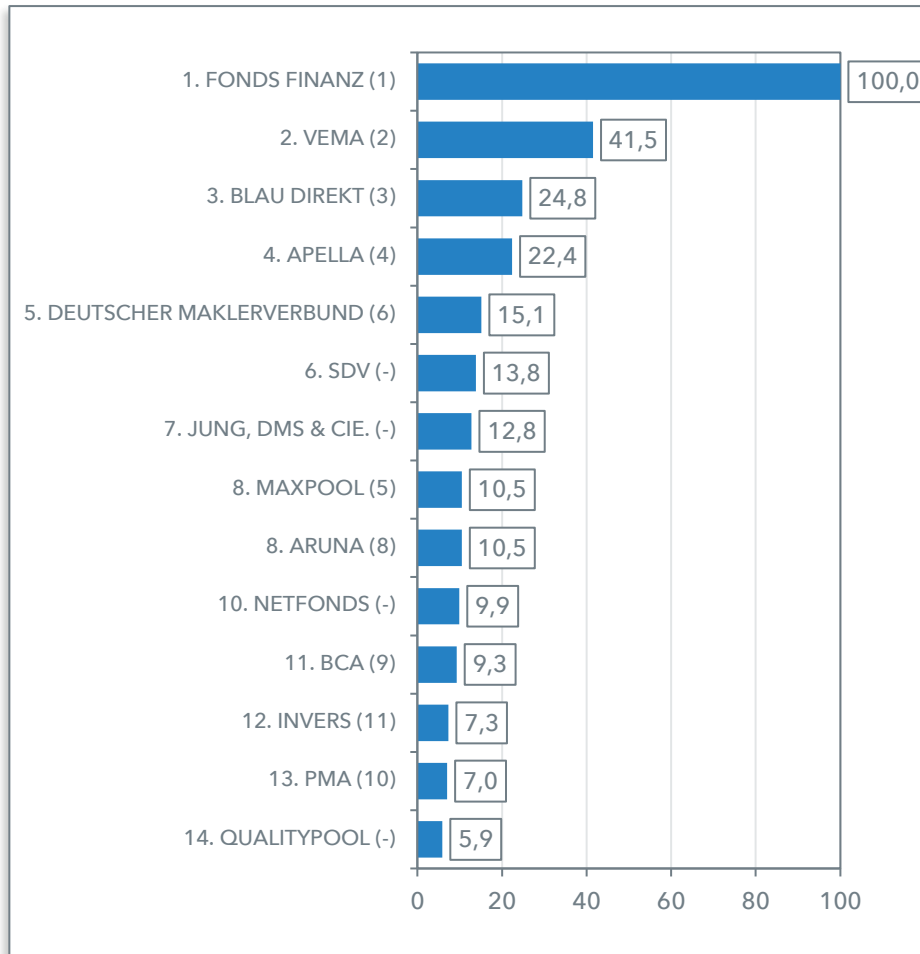


3.3 Favoriten der Vermittler – Kranken

3.3.2 Share of Wallet (3 von 6)

Index SoW 2023 (Vorjahresplatzierung in Klammern)

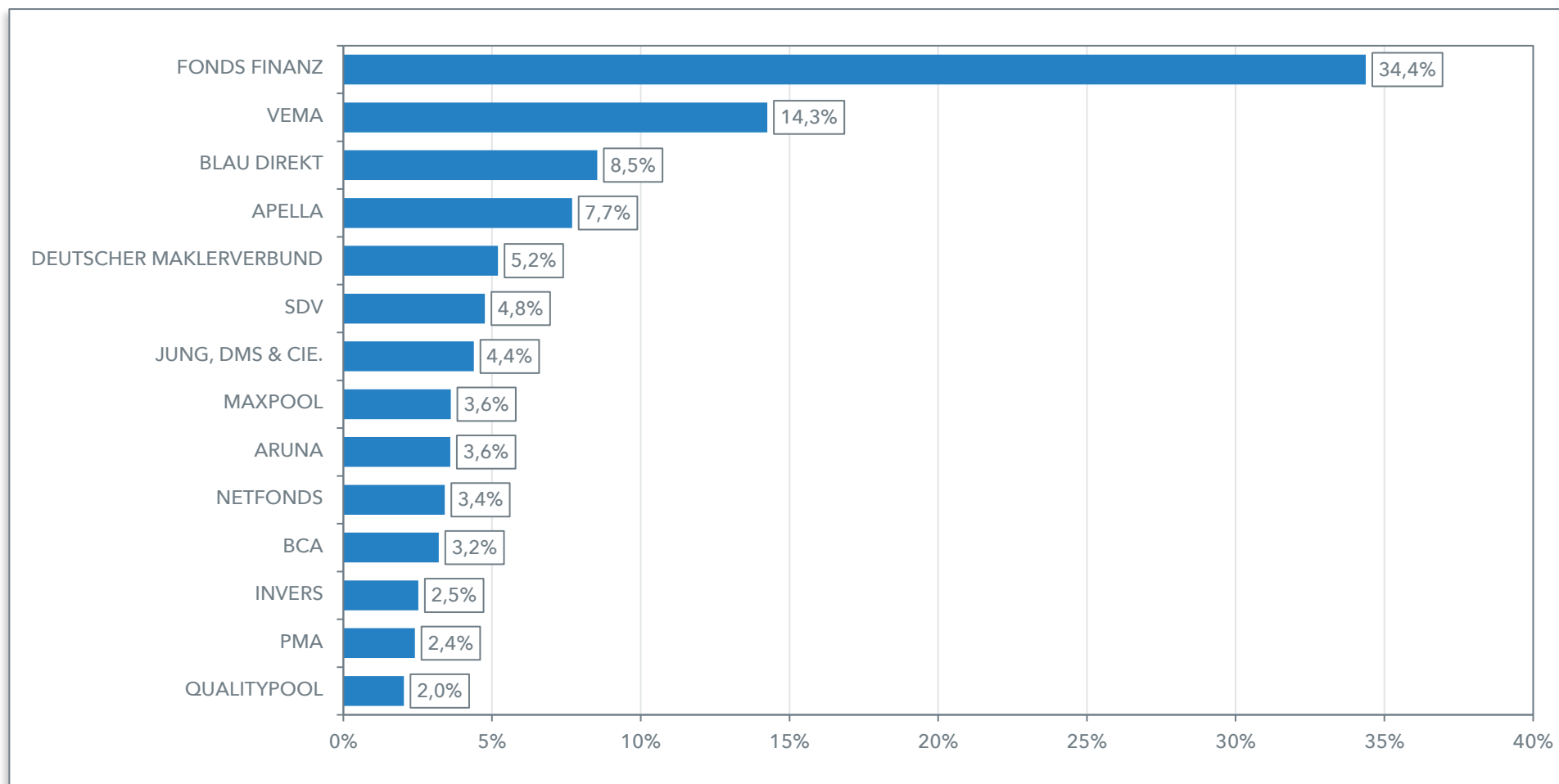
Index SoW 2022



3.3 Favoriten der Vermittler – Kranken

3.3.2 Share of Wallet (4 von 6)

SoW-Anteil in Prozentpunkten



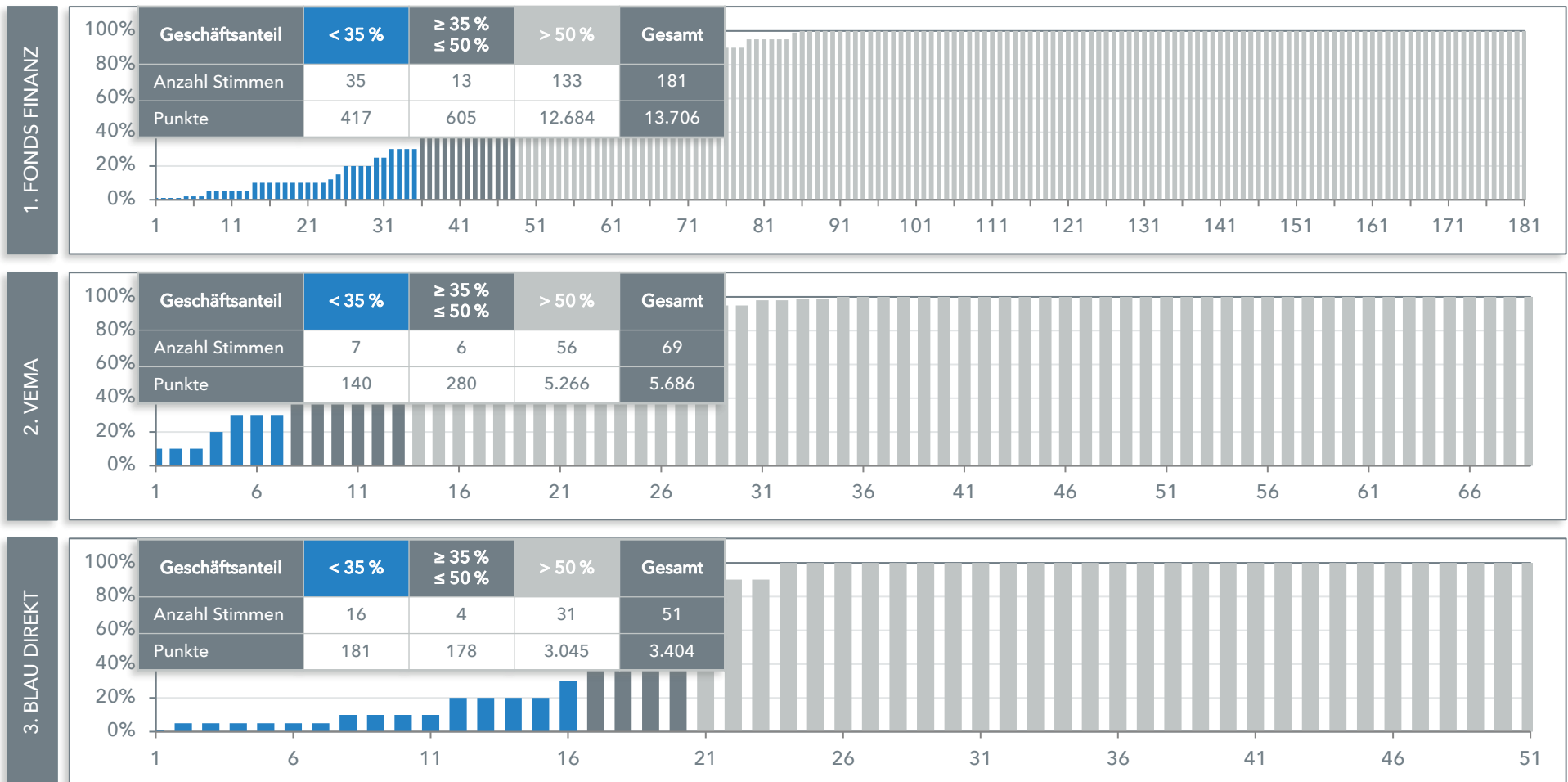
3.3 Favoriten der Vermittler – Kranken

3.3.2 Share of Wallet (5 von 6)

Unternehmen		Anzahl der Stimmen				Geschäftsanteil		
		Geschäftsanteil			Gesamt	Mittelwert in %	Median	Gesamtpunkte
		< 35 %	35 % ≤ x ≤ 50 %	> 50 %				
1	FONDS FINANZ	35	13	133	181	76	100	13.706
2	VEMA	7	6	56	69	82	100	5.686
3	BLAU DIREKT	16	4	31	51	67	100	3.404
4	APELLA	11	3	28	42	73	100	3.066
5	DEUTSCHER MAKLERVERBUND	14	2	20	36	58	80	2.074
6	SDV	6	1	18	25	76	100	1.898
7	JUNG, DMS & CIE.	4	1	17	22	80	100	1.749
8	MAXPOOL	4	3	14	21	69	90	1.440
9	ARUNA	2	1	14	17	84	100	1.435
10	NETFONDS	2	0	14	16	85	100	1.359
11	BCA	7	3	11	21	61	80	1.280
12	INVERS	10	1	9	20	50	40	1.005
13	PMA	0	0	10	10	96	100	960
14	QUALITYPOOL	15	2	6	23	35	20	812

3.3 Favoriten der Vermittler – Kranken

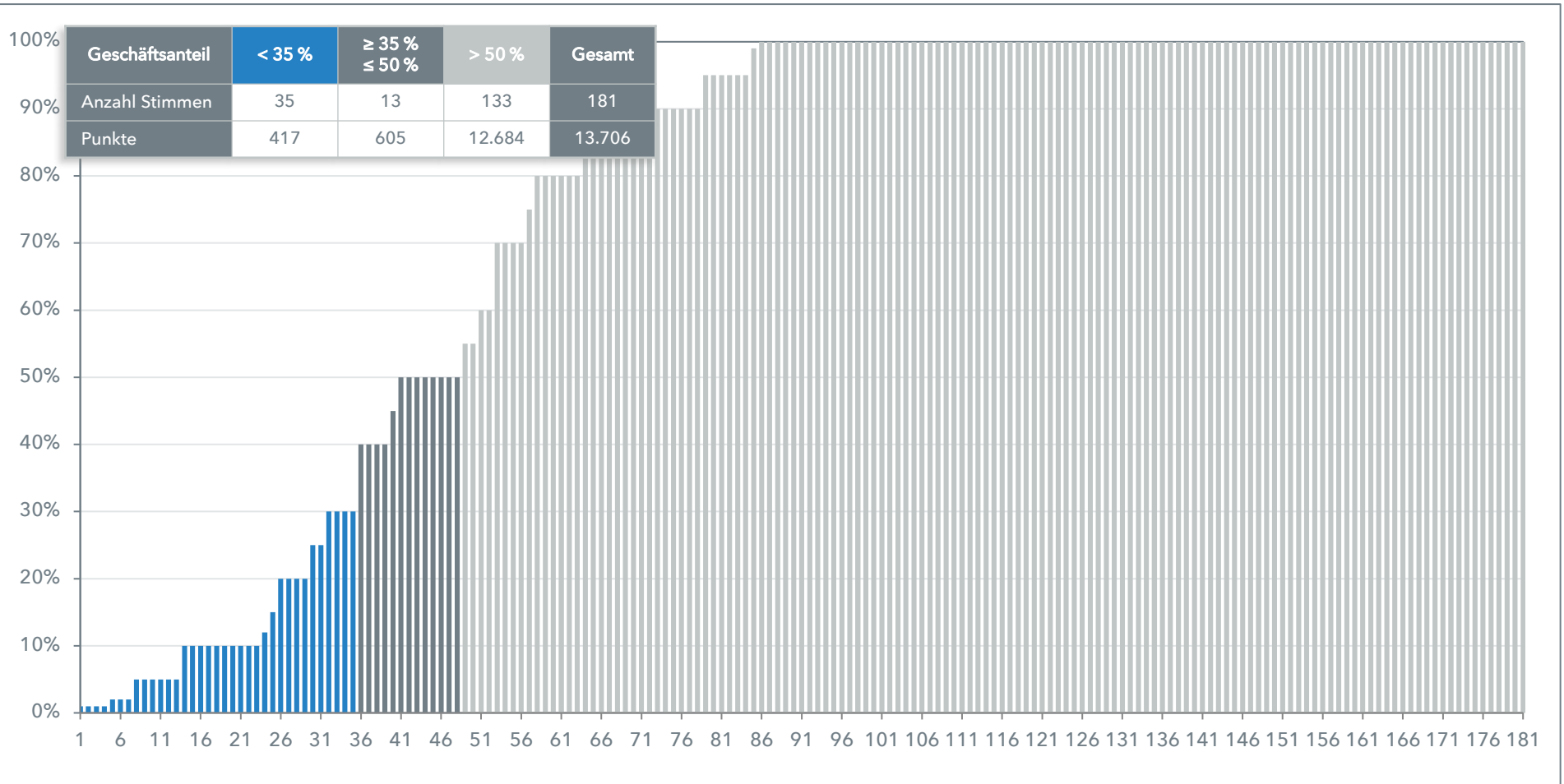
3.3.2 Share of Wallet (6 von 6)



3.3 Favoriten der Vermittler – Kranken

3.3.6 Analyse der Top-Anbieter

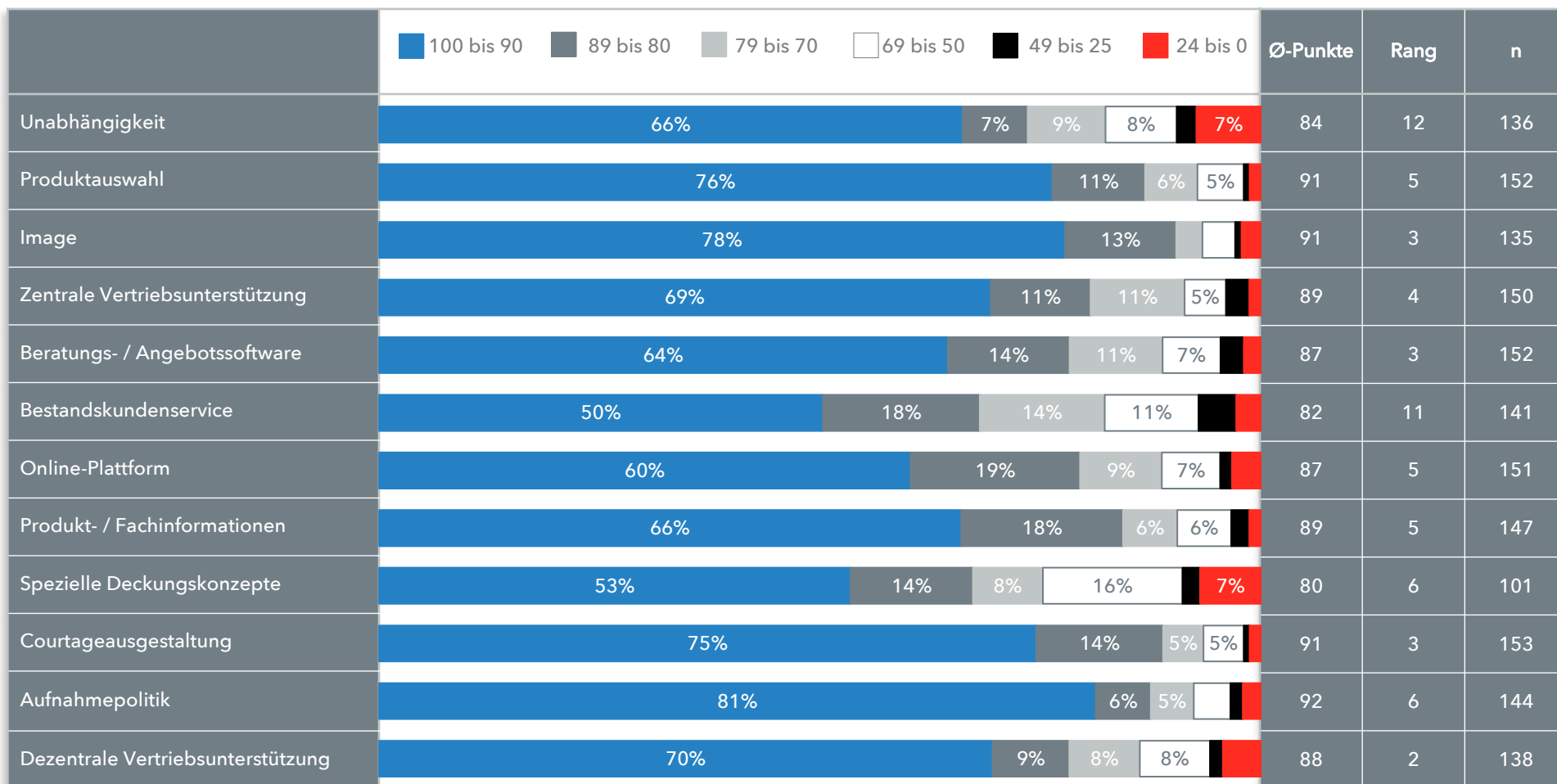
FONDS FINANZ | Share of Wallet



3.3 Favoriten der Vermittler – Kranken

3.3.6 Analyse der Top-Anbieter

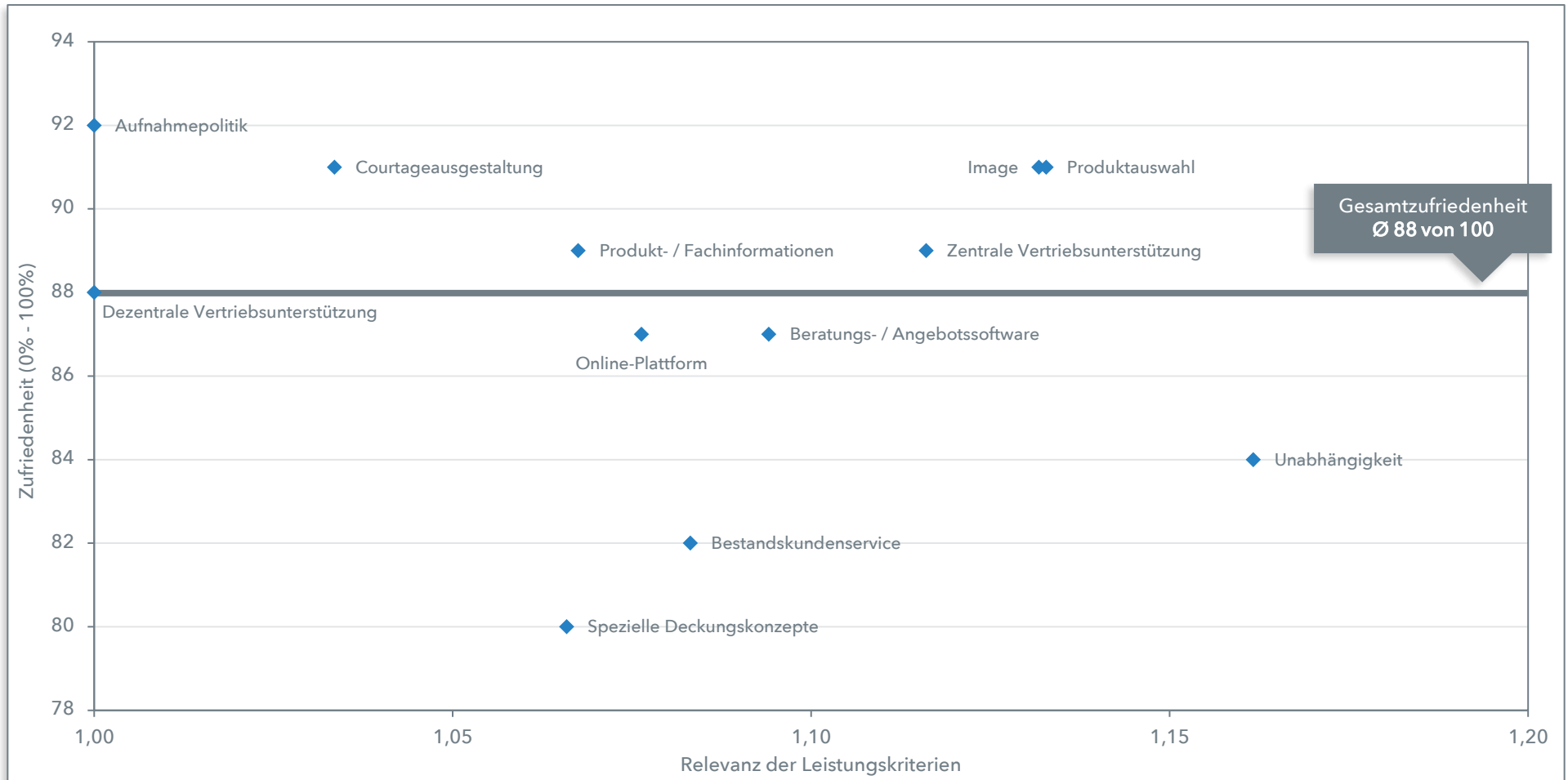
FONDS FINANZ | Leistungskriterien



3.3 Favoriten der Vermittler - Kranken

3.3.6 Analyse der Top-Anbieter

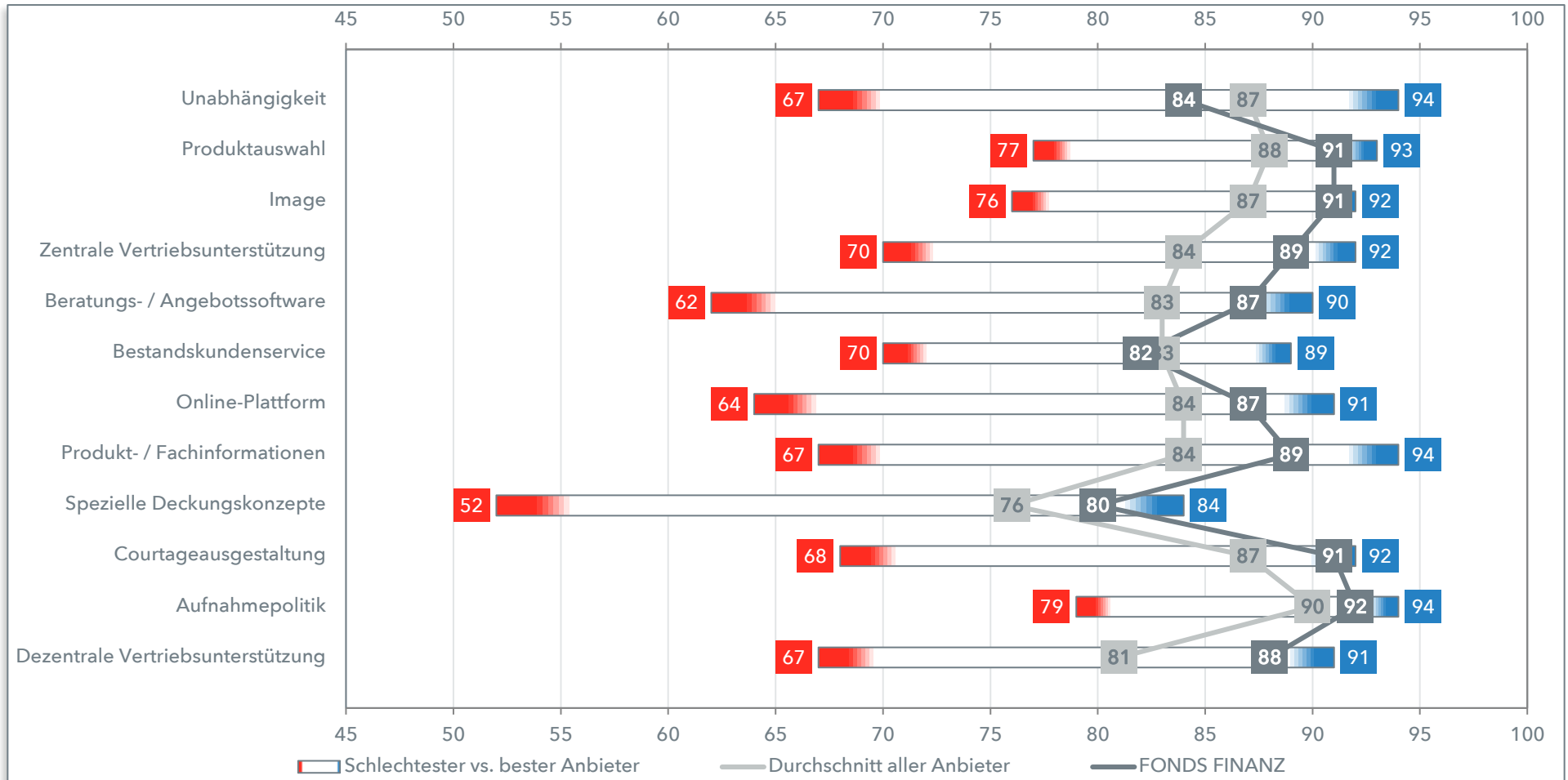
FONDS FINANZ | interne Stärken- / Schwächen-Analyse



3.3 Favoriten der Vermittler – Kranken

3.3.6 Analyse der Top-Anbieter

FONDS FINANZ | wettbewerbsorientierte Stärken- / Schwächenanalyse



3.3 Favoriten der Vermittler – Kranken

3.3.6 Analyse der Top-Anbieter

FONDS FINANZ | Management-Matrix

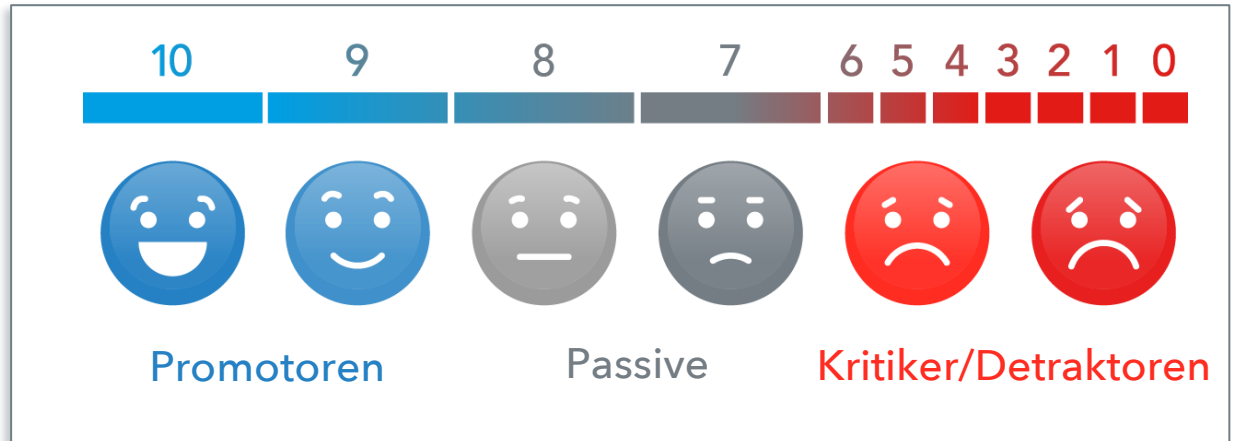
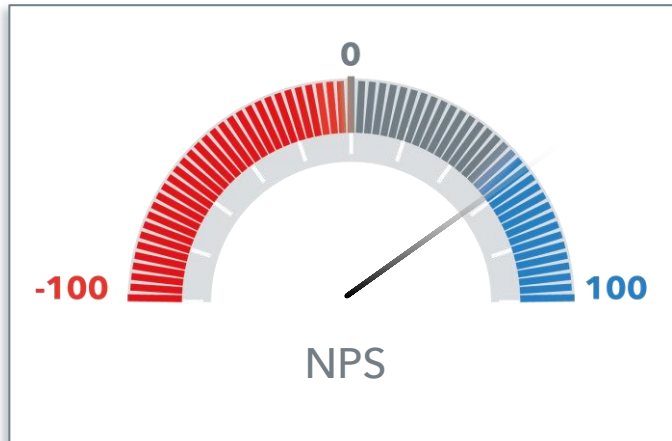
Leistungskriterium	Wichtigkeit	Erreichungsgrad I Abweichung vom Mittelwert aller Unternehmen	Erreichungsgrad II Abweichung von eigener Gesamtzufriedenheit
Unabhängigkeit	++	-	-
Produktauswahl	++	+	+
Image	++	+	+
Zentrale Vertriebsunterstützung	++	+	o
Beratungs- / Angebotssoftware	+	+	o
Bestandskundenservice	+	o	-
Online-Plattform	+	+	o
Produkt- / Fachinformationen	+	+	o
Spezielle Deckungskonzepte	+	+	-
Courtageausgestaltung	+	+	+
Aufnahmepolitik	o	o	+
Dezentrale Vertriebsunterstützung	o	+	o

Legende			
Wichtigkeit (Relevanz des Leistungskriteriums)	++	sehr wichtig	> 1,10
	+	wichtig	1,00 < x < 1,10
	o	durchschnittlich	= 1,00
Erreichungsgrad (Abweichung)	++	viel besser	> +10
	+	etwas besser	+2,5 bis +10
	o	durchschnittlich	-2,5 bis +2,5
	-	etwas schlechter	-10 bis -2,5
	--	viel schlechter	< -10

3.3 Favoriten der Vermittler - Kranken

3.3.6 Analyse der Top-Anbieter

FONDS FINANZ | Net-Promoter-Score (NPS) (n = 147)



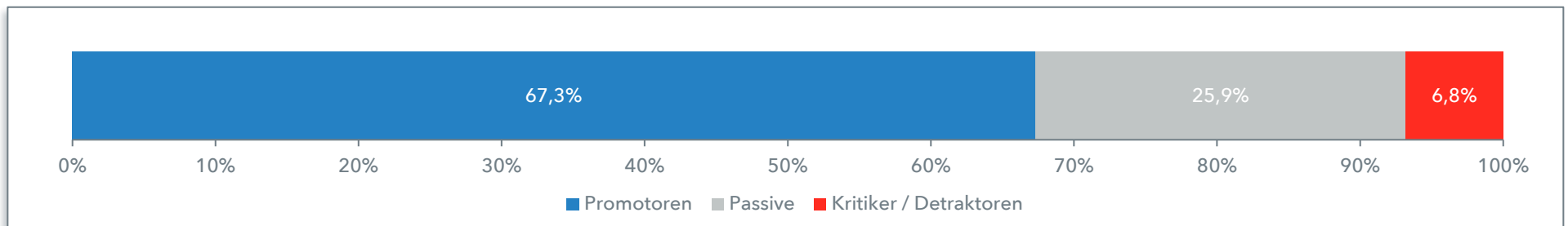
60,5

=

67,3%

-

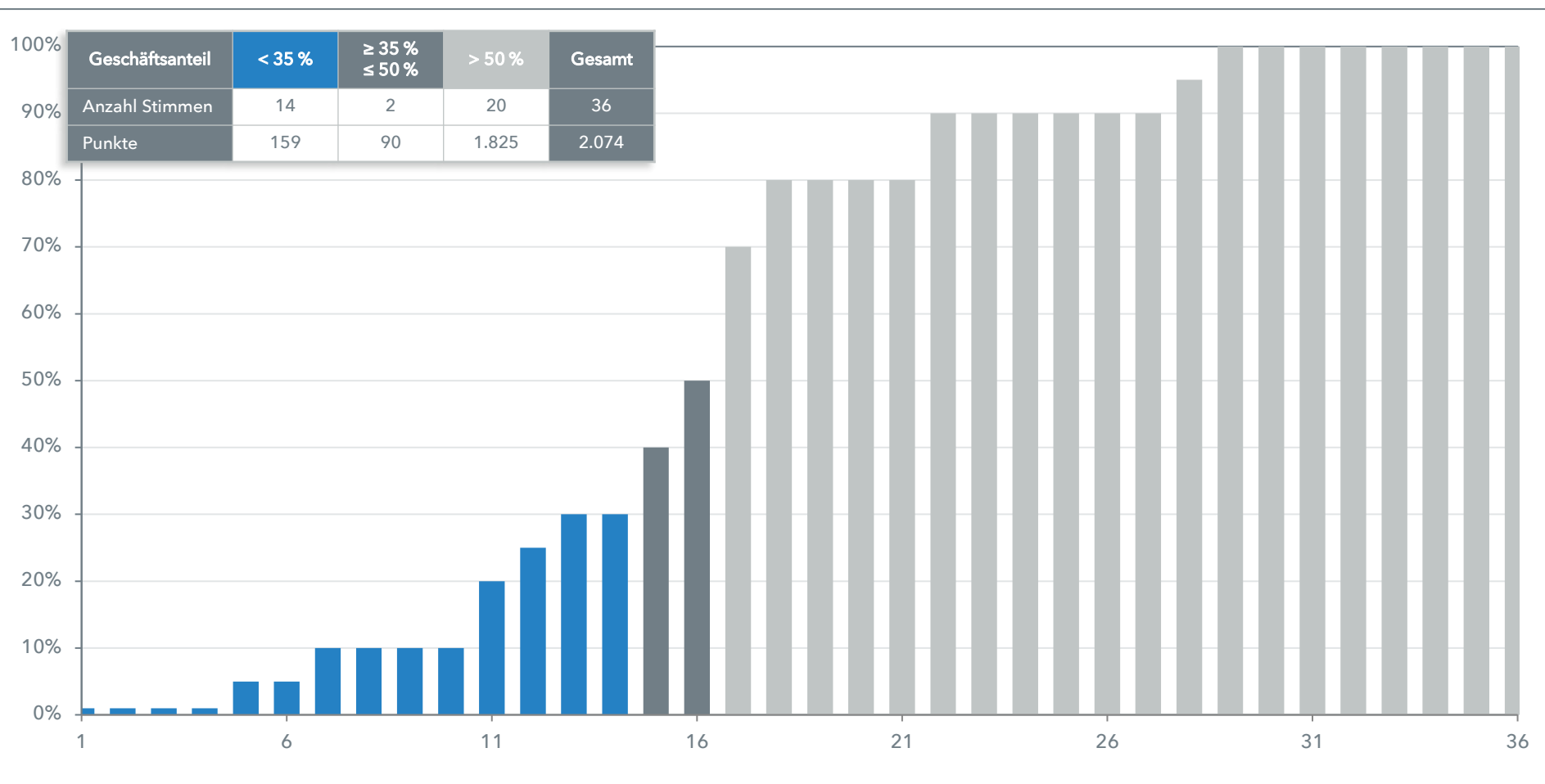
6,8%



3.3 Favoriten der Vermittler – Kranken

3.3.6 Analyse der Top-Anbieter

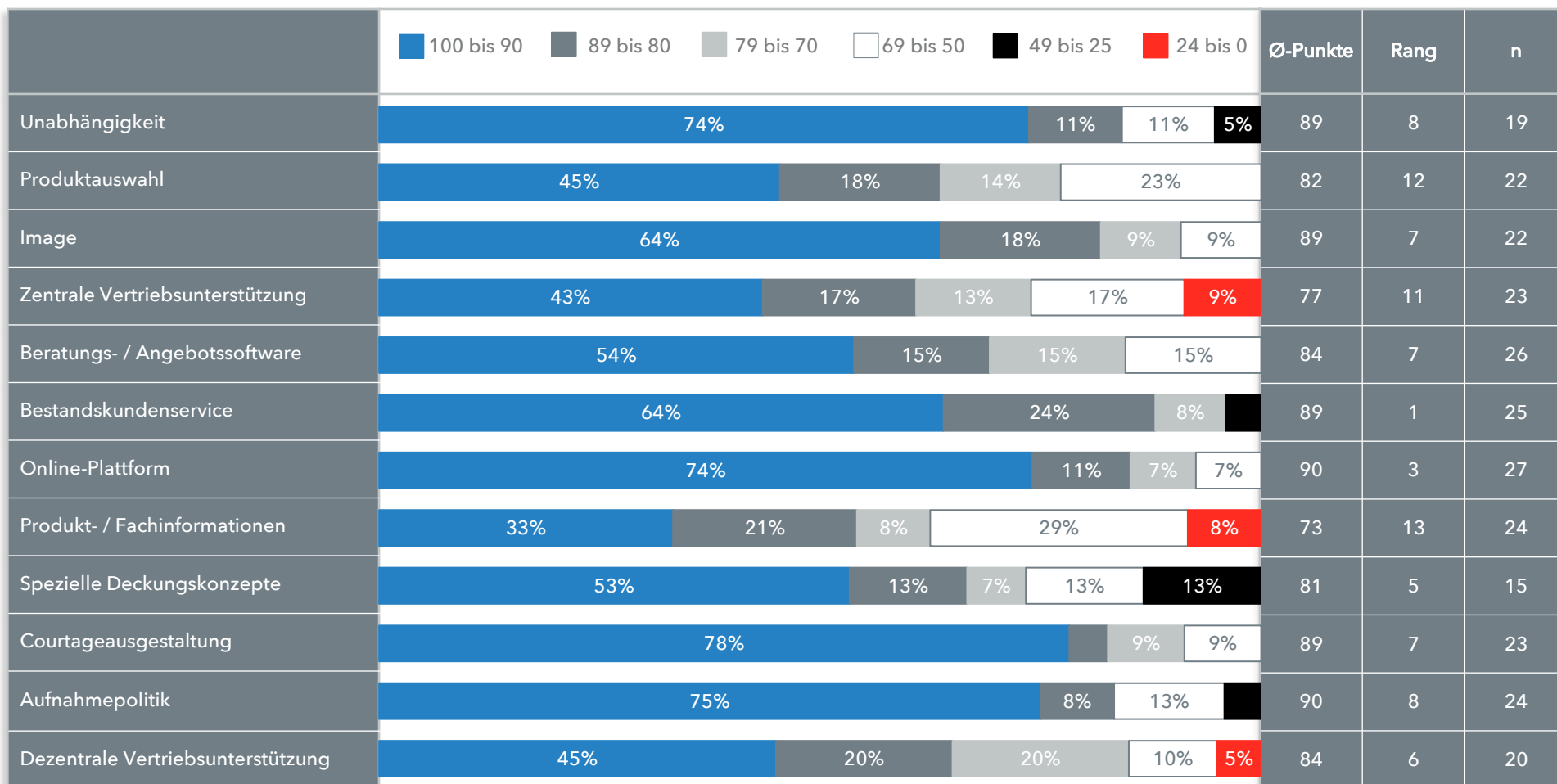
DEUTSCHER MAKLERVERBUND | Share of Wallet



3.3 Favoriten der Vermittler – Kranken

3.3.6 Analyse der Top-Anbieter

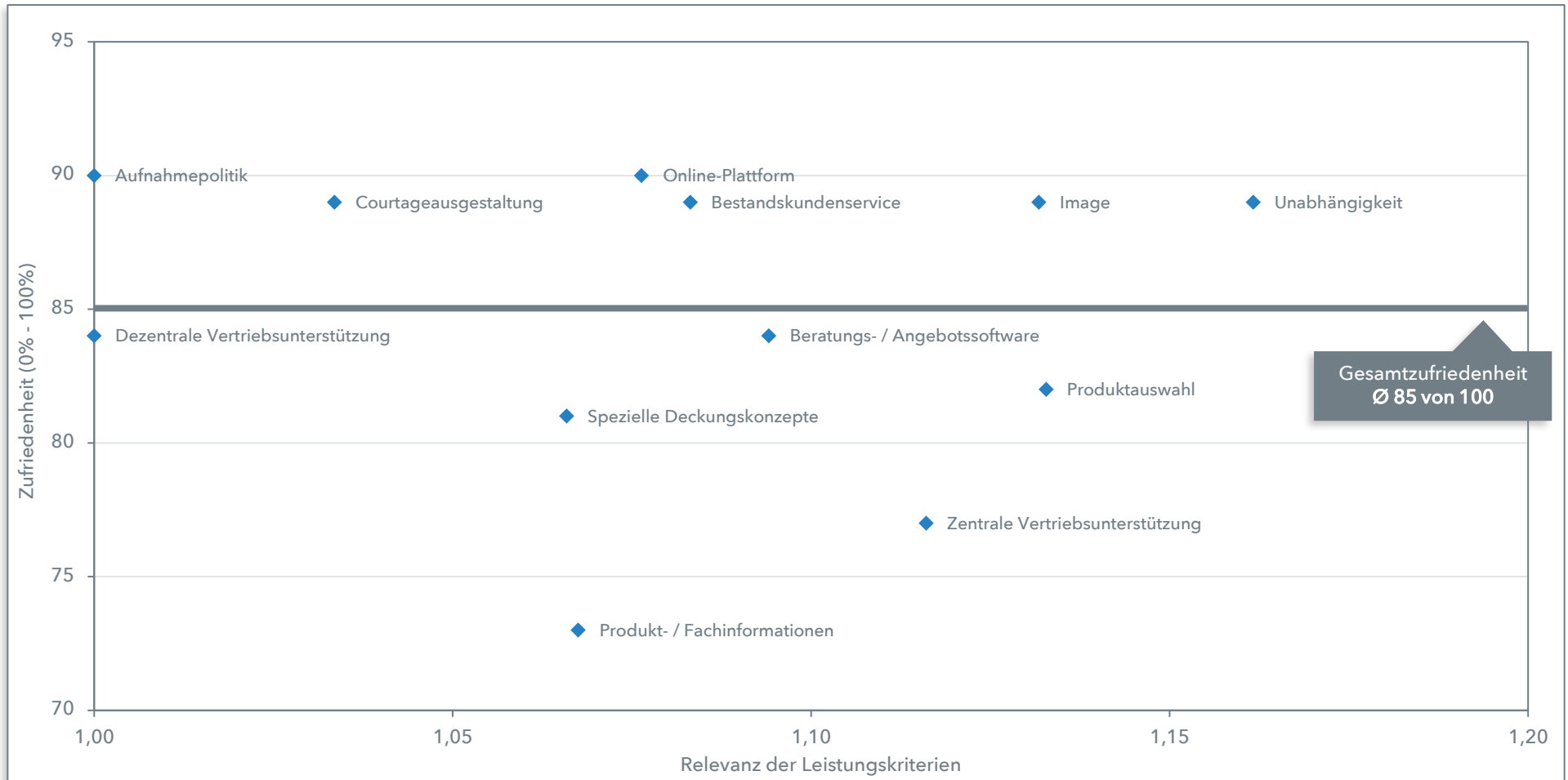
DEUTSCHER MAKLERVERBUND | Leistungskriterien



3.3 Favoriten der Vermittler - Kranken

3.3.6 Analyse der Top-Anbieter

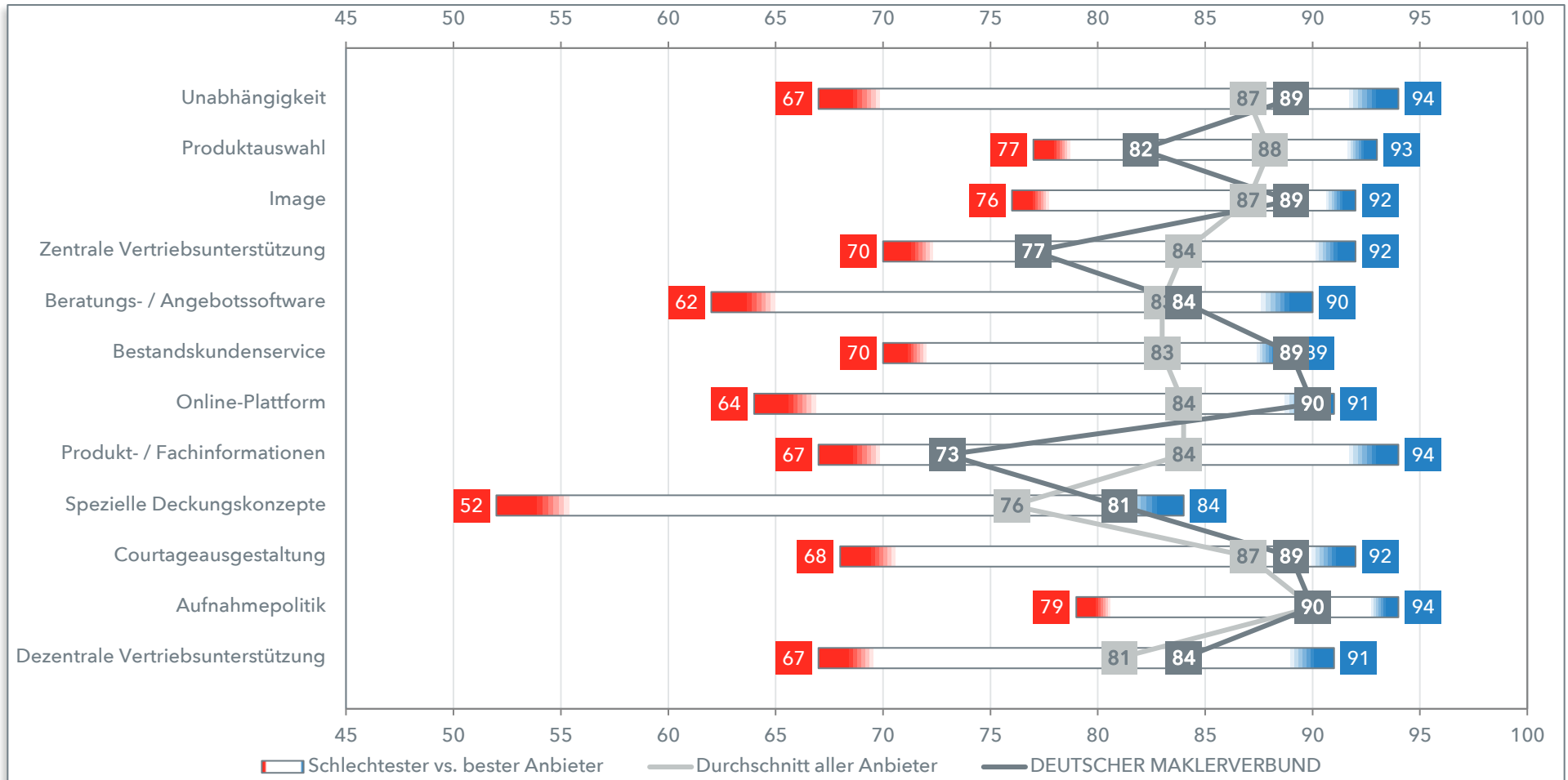
DEUTSCHER MAKLERVERBUND | interne Stärken- / Schwächen-Analyse



3.3 Favoriten der Vermittler – Kranken

3.3.6 Analyse der Top-Anbieter

DEUTSCHER MAKLERVERBUND | wettbewerbsorientierte Stärken- / Schwächenanalyse



3.3 Favoriten der Vermittler – Kranken

3.3.6 Analyse der Top-Anbieter

DEUTSCHER MAKLERVERBUND | Management-Matrix

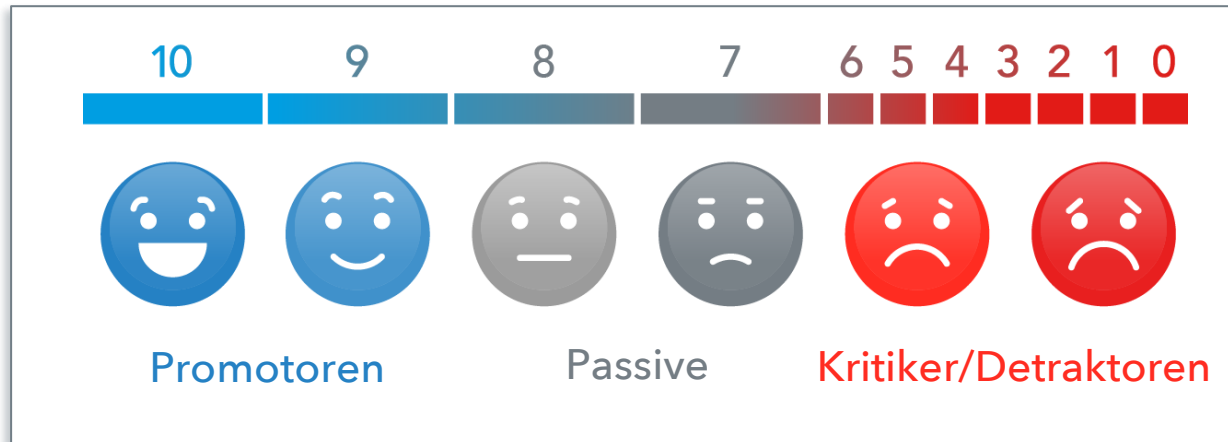
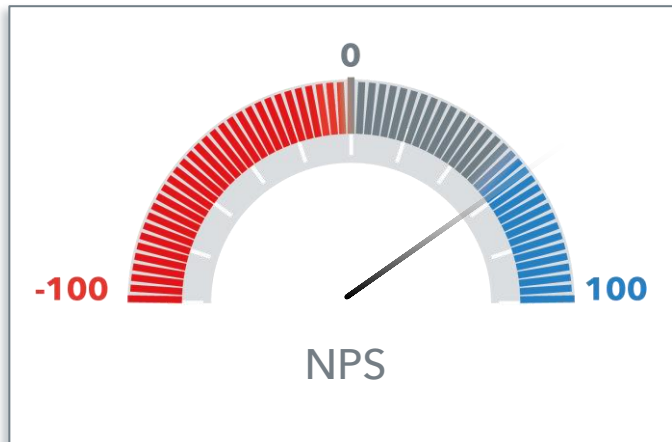
Leistungskriterium	Wichtigkeit	Erreichungsgrad I Abweichung vom Mittelwert aller Unternehmen	Erreichungsgrad II Abweichung von eigener Gesamtzufriedenheit
Unabhängigkeit	++	o	+
Produktauswahl	++	-	-
Image	++	o	+
Zentrale Vertriebsunterstützung	++	-	-
Beratungs- / Angebotssoftware	+	o	o
Bestandskundenservice	+	+	+
Online-Plattform	+	+	+
Produkt- / Fachinformationen	+	--	--
Spezielle Deckungskonzepte	+	+	-
Courtageausgestaltung	+	o	+
Aufnahmepolitik	o	o	+
Dezentrale Vertriebsunterstützung	o	+	o

Legende			
Wichtigkeit (Relevanz des Leistungskriteriums)	++	sehr wichtig	> 1,10
	+	wichtig	1,00 < x < 1,10
	o	durchschnittlich	= 1,00
Erreichungsgrad (Abweichung)	++	viel besser	> +10
	+	etwas besser	+2,5 bis +10
	o	durchschnittlich	-2,5 bis +2,5
	-	etwas schlechter	-10 bis -2,5
	--	viel schlechter	< -10

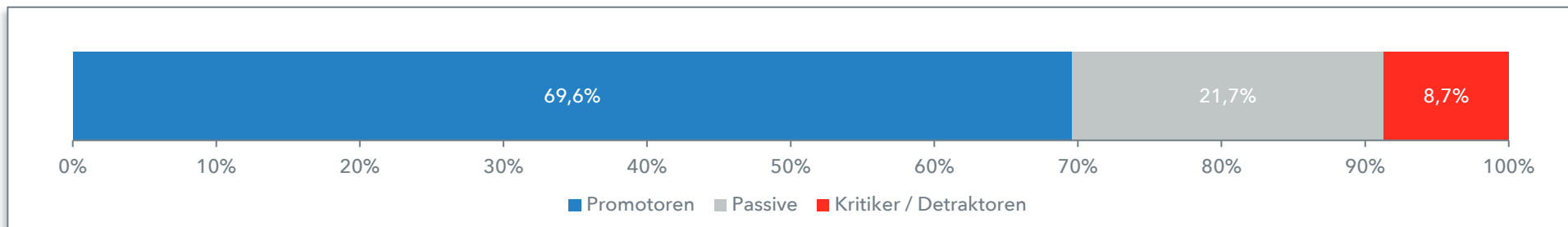
3.3 Favoriten der Vermittler - Kranken

3.3.6 Analyse der Top-Anbieter

DEUTSCHER MAKLERVERBUND | Net-Promoter-Score (NPS) (n = 23)



$$60,9 = 69,6\% - 8,7\%$$





AssCompact

— AWARD —

3. ERGEBNISSE

3.4 FAVORITEN DER VERMITTLER – SACH / HUK

3.4 Favoriten der Vermittler – Sach / HUK

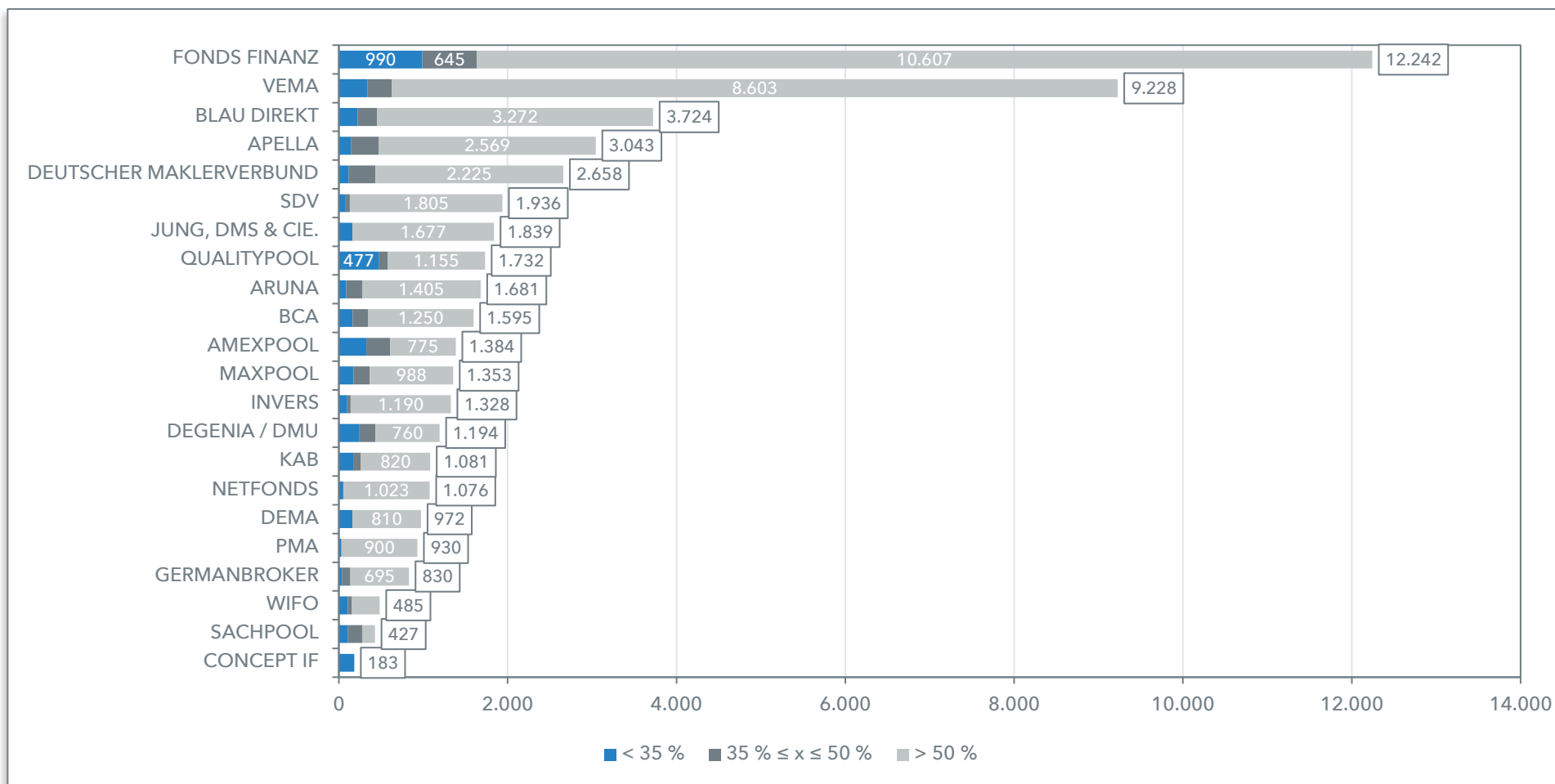
3.4.1 Ranking der Top-Anbieter

Sach / HUK	
Platz 1	FONDS FINANZ
Platz 2	VEMA
Platz 3	BLAU DIREKT
Platz 4	APELLA
Platz 5	DEUTSCHER MAKLERVERBUND
Platz 6	SDV
Platz 7	JUNG, DMS & CIE.
Platz 8	QUALITYPOOL
Platz 9	ARUNA
Platz 10	BCA
Platz 11	AMEXPOOL
Platz 12	MAXPOOL
Platz 13	INVERS
Platz 14	DEGENIA / DMU
Platz 15	KAB
Platz 16	NETFONDS
Platz 17	DEMA
Platz 18	PMA
Platz 19	GERMANBROKER
Platz 20	WIFO
Platz 21	SACHPOOL
Platz 22	CONCEPT IF



3.4 Favoriten der Vermittler – Sach / HUK

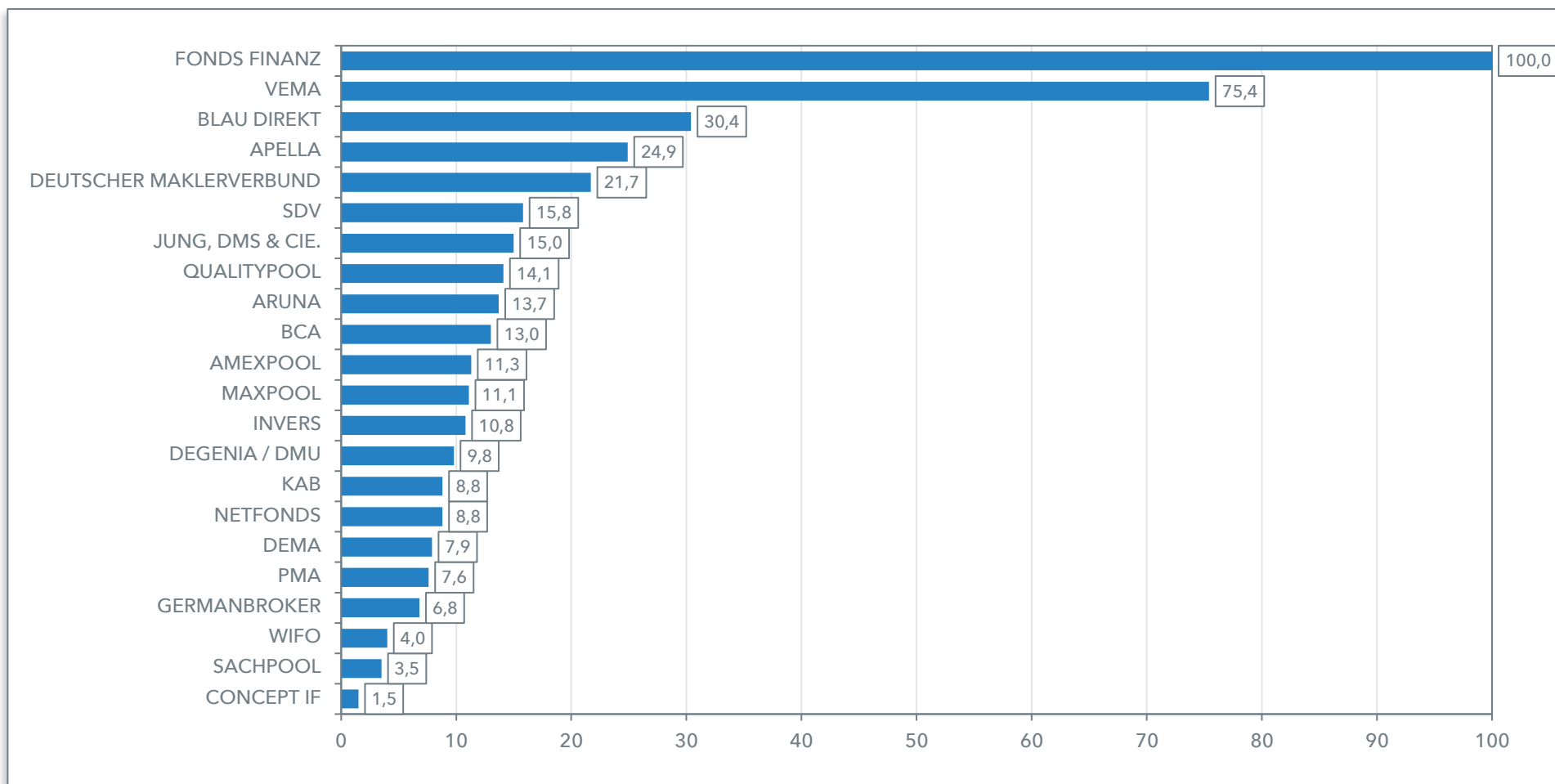
3.4.2 Share of Wallet (1 von 6)



3.4 Favoriten der Vermittler – Sach / HUK

3.4.2 Share of Wallet (2 von 6)

Index SoW

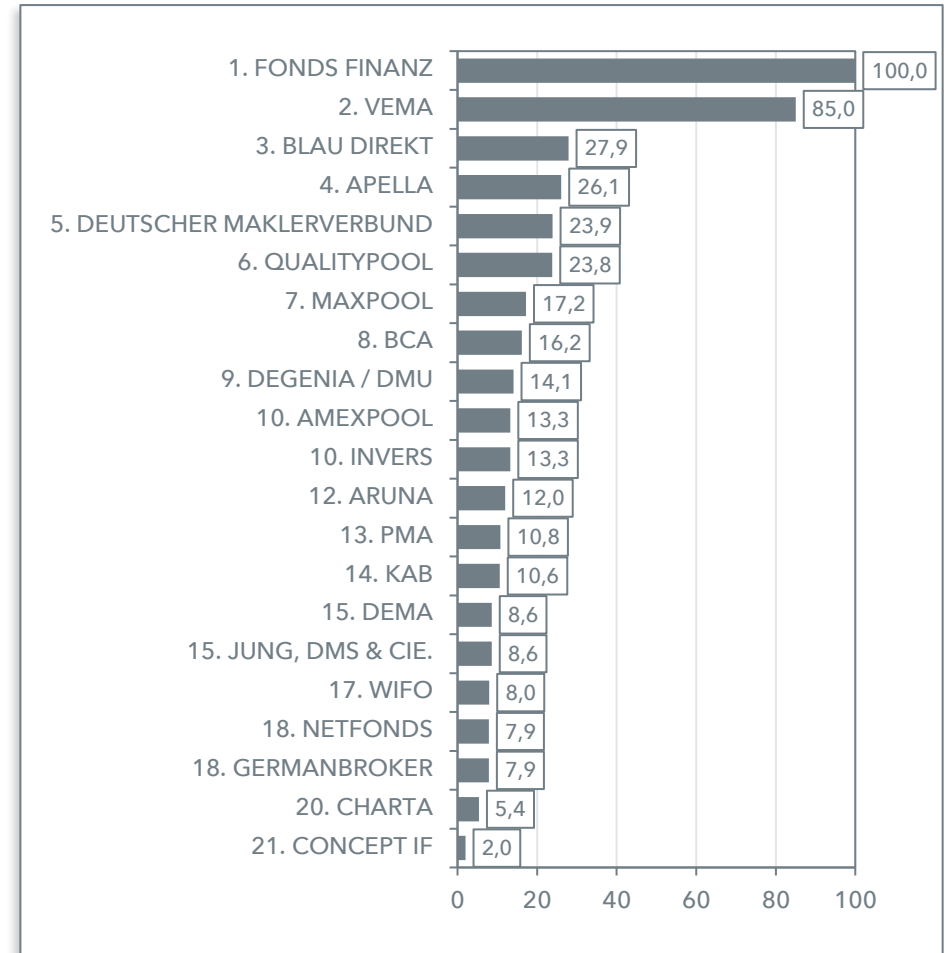
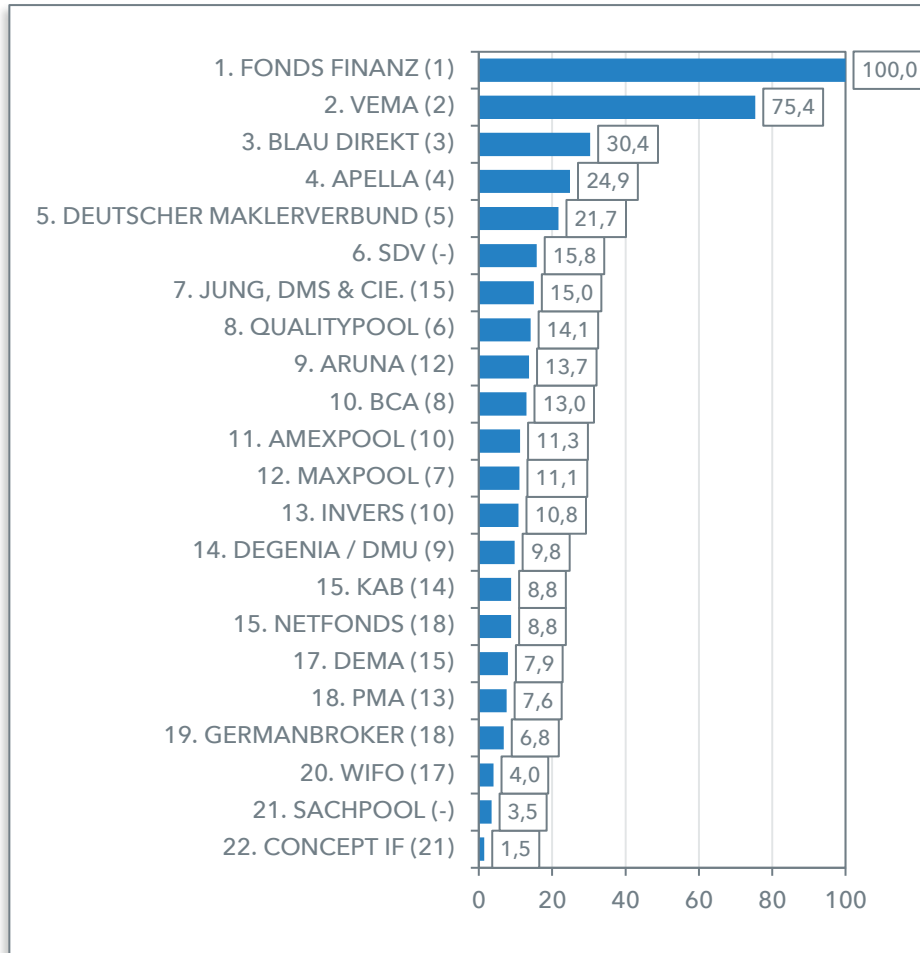


3.4 Favoriten der Vermittler – Sach / HUK

3.4.2 Share of Wallet (3 von 6)

Index SoW 2023 (Vorjahresplatzierung in Klammern)

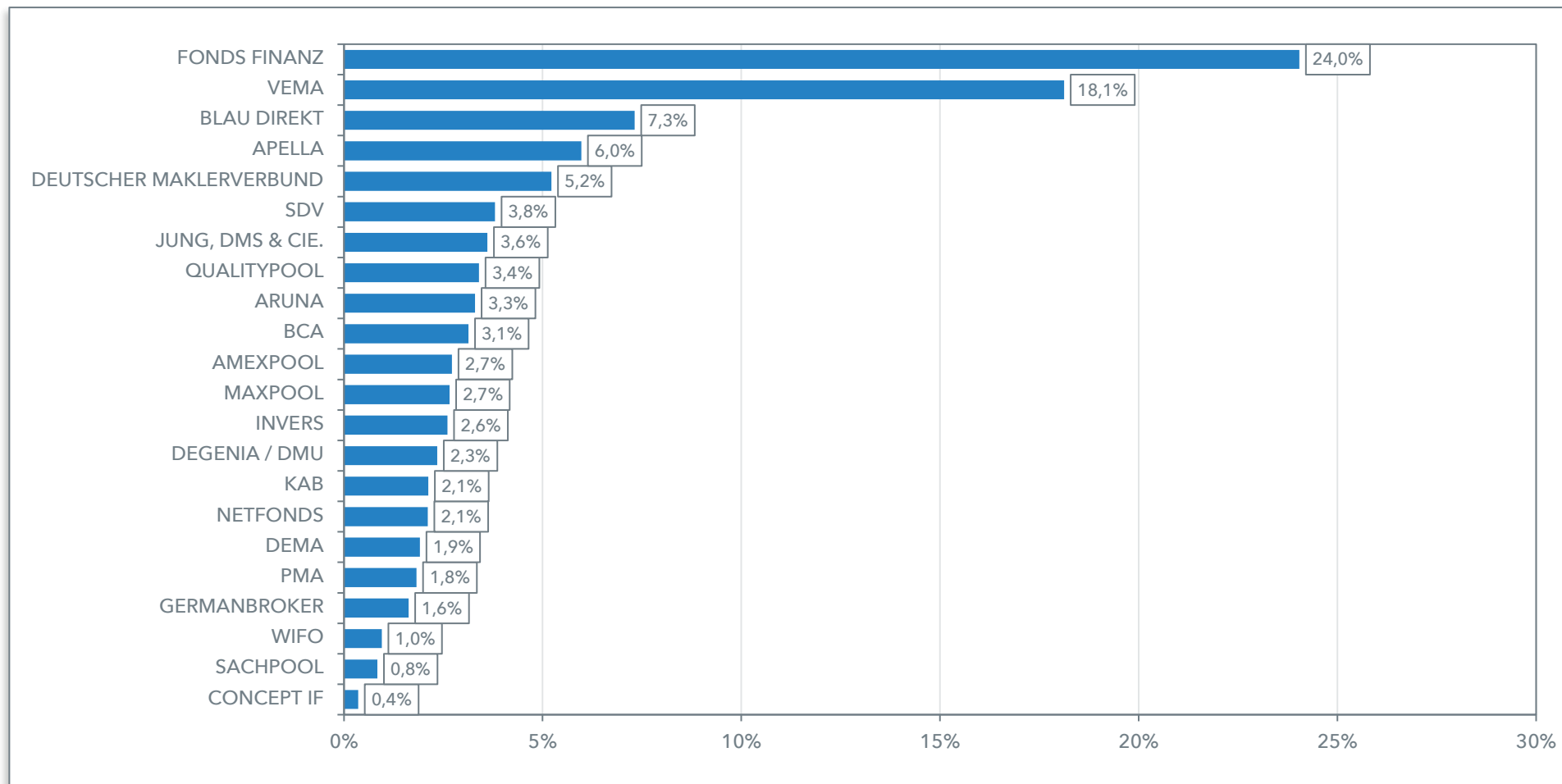
Index SoW 2022



3.4 Favoriten der Vermittler – Sach / HUK

3.4.2 Share of Wallet (4 von 6)

SoW-Anteil in Prozentpunkten



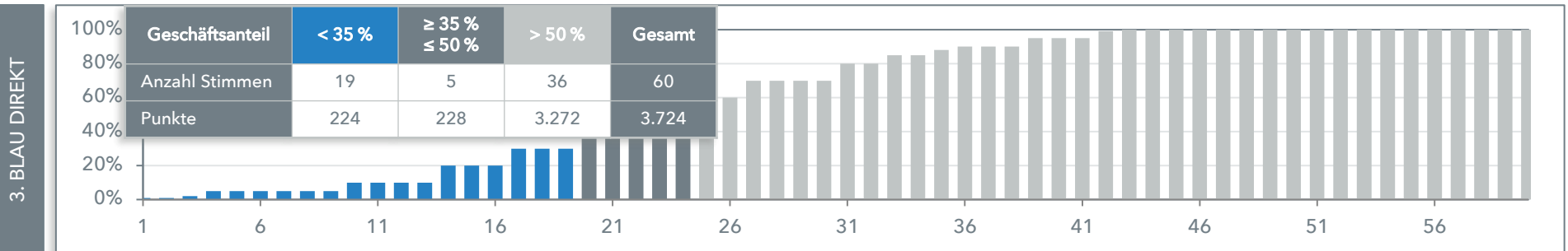
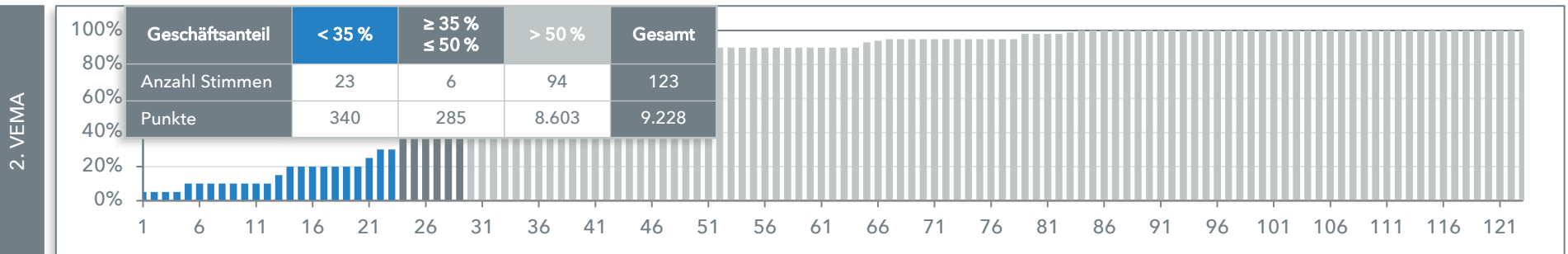
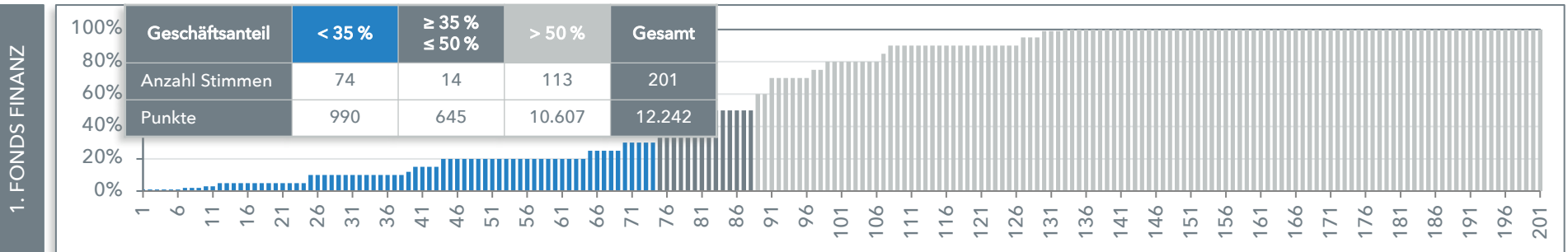
3.4 Favoriten der Vermittler – Sach / HUK

3.4.2 Share of Wallet (5 von 6)

Unternehmen		Anzahl der Stimmen				Geschäftsanteil		
		Geschäftsanteil			Gesamt	Mittelwert in %	Median	Gesamtpunkte
		< 35 %	35 % ≤ x ≤ 50 %	> 50 %				
1	FONDS FINANZ	74	14	113	201	61	80	12.242
2	VEMA	23	6	94	123	75	90	9.228
3	BLAU DIREKT	19	5	36	60	62	75	3.724
4	APELLA	13	7	27	47	65	90	3.043
5	DEUTSCHER MAKLERVERBUND	9	7	26	42	63	75	2.658
6	SDV	7	1	19	27	72	95	1.936
7	JUNG, DMS & CIE.	13	0	17	30	61	94	1.839
8	QUALITYPOOL	42	2	15	59	29	19	1.732
9	ARUNA	11	4	15	30	56	60	1.681
10	BCA	21	4	13	38	42	10	1.595
11	AMEXPOOL	29	6	10	45	31	20	1.384
12	MAXPOOL	22	4	11	37	37	10	1.353
13	INVERS	14	1	13	28	47	30	1.328
14	DEGENIA / DMU	26	4	9	39	31	10	1.194
15	KAB	18	2	9	29	37	15	1.081
16	NETFONDS	5	0	11	16	67	89	1.076
17	DEMA	17	0	9	26	37	10	972
18	PMA	2	0	9	11	85	100	930
19	GERMANBROKER	2	2	8	12	69	75	830
20	WIFO	10	1	4	15	32	20	485
21	SACHPOOL	10	4	2	16	27	15	427
22	CONCEPT IF	18	0	0	18	10	8	183

3.4 Favoriten der Vermittler – Sach / HUK

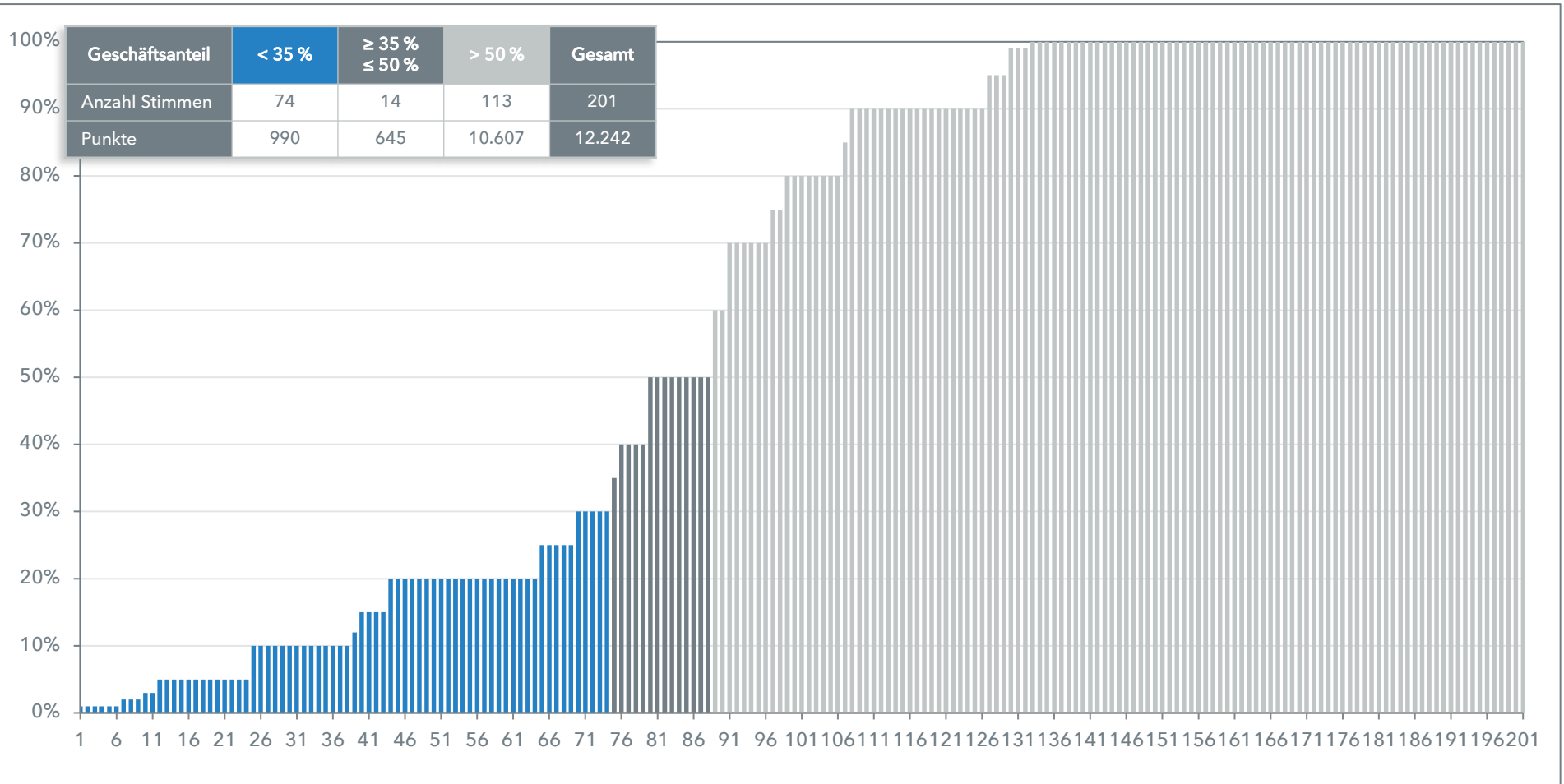
3.4.2 Share of Wallet (6 von 6)



3.4 Favoriten der Vermittler – Sach / HUK

3.4.6 Analyse der Top-Anbieter

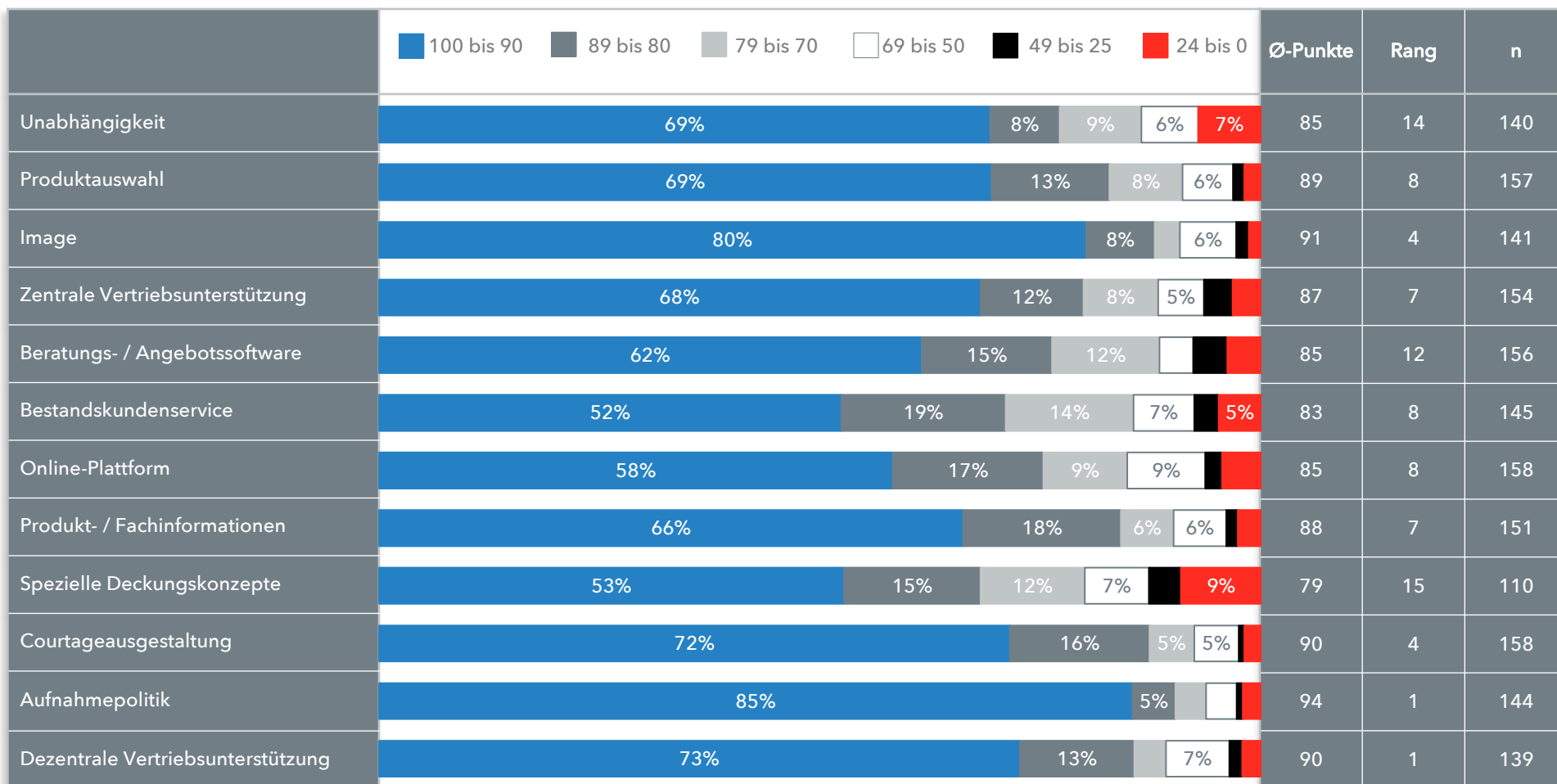
FONDS FINANZ | Share of Wallet



3.4 Favoriten der Vermittler – Sach / HUK

3.4.6 Analyse der Top-Anbieter

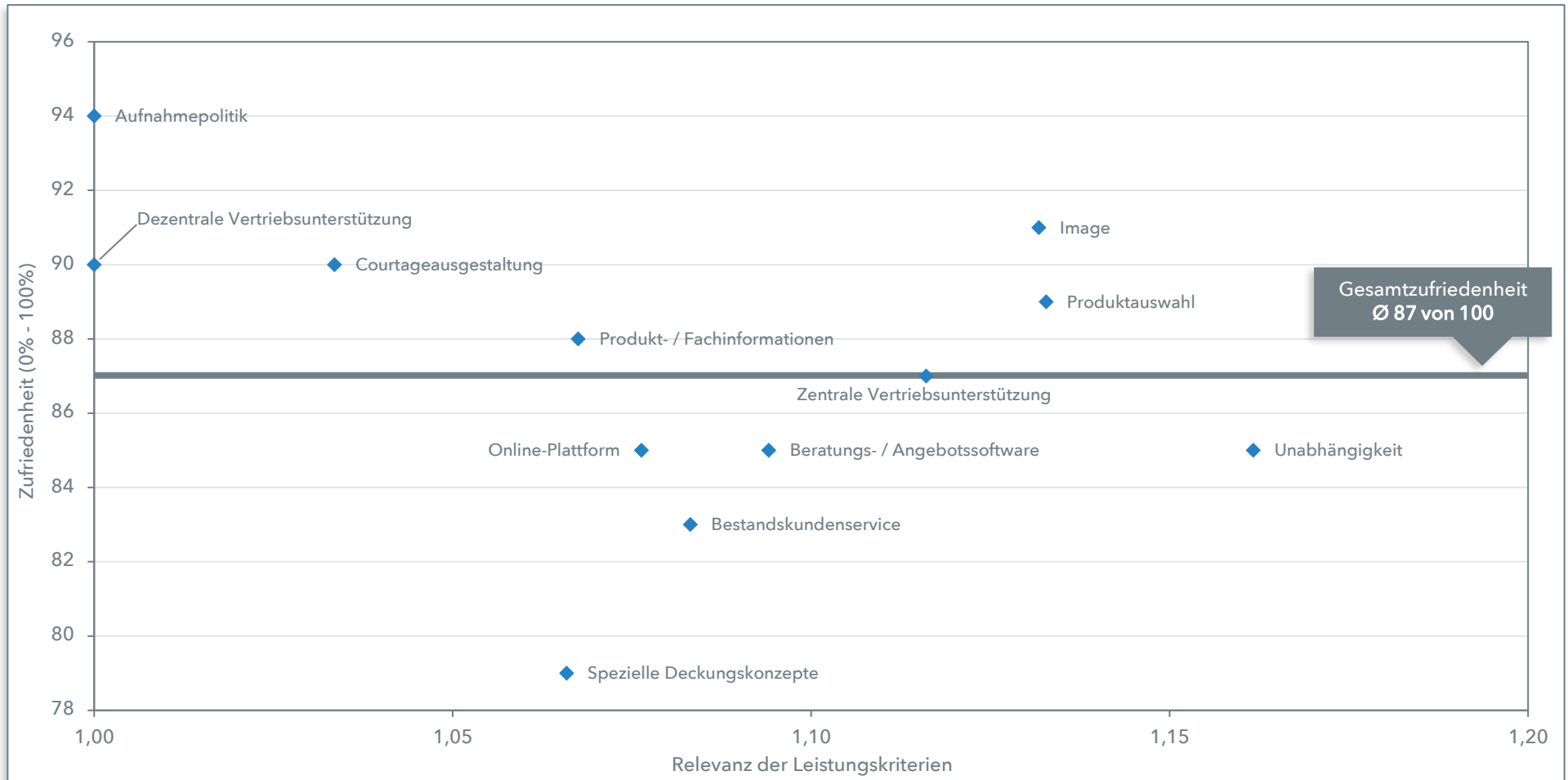
FONDS FINANZ | Leistungskriterien



3.4 Favoriten der Vermittler – Sach / HUK

3.4.6 Analyse der Top-Anbieter

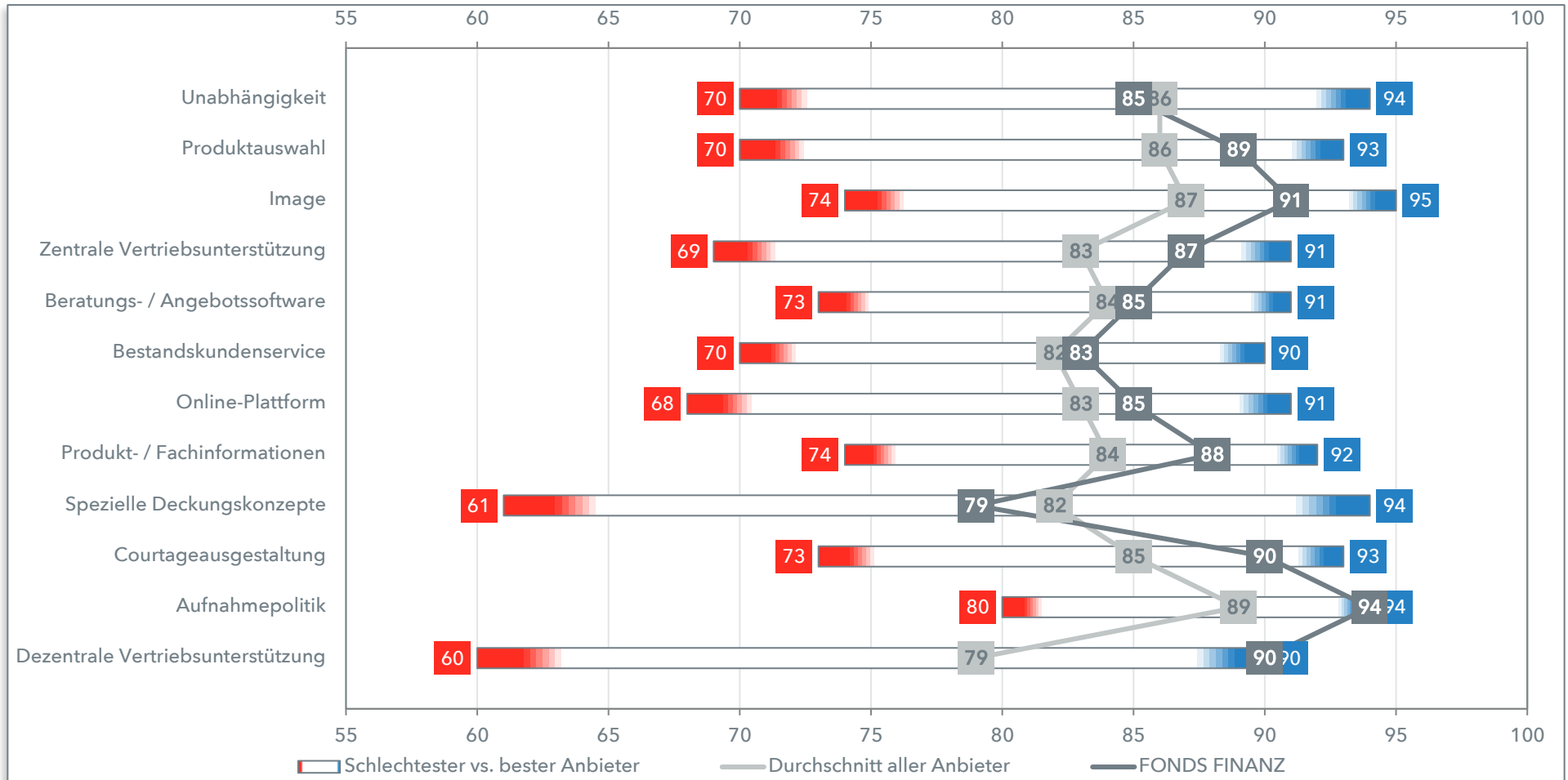
FONDS FINANZ | interne Stärken- / Schwächen-Analyse



3.4 Favoriten der Vermittler – Sach / HUK

3.4.6 Analyse der Top-Anbieter

FONDS FINANZ | wettbewerbsorientierte Stärken- / Schwächenanalyse



3.4 Favoriten der Vermittler – Sach / HUK

3.4.6 Analyse der Top-Anbieter

FONDS FINANZ | Management-Matrix

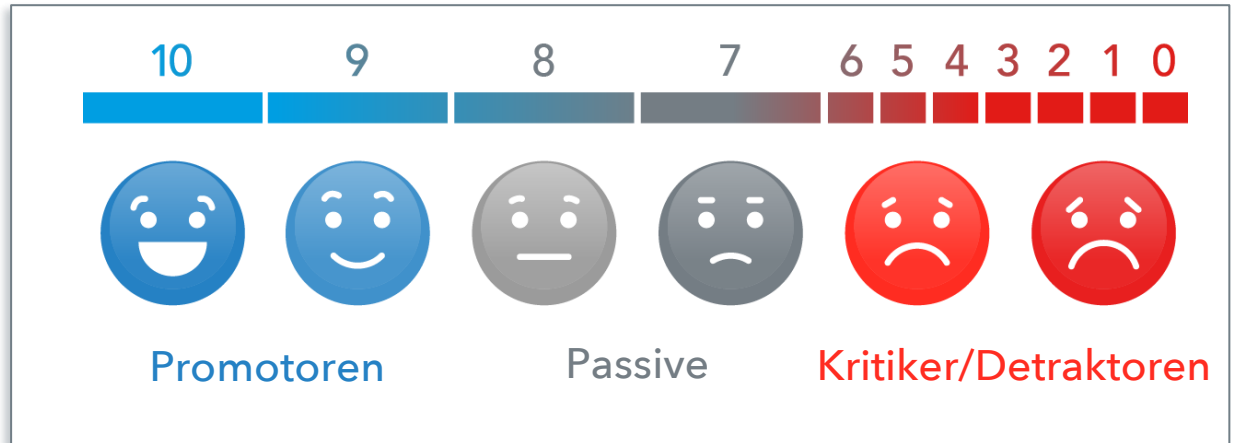
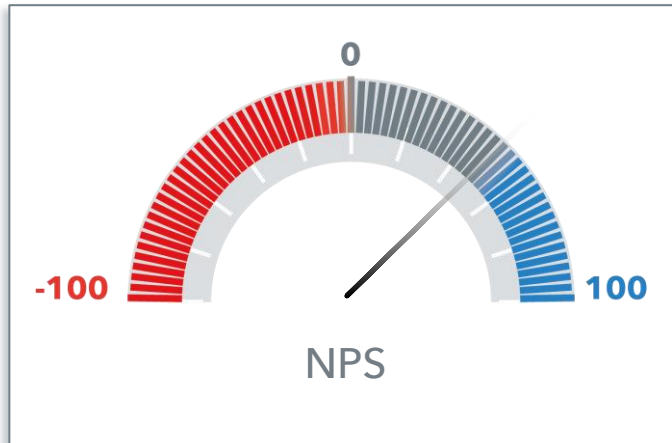
Leistungskriterium	Wichtigkeit	Erreichungsgrad I Abweichung vom Mittelwert aller Unternehmen	Erreichungsgrad II Abweichung von eigener Gesamtzufriedenheit
Unabhängigkeit	++	o	o
Produktauswahl	++	+	o
Image	++	+	+
Zentrale Vertriebsunterstützung	++	+	o
Beratungs- / Angebotssoftware	+	o	o
Bestandskundenservice	+	o	-
Online-Plattform	+	o	o
Produkt- / Fachinformationen	+	+	o
Spezielle Deckungskonzepte	+	-	-
Courtageausgestaltung	+	+	+
Aufnahmepolitik	o	+	+
Dezentrale Vertriebsunterstützung	o	++	+

Legende			
Wichtigkeit (Relevanz des Leistungskriteriums)	++	sehr wichtig	> 1,10
	+	wichtig	1,00 < x < 1,10
	o	durchschnittlich	= 1,00
Erreichungsgrad (Abweichung)	++	viel besser	> +10
	+	etwas besser	+2,5 bis +10
	o	durchschnittlich	-2,5 bis +2,5
	-	etwas schlechter	-10 bis -2,5
	--	viel schlechter	< -10

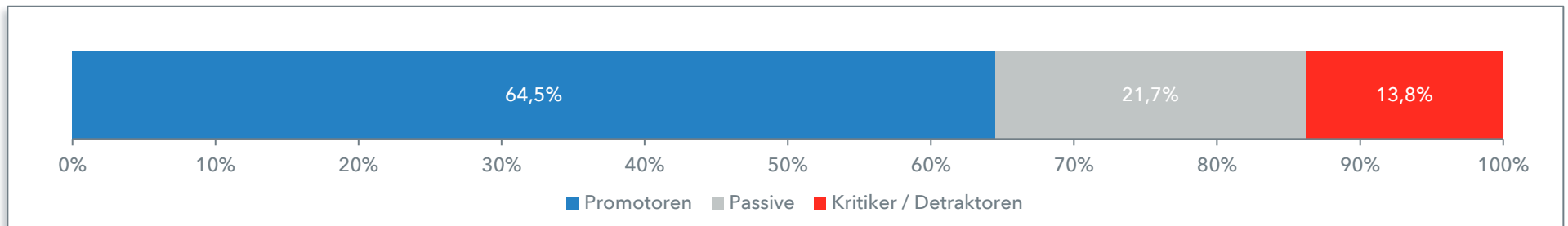
3.4 Favoriten der Vermittler – Sach / HUK

3.4.6 Analyse der Top-Anbieter

FONDS FINANZ | Net-Promoter-Score (NPS) (n = 152)



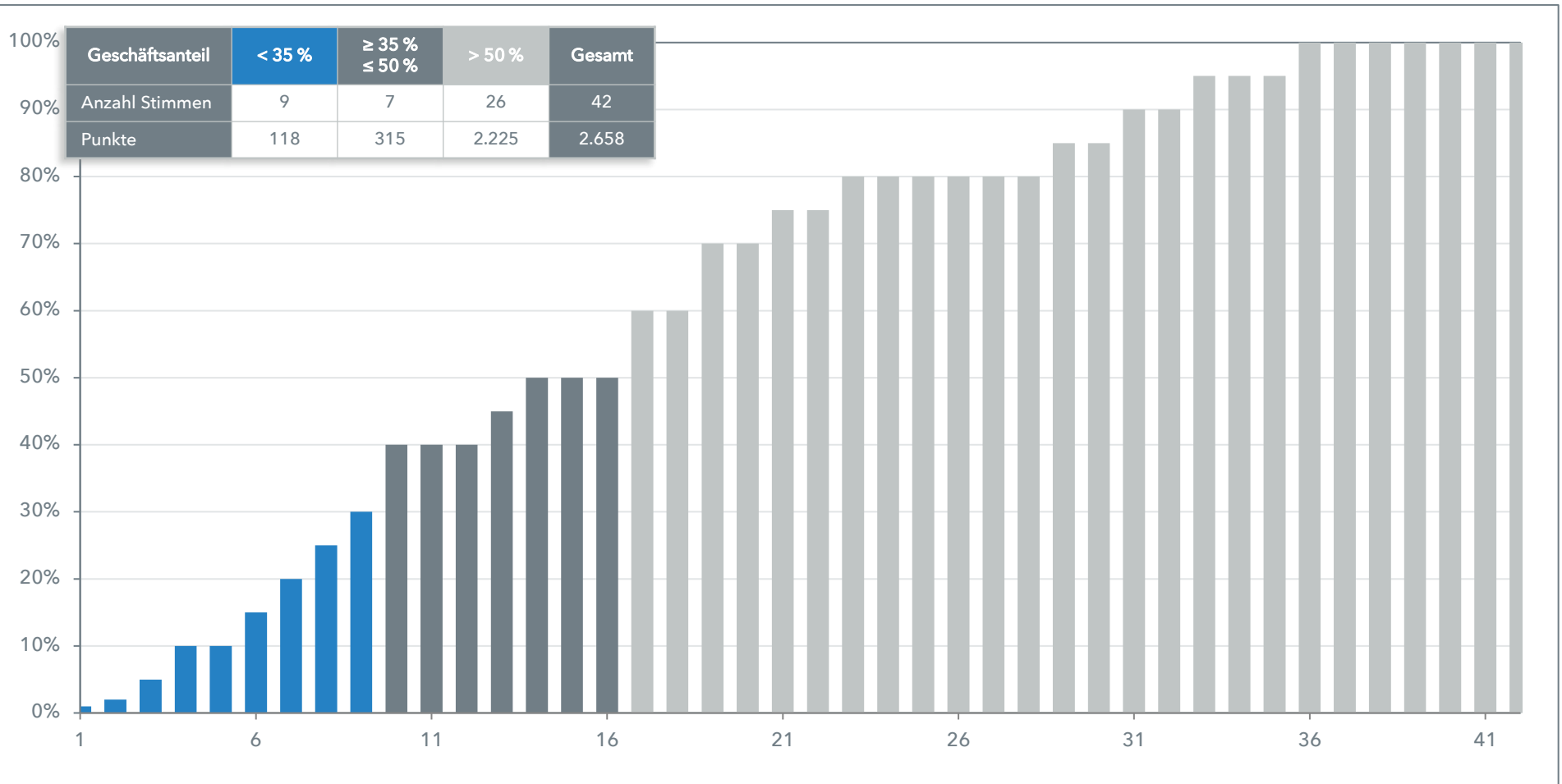
50,7 = 64,5% - 13,8%



3.4 Favoriten der Vermittler – Sach / HUK

3.4.6 Analyse der Top-Anbieter

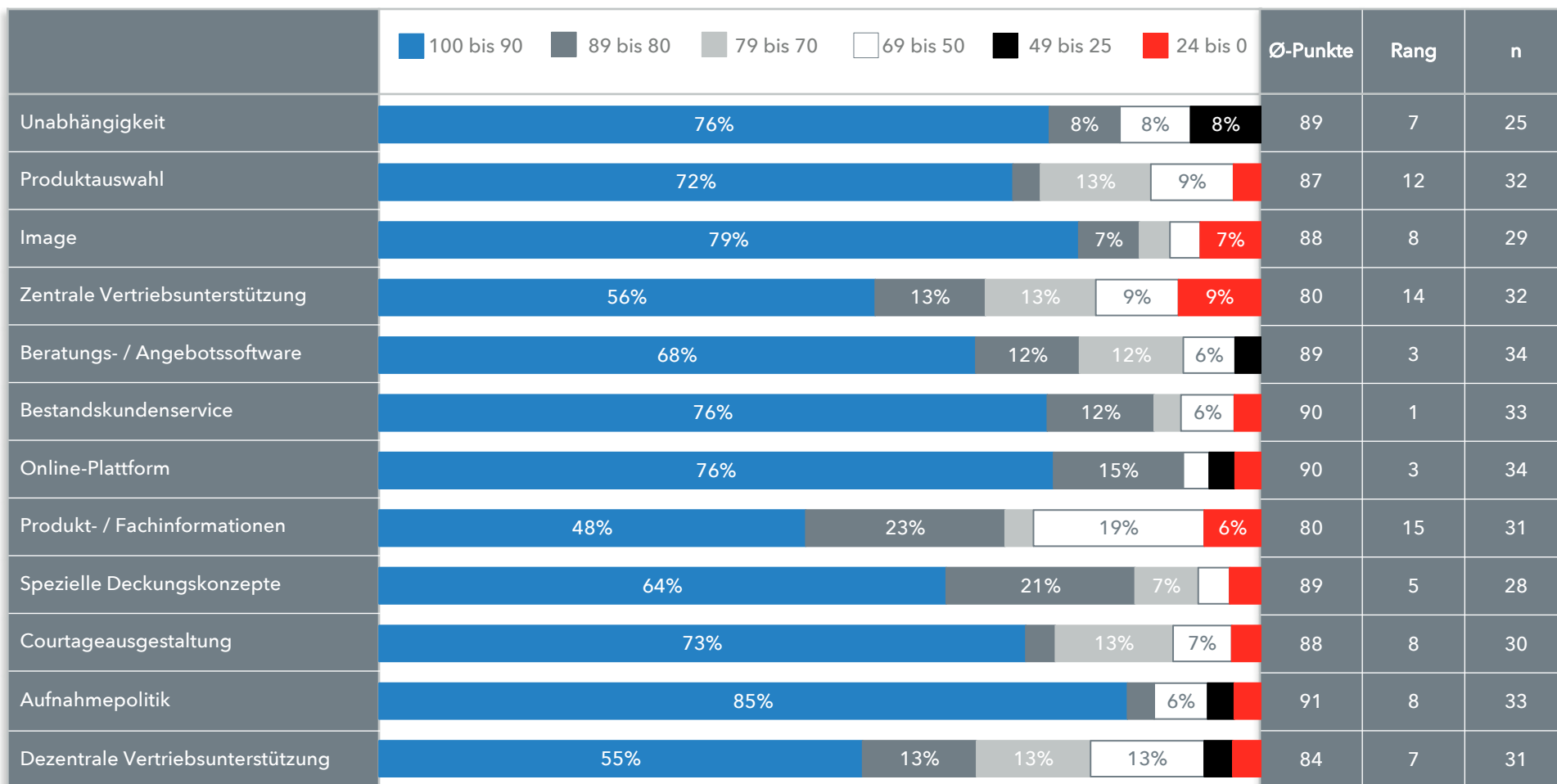
DEUTSCHER MAKLERVERBUND | Share of Wallet



3.4 Favoriten der Vermittler – Sach / HUK

3.4.6 Analyse der Top-Anbieter

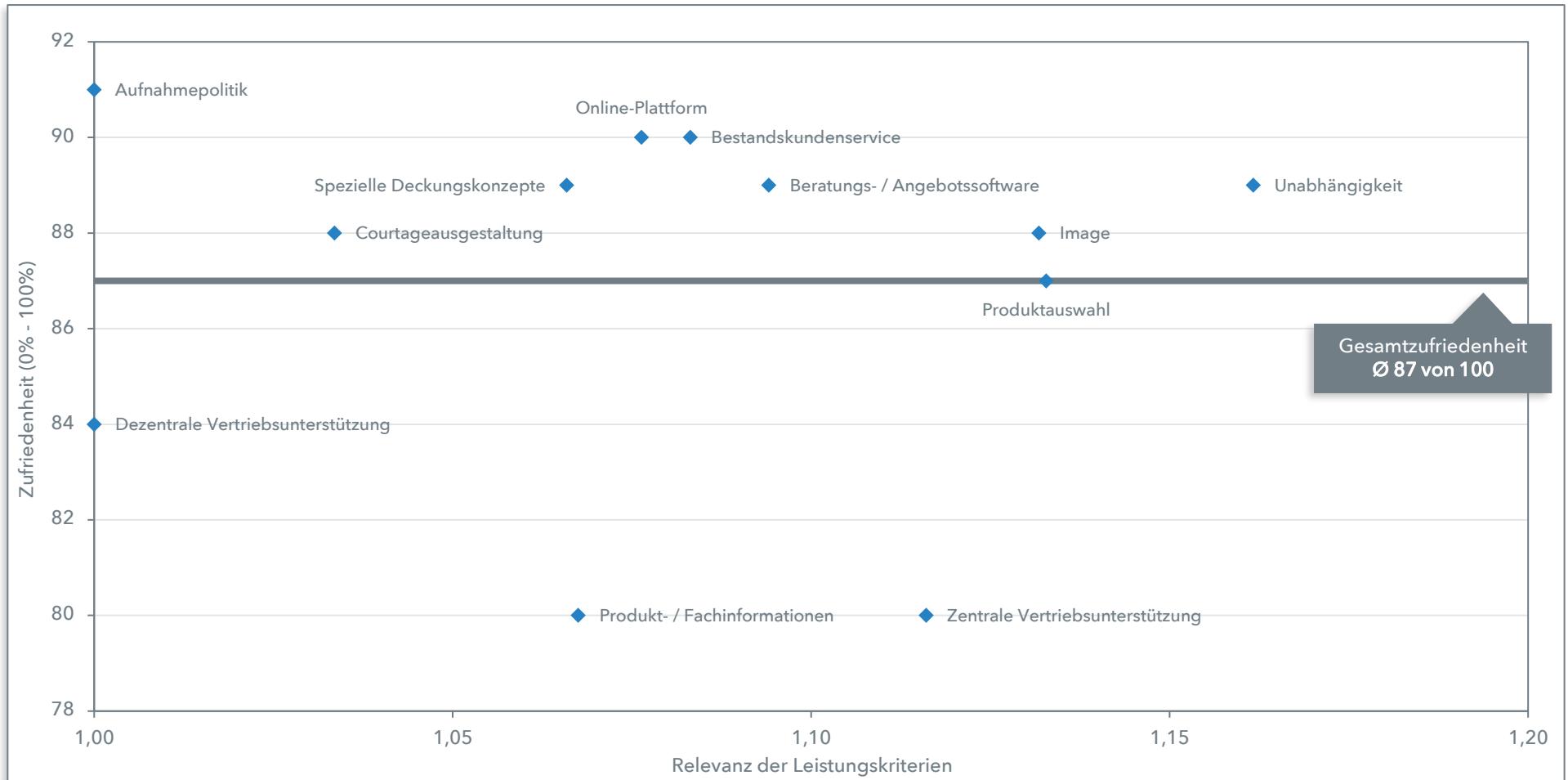
DEUTSCHER MAKLERVERBUND | Leistungskriterien



3.4 Favoriten der Vermittler – Sach / HUK

3.4.6 Analyse der Top-Anbieter

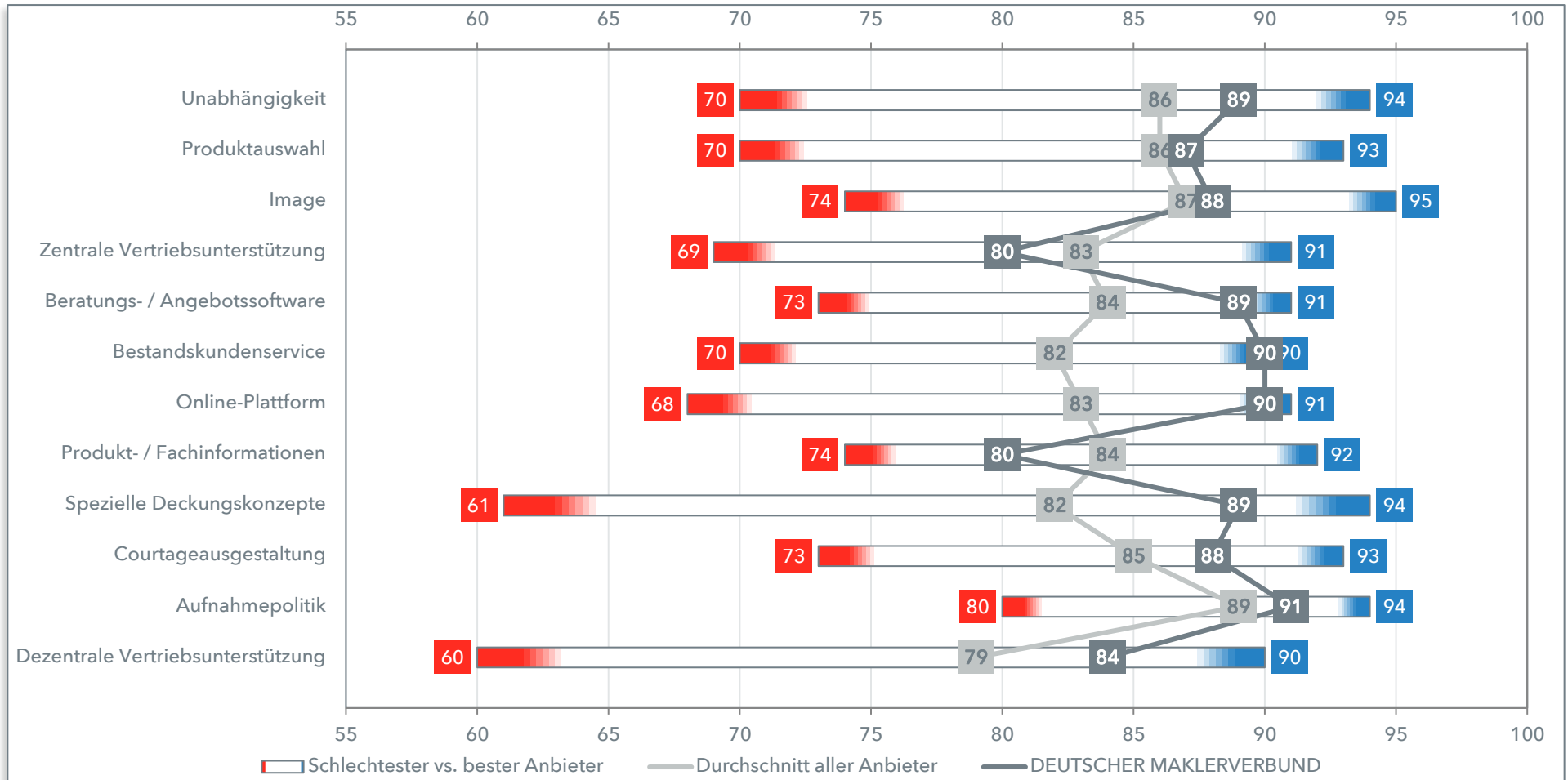
DEUTSCHER MAKLERVERBUND | interne Stärken- / Schwächen-Analyse



3.4 Favoriten der Vermittler – Sach / HUK

3.4.6 Analyse der Top-Anbieter

DEUTSCHER MAKLERVERBUND | wettbewerbsorientierte Stärken- / Schwächenanalyse



3.4 Favoriten der Vermittler – Sach / HUK

3.4.6 Analyse der Top-Anbieter

DEUTSCHER MAKLERVERBUND | Management-Matrix

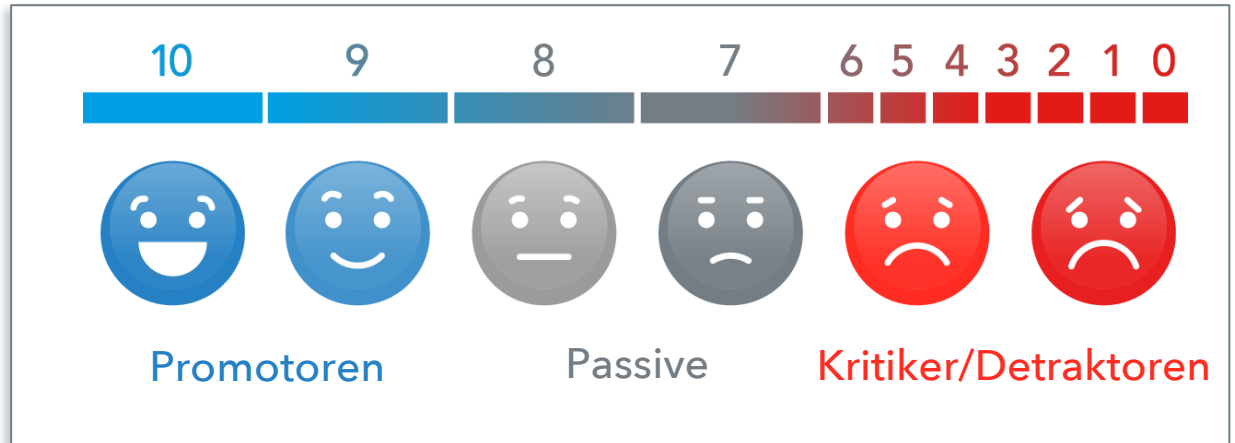
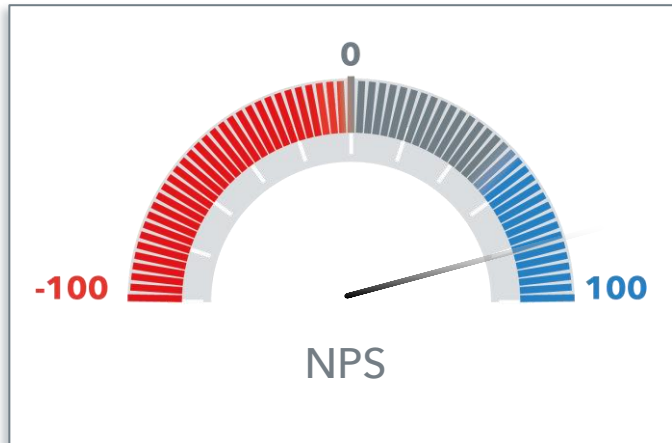
Leistungskriterium	Wichtigkeit	Erreichungsgrad I Abweichung vom Mittelwert aller Unternehmen	Erreichungsgrad II Abweichung von eigener Gesamtzufriedenheit
Unabhängigkeit	++	+	o
Produktauswahl	++	o	o
Image	++	o	o
Zentrale Vertriebsunterstützung	++	-	-
Beratungs- / Angebotssoftware	+	+	o
Bestandskundenservice	+	+	+
Online-Plattform	+	+	+
Produkt- / Fachinformationen	+	-	-
Spezielle Deckungskonzepte	+	+	o
Courtageausgestaltung	+	+	o
Aufnahmepolitik	o	o	+
Dezentrale Vertriebsunterstützung	o	+	-

Legende			
Wichtigkeit (Relevanz des Leistungskriteriums)	++	sehr wichtig	> 1,10
	+	wichtig	1,00 < x < 1,10
	o	durchschnittlich	= 1,00
Erreichungsgrad (Abweichung)	++	viel besser	> +10
	+	etwas besser	+2,5 bis +10
	o	durchschnittlich	-2,5 bis +2,5
	-	etwas schlechter	-10 bis -2,5
	--	viel schlechter	< -10

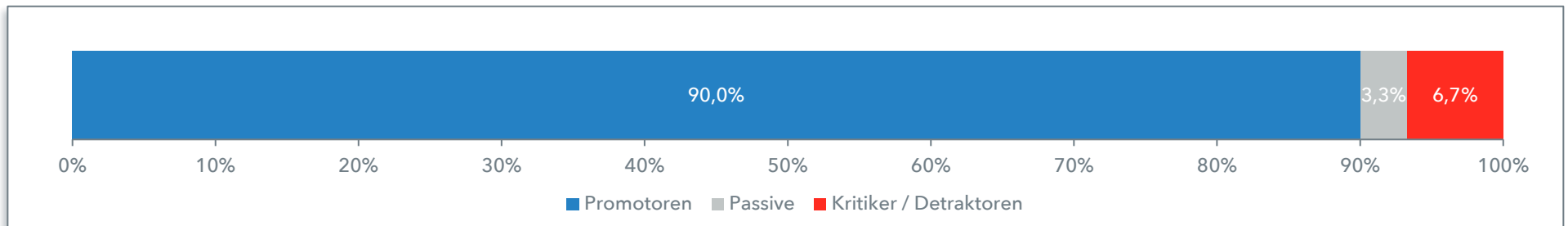
3.4 Favoriten der Vermittler – Sach / HUK

3.4.6 Analyse der Top-Anbieter

DEUTSCHER MAKLERVERBUND | Net-Promoter-Score (NPS) (n = 30)



83,3 = 90,0% - 6,7%





AssCompact
— AWARD —

3. ERGEBNISSE

3.5 FAVORITEN DER VERMITTLER – FINANZANLAGE / FINANZIERUNG

3.5 Favoriten der Vermittler – Finanzanlage / Finanzierung

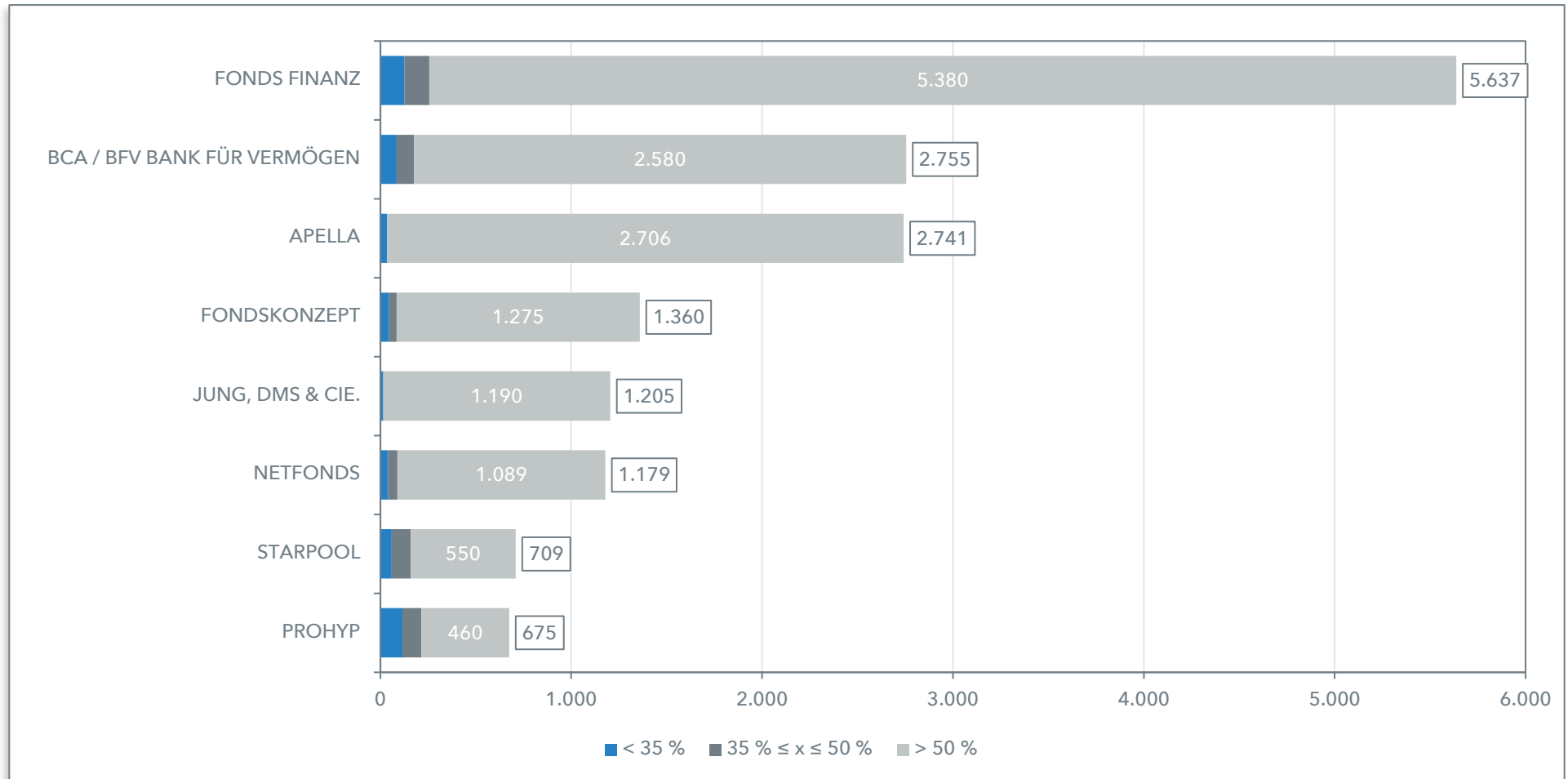
3.5.1 Ranking der Top-Anbieter

Finanzanlage / Finanzierung	
Platz 1	FONDS FINANZ
Platz 2	BCA / BFV BANK FÜR VERMÖGEN
Platz 3	APELLA
Platz 4	FONDSKONZEPT
Platz 5	JUNG, DMS & CIE.
Platz 6	NETFONDS
Platz 7	STARPOOL
Platz 8	PROHYP



3.5 Favoriten der Vermittler – Finanzanlage / Finanzierung

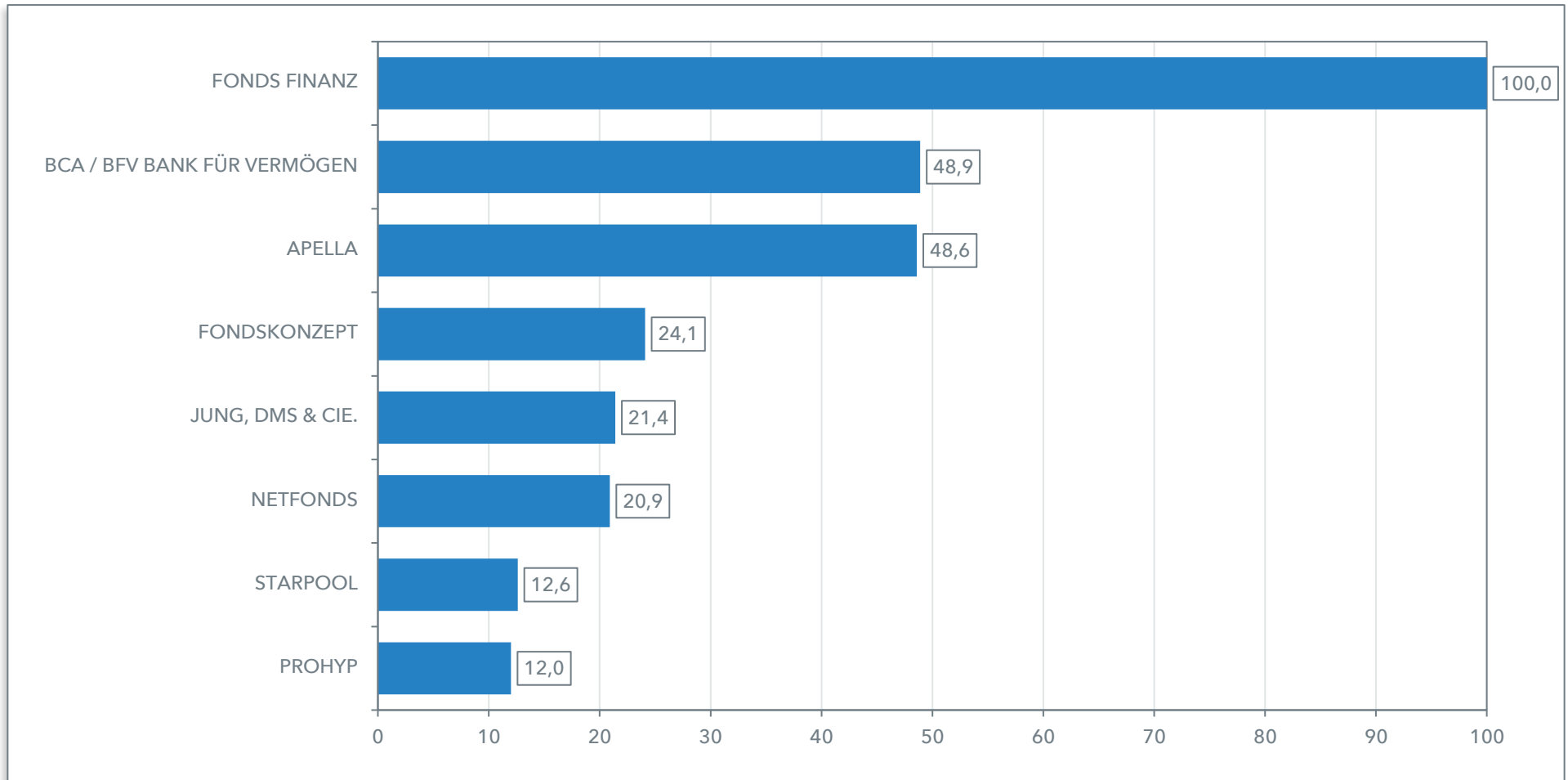
3.5.2 Share of Wallet (1 von 6)



3.5 Favoriten der Vermittler – Finanzanlage / Finanzierung

3.5.2 Share of Wallet (2 von 6)

Index SoW

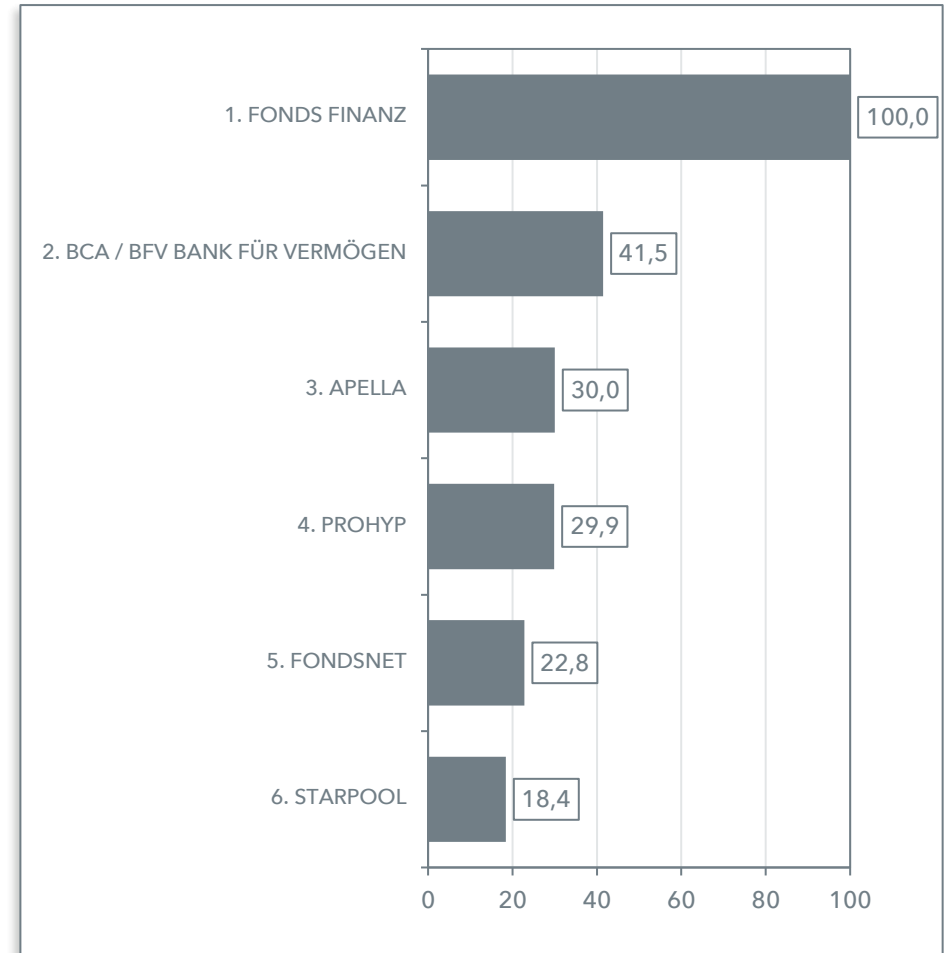
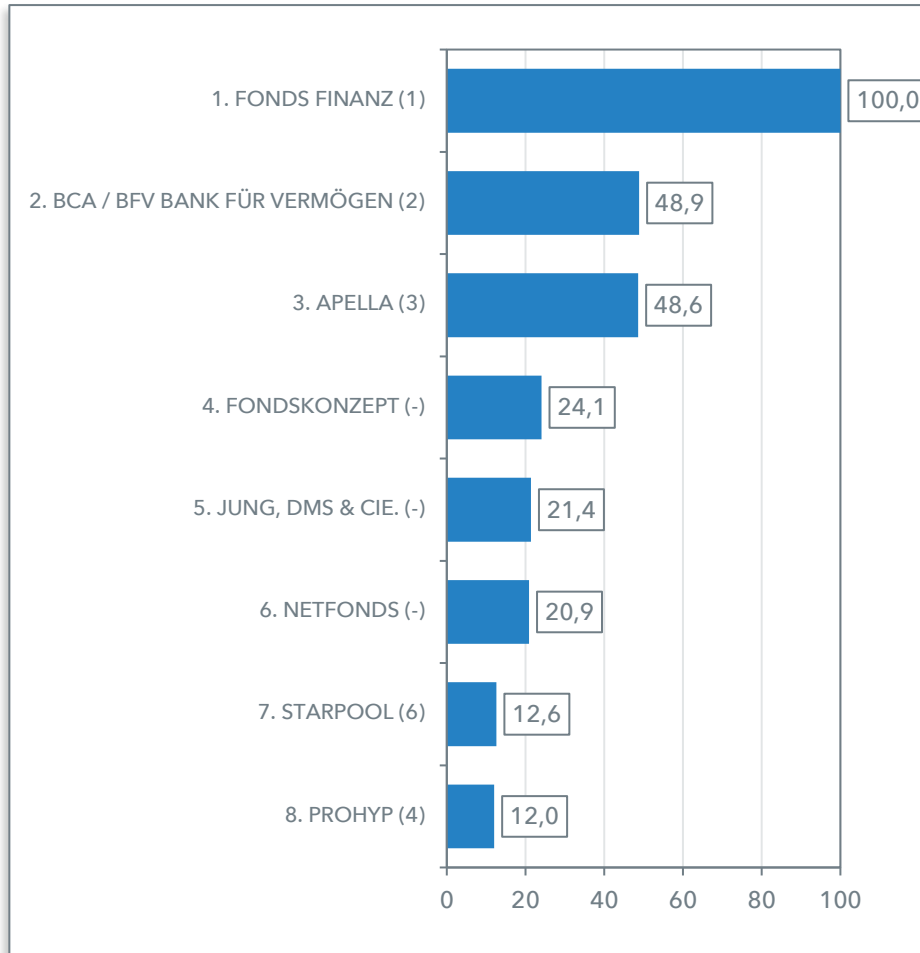


3.5 Favoriten der Vermittler – Finanzanlage / Finanzierung

3.5.2 Share of Wallet (3 von 6)

Index SoW 2023 (Vorjahresplatzierung in Klammern)

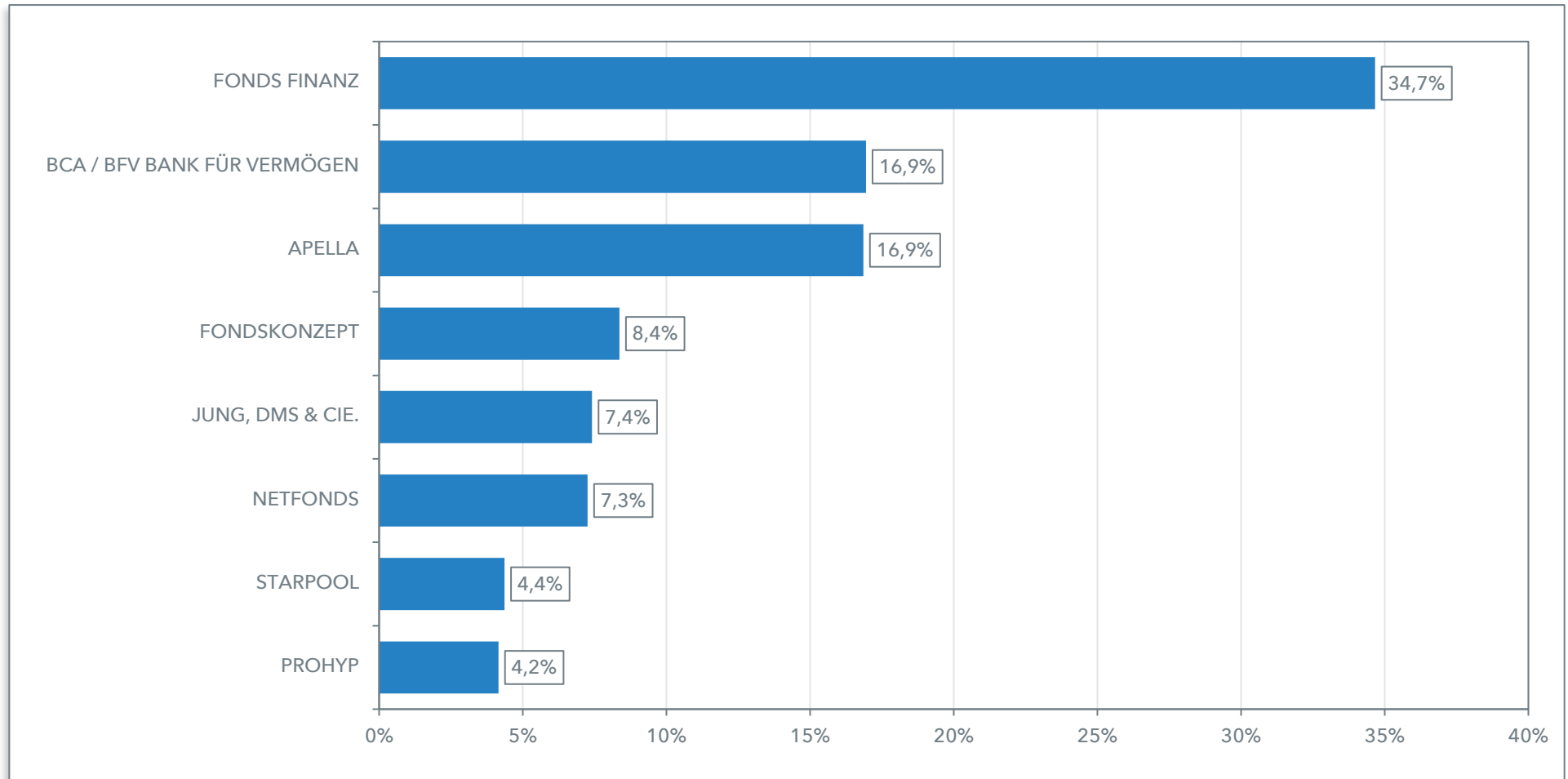
Index SoW 2022



3.5 Favoriten der Vermittler – Finanzanlage / Finanzierung

3.5.2 Share of Wallet (4 von 6)

SoW-Anteil in Prozentpunkten



3.5 Favoriten der Vermittler – Finanzanlage / Finanzierung

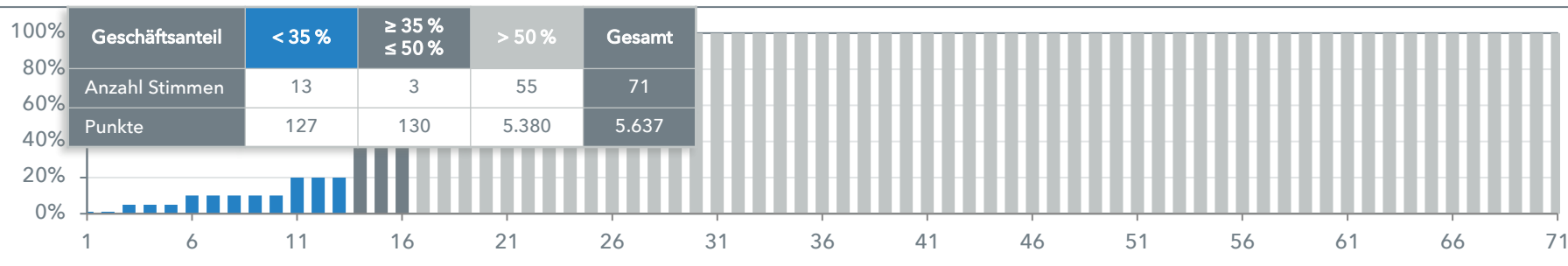
3.5.2 Share of Wallet (5 von 6)

Unternehmen		Anzahl der Stimmen				Geschäftsanteil		
		Geschäftsanteil			Gesamt	Mittelwert in %	Median	Gesamtpunkte
		< 35 %	35 % ≤ x ≤ 50 %	> 50 %				
1	FONDS FINANZ	13	3	55	71	79	100	5.637
2	BCA / BFV BANK FÜR VERMÖGEN	6	2	27	35	79	100	2.755
3	APELLA	3	0	28	31	88	100	2.741
4	FONDSKONZEPT	3	1	13	17	80	100	1.360
5	JUNG, DMS & CIE.	2	0	12	14	86	100	1.205
6	NETFONDS	4	1	12	17	69	90	1.179
7	STARPOOL	4	2	6	12	59	65	709
8	PROHYP	7	2	5	14	48	40	675

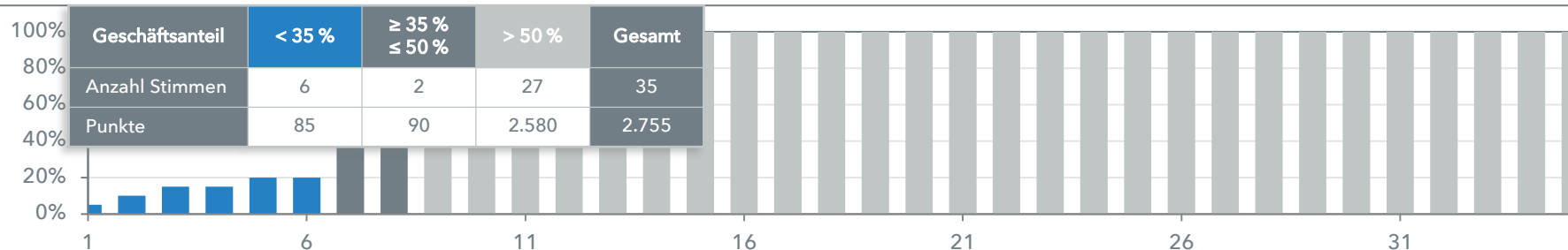
3.5 Favoriten der Vermittler – Finanzanlage / Finanzierung

3.5.2 Share of Wallet (6 von 6)

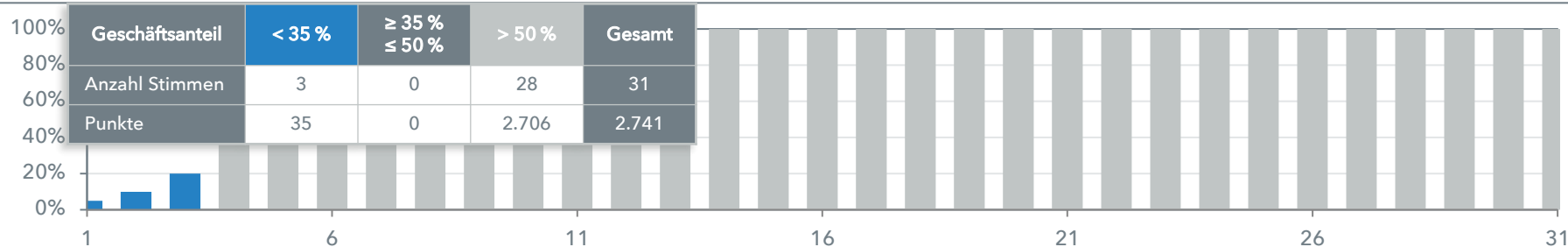
1. FONDS FINANZ



2. BCA / BVV BANK FÜR VERMÖGEN



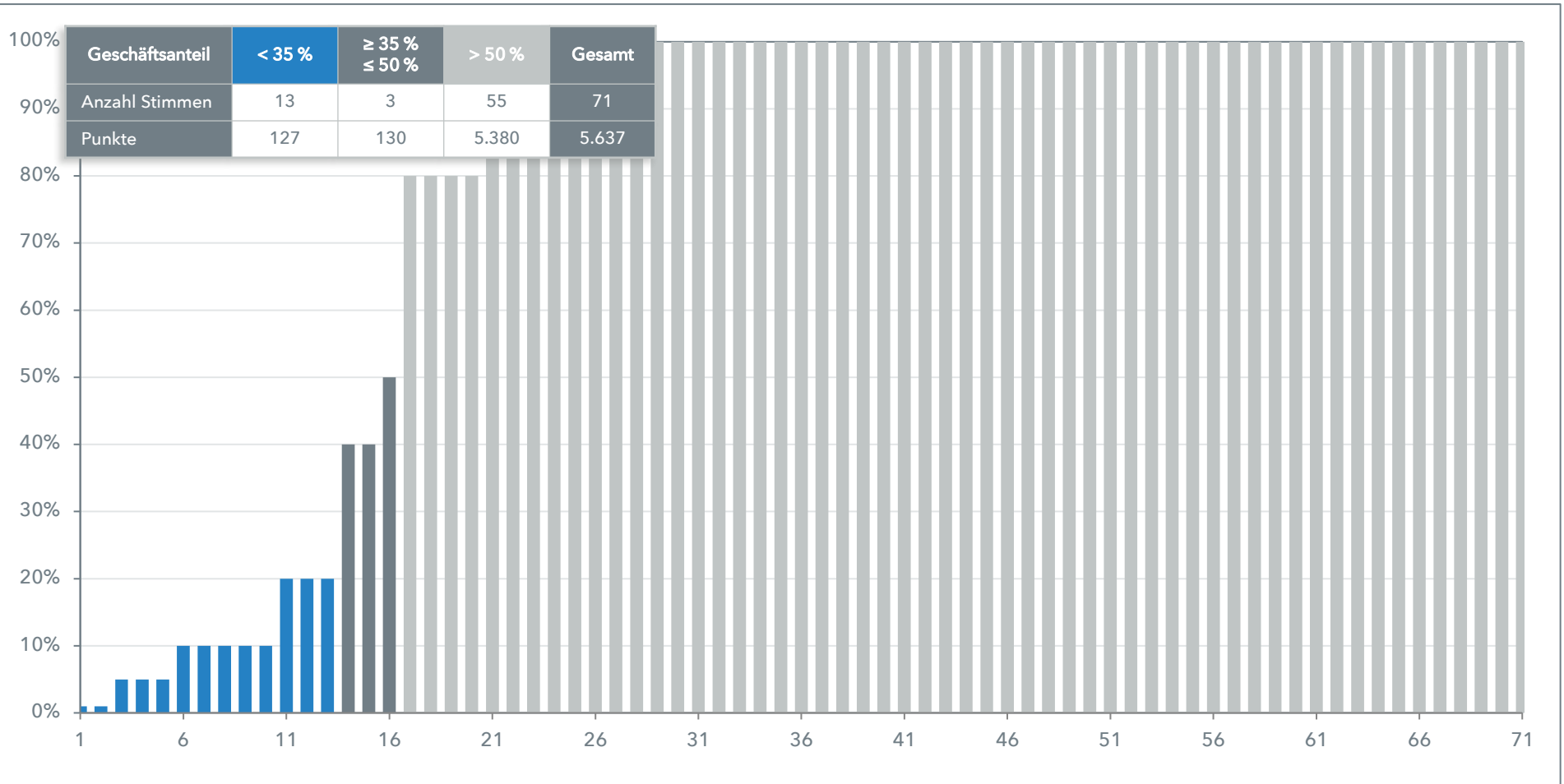
3. APELLA



3.5 Favoriten der Vermittler – Finanzanlage / Finanzierung

3.5.6 Analyse der Top-Anbieter

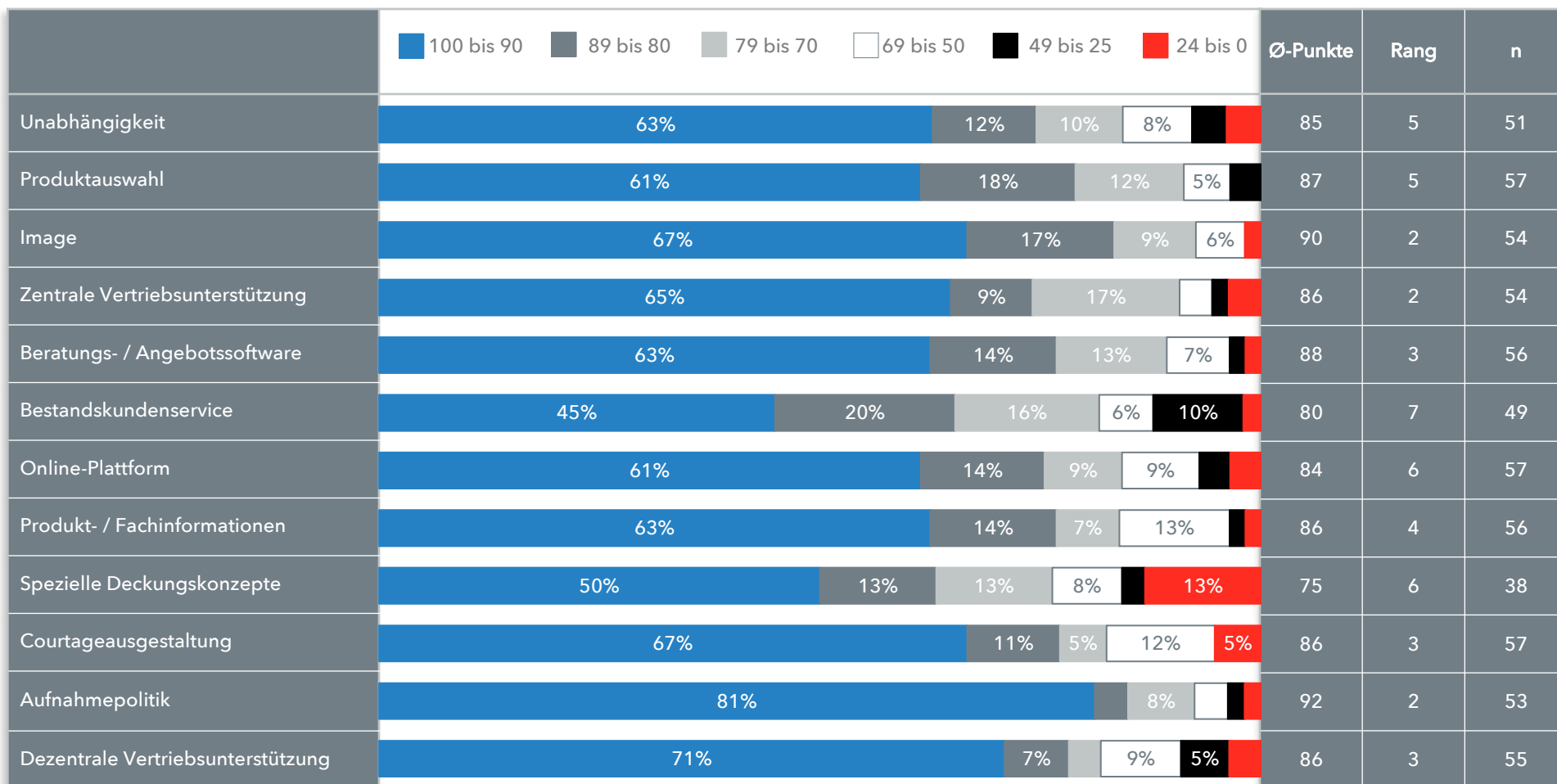
FONDS FINANZ | Share of Wallet



3.5 Favoriten der Vermittler – Finanzanlage / Finanzierung

3.5.6 Analyse der Top-Anbieter

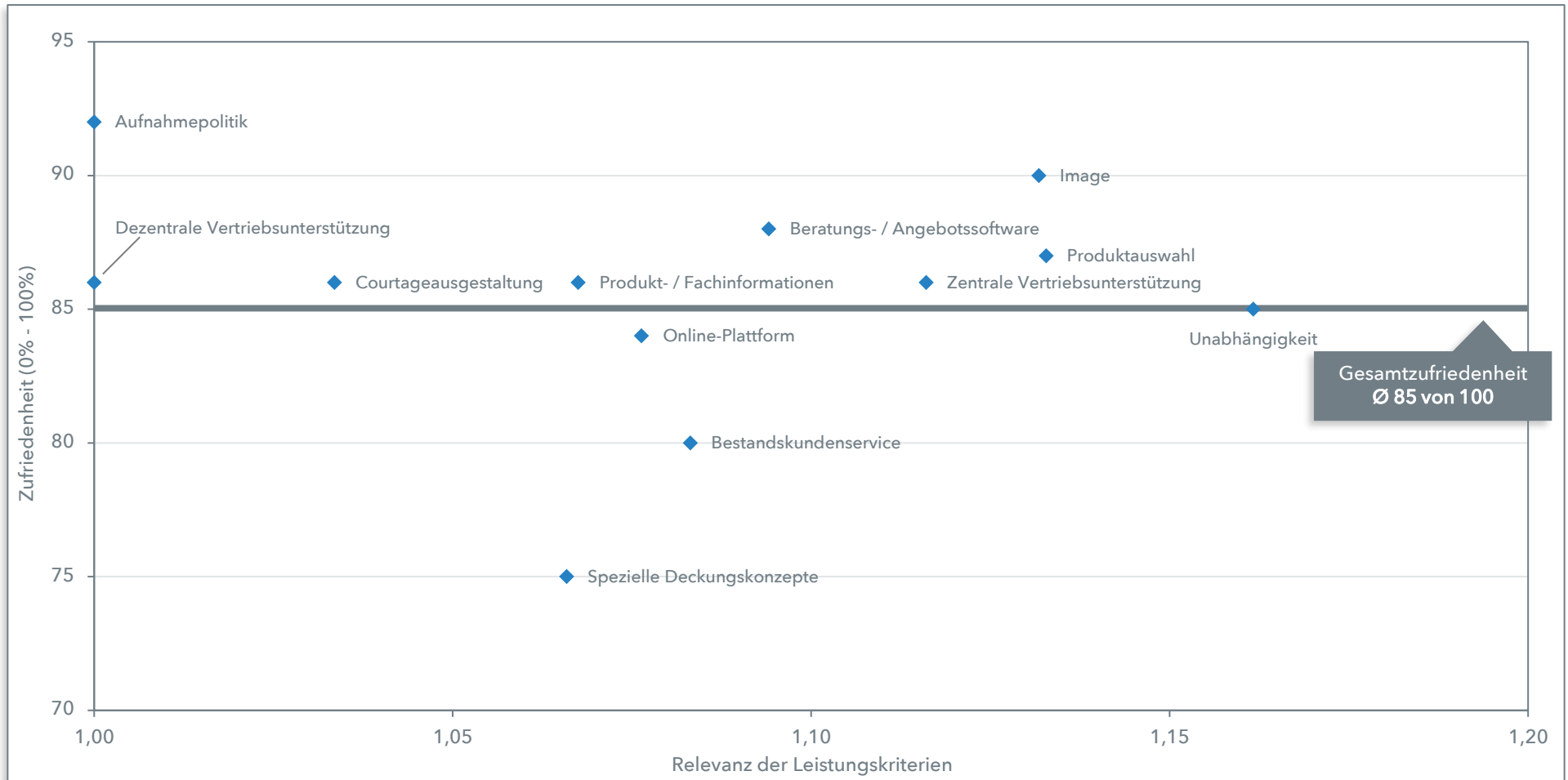
FONDS FINANZ | Leistungskriterien



3.5 Favoriten der Vermittler – Finanzanlage / Finanzierung

3.5.6 Analyse der Top-Anbieter

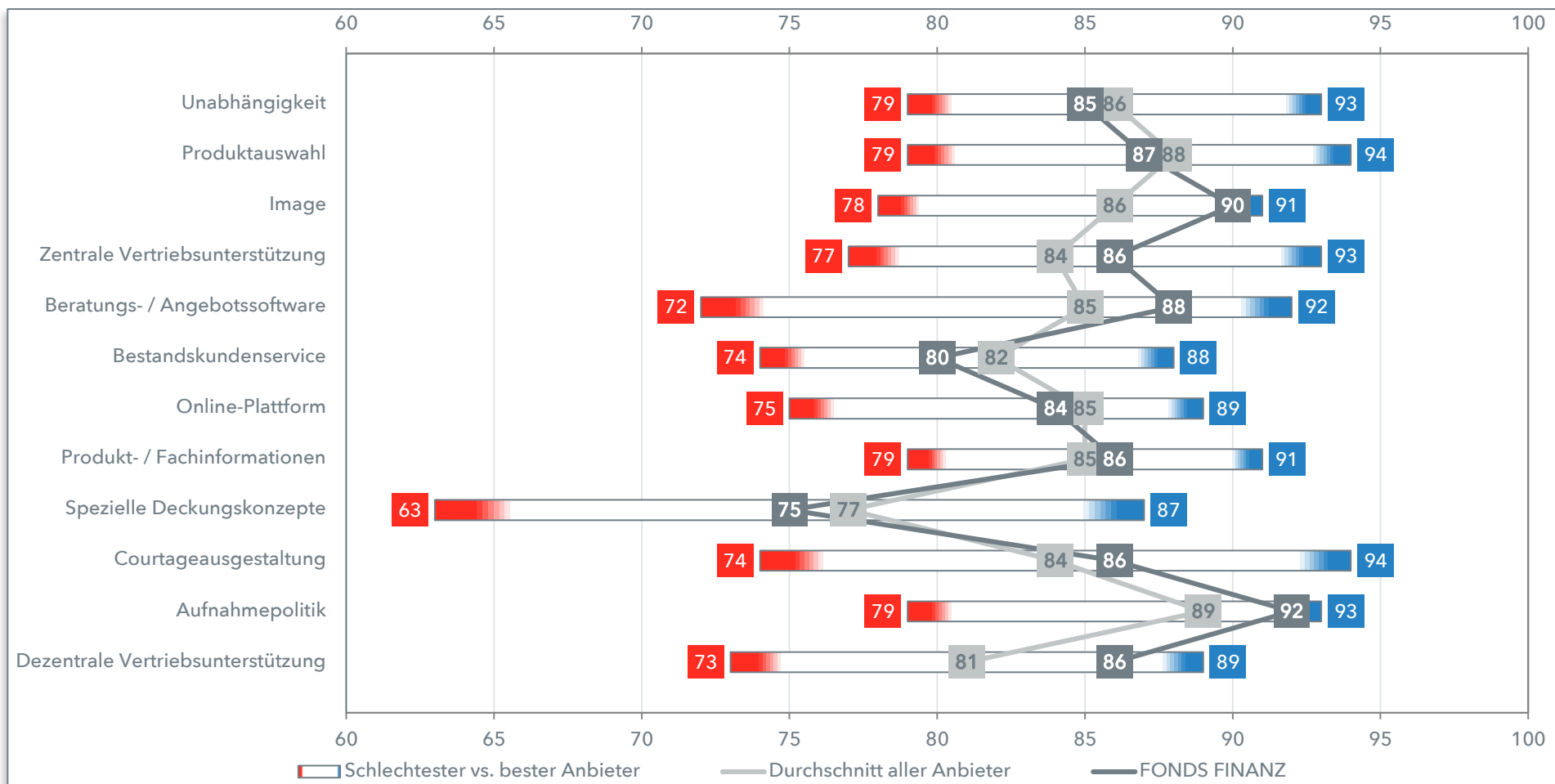
FONDS FINANZ | interne Stärken- / Schwächen-Analyse



3.5 Favoriten der Vermittler – Finanzanlage / Finanzierung

3.5.6 Analyse der Top-Anbieter

FONDS FINANZ | wettbewerbsorientierte Stärken- / Schwächenanalyse



3.5 Favoriten der Vermittler – Finanzanlage / Finanzierung

3.5.6 Analyse der Top-Anbieter

FONDS FINANZ | Management-Matrix

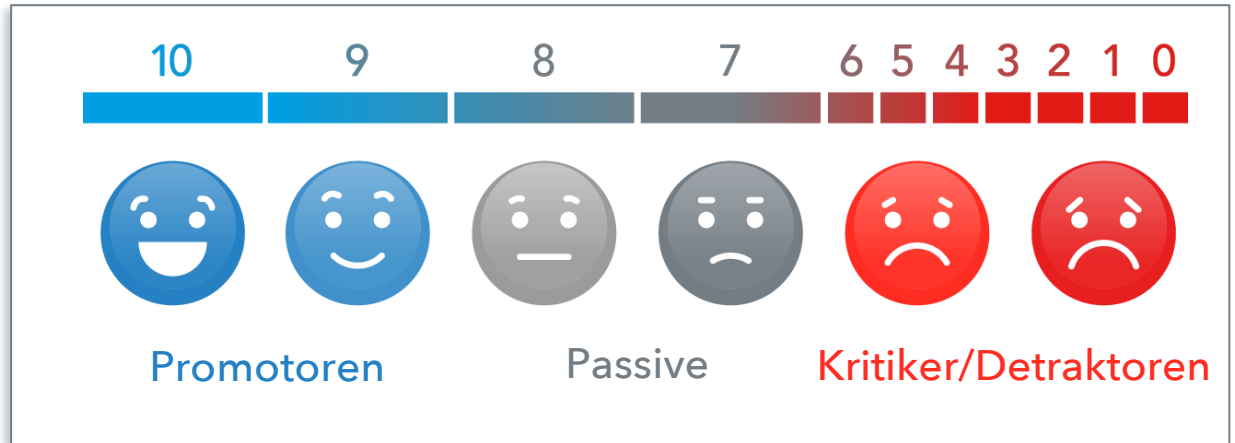
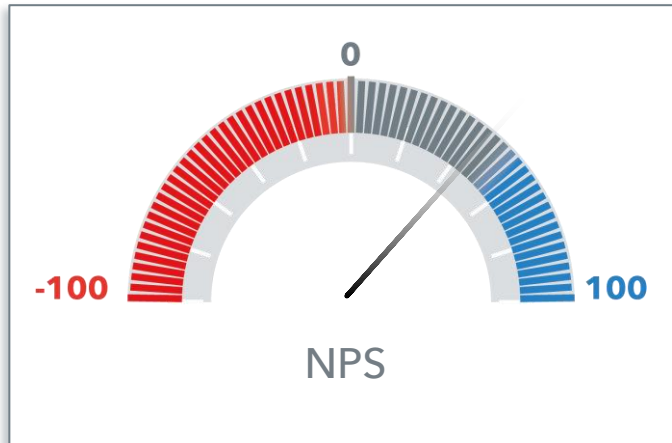
Leistungskriterium	Wichtigkeit	Erreichungsgrad I Abweichung vom Mittelwert aller Unternehmen	Erreichungsgrad II Abweichung von eigener Gesamtzufriedenheit
Unabhängigkeit	++	o	o
Produktauswahl	++	o	o
Image	++	+	+
Zentrale Vertriebsunterstützung	++	o	o
Beratungs- / Angebotssoftware	+	+	+
Bestandskundenservice	+	o	-
Online-Plattform	+	o	o
Produkt- / Fachinformationen	+	o	o
Spezielle Deckungskonzepte	+	o	-
Courtageausgestaltung	+	o	o
Aufnahmepolitik	o	+	+
Dezentrale Vertriebsunterstützung	o	+	o

Legende			
Wichtigkeit (Relevanz des Leistungskriteriums)	++	sehr wichtig	> 1,10
	+	wichtig	1,00 < x < 1,10
	o	durchschnittlich	= 1,00
Erreichungsgrad (Abweichung)	++	viel besser	> +10
	+	etwas besser	+2,5 bis +10
	o	durchschnittlich	-2,5 bis +2,5
	-	etwas schlechter	-10 bis -2,5
	--	viel schlechter	< -10

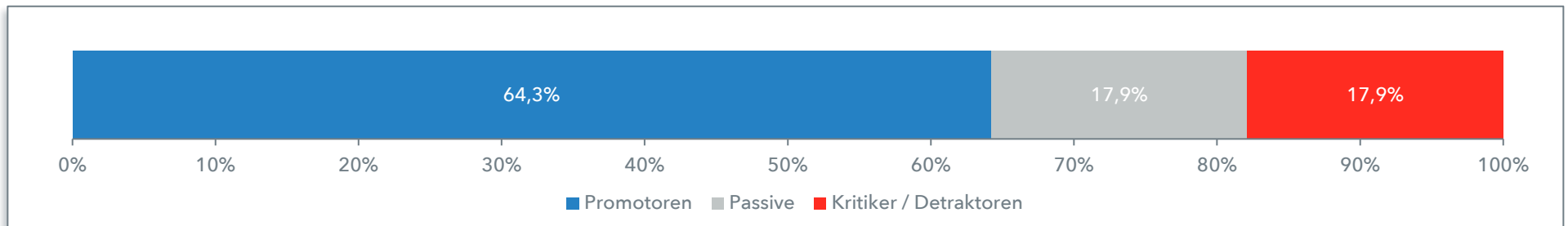
3.5 Favoriten der Vermittler – Finanzanlage / Finanzierung

3.5.6 Analyse der Top-Anbieter

FONDS FINANZ | Net-Promoter-Score (NPS) (n = 56)



$$46,4 = 64,3\% - 17,9\%$$





AssCompact
— AWARD —

4. STELLENWERT



AssCompact

— AWARD —

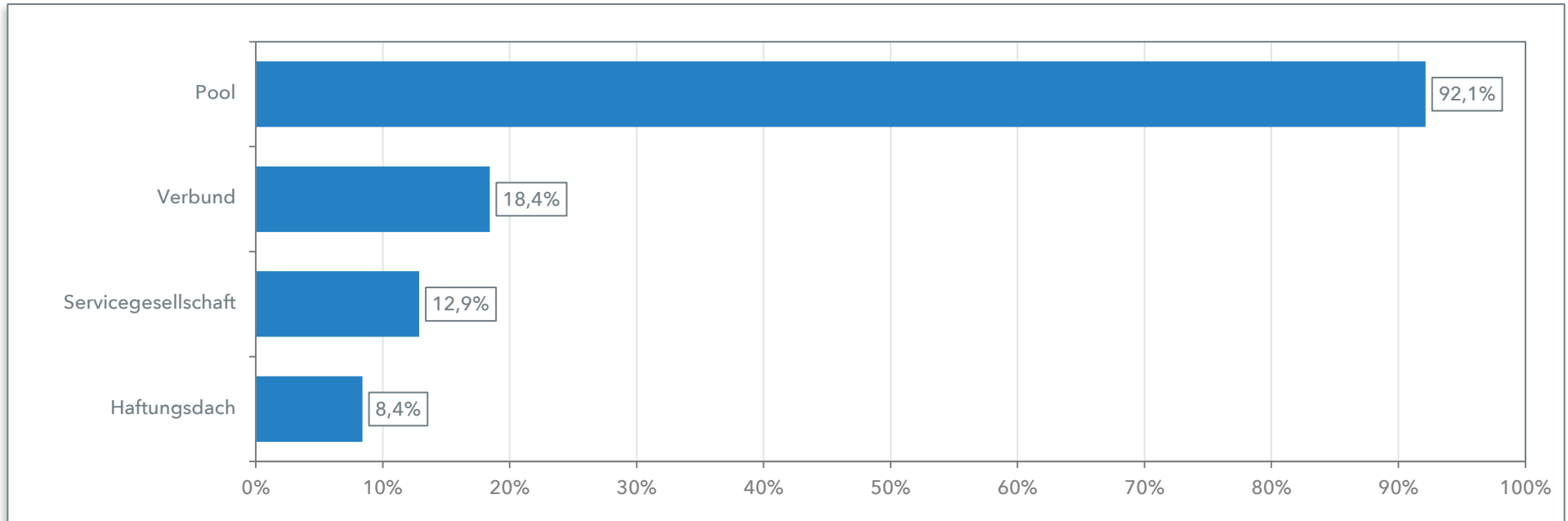
4. STELLENWERT

4.1 ZUSAMMENARBEIT

4.1 Zusammenarbeit

Zusammenarbeit mit Pools, Verbänden, Servicegesellschaften & Haftungsdächern

Mit welchen Dienstleistern arbeiten Sie regelmäßig zusammen? (n = 738; Mehrfachnennungen möglich)



Pool: Angebot von Pooling, Zugängen zu Produkthanbietern, Software etc. - jeweils inklusive Einreichung von Neugeschäft

Verband: wirtschaftliche Interessenvertretung

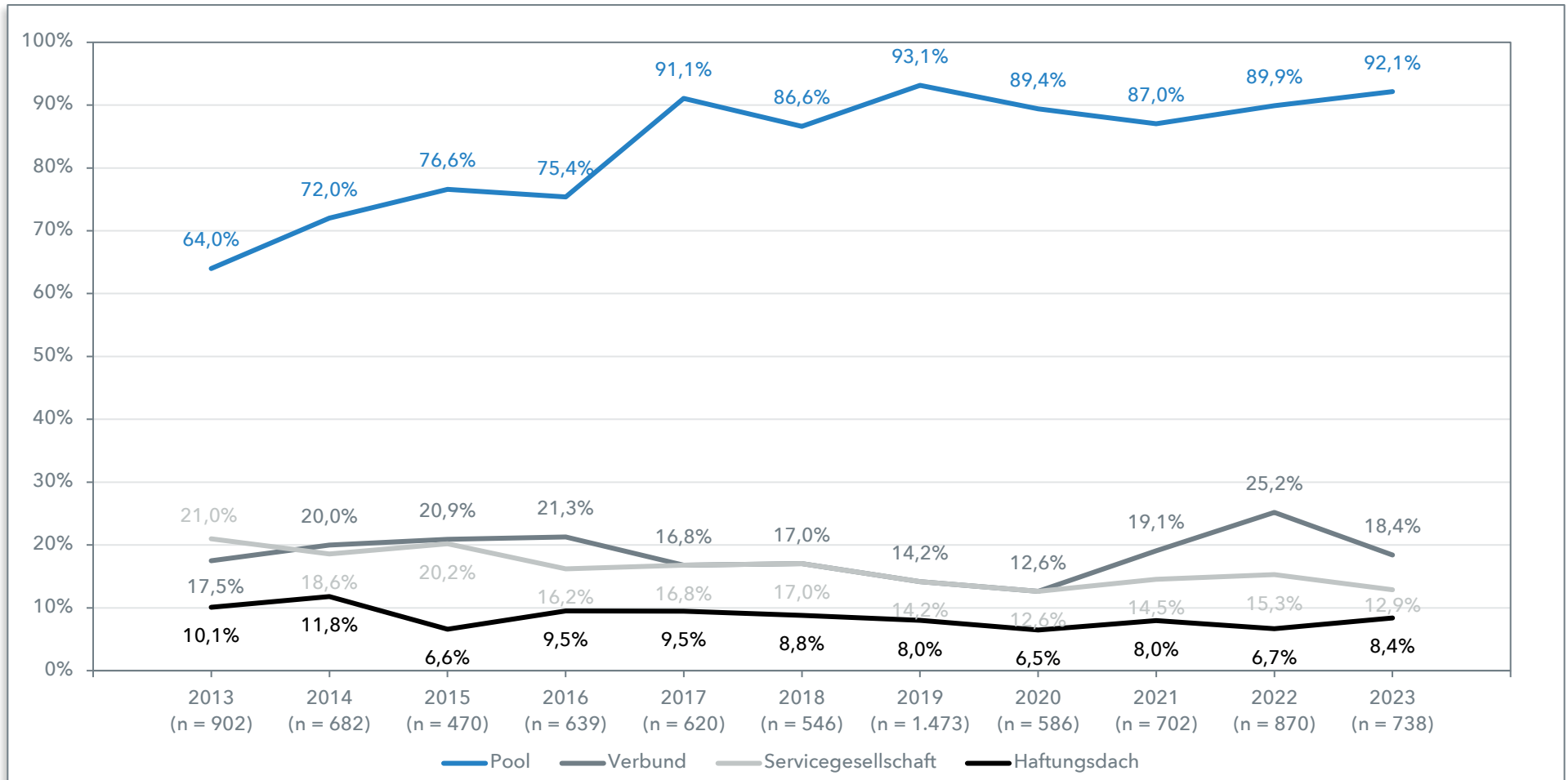
Servicegesellschaft: Software, Rahmenabkommen, Rechtshilfen, Research etc. - jeweils ohne die Möglichkeit Geschäft einzureichen

Haftungsdach: Banken ...

4.1 Zusammenarbeit

Zusammenarbeit mit Pools, Verbänden, Servicegesellschaften & Haftungsdächern

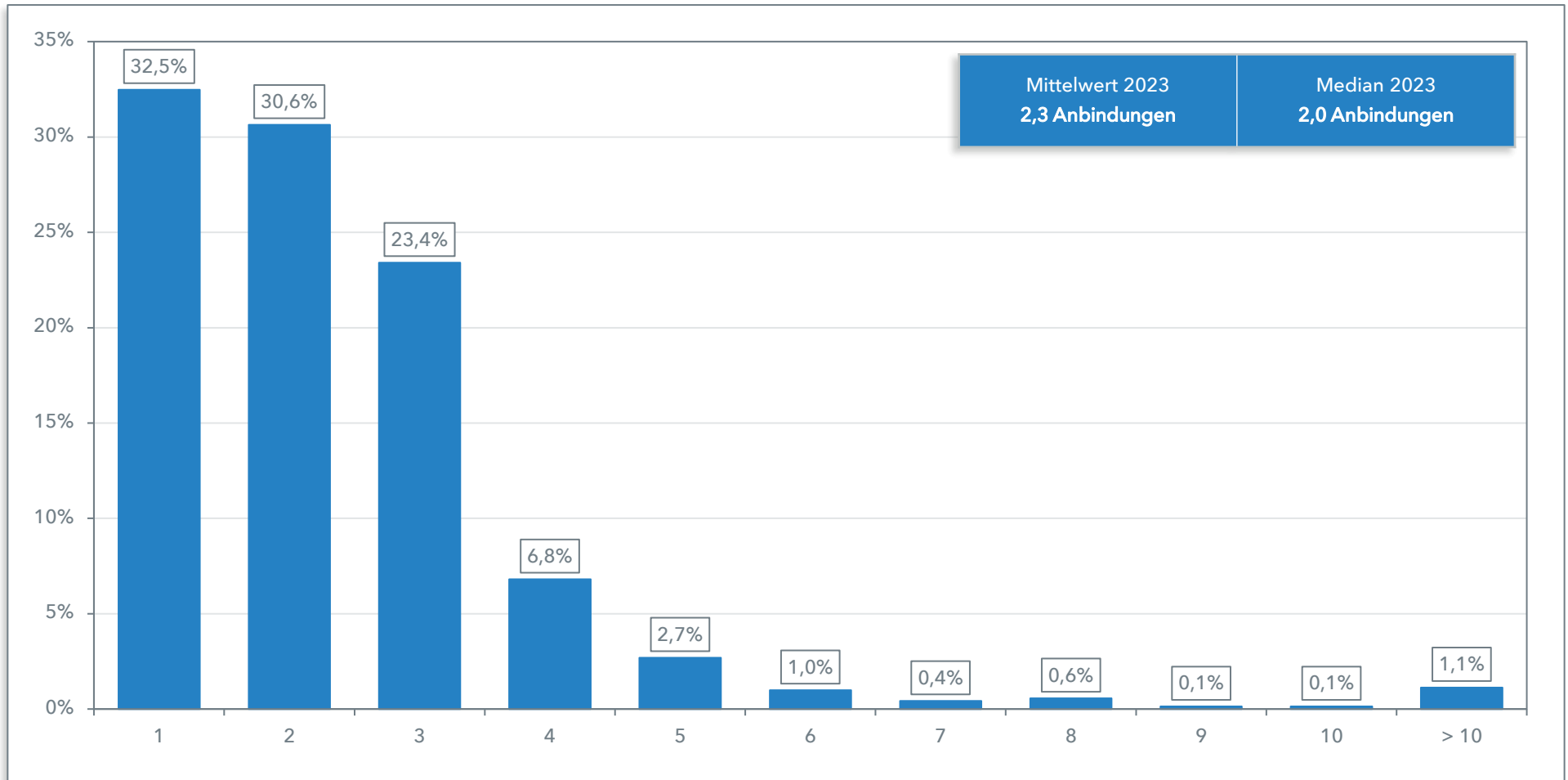
Mit welchen Dienstleistern arbeiten Sie regelmäßig zusammen?



4.1 Zusammenarbeit

Anzahl der Pool- & Dienstleister-Anbindungen

Zu wie vielen Pools / Dienstleistern / Haftungs-dächern / Verbänden haben Sie heute eine Anbindung? (n = 705)

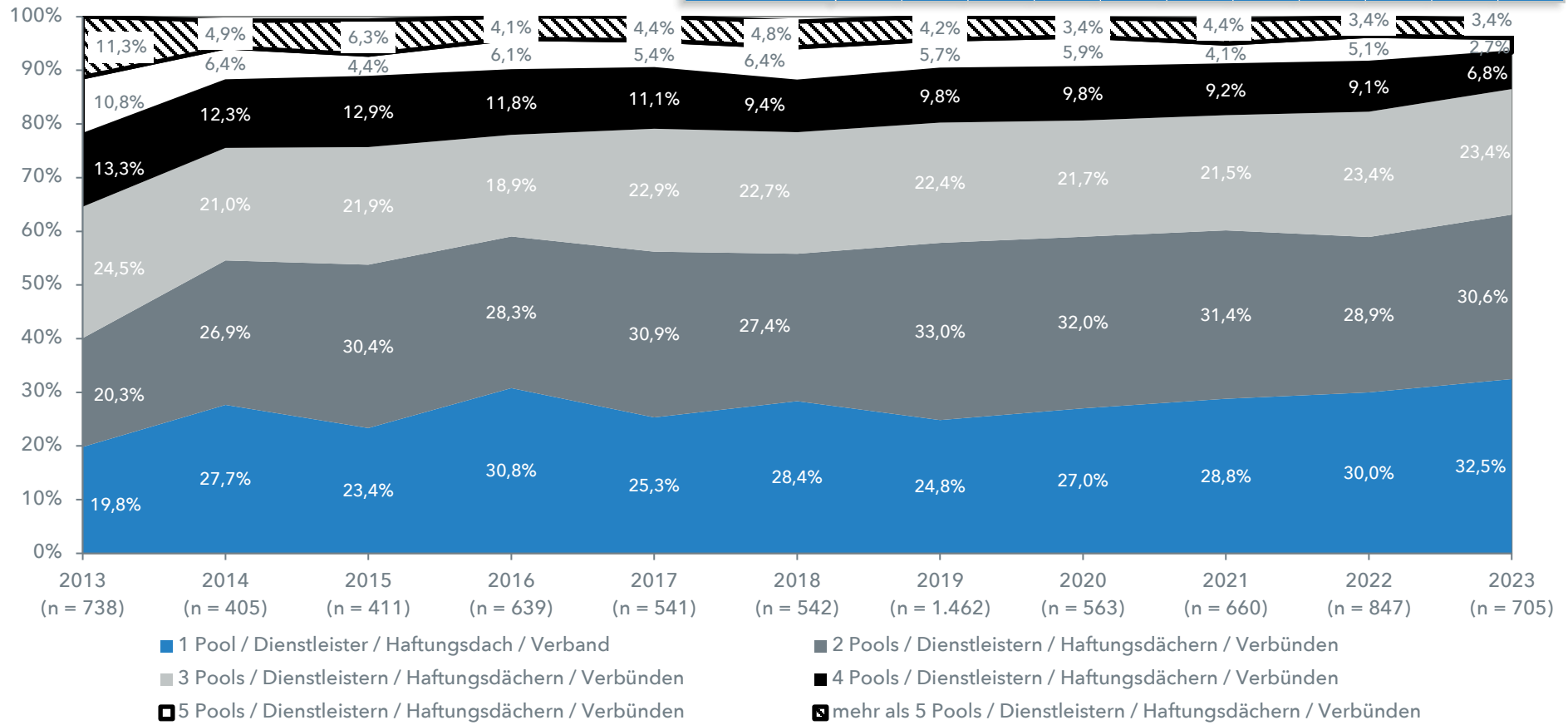


4.1 Zusammenarbeit

Anzahl der Pool- & Dienstleister-Anbindungen

Zu wie vielen Pools / Dienstleistern / Haftungsdächern / Verbänden haben Sie heute eine Anbindung?

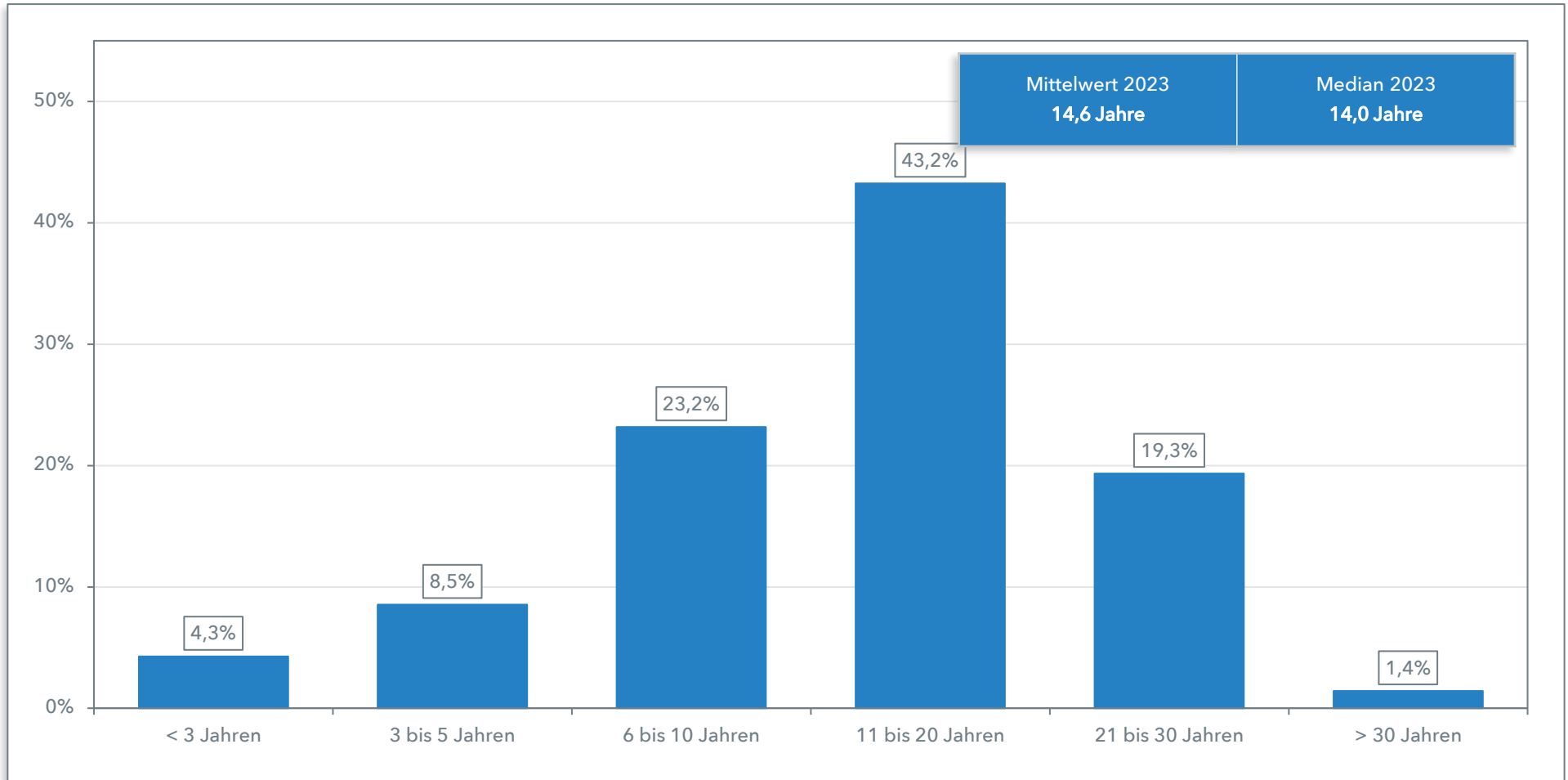
Jahr	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Anbindungen	3,4	2,7	2,7	2,5	2,6	2,6	2,6	2,5	2,5	2,5	2,3



4.1 Zusammenarbeit

Dauer der Zusammenarbeit

Seit wie vielen Jahren arbeiten Sie bereits regelmäßig mit Pools / Dienstleistern / Haftungsdachern / Verbänden zusammen? (n = 703)

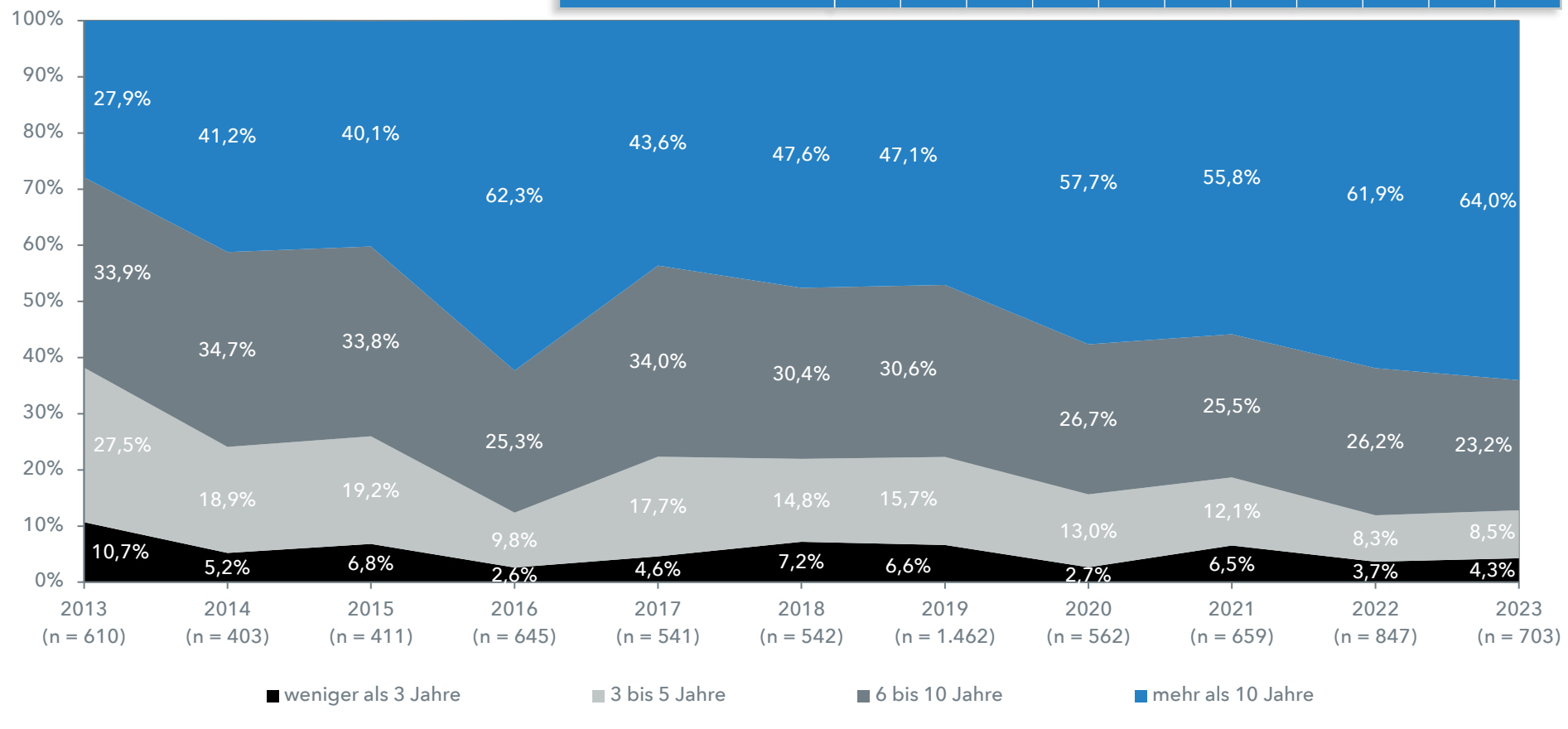


4.1 Zusammenarbeit

Dauer der Zusammenarbeit

Seit wie vielen Jahren arbeiten Sie bereits regelmäßig mit Pools / Dienstleistern / Haftungsdachern / Verbänden zusammen?

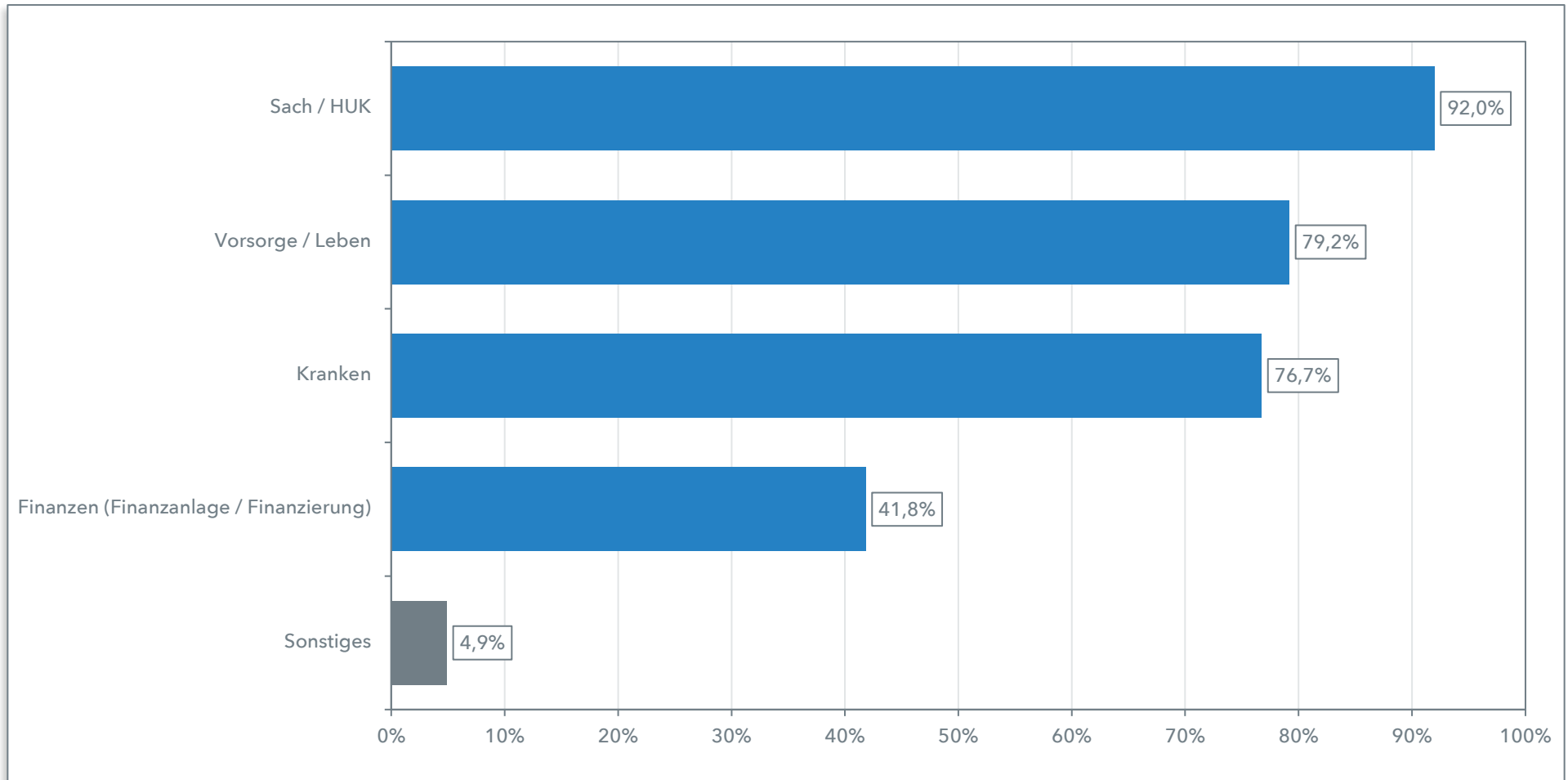
Jahr	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Jahre der Zusammenarbeit	8,5	10,6	10,6	12,3	11,4	11,8	11,5	13,6	13,4	14,2	14,6



4.1 Zusammenarbeit

Geschäftsfelder der Zusammenarbeit

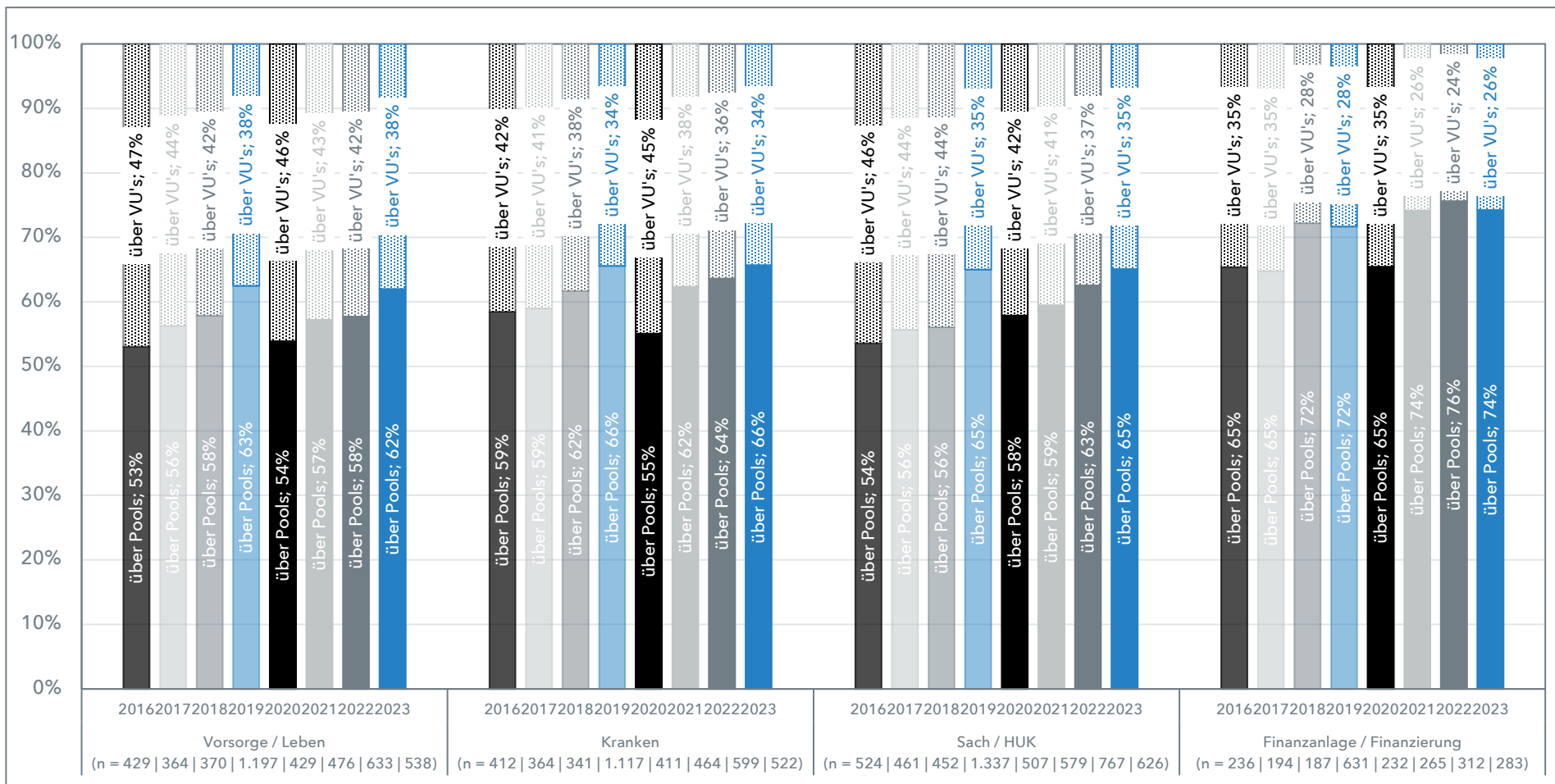
In welchen Bereichen bedienen Sie sich regelmäßig des Dienstleistungsangebotes von Pools / Dienstleistern / Haftungsdächern / Verbänden (n = 696; Mehrfachnennungen möglich)



4.1 Zusammenarbeit

Abschluss über Pools oder direkt über VU's

Wie hoch ist der Anteil Ihres Geschäfts, den Sie über Pools / Dienstleister / Haftungsdächer / Verbünde bzw. direkt über die Versicherungsgesellschaften anbahnen oder sogar abwickeln?

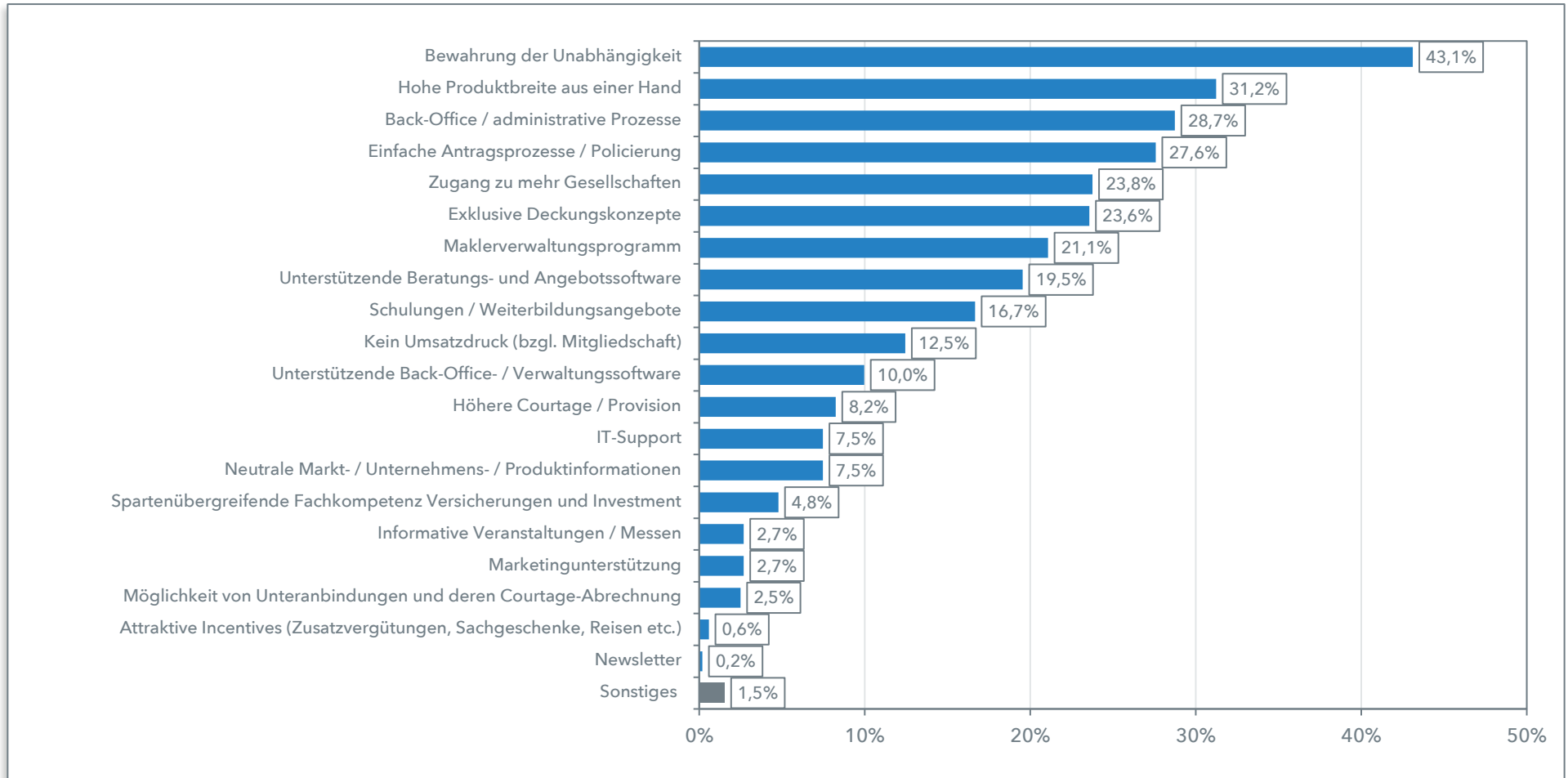


n = Jahr 2016 | Jahr 2017 | Jahr 2018 | Jahr 2019 | Jahr 2020 | Jahr 2021 | Jahr 2022 | Jahr 2023

4.1 Zusammenarbeit

Gründe für eine Zusammenarbeit

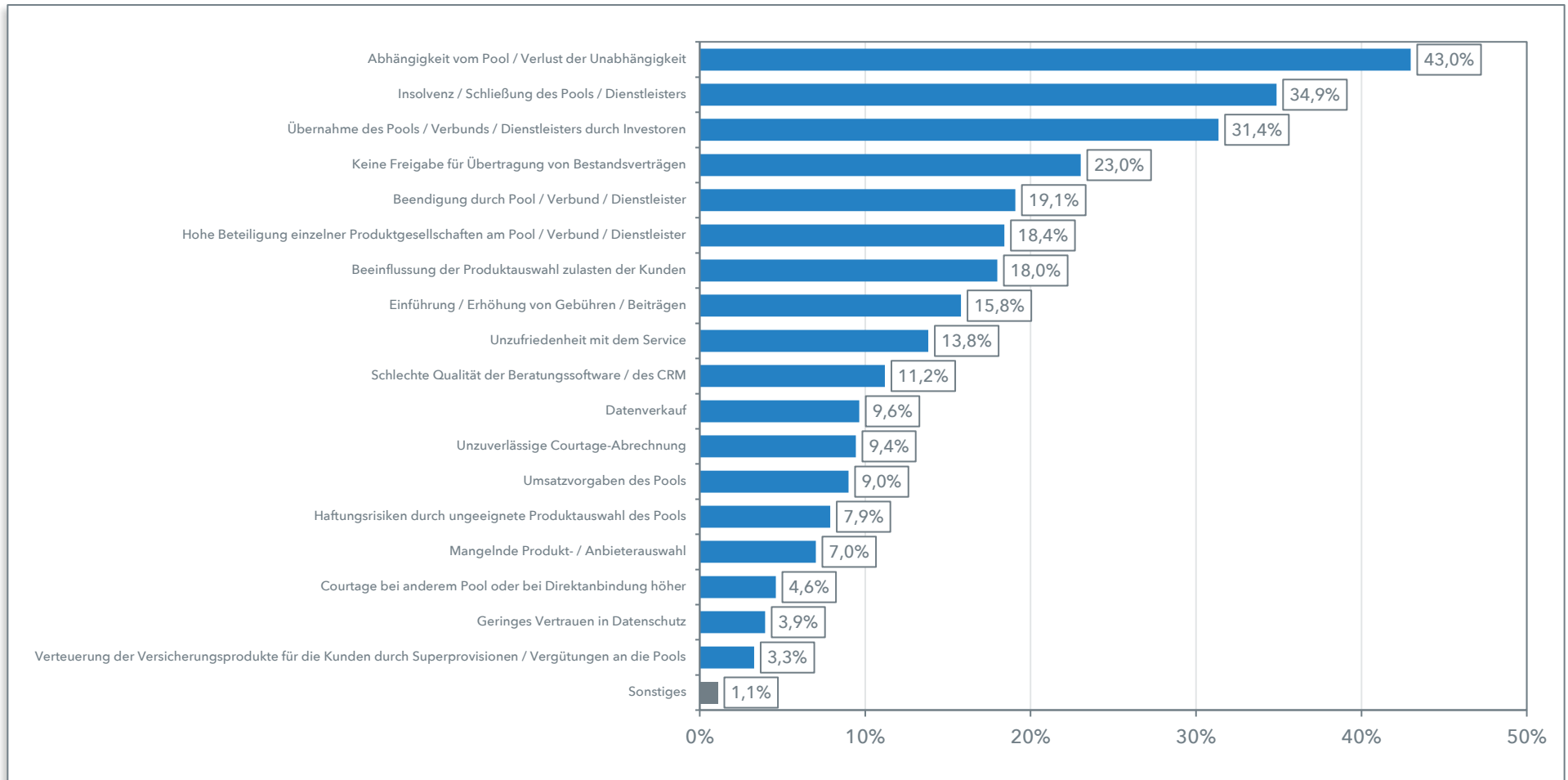
Was sind für Sie persönlich die drei wichtigsten Gründe, die Sie zur Zusammenarbeit mit einem Pool / Dienstleister / Haftungsdach / Verbund bewegt haben? (n = 522; Mehrfachnennungen möglich)



4.1 Zusammenarbeit

Risiken einer Zusammenarbeit

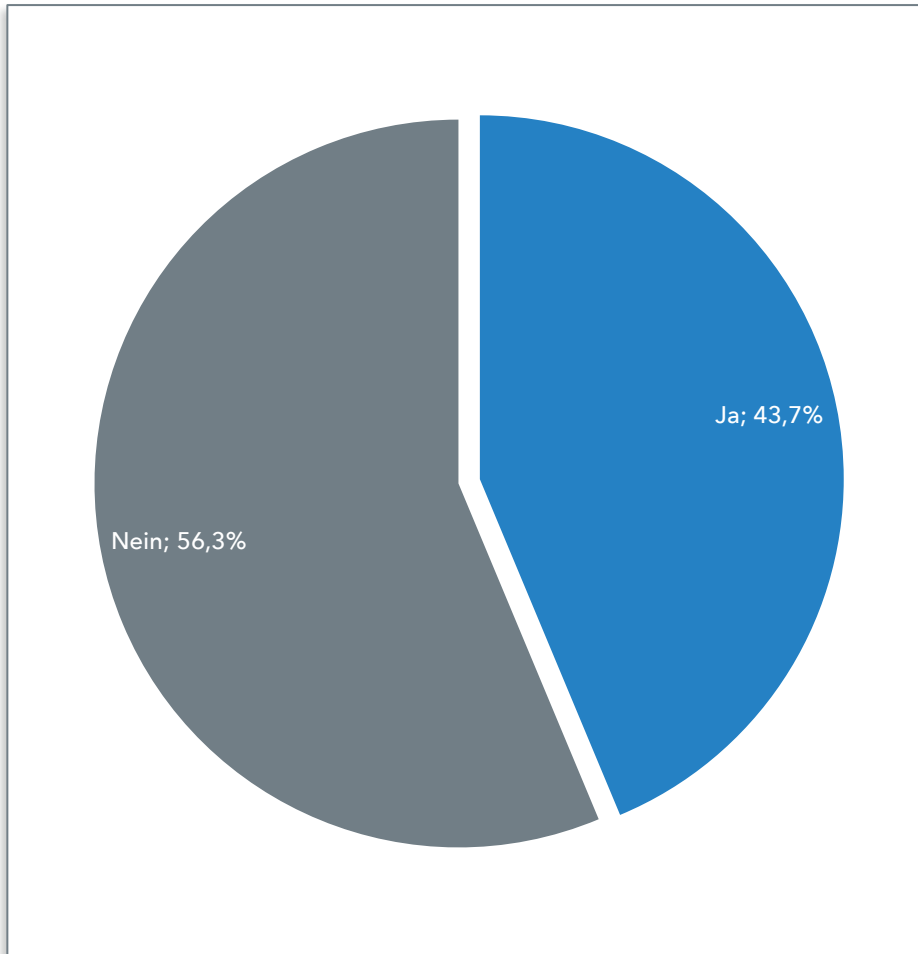
Was sind die drei größten Risiken, die Sie in der Zusammenarbeit mit Pools / Dienstleistern / Haftungsdächern / Verbänden sehen?
(n = 456; Mehrfachnennungen möglich)



4.1 Zusammenarbeit

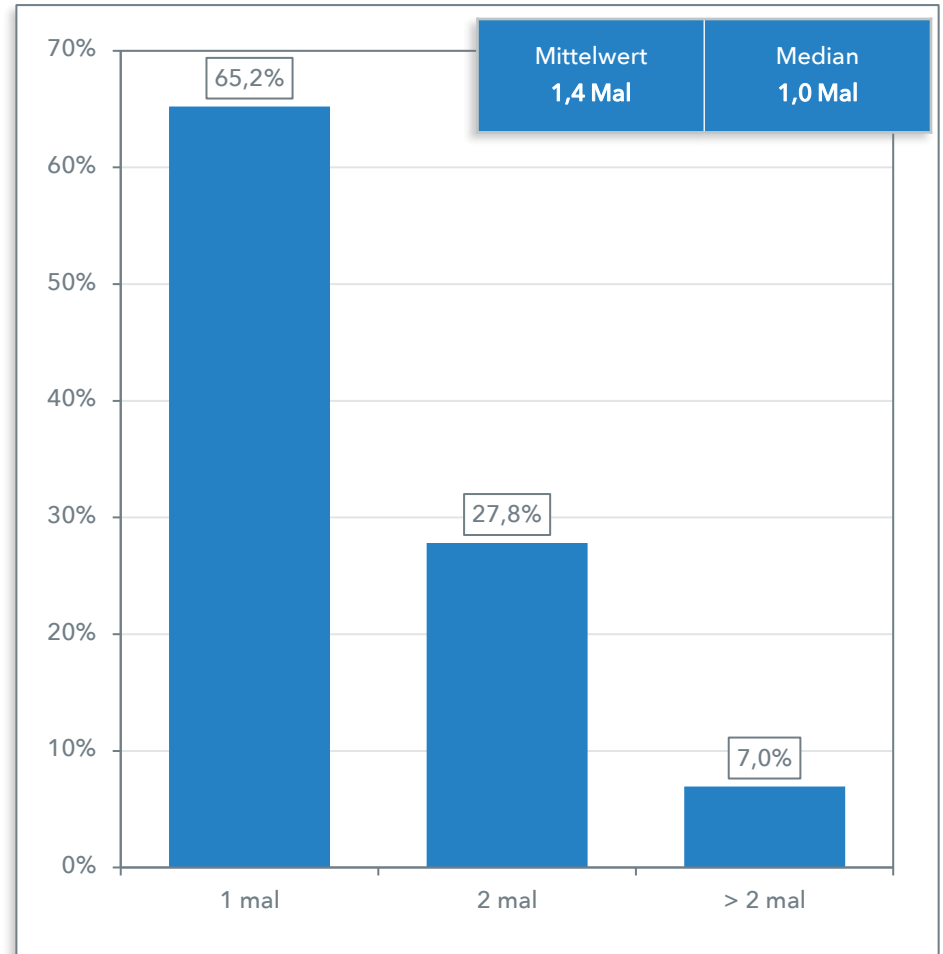
Beendigung der Zusammenarbeit

Haben Sie schon einmal die Zusammenarbeit mit einem Pool / Dienstleister / Haftungsdach / Verbund beendet? (n = 524)



Häufigkeit der Beendigungen

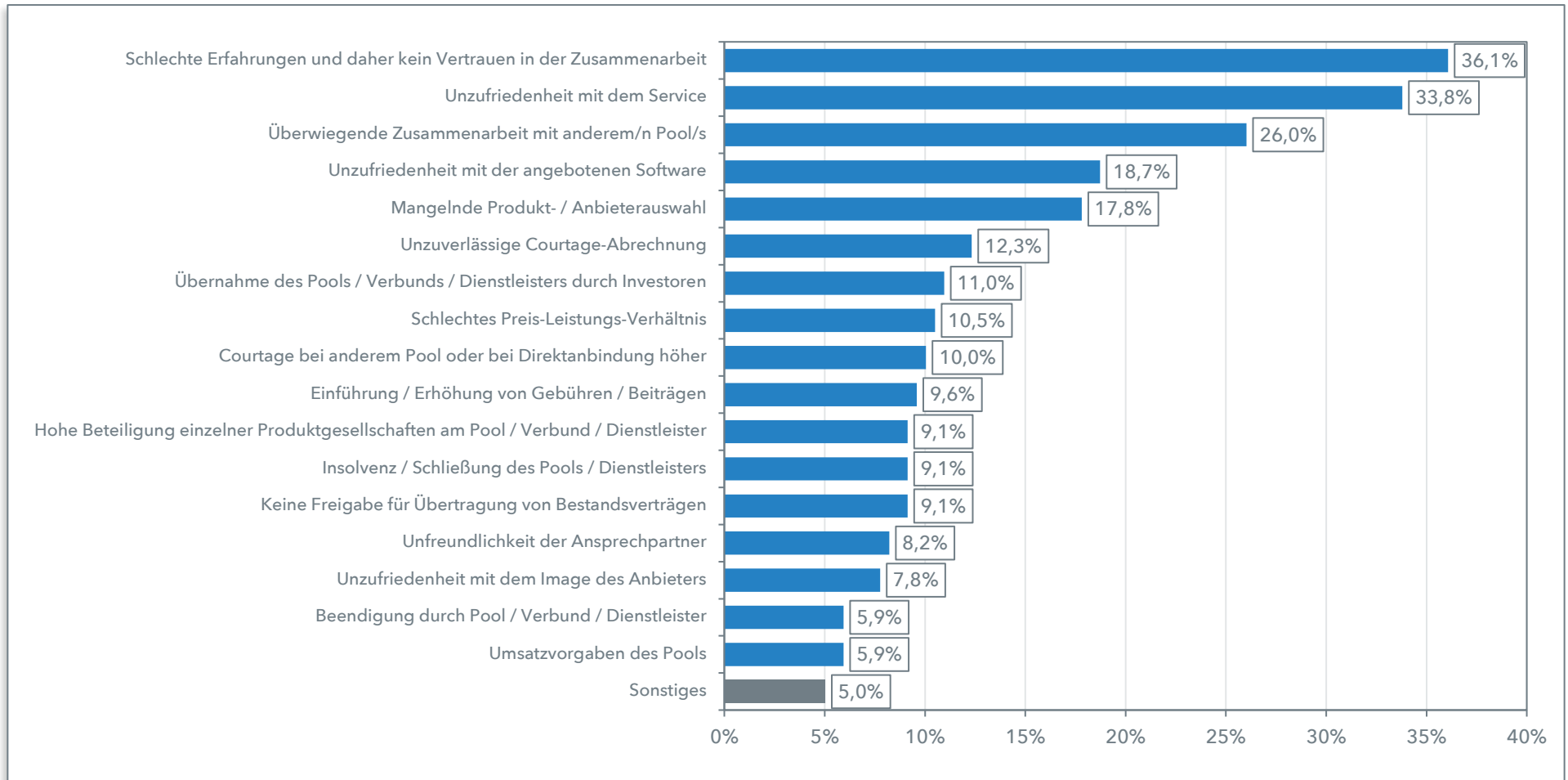
Wie oft haben Sie die Zusammenarbeit mit einem Pool / Dienstleister / Haftungsdach / Verbund bereits beendet? (n = 230)



4.1 Zusammenarbeit

Gründe für das Beenden der Zusammenarbeit

Aus welchen Gründen haben Sie die Zusammenarbeit mit einem Pool / Dienstleister / Haftungsdach / Verbund beendet?
(n = 219; Mehrfachnennungen möglich)



4.1 Zusammenarbeit

Sonstige Gründe für das Beenden der Zusammenarbeit

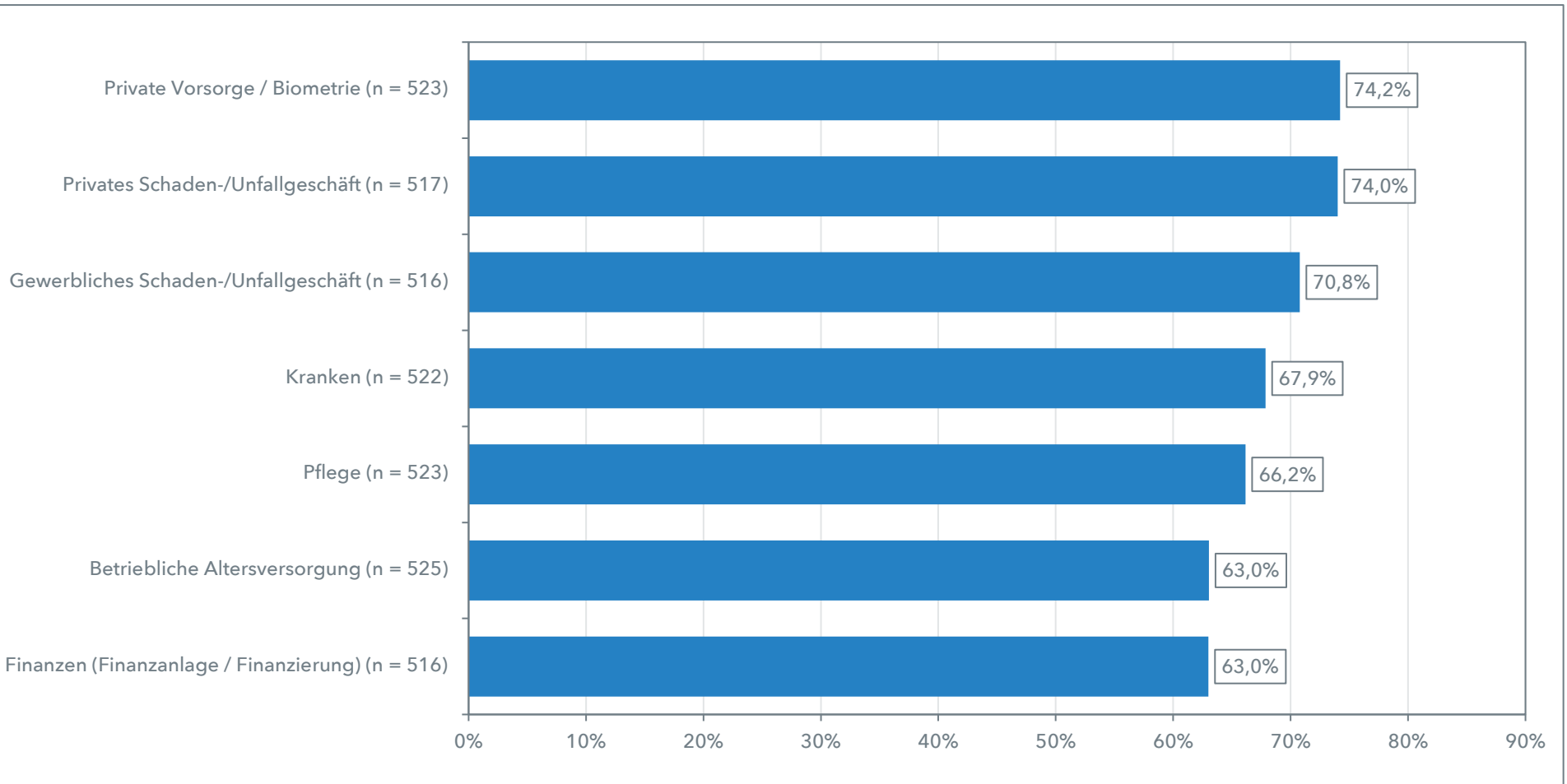
Aus welchen Gründen haben Sie die Zusammenarbeit mit einem Pool / Dienstleister / Haftungsdach / Verbund beendet?

- Ausscheiden aus einem Maklerbüro.
- Beendigung einer Kooperation.
- Betreuer hat mich 2x Übergangen.
- Der Pool wollte mich als Makler führen und nicht als Mehrfachagentur.
- Gesamtbild stimmte nicht.
- Keine Nennung der eigenen Firma auf den Policen.
- Konzentration auf weniger Anbieter.
- Pool Versucht Courtage zu unterschlagen.
- Produktförderung für einzelne Gesellschaften, keine professionelle Unterstützung, Gesellschaften dürfen nicht kontaktiert werden mit dem Problem der Kommunikation über Pool.
- Verbandsaustritt.
- Zentralisierung, einfaches Handling wenn nur ein Verbund/Genossenschaft/...

4.1 Zusammenarbeit

Zukünftig große Bedeutung der Pools bezogen auf die Geschäftsfelder

In welchen Geschäftsfeldern erwarten Sie zukünftig eine große Bedeutung der Pools / Dienstleister / Haftungsdächer / Verbünde?

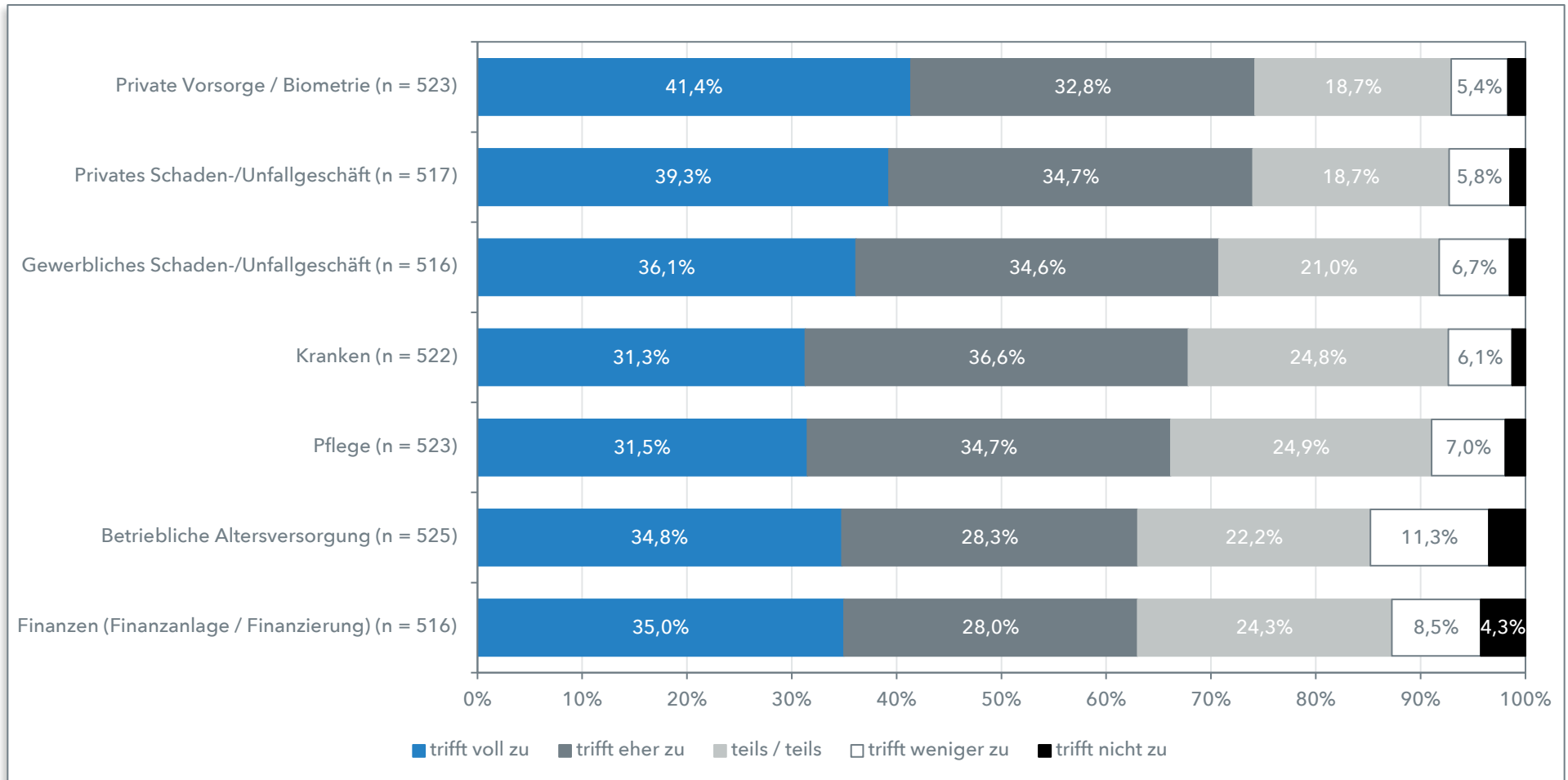


Summe aus den Antworten „trifft voll zu“ und „trifft eher zu“

4.1 Zusammenarbeit

Zukünftig große Bedeutung der Pools bezogen auf die Geschäftsfelder - im Detail

In welchen Geschäftsfeldern erwarten Sie zukünftig eine große Bedeutung der Pools / Dienstleister / Haftungsdächer / Verbünde?



4.1 Zusammenarbeit

Zukünftig große Bedeutung der Pools bezogen auf die Geschäftsfelder - Sonstige

In welchen Geschäftsfeldern erwarten Sie zukünftig eine große Bedeutung der Pools / Dienstleister / Haftungsdächer / Verbände?

- Alles was mit Mitarbeitererhalt und Mitarbeitergewinnung zu tun hat.
- Alternative Anlageformen, z.B. Crowdfunding, Krypto etc.
- Anlageimmobilien.
- Beratung Finanzierung - Vermittlung von Pflegeimmobilien.
- Bestandskauf von Maklerpartnern durch deren Pools.
- Betriebliche Krankenversicherung.
- Darlehensvermittlung.
- Ganzheitliche Beratung.
- Kundenverwaltungsprogramm.
- Onlineberatung.
- Rechtsberatung.
- Servicepauschale.
- Tierversicherungen.
- Z. B. Cyber.
- Zusammenschluss von Maklern in einer qualitativ hochwertigen Gemeinschaft, da Gesellschaften es häufig ablehnen, von kleineren Maklern, die nach deren Auffassung zu wenig Geschäft bringen, Geschäft anzunehmen.



AssCompact
— AWARD —

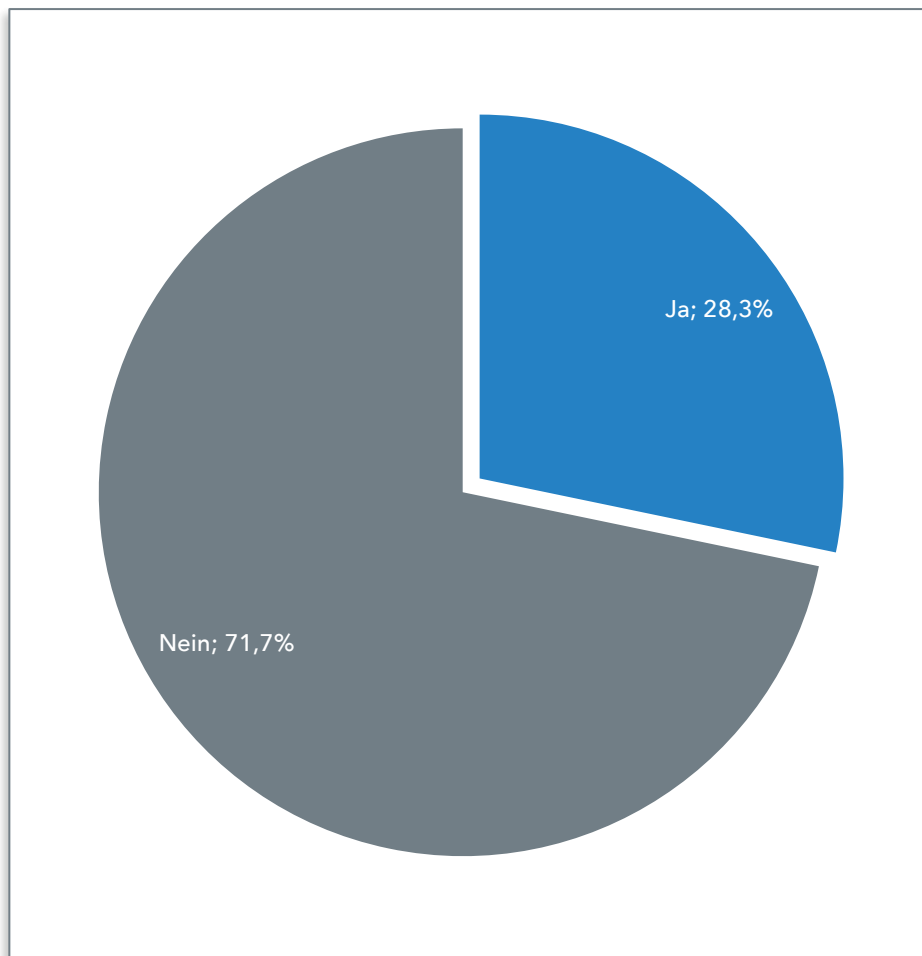
4. STELLENWERT

4.2 GESCHÄFT / GEBÜHREN / BEITRÄGE

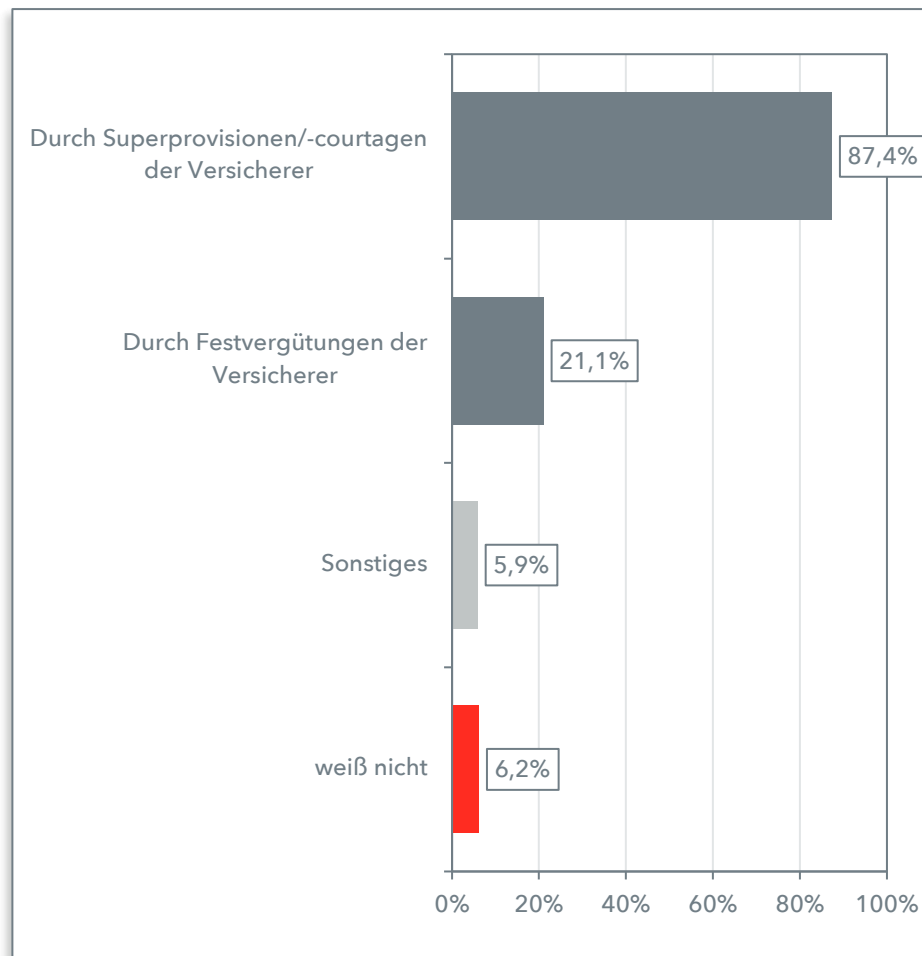
4.2 Geschäft / Gebühren / Beiträge

Gebühr (1 von 15)

Bezahlen Sie eine Gebühr oder einen Beitrag für das Dienstleistungsangebot bzw. die Mitgliedschaft eines Pools / Dienstleisters / Haftungsdachs / Verbunds? (n = 506)



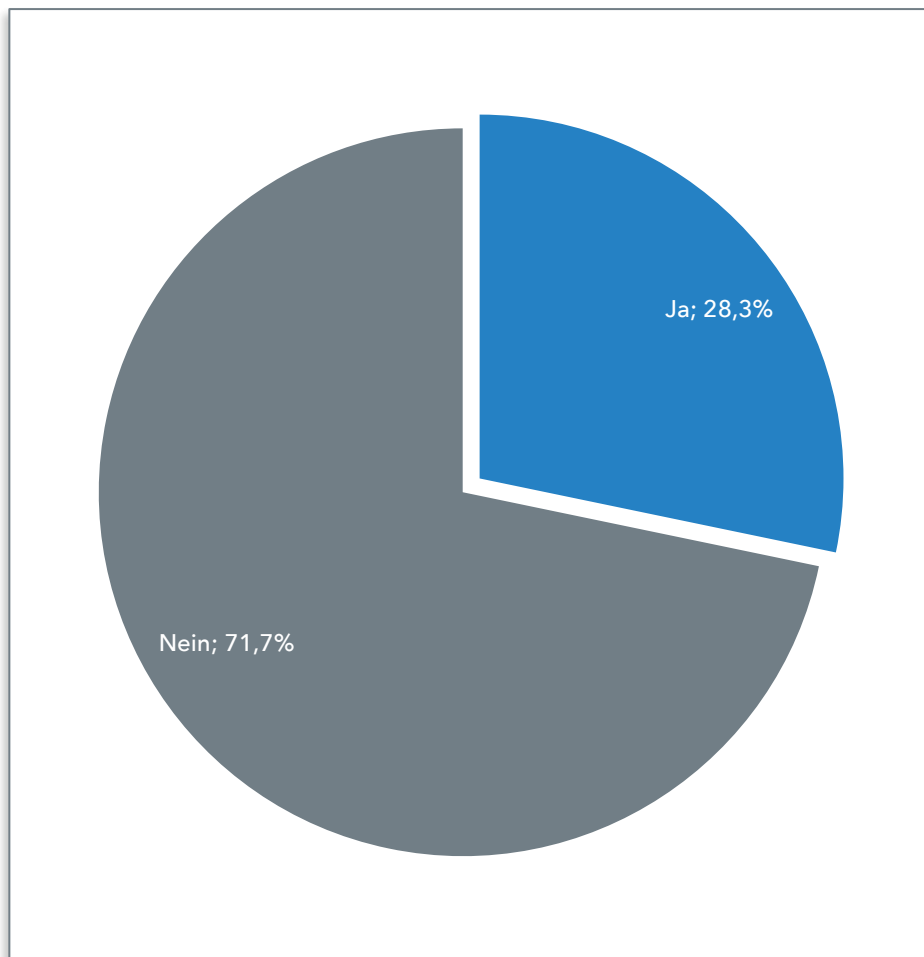
Wenn nein, was glauben Sie, wie Pools / Dienstleister / Haftungsdächer / Verbände ihre Dienstleistungen finanzieren? (n = 356)



4.2 Geschäft / Gebühren / Beiträge

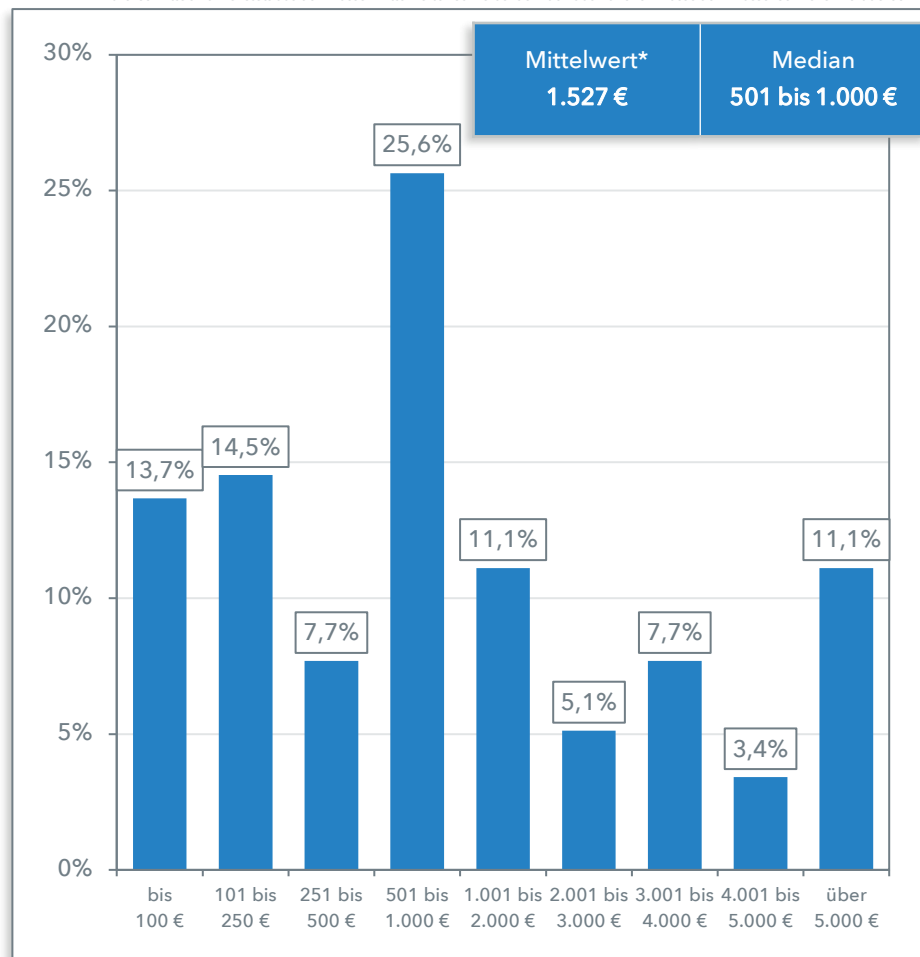
Gebühr (2 von 15)

Bezahlen Sie eine Gebühr oder einen Beitrag für das Dienstleistungsangebot bzw. die Mitgliedschaft eines Pools / Dienstleisters / Haftungsdatums / Verbunds? (n = 506)



Wenn ja, wie hoch ist die Gebühr / der Beitrag pro Jahr, den Sie insgesamt für Ihre Anbindungen ausgeben? (n = 117)

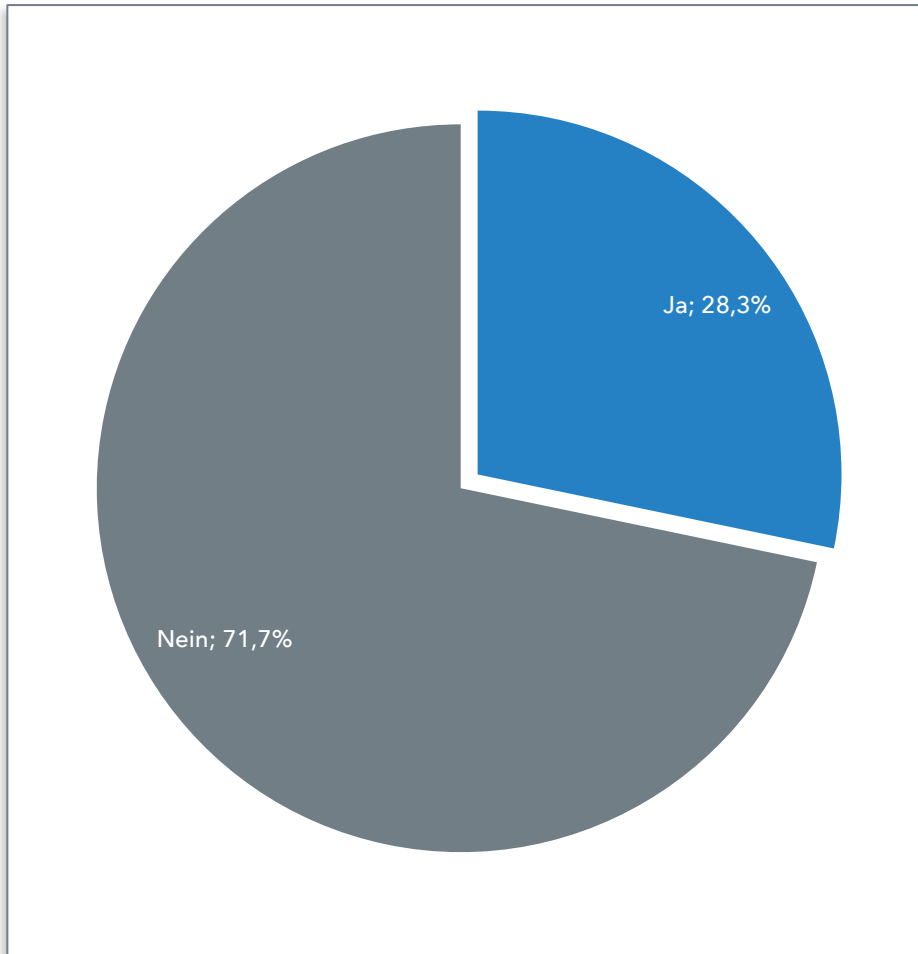
* Durchschnitte sind hier stets aus den Klassenmitteln sowie bei der nach oben offenen Klasse dem Klassenschwellenwert berechnet.



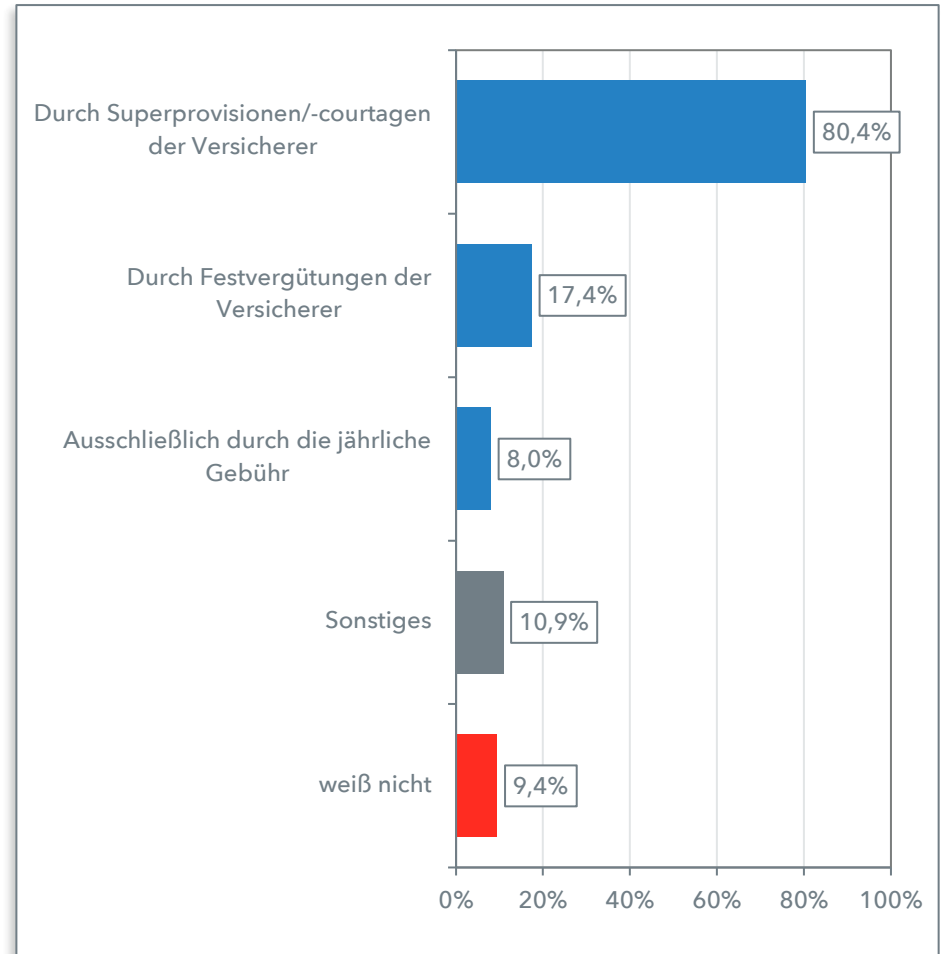
4.2 Geschäft / Gebühren / Beiträge

Gebühr (3 von 15)

Bezahlen Sie eine Gebühr oder einen Beitrag für das Dienstleistungsangebot bzw. die Mitgliedschaft eines Pools / Dienstleisters / Haftungsdachs / Verbunds? (n = 506)



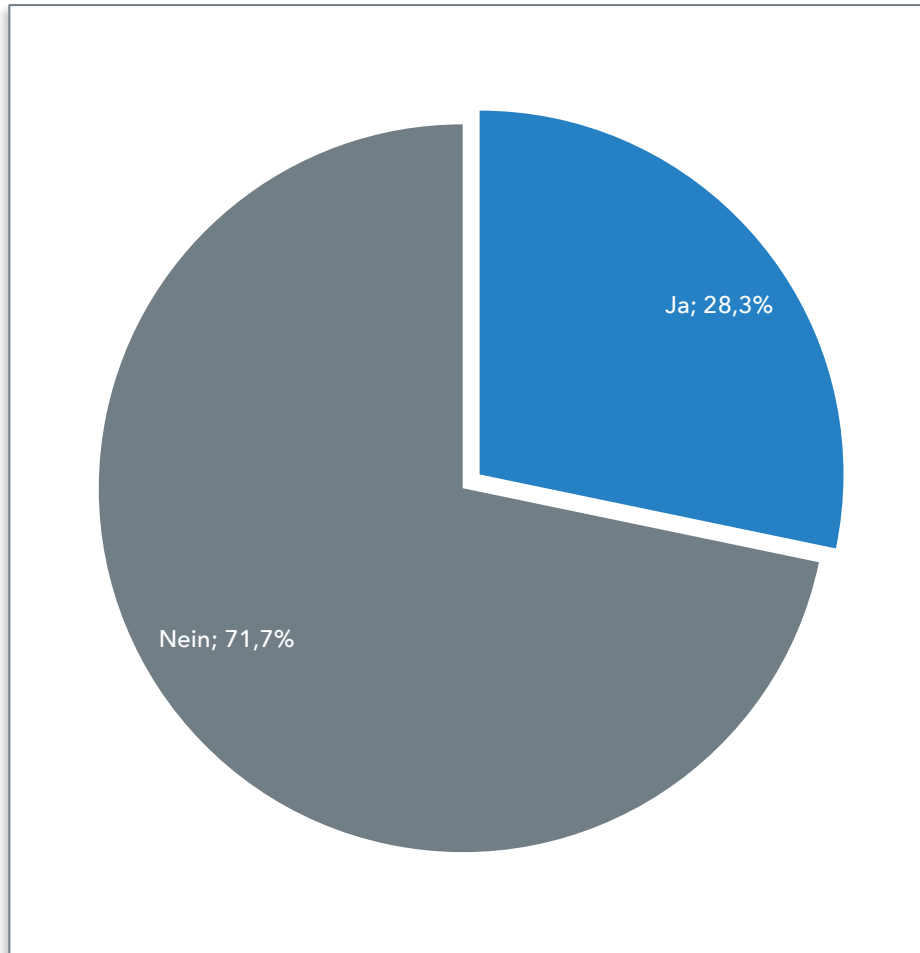
Wenn ja, wie finanzieren sich Pools / Dienstleister / Haftungsdächer / Verbände Ihrer Meinung nach weiterhin? (n = 138)



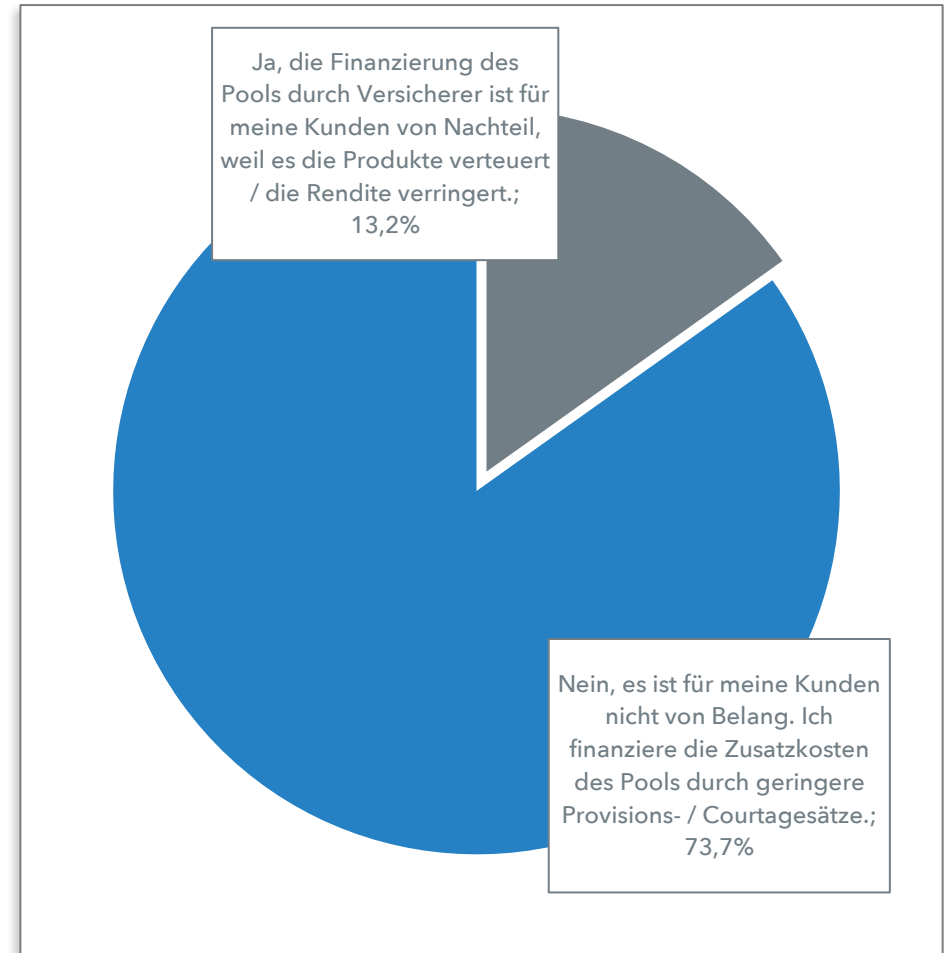
4.2 Geschäft / Gebühren / Beiträge

Gebühr (4 von 15)

Bezahlen Sie eine Gebühr oder einen Beitrag für das Dienstleistungsangebot bzw. die Mitgliedschaft eines Pools / Dienstleisters / Haftungsdatums / Verbunds? (n = 506)



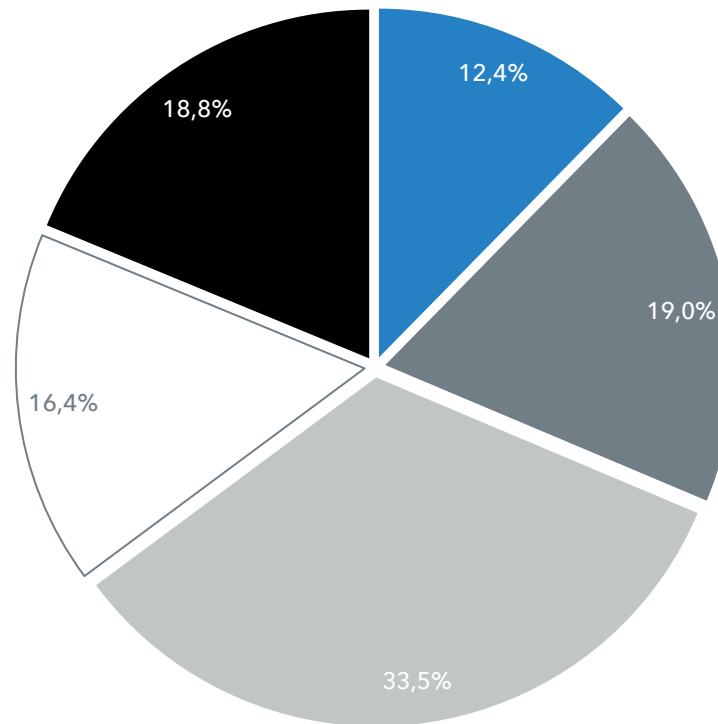
Hat dies Ihrer Meinung nach auch Auswirkungen für den Endkunden? (n = 114)



4.2 Geschäft / Gebühren / Beiträge

Gebühr (5 von 15)

Angenommen der Provisionsdeckel auf alle Vergütungen (einschließlich derjenigen an einen Pool) wird gesetzlich verankert - inwiefern stimmen Sie zu? Ich wäre bereit, den Pools eine (höhere) Gebühr zu zahlen, um den Service (Umfang und Qualität) beizubehalten. (n = 421; Mehrfachnennungen möglich)



■ trifft voll zu ■ trifft eher zu ■ teils / teils □ trifft weniger zu ■ trifft nicht zu

4.2 Geschäft / Gebühren / Beiträge

Gebühr (6 von 15)

Bitte erklären Sie kurz, warum Sie (nicht) bereit wären, den Pools eine (höhere) Gebühr zu zahlen, um den Service (Umfang und Qualität) beizubehalten.

- Aktuell habe ich keine Vorgaben, für eine genaue Aussage.
- Also VEMA-Makler nicht notwendig.
- Beibehalten der Beratungsqualität ist für die Kunden am Wichtigsten.
- Bin der Meinung die Pools verdienen schon genug durch unsere Maklerarbeit.
- Bleibt kaum noch was übrig.
- Da alle Gesellschaften beim Pool gelistet sind. Es müssen nicht für alle Sparten Vergleichsprogramme gekauft werden. Auch die Verwaltungsprogramme müssen nicht separat erworben werden. Da alles unter einem Dach stattfindet, ist das sicherlich kostengünstiger, als wenn der Makler sich alles selbst besorgen müsste.
- Da der Provisionsdeckel gar nicht kommen soll, dies ist eine Verachtung und Herabwürdigung ALLER Menschen, welche in unserem Business ehrliche und ordentliche Arbeit zum Wohle der Kunden leisten. Lange vorher sollte ein Konzept entwickelt werden, in welchem unsere Damen und Herren Politiker NUR NOCH Leistungs- und Zielorientiert entlohnt werden!
- Da diese haftungssichere Beratungsqualität bieten.
- Da Direktanbindungen nicht im Sinne der Versicherer sein werden und diese deswegen ausfallen. Zudem möchte ich gerne alle Kunden in einem einheitlichen CRM haben und wiederfinden. Das ist mir eine höhere Gebühr wert.
- Da es sich um das Thema Provisionen von Versicherungen handelt, ist es für mich nicht relevant, da ich mit der BCA nur im Bereich der Investmentfondsprodukte zusammen arbeite.
- Da ich lieber mehr Service und fachliche Unterstützung haben möchte, dafür bin ich bereit mehr Kosten zu tragen.
- Da ich mit dem gesamten Service des Pools sehr zufrieden bin, mir dadurch die Arbeit sehr erleichtert wird, möchte ich natürlich, dass das Leistungsspektrum erhalten bleibt. Dafür würde ich auch eine Gebühr zahlen.
- Da ist noch Spielraum, Luft nach oben, um dies nicht auf den Vermittler umzuwälzen.
- Da mir selbst ebenso die Provisionen einbrechen und die finanziellen Mittel nicht mehr zur Verfügung stehen, zumal die Abwicklung über Pool nur ein geringer Anteil bei mir ist. Sollte ich mehr Provisionen erhalten wäre es kein Problem.
- Da wir nicht auf die technischen Abwicklungen verzichten möchten.
- Damit Unternehmen die Dienstleitung und Fachliche Unterstützung dauerhaft gewährleistet können.
- Dann höre ich auf.

4.2 Geschäft / Gebühren / Beiträge

Gebühr (7 von 15)

Bitte erklären Sie kurz, warum Sie (nicht) bereit wären, den Pools eine (höhere) Gebühr zu zahlen, um den Service (Umfang und Qualität) beizubehalten.

- Dann kann ich auch Direktanbindungen wählen.
- Dann müssen wir alle Kompromisse machen.
- Dann werde ich als Makler doppelt "bestraft".
- Das bringt / bewahrt Qualität & Transparenz.
- Das hängt vom Gesamtpaket ab.
- Das kommt auf die Preis-Leistung an.
- Das wäre für mich ein Grund dieses Geschäftsfeld zu schließen.
- Das Wertvollste ist Fachwissen u. Tarifunterschiede kompakt zusammengefasst & reibungslose in einander greifende max. digital (größtenteils automatisierte) Abläufe >> Time is Money - da darf auch die Courtage etwas niedriger sein oder eine mtl. Gebühr erhoben werden.
- Deckelung wäre auf beide Partner umzulegen.
- Der Aufwand für mich als Einzelmakler (Zeit und finanzielle Aufwendungen) wären erheblich größer, oder gar nicht umsetzbar.
- Der Beitrag ist für einen Verband, für Pools würde ich keinen Mitgliedsbeitrag bezahlen!
- Der Pool hat ja auch seine eigenen Kosten.
- Der Pool müsste eigentlich mir Geld bieten das ich angebunden bleibe.
- Der Pool will ja auch verdienen.
- Der Provisionsdeckel an sich ist eine hanebüchene Frechheit von Klammerbeutel-gepuderten Politikern. Wenn aber nur so eine unabhängige Beratung für Verbraucher und damit der Fortbestand meiner Arbeit gesichert werden kann, wird man zusammen rücken müssen.
- Der Service ist sehr gut und wenn es was kosten sollte, dann ist es halt so.. bei der IHK muss ich ja auch meinen Zwangsbeitrag zahlen und bekomme dafür nichts.
- Der Service und die IT Unterstützung müsste sich noch einmal drastisch verbessern.
- Der umfangreiche Service des Pools ist nur mit enormen Zeit und Kostenaufwand zu ersetzen.
- Der Wettbewerb unter den Pools wird dieses Problem für mich (hoffentlich) lösen.
- Derzeit noch geringe Umsätze und Nutzung des Systems, da nebenberuflich aktiv und Aufbau des Unternehmens. Ein Provisionsdeckel könnte die Geschäftsaufgabe nach sich ziehen, wenn er scharf ausgestaltet wird.

4.2 Geschäft / Gebühren / Beiträge

Gebühr (8 von 15)

Bitte erklären Sie kurz, warum Sie (nicht) bereit wären, den Pools eine (höhere) Gebühr zu zahlen, um den Service (Umfang und Qualität) beizubehalten.

- Die administrativen Aufgaben, die der Pool für mich übernimmt, wären ansonsten deutlich teurer anderweitig zuzukaufen.
- Die Auslagerung von administrativen Tätigkeiten ist mir sehr wichtig.
- Die Dienstleistungen werden erbracht und müssen irgendwie vergütet werden.
- Die Entscheidung Dafür oder Dagegen hängt maßgeblich von der Höhe der Gebühr ab. Preis/Leistungsfrage.
- Die frage ist wie viel Gebühr für welche Leistung, auch bezogen auf den Pool. Bei der DEMV wäre ich bereit für eine (noch bessere) Softwarelösung zu bezahlen. Bei 1:1 oder DMU nicht.
- Die Frage ist zugleich die Antwort.
- Die Haftung ist und bleibt beim Makler. Weshalb also bei gleicher Haftung NOCH höhere Kosten verursachen. Eher wird der Pool gekündigt und der Bestand in eigene Anbindungen überführt. Von dem dann höheren Einnahmen finanziere ich eher eine Innendienstkraft separat und zahle Lizenzgebühren für Software.
- Die Pools sollten sich dann zusammenschließen, um vom Gesetzgeber alternative Einnahmen/Gebühren von Verbrauchern zur Kostendeckung fordern zu können.
- Die Provisionen sind eh schon knapp.
- Die VEMA ist wohl der beste Verbund in Deutschland und finanziert sich rein aus dem Overhead, also ist dies doch offensichtlich ausreichend!
- Die vergleichbare Anschaffung der technischen und vertriebliche Unterstützung unseres Pools, würde mich einige tausend Euro im Jahr an Kapital kosten, so dass ich durchaus die Dienstleistung Wert schätze und einen Teil meiner Courtage abtreten würde. Natürlich ist die Höhe entscheidend.
- Dienstleistungen müssen vergütet werden, wie auch meine.
- Durch das Fachwissen, was auf Eigeninitiative erlangt wird, liegt die meiste Arbeit bei dem Vermittler (Teilnahme an Schulungen/Weiterbildungen, Kundenberatung, Servicegespräche). Somit sollten die Angebote der Pools und Dienstleister kostengünstig bleiben.
- Durch die Reglementierung seitens der Politik ist der Beratungs-/Zeitaufwand in den letzten Jahren gestiegen. Die Kosten dafür gehen ausschließlich zu Lasten des Maklers.
- Durch eine Direktanbindung wäre die Provision höher und man könnte die Vergleichssoftware selbst finanzieren.
- Ein guter Service entlastet mich bei meiner Maklertätigkeit.
- Ein gutes, vollumfängliches MVP und eine komplette Unabhängigkeit sind mir das wert.

4.2 Geschäft / Gebühren / Beiträge

Gebühr (9 von 15)

Bitte erklären Sie kurz, warum Sie (nicht) bereit wären, den Pools eine (höhere) Gebühr zu zahlen, um den Service (Umfang und Qualität) beizubehalten.

- Ein Unternehmen arbeitet nie ohne einen Verdienst! Er muss dann besser mit den Unternehmen verhandeln.
- Eine Reduzierung meiner Einnahmen (durch Provisionsdeckel) in Kombination mit Erhöhung meiner Ausgaben (Gebühr an Pool) ist für mich betriebswirtschaftlich nicht machbar.
- Erbringung von Mehrwerten.
- Es geht den Pools sehr gut da muss ich nicht extra was machen.
- Es gibt nichts umsonst, Leistung muss entlohnt werden.
- Es ist notwendig weil der Verbund die Existenz sichert .
- Es ist wichtig, dem Kunden ein breites Angebot zur Verfügung stellen zu können (siehe auch Konkurrenz durch das Online-Geschäft).
- Es ist wichtig, die Qualität uneingeschränkt beibehalten zu können.
- Es käme auf die Höhe an. Ich müsste dann entscheiden, ob ich mit meinem verbleibenden Anteil noch leben kann.
- Es kommt auf die Höhe der Gebühr an.
- Es kommt auf die jeweilige Gestaltung der Courtagen bzw. Gebühren an.
- Es kommt auf die Umstände an & wenn die Gebühr gerechtfertigt ist, ok, aber es sollte produktspezifisch angeordnet sein.
- Es kommt darauf an.
- Es kommt darauf an über welchen Service wir reden, geht es um eine Verbesserung des Services dann wäre ich eher bereit dazu
- Es kommt immer auf den Nutzen für mein Unternehmen an. In Sparten / Betreuung des Kunden mit sehr hohem eigenem Aufwand und nur geringen Vorteilen / Aufwand durch den Pool kann es keine höhere bzw. keine Gebühr geben. Qualifiziertes Massengeschäft digital abgewickelt und verwaltet kann mit höheren Gebühren einhergehen.
- Es kommt immer darauf an, wie hoch diese Gebühr ausfällt und was man dafür bekommt. Warum sollen immer wir Vermittler auf Geld verzichten (ob jetzt die Courtage gekürzt oder gedeckelt wird oder ob ich mehr für Dienstleistungen bezahlen muss)? Warum kann man nicht auf der Anbieter-Seite die Einnahmen kürzen? Scheinbar ist dort die Lobby zu groß...!
- Es muss sich immer rechnen.
- Fachliche Unterstützung und Support ist sehr wichtig, da man in einer Gemeinschaft stärker ist.
- Falls meine Provisionen deutlich sinken sollten, würde ich das Geschäft aufgeben.

4.2 Geschäft / Gebühren / Beiträge

Gebühr (10 von 15)

Bitte erklären Sie kurz, warum Sie (nicht) bereit wären, den Pools eine (höhere) Gebühr zu zahlen, um den Service (Umfang und Qualität) beizubehalten.

- Finde es ok, nur ein Maklerprogramm zu nutzen - aber aktuell ist es noch so dass Jeder verschieden Stärken und Schwächen hat.
- Für eine gute Dienstleistung mit einem Mehrwert für mich als Makler wäre ich bereit anteilig die Kosten zu tragen. Aber es auch wirklich ein echter Mehrwert geschaffen werden.
- Für mich sind die Leute von Jung DMS absolute Abzocker.
- Für sehr guten Service würde man auch Geld bezahlen!
- Für Wissen das man selbst nicht vorhalten kann, sollte man auch entsprechend bezahlen.
- Gibt keine andere Möglichkeit.
- Ging bisher ja auch so.
- Guter Pool erleichtert Verwaltungsaufwand im Maklerbüro.
- Habe durch den Deckel geringere Einnahmen, dann können nicht zusätzlich noch die Kosten steigen.
- Hängt mit angebotenen Leistungen des Anbieters zusammen, eine Provisionsdeckelung kann nicht ausschließlich zu Lasten des Vertriebes gehen.
- Hängt von der Qualität der Pools ab.
- Ich arbeite mit einer Servicepauschale und habe daher die Möglichkeit per Honorar zu arbeiten.
- Ich bekomme keinen Mehrwert durch eine neue Gebühr!
- Ich bezahle bereits eine Gebühr.
- Ich bin 74 Jahre alt. Mein Schwerpunkt liegt bei Bestandskunden im Investmentbereich (über 90%). Der Versicherungsbereich ist für mich reiner Kundenservice.
- Ich bin für Produkte, bei denen man die Provision selbst festlegen kann - also Netto + x.
- Ich habe mein Geschäftsmodell zum größten Teil auf Honorarberatung umgestellt und könnte auf Provisionen verzichten. Im Ernstfall würde ich die Verbindung zum Pool kappen.
- Ich lehne jegliche Gebühren ab.
- Ich steige aus.
- Ich wäre doch selbst betroffen.
- Ich wäre mit einer kleinen Gebühr einverstanden.

4.2 Geschäft / Gebühren / Beiträge

Gebühr (11 von 15)

Bitte erklären Sie kurz, warum Sie (nicht) bereit wären, den Pools eine (höhere) Gebühr zu zahlen, um den Service (Umfang und Qualität) beizubehalten.

- Ich weiß nicht, was die Pools tatsächlich bekommen.
- Ich würde dann einen Teil meines Honorars abgeben.
- Ich zahle aktuell keine Gebühr. Es müsste geprüft werden, ob sich die Zahlung der Gebühr lohnt, um bei dem Pool zu bleiben.
- Ich zahle aktuell keine separate Gebühr!
- In der Branche verdienen alle gut. Die Vermittler leben nur über eine Mischkalkulation!
- In einer gesetzlichen Verankerung sollte auch die Beratung der freien Vermittler in Verbindung einer Honorierung (Overhead) akzeptiert sein.
- In Sach bereits geringe Courtagen, in LV und KV angemessen, da eher selten Abschlüsse, LV/Rente kaum noch gefragt bzw. angeboten, keine Alternative zur Selbsterkenntnis.
- Ist halt so.
- Ist mir noch zu ungenau.
- Je nach Gebühr muss eine Serviceleistung finanzierbar sein. Da die VEMA auf Basis einer Genossenschaft funktioniert, erhalte ich hier ggf. Überhänge zum Teil zurück.
- Jede gute Leistung hat seinen Preis. Durch den Service mehr Zeit für den Kunden.
- Jeder muss etwas verdienen und Leistung muss entlohnt werden.
- Kann auch mit einzelnen Gesellschaften (meiner Wahl) zusammenarbeiten. Dort gibt es dann auch Vergleichsangebote und Support.
- Keine Aussage.
- Keine Vermittlung mehr.
- Klare Transparenz ist nötig um sauber zu arbeiten. Service kostet Geld. Keine Frage. Nur möchte ich als "Kunde" des Pools wissen was ich für den Service bezahle. Da wird zu viel gemauschelt.
- Kommt auf das Geschäftsvolumen an und wie hoch die Gebühren sind, eine Direktanbindung wäre dann evtl. wieder interessanter.
- Kommt auf den Preis an.
- Kommt auf den Service an und die Höhe der Gebühren.
- Kommt auf die Höhe der Gebühr an.
- Kommt auf die Höhe der Gebühr und die Gegenleistung an.

4.2 Geschäft / Gebühren / Beiträge

Gebühr (12 von 15)

Bitte erklären Sie kurz, warum Sie (nicht) bereit wären, den Pools eine (höhere) Gebühr zu zahlen, um den Service (Umfang und Qualität) beizubehalten.

- Kommt auf Preis-/Leistungsverhältnis an.
- Kommt drauf an, wie viel Abgabe und welche Bereiche, LV/KV, ja, SUHK weniger, da mehr Aufwand in der Betreuung.
- Kosten gering wie möglich halten.
- Last muss auf beide Schultern verteilt werden.
- Leben und Leben lassen! Aber: solange ein Pool ordentliche Overheads erhält, sehe ich nicht ein, auch nur einen Cent zusätzlich zu bezahlen (wie es die WIFO leider immer wieder verlangt / verlangt hat).
- Leistung muss bezahlt werden.
- Leistungen kann man auch bezahlen, wenn sie beiden nützen.
- Lieber würde ich weniger Provision/Courtage in Kauf nehmen!! (Ventillösungen)
- Löhne steigen, daher muss auch die Gebühr steigen, um die Qualität der Pools aufrecht zu erhalten.
- Macht es günstiger als ich es könnte.
- Mehr Auslagerung von Service.
- Mit dem Provisionsdeckel wäre die gesamte Vermittlerschaft gefährdet.
- Muss eine erhebliche Verbesserung sein.
- Muss sich wirtschaftlich rechnen.
- Nur gegen mehr Leistung.
- Ohne die Dienstleistung eines Pools kann man heute nicht mehr arbeiten.
- Ohne Moos für die Pools nichts los.
- Ohne Pool/Dienstleister ist meine Produktauswahl zu beschränkt - ich bin auf das Angebot angewiesen.
- Pool wird weiterhin benötigt.
- Pools können Ihre Marktmacht und politische Verbindungen nutzen, um dies weitestgehend zu vermeiden oder eine andere Lösung zu finden.
- Provisionen der Pools sind meiner Meinung nach ausreichend bezahlt.
- Schon teuer genug.
- Schwer zu beurteilen, kommt darauf an, wie sehr ich das ganze finanziell trifft.

4.2 Geschäft / Gebühren / Beiträge

Gebühr (13 von 15)

Bitte erklären Sie kurz, warum Sie (nicht) bereit wären, den Pools eine (höhere) Gebühr zu zahlen, um den Service (Umfang und Qualität) beizubehalten.

- Selbst bei einem Prov.deckel werden Versicherer Pools finanziell über Bürokostenzuschüsse etc. unterstützen. Sehe nicht den Mehrwert, der einen Geldbetrag rechtfertigt.
- Service.
- Service kostet Geld.
- Service kostet Geld, und den Service der VEMA wollten wir weiter nutzen und im Zweifel auch etwas extra dafür bezahlen.
- Service und Qualität sollten erhalten bleiben.
- Service wird bei keinem Pool recht großgeschrieben. Standartabläufe laufen, der Rest ist eher Mangelhaft.
- Sicherheit, Sicherheit, Sicherheit - kann - will- ich alle Aspekte eines Produktes prüfen - NEIN - also gebrauche ich die Expertise des Pools.
- So hoch ist der Mehrnutzen nicht.
- Sofern dies eintritt, würde ich generell nur noch Dienstleistungsvereinbarungen mit meinen Kunden vereinbaren.
- Solange eine Win/Win Situation gegeben ist u. Transparenz vorhanden, sehr gerne!
- Um den Service nutzen zu können.
- Um weiterhin unabhängige Beratung anzubieten.
- Verdiane dann doch auch kaum noch was & dann noch mehr bezahlen.
- Vergütungsreduzierung ist nicht gewünscht.
- Verhältnis Umsatz, Betreuung / Gebührenhöhe.
- Verlust der Unabhängigkeit.
- Wäre das notwendig?
- Warum sollte ich noch zusätzlich zugunsten des Pools verzichten, wenn schon meine eigene Courtage gedeckelt wird?
- Was bekomme ich für mein Geld? Wenn die Leistung stimmt, zahlt man gerne mehr. Wofür sollte ich jedoch Geld bezahlen, nur um Zugang zu einer Gesellschaft zu erhalten?
- Was nix kostet, taugt nix, hab ich mal gelernt vor 40 Jahren.
- Wegen nicht kalkulierbaren Provisionseinnahmen.
- Weil alle das Resultat mittragen - wer „bestehen“ will, wird sich anpassen müssen und ggf. etwas am Geschäftsmodell optimieren (müssen).

4.2 Geschäft / Gebühren / Beiträge

Gebühr (14 von 15)

Bitte erklären Sie kurz, warum Sie (nicht) bereit wären, den Pools eine (höhere) Gebühr zu zahlen, um den Service (Umfang und Qualität) beizubehalten.

- Weil dann alle zahlen müssen, nicht nur für Sonderleistungen.
- Weil der Pool dann auch externe juristische Hilfe in Anspruch nehmen kann.
- Weil die Arbeit des Pools auch ein Versicherer tätigen kann.
- Weil die Darübertourage erhalten bleibt.
- Weil die Pools immer ein Overhead an Courtage haben. Die Pools leben vom eingereichten Geschäft der Makler und verdienen hier schon gut daran, warum soll ich noch eine zzgl. Gebühr zahlen.
- Weil eine höhere Gebühr zu weniger Courtageeinnahmen führt, was ich nicht finanzieren kann.
- Weil es günstiger ist zuzukaufen als selbst zu entwickeln.
- Weil ich auf vielen Ebenen tätige Hilfe benötige. Kann als "Einzelkämpfer" nicht alles machen.
- Weil ich loyal bin, weil ich durch BlauDirekt Umsatz und Stabilität vervielfachen konnte und darauf vertraue, dass dies weiter möglich ist, weil ich das Pferd nicht neu erfinden werde, weil ich flexibel bin.
- Weil ich meine Geschäftstätigkeit ganz oder teilweise einstellen würde.
- Weil mir der Pool viel Arbeit in den Back-Office-Tätigkeiten abnimmt und ich dadurch Personalkosten einsparen kann.
- Weil persönlich wichtig ist -> inno finanz ist das so :)
- Weil wir seit Jahren die Festgans der Nation sind, ständig unter dem Damoklesschwert des Provisionsverbotes, die Politiker denken wir verdienen unser Geld a, im Schlaf und b, nur mit Beschiss, das ist demütigend und noch mehr Gebühren bin ich nicht bereit zu zahlen.
- Weil wir uns im Markt an Service und Qualität messen lassen (müssen).
- Weil, ich mein Geld verdiene.
- Wenig ich viel Geschäft bringe, möchte ich nichts bezahlen. Bringe ich wenig "Kaum Geschäft", dann gerne.
- Wenn der Nutzen sichtbar ist wäre eine Gebühr in Ordnung. Eine dann eintretende Verringerung der Anbindung würde dazu führen nur den Pool zu wählen, der umfassende Angebote bereit hält.
- Wenn der Service passt, dann spart man automatisch Prozesse im BackOffice ein, die wiederum Geld einsparen (weniger Mitarbeiter notwendig).
- Wenn der Service teurer wäre, wenn ich ihn selbst aufbaue.
- Wenn der Service und die Entlastung im Geschäft dadurch stimmen, sind die höheren Kosten/niedrigeren Provisionen ausgleichbar.

4.2 Geschäft / Gebühren / Beiträge

Gebühr (15 von 15)

Bitte erklären Sie kurz, warum Sie (nicht) bereit wären, den Pools eine (höhere) Gebühr zu zahlen, um den Service (Umfang und Qualität) beizubehalten.

- Wenn es einen Provisionsdeckel geben sollte, könnte sich der Pool nicht mehr ohne weiteres über Superprovisionen finanzieren. Wenn ich weiterhin den Service des Pools nutzen wollte, müsste ich bereit sein eine (höhere) Gebühr zu zahlen.
- Wenn es sachlich plausibel gelöst und besprochen wird... Man muss das abwarten...
- Wenn es sich für mich dann überhaupt noch lohnt, wäre es wichtig, meine Mandanten nicht im Regen stehen zu lassen.
- Wenn sich dadurch der Service, die Abwicklung, die IT-Technik verbessert und ich somit mehr Umsatz durch schlankere Beratungs- und Antragsprozesse habe.
- Wenn wir keine Alternativen finden.
- Wie soll ich eine höhere Gebühr bezahlen, wenn auch uns die Courtagen gekürzt werden.
- Win-Win.
- Wir Makler werden seit Jahren von den Gesellschaften benutzt und immer mehr wird auf Makler abgewälzt. Deshalb ist die rote Linie deutlich überschritten. Sollen doch die Herren Aufsichtsräte und Vorstände an ihrem übermäßigen Gehalt abgeben. Die Umverteilung von oben nach unten muss nun mal kommen.
- Wir müssen alles leben können...
- Wir müssten selbst mehr Personal beschäftigen.
- Wir profitieren stark vom Angebot der VEMA, dies möchten wir nicht mehr missen. Wenn keine Finanzierung über Provisionen möglich ist zahlen wir gerne für den Service.
- Wir sind Sachversicherungsmakler und sind von dem Problem nicht betroffen. Es gibt auch Versicherer in Liechtenstein wo Vermittler dieses Problem ebenfalls nicht haben, da Liechtenstein kein EU-Mitglied ist und von diesem Irrsinn unfähiger Politiker nicht betroffen ist.
- Wirtschaftlich ist Umsatzverzicht auf das bisschen Poolgeschäft sinnvoller.
- Zusammenarbeit ganz ohne Pools wäre schwierig.



AssCompact
— AWARD —

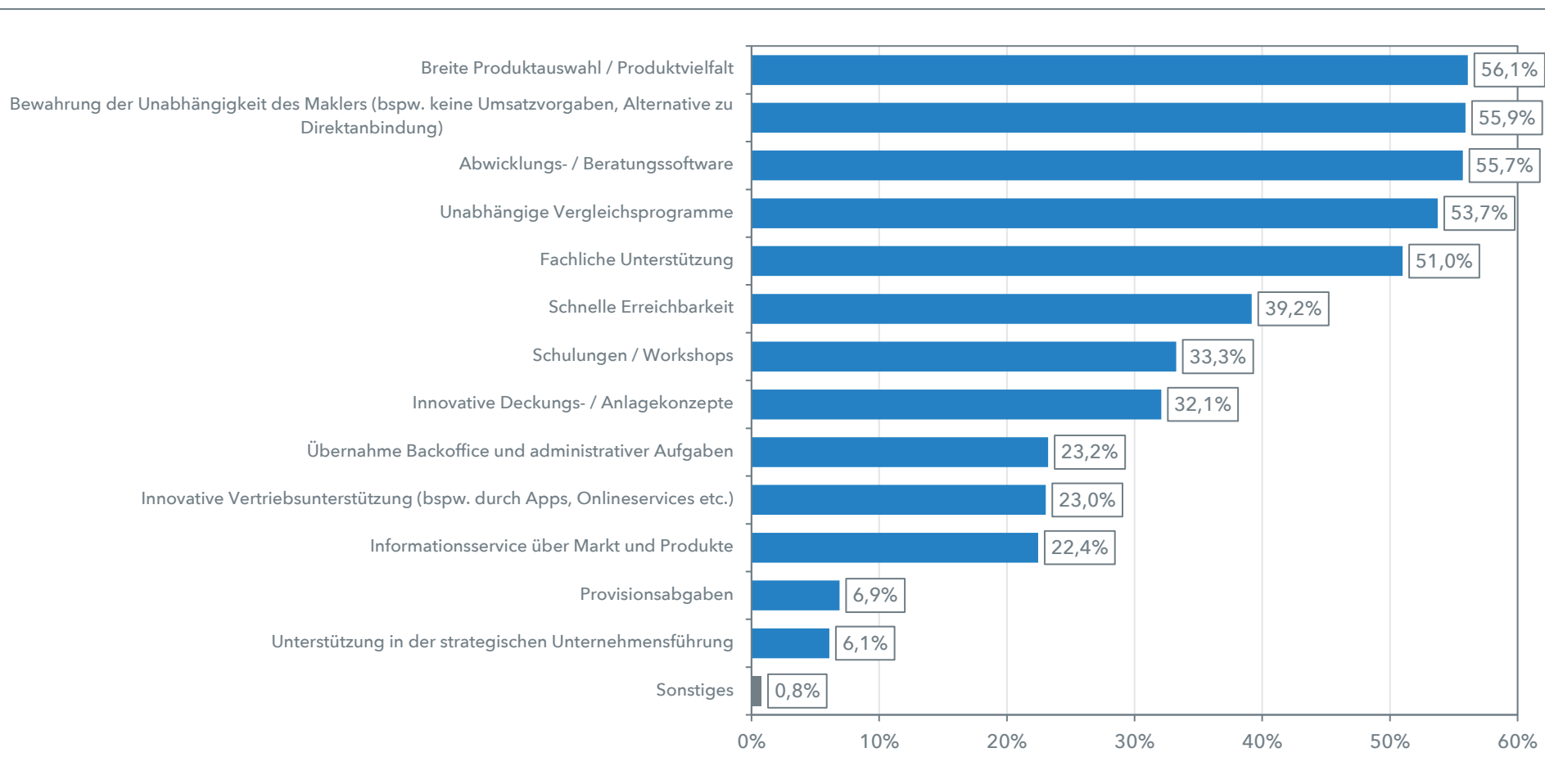
4. STELLENWERT

4.3 ERWARTUNGEN & HERAUSFORDERUNGEN

4.3 Erwartungen & Herausforderungen

Erwartungen

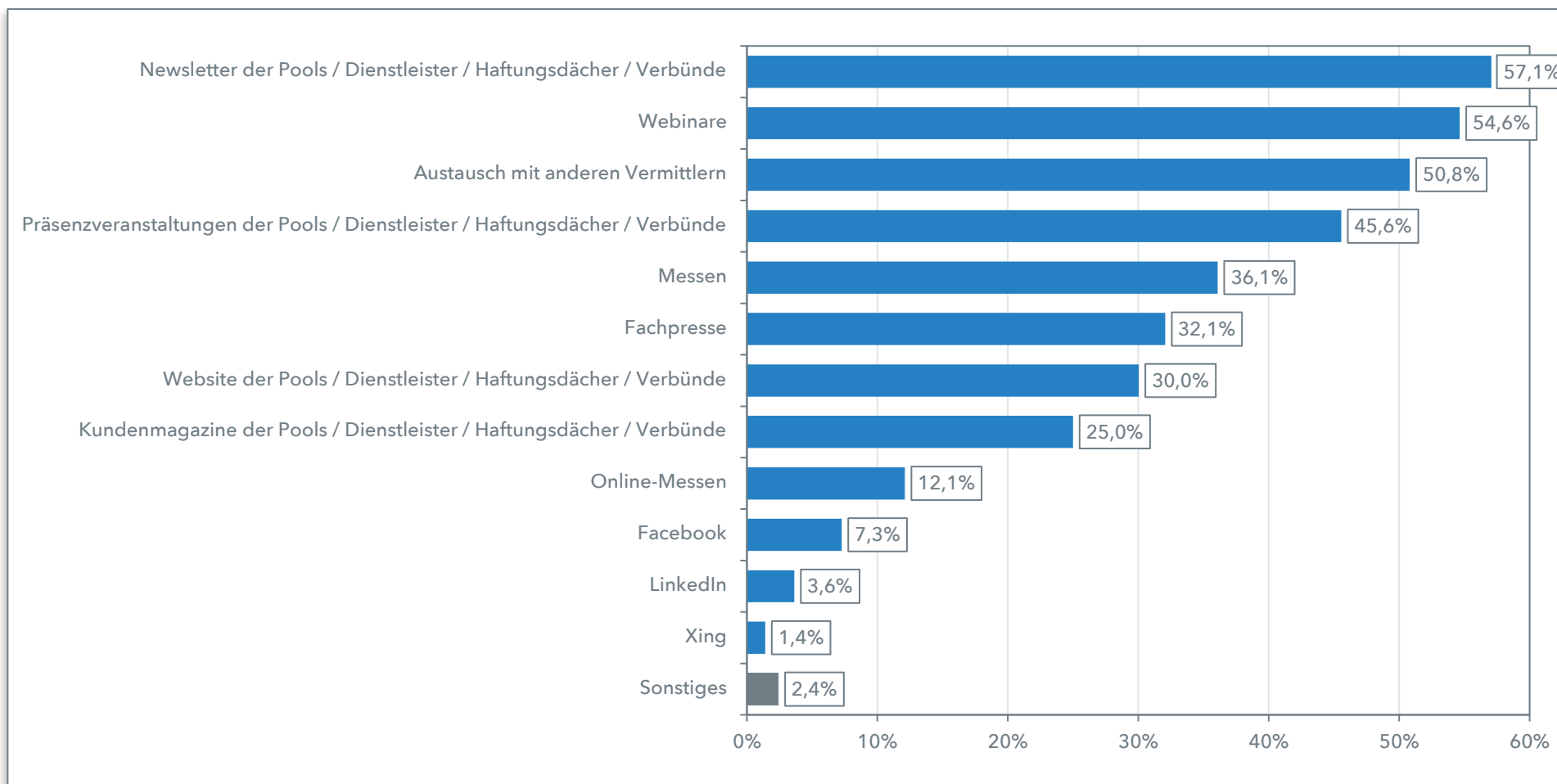
Welche besonderen Services / Dienstleistungen erwarten Sie von einem Pool / Dienstleister / Haftungsdach / Verbund für die Zukunft?
(n = 508; Mehrfachnennungen möglich)



4.3 Erwartungen & Herausforderungen

Informationskanäle

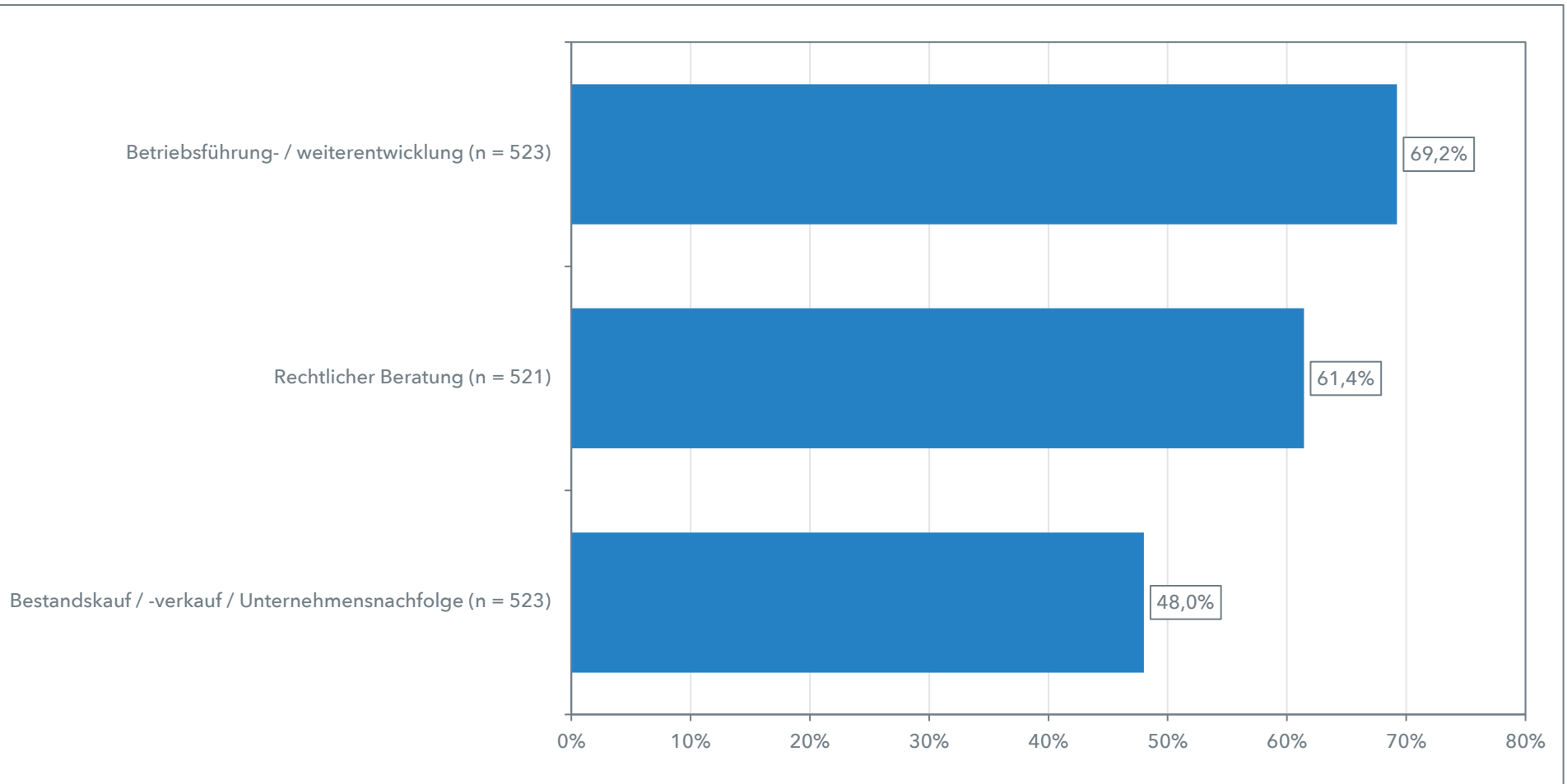
Wie informieren Sie sich über neue Serviceangebote der Pools / Dienstleister / Haftungsdächer / Verbünde? (n = 496; Mehrfachnennungen möglich)



4.3 Erwartungen & Herausforderungen

Herausforderungen für den Maklermarkt

Der Maklermarkt steht vor großen Herausforderungen (z. B. Demografie, Digitalisierung, Zinsumfeld, Regulatorik etc.). Wie zufrieden sind Sie mit der Unterstützung der Pools / Dienstleister / Haftungsdächer / Verbände hinsichtlich ...?

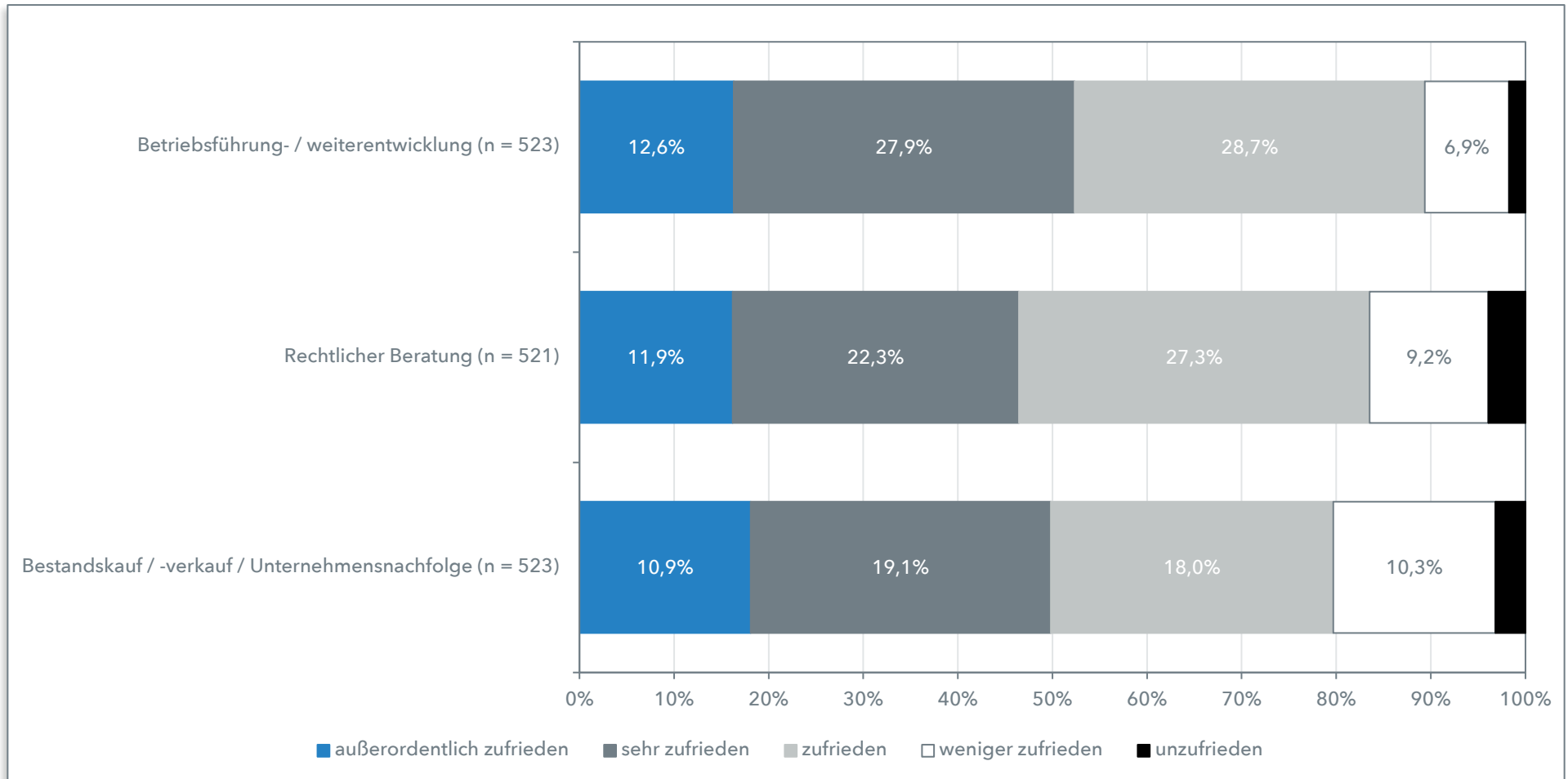


Summe aus den Antworten „außerordentlich zufrieden“, „sehr zufrieden“ und „zufrieden“

4.3 Erwartungen & Herausforderungen

Herausforderungen für den Maklermarkt - im Detail

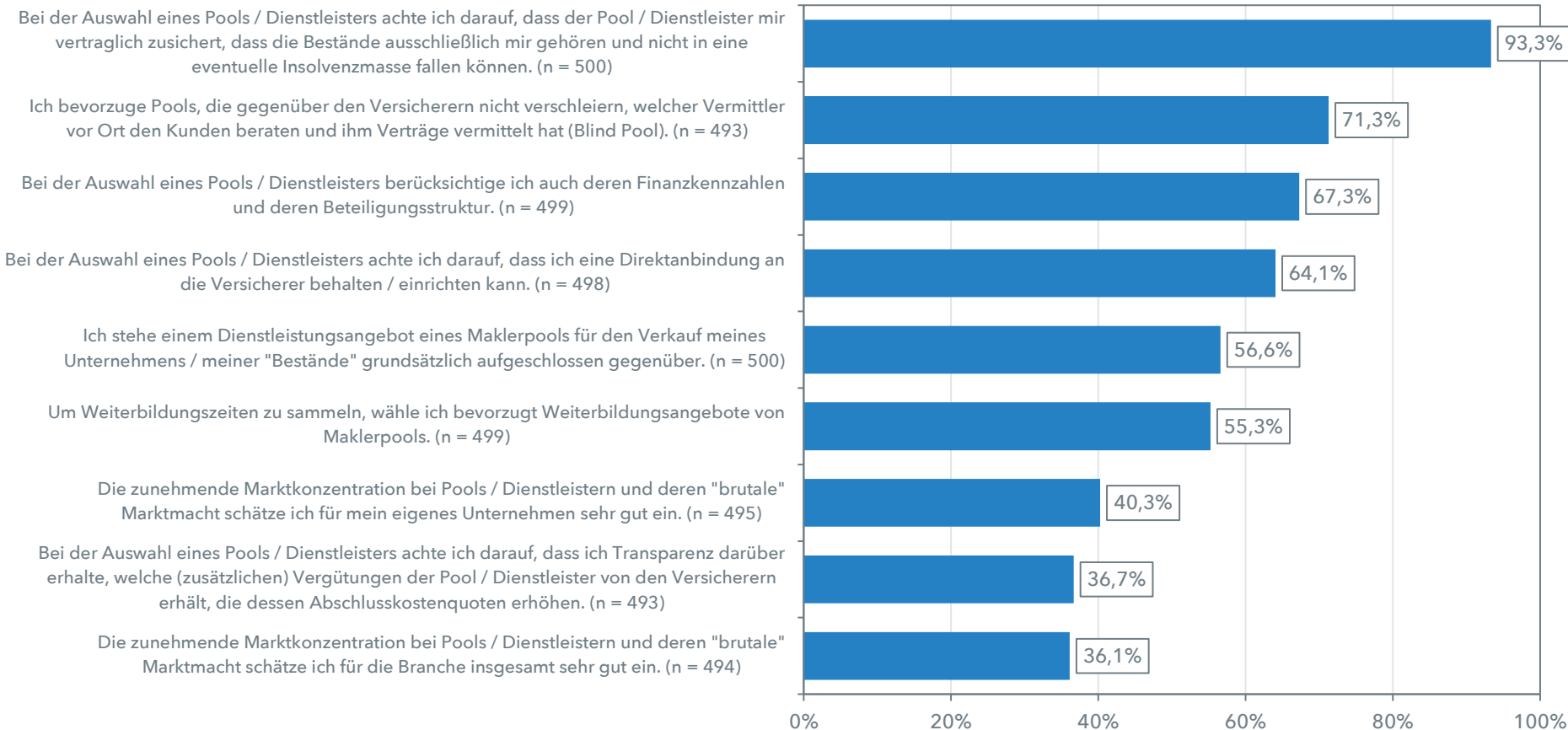
Der Maklermarkt steht vor großen Herausforderungen (z. B. Demografie, Digitalisierung, Zinsumfeld, Regulatorik etc.). Wie zufrieden sind Sie mit der Unterstützung der Pools / Dienstleister / Haftungsdächer / Verbünde hinsichtlich ...?



4.3 Erwartungen & Herausforderungen

Einstellung

Inwiefern stimmen Sie folgenden Aussagen zu?

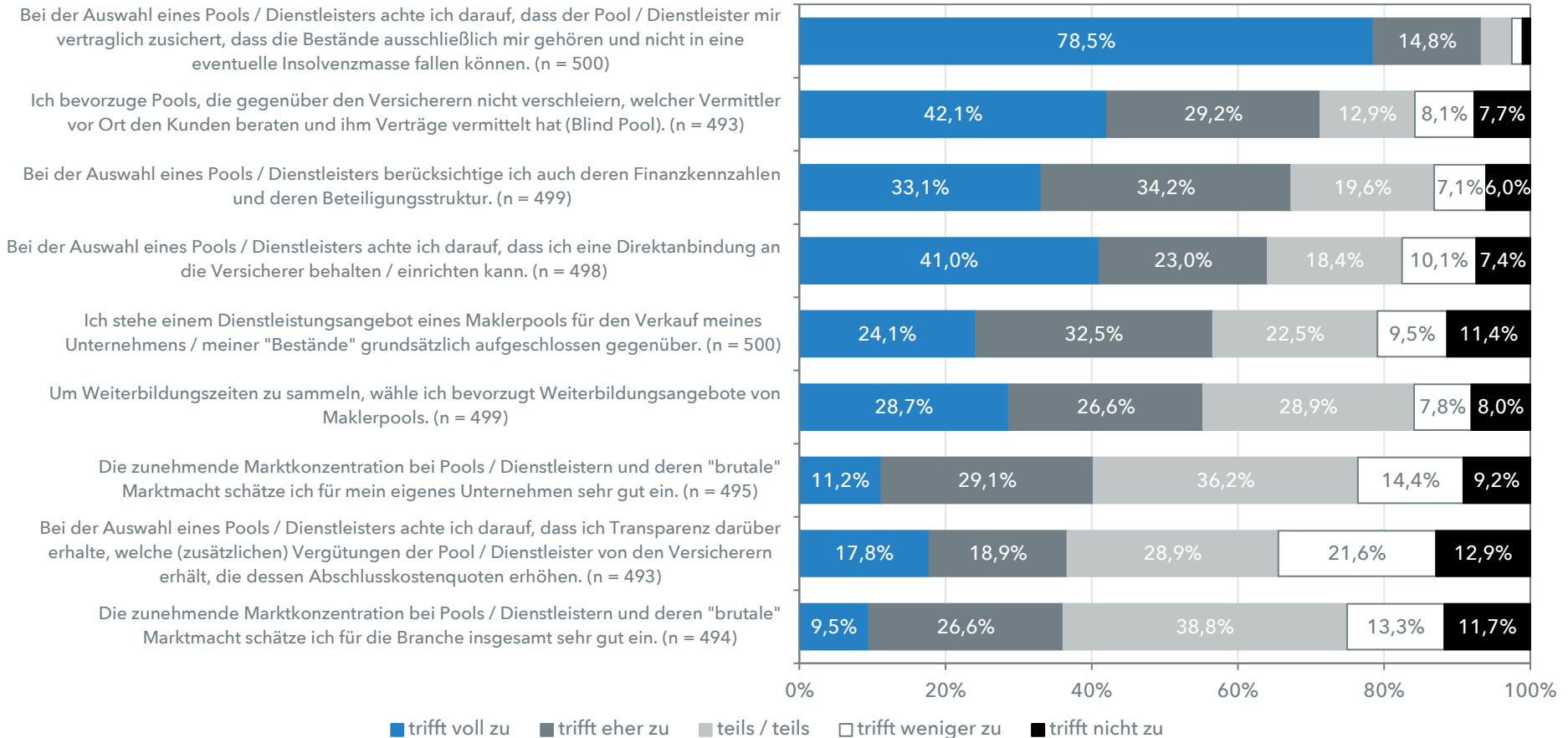


Summe aus den Antworten „trifft voll zu“ und „trifft eher zu“

4.3 Erwartungen & Herausforderungen

Einstellung - im Detail

Inwiefern stimmen Sie folgenden Aussagen zu?





AssCompact
— AWARD —

5. UNTERNEHMENS DARSTELLUNG

5. Unternehmensdarstellung



Ihr Partner für erfolgreiche Kontakte

Die **bbg Betriebsberatungs GmbH** mit Sitz in Bayreuth ist ein Dienstleistungsunternehmen für Information und Kommunikation in der Finanz- und Versicherungswirtschaft. Als Bindeglied zwischen Produktanbietern und Vermittlern liefert die bbg auf verschiedenen Wegen die Basis für Direct-Marketing, Information, Kontakte und Interaktivität. Die bbg ist Veranstalter der DKM, der Fachmesse der Finanz- und Versicherungswirtschaft sowie Herausgeber des Fachmagazins AssCompact.

Unter dem Dach von AssCompact bieten sich Vermittlern und Unternehmen weitere Plattformen zur Kontaktaufnahme, Wissensvermittlung und zum effektiven Networking. So veranstaltet die bbg Betriebsberatungs GmbH regelmäßig AssCompact Wissen Fachforen zu aktuellen Themen und organisiert den Jungmakler Award.

- **DKM – Fachmesse** für die Finanz- und Versicherungswirtschaft (24. – 25. Oktober 2023).
- **AssCompact – Fachmagazin** für Risiko- und Kapitalmanagement und Dachmarke für
 - *AssCompact Wissen* – Kompetenzforen zu aktuellen Themen.
 - *AssCompact Events* – Events für gute Kontakte.
 - *AssCompact Stellenmarkt* – Stellenangebote und -gesuche.
 - *AssCompact Mailing* – Brancheninformationen per E-Mail.
 - *AssCompact Studien* – Umfragen & Studien zu Branchenthemen.

Fachhochschule Dortmund

University of Applied Sciences and Arts

Fachhochschule Dortmund – Fachbereich Wirtschaft

Mit über 50 hauptamtlich Lehrenden und je nach Lehrangebot bis zu über 30 Lehrbeauftragten, die aus zahlreichen Unternehmensbereichen der Wirtschaft kommen, sowie mit ca. 2.900 Studierenden (mit Kooperationen deutlich über 3.000) ist der Fachbereich Wirtschaft einer der größten Fachbereiche der Fachhochschule Dortmund.

Zurzeit werden fünf Bachelor-Studiengänge und vier Masterstudienprogramme angeboten, davon einer als Verbundstudium. Beispielhafte Studiengänge:

- **Bachelorstudiengang Versicherungswirtschaft dual (B.Sc.):**
Ausbildungsintegriertes Studium in Kooperation mit Versicherungs- und Vermittlerunternehmen der Region Westfalen und dem Berufsbildungswerk der Versicherungswirtschaft in Dortmund e.V. (BWV)
(7 Semester, 210 ECTS, AQAS-zertifiziert)
- **Master Finance, Accounting, Controlling, Taxation (FACT) (M.Sc.) mit dem Stream Risk & Finance**
(3 oder 4 Semester, 90 oder 120 ECTS, AQAS-zertifiziert)
- Unterstützt vom Verein zur Förderung der Versicherungswissenschaft an der Fachhochschule Dortmund e.V.

5. Unternehmensdarstellung

Versicherungsmakler RICHTHAMMER

Unser Leitmotiv: ... damit das Leben einfacher wird

Wir sind ein bodenständiges Oberpfälzer Unternehmen, das sich seit Gründung im Jahre 1980 durch Herbert Richthammer durch stetiges Wachstum zum größten Maklerunternehmen in der Region entwickelt hat. Der Schwerpunkt unserer Tätigkeit liegt in der Betreuung industrieller und gewerblicher Unternehmen sowie anspruchsvoller Freiberufler und Privatkunden. Die Zusammenarbeit mit über 90 Versicherungsgesellschaften und Unternehmen im Finanzsektor legt hierbei die Grundlage für eine kompetente und neutrale Beratung unserer rund 5.000 zufriedenen Kunden. Unsere 40 Mitarbeiter setzen neben ihrer langjährigen Erfahrung eine Vielzahl neutraler und unabhängiger Vergleichsprogramme ein, um Ihnen optimale Produkte anbieten zu können.

Inhaber und Geschäftsführer: Michael Richthammer

Michael Richthammer nimmt seit Jahren als kreativer Querdenker an den Studien teil. In den Umfragen sieht er einen direkten Nutzen für sein Maklerunternehmen, da es ihm Gelegenheit gibt, Abläufe und Prozesse im eigenen Betrieb zu beleuchten und gegebenenfalls auch intern Änderungen bzw. Anpassungen vorzunehmen.

Mit der Teilnahme an den AssCompact Studien und Umfragen möchte er eine Verbesserung der kritischen Punkte bei den Produktgebern und eine Verbesserung in der Qualität der Zusammenarbeit erreichen.

5. Unternehmensdarstellung



Die **Institut für Vorsorge und Finanzplanung GmbH (IVFP)** mit Sitz in Altstadt/WN ist unabhängig und inhabergeführt. Das zentrale Element des IVFP ist die Kombination von Wissenschaft und Praxis. Mit einem Team von Spezialisten bietet das IVFP kompetente Lösungsansätze für die Finanzdienstleistungsbranche.

Akademie: In der modernen Wissensgesellschaft ist das IVFP mit seinen Seminarlehrgängen und Vorträgen stets nah am Zeitgeschehen. Versicherungsgesellschaften & Banken sowie auch Finanzberater & freie Versicherungsmakler werden hierbei zielgerichtet geschult und begleitet.

Rating: Das Rating des IVFP hat es sich zur Aufgabe gemacht den Markt für Vorsorgeprodukte in Deutschland detailliert und unabhängig zu untersuchen. Dabei werden jährlich mehr als 600 Tarife von über 100 Anbietern untersucht.

- **Software:** Die Software für Vorsorge und Finanzplanung GmbH und Co. KG entwickelt individuelle Beratungsanwendungen nach Wunsch in allen Bereichen der Altersvorsorge- und Finanzplanung.
- **Research:** Produktanalysen und Produktvergleichsübersichten ebenso wie Marktforschungen und Studien zu aktuellen Themen werden hierbei vom IVFP erstellt.
- **Tax & Consulting:** Die Zertifizierung von Beratungsabläufen, die Analyse bestehender Prozesse und deren Optimierung sowie die Betreuung und Beratung bei Fragestellungen speziell zu den Themen Steuern und bAV gehören zum Portfolio in diesem Bereich.

5. Unternehmensdarstellung



Die Institut Ritter GmbH widmet sich fokussiert der unternehmerischen Professionalisierung und Entwicklung von Vermittlern im deutschsprachigen Raum. Zusätzlich begleitet das Unternehmen konzeptionell, beratend und trainierend Vorstände, Führungskräfte und Mitarbeitende von Versicherungsunternehmen in den Themen Vertriebsorganisation und Vertriebsentwicklung.

Zielsetzung der Arbeit ist stets, die Arbeit von Versicherungsunternehmen und Vermittlern effektiver und vertriebswirksamer zu gestalten. Zudem sind Fokussierung und Verschlinkung von Abläufen ein häufiges Thema der umfangreichen Begleitprojekte.

Die Institut Ritter GmbH ist zudem unternehmensberatender Begleiter und Impulsgeber des Jungmakler-Awards in Deutschland und Österreich und seit 2006 Initiator des Awards Unternehmer-Ass an die besten Versicherungsvermittler Deutschlands.

Geschäftsführer: Steffen Ritter

Gründungsjahr: 2008

Rechtsform: GmbH

Sitz: Sangerhausen

Branchenerfahrung: seit 1992

Geschäftsfelder: Training, Beratung, Marktforschung rund um den erfolgreichen Versicherungsvertrieb



AssCompact
— AWARD —

6. WEITERE STUDIEN

6. Bestellformular

AssCompact AWARD 2023

- | | |
|--|-------------|
| <input type="checkbox"/> Private Kranken- & Pflegeversicherung (Februar) | (2.500 EUR) |
| <input type="checkbox"/> Pools und Dienstleister (März) | (2.500 EUR) |
| <input type="checkbox"/> Private Kfz- & Flottenversicherung (April) | (2.500 EUR) |
| <input type="checkbox"/> BU/Arbeitskraftabsicherung (Mai) | (2.500 EUR) |
| <input type="checkbox"/> Betriebliche Altersversorgung (Juni) | (2.500 EUR) |
| <input type="checkbox"/> Privates Schaden-/Unfallgeschäft (Juli) | (2.500 EUR) |
| <input type="checkbox"/> Gewerbliches Schaden-/Unfallgeschäft (August) | (2.500 EUR) |
| <input type="checkbox"/> Private Vorsorge (Oktober) | (2.500 EUR) |
| <input type="checkbox"/> Maklerservice (November) | |
| <input type="checkbox"/> 1 Bereich* _____ | (2.500 EUR) |
| <input type="checkbox"/> 4 Bereiche | (3.400 EUR) |
| <input type="checkbox"/> inkl. Konzernlizenz / Subsample-Analyse (Competitive Benchmark)** | (+ 900 EUR) |

AssCompact TRENDS 2023

- | | |
|---|---------------|
| <input type="checkbox"/> Ausgabe I (März) | (1.500 EUR) |
| <input type="checkbox"/> Ausgabe II (Juni) | (1.500 EUR) |
| <input type="checkbox"/> Ausgabe III (September) | (1.500 EUR) |
| <input type="checkbox"/> Ausgabe IV (Dezember) | (1.500 EUR) |
| <input type="checkbox"/> inkl. Konzernlizenz | (+ 600 EUR) |
| <hr/> | |
| <input type="checkbox"/> Abonnement*** (25% Rabatt) | (4.500 EUR) |
| <input type="checkbox"/> inkl. Konzernlizenz*** | (+ 1.500 EUR) |

Voraussichtliche Veröffentlichungstermine (siehe Klammern). Alle Preise zzgl. aktuell gültiger MwSt.
* Auswahl aus den Bereichen: Betriebliche Altersversorgung, Private Vorsorge, PKV & Pflege, Schaden/Unfall.

** Subsample-Analyse (Competitive Benchmark) falls verfügbar.

*** Das TRENDS-Abonnement verlängert sich automatisch um ein Jahr, es sei denn, Sie kündigen zum Jahresende.

Auftraggeber

Unternehmen _____
Name _____
Abteilung, Funktion _____
Straße, Hausnummer _____
PLZ, Ort _____
E-Mail-Adresse _____
Datum, Unterschrift _____

Rechnungsadresse (falls abweichend)

Unternehmen _____
Name _____
Abteilung, Funktion _____
Straße, Hausnummer _____
PLZ, Ort _____
E-Mail-Adresse _____