

AssCompact

— AWARD —

POOLS & DIENSTLEISTER 2022

Marktstudie

Ergebnisse aus einer Befragung von
Assekuranz- und Finanzvermittlern

März 2022



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.

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	28		
3.1 Bewertungsschema	29		
3.2 Favoriten der Vermittler – Vorsorge / Leben	39		
3.2.1 Ranking der Top-Anbieter	40		
3.2.2 Share of Wallet	41		
3.2.3 Zufriedenheitsanalyse	47		
3.2.4 SoW & gewichtete GZFR	52		
3.2.5 Net-Promoter-Score (NPS)	53		
3.2.6 Analyse der Top-Anbieter	54		
3.3 Favoriten der Vermittler – Kranken	144		
3.3.1 Ranking der Top-Anbieter	145		
3.3.2 Share of Wallet	146		
3.3.3 Zufriedenheitsanalyse	152		
3.3.4 SoW & gewichtete GZFR	157		
3.3.5 Net-Promoter-Score (NPS)	158		
3.3.6 Analyse der Top-Anbieter	159		
3.4 Favoriten der Vermittler – Sach / HUK		225	
3.4.1 Ranking der Top-Anbieter		226	
3.4.2 Share of Wallet		227	
3.4.3 Zufriedenheitsanalyse		233	
3.4.4 SoW & gewichtete GZFR		238	
3.4.5 Net-Promoter-Score (NPS)		239	
3.4.6 Analyse der Top-Anbieter		240	
3.5 Favoriten der Vermittler – Finanzen		366	
3.5.1 Ranking der Top-Anbieter		367	
3.5.2 Share of Wallet		368	
3.5.3 Zufriedenheitsanalyse		374	
3.5.4 SoW & gewichtete GZFR		379	
3.5.5 Net-Promoter-Score (NPS)		380	
3.5.6 Analyse der Top-Anbieter		381	
4. Stellenwert		417	
4.1 Zusammenarbeit		418	
4.2 Geschäft / Gebühren / Beiträge		435	
4.3 Erwartungen & Herausforderungen		453	
5. Unternehmensdarstellung		460	
6. Weitere Studien		466	
7. Individualanalysen			separate Datei



AssCompact

— AWARD —

1. MANAGEMENT-SUMMARY

1. Management-Summary (1 von 6)

Top-3-Favoriten der Vermittler

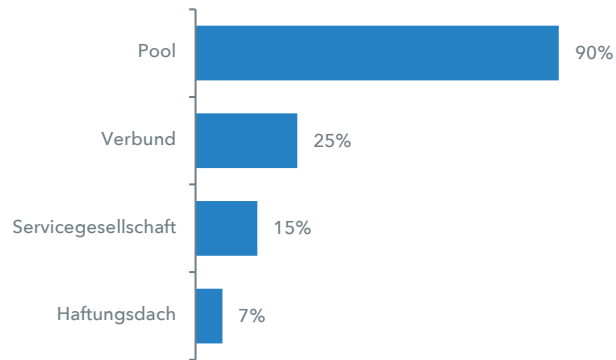
(weitere Informationen: Kapitel 3.2, 3.3, 3.4 & 3.5 Seite 39 bis 416)



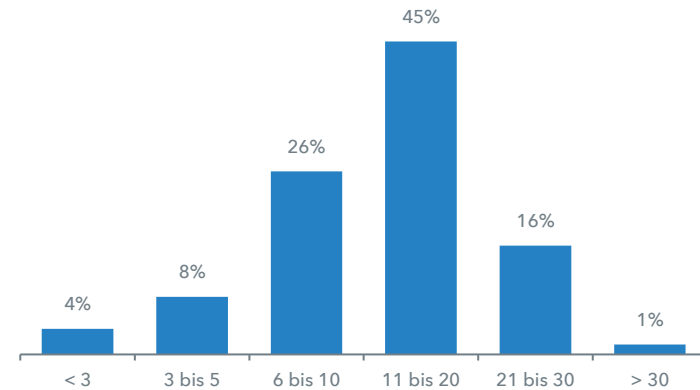
1. Management-Summary (4 von 6)

Zentrale Ergebnisse

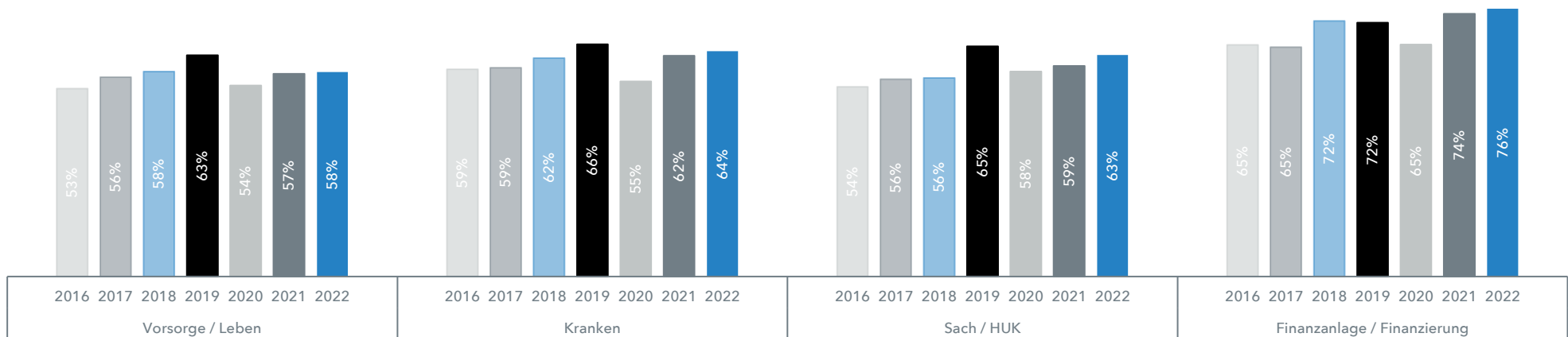
- **Zusammenarbeit** mit Pools, Verbänden, Servicegesellschaften & Haftungsdächern - S. 419



- **Dauer der Zusammenarbeit** mit Pools, Verbänden, Servicegesellschaften & Haftungsdächern - S. 423



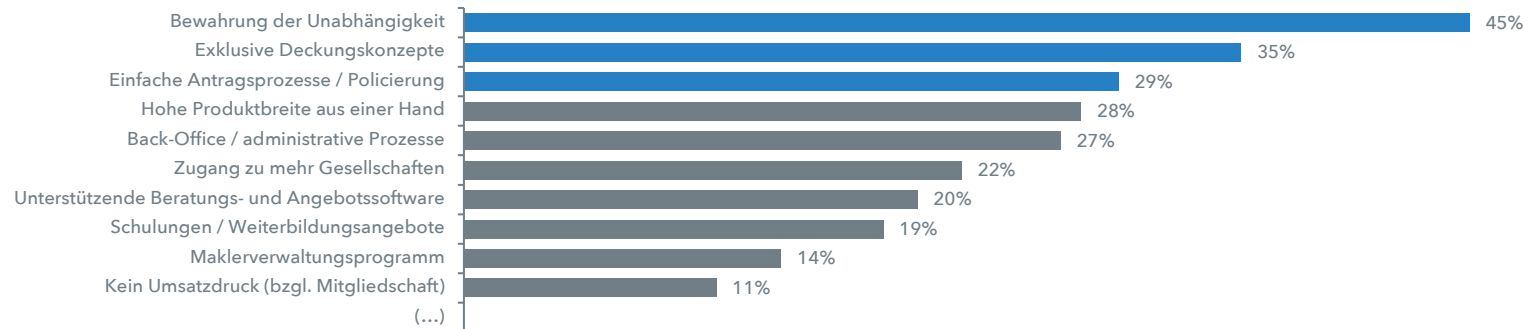
- **Abschluss des Geschäfts über Pools** nach Bereichen im Zeitverlauf - S. 426



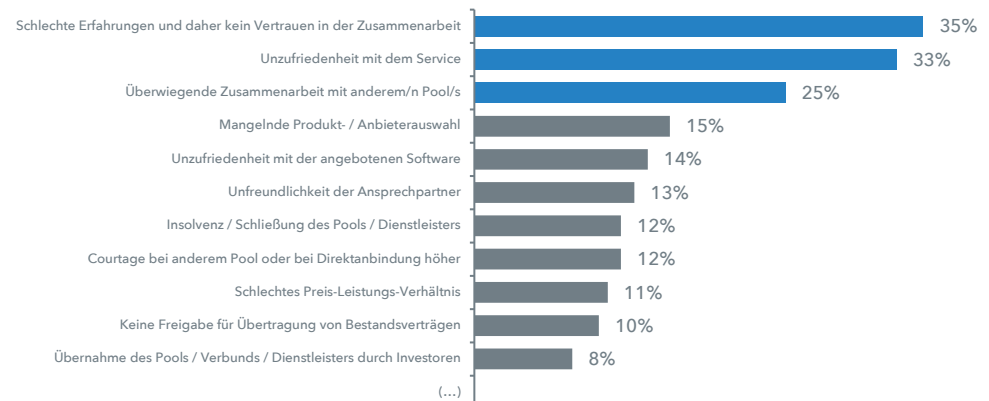
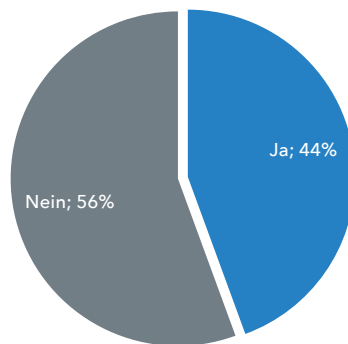
1. Management-Summary (5 von 6)

Zentrale Ergebnisse

▪ Hauptgründe für eine Zusammenarbeit mit Pools und anderen Dienstleistern - S. 427



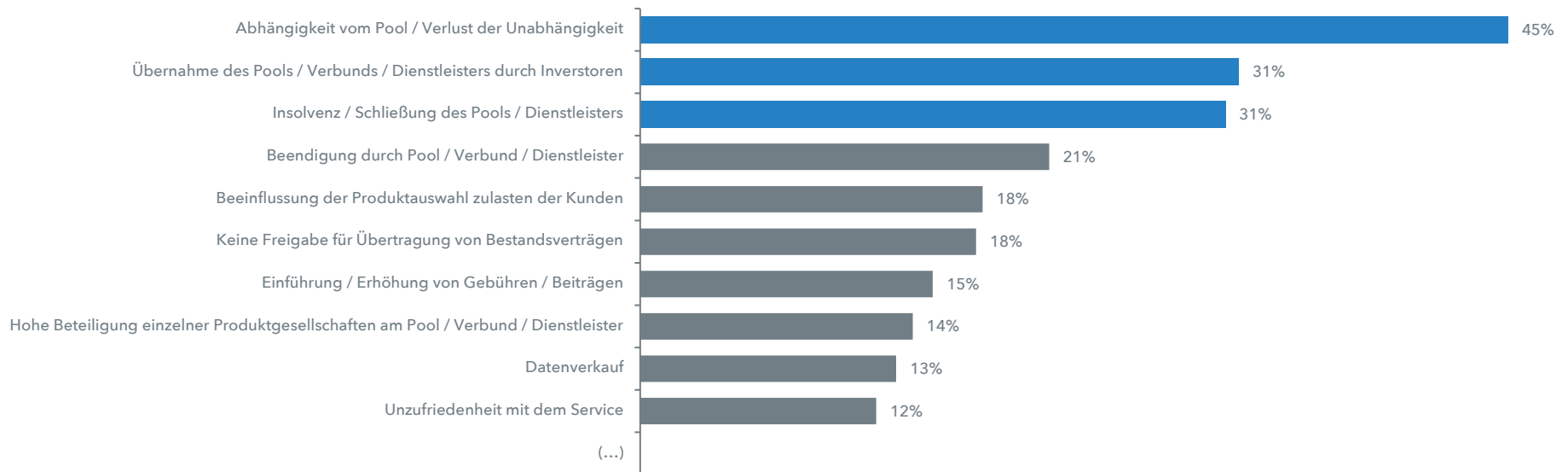
▪ Beendigung der Zusammenarbeit mit Pools und die Gründe für eine Beendigung der Zusammenarbeit - S. 429 & 430



1. Management-Summary (6 von 6)

Zentrale Ergebnisse

- Risiken der Zusammenarbeit mit Pools / Dienstleistern / Haftungsdächern / Verbänden - S. 428





AssCompact
— AWARD —

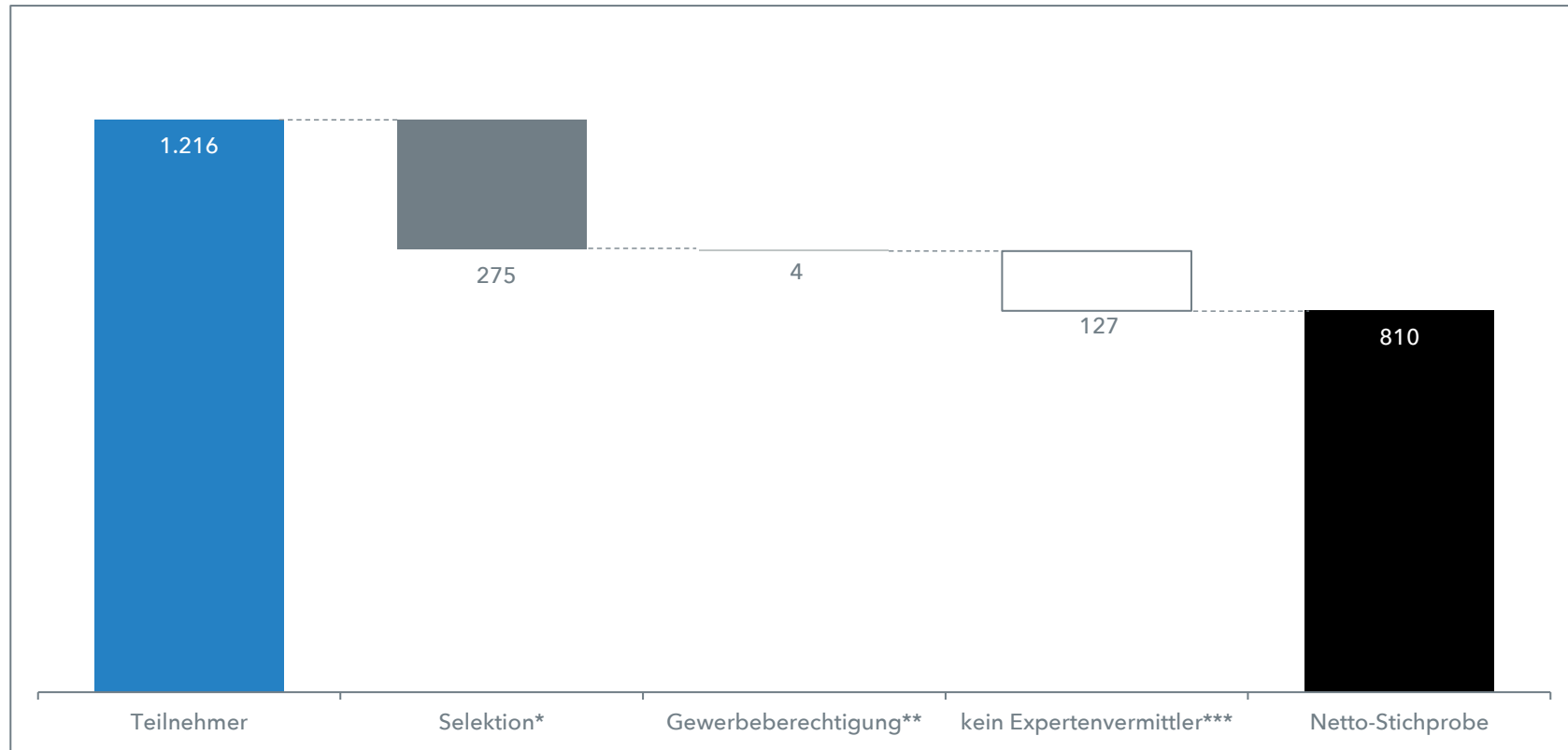
2. UNTERSUCHUNGSDESIGN & METHODISCHES VORGEHEN

2. Untersuchungsdesign & methodisches Vorgehen

- Deskriptives Untersuchungsdesign
- Standardisierte Online-Befragung vom 25.01.2022 bis 04.02.2022
- Konzentrationsverfahren
- Stichprobe: N = 1.216
- Netto-Stichprobe: n = 810
- Zielgruppe:
 - Vermittler aus der Finanz- und Versicherungsbranche mit Zulassung nach (Mehrfachnennungen möglich):
 - 92,1% Versicherungsmakler mit Erlaubnis nach § 34d Abs.1 Nr.2 GewO
 - 30,1% Finanzanlagevermittler nach § 34f Abs.1 GewO
 - 24,9% Immobiliendarlehensvermittler nach § 34i Abs.1 S.1 GewO
 - Vermittler aus der Finanz- und Versicherungsbranche mit ...
 - ... einem Durchschnittsalter von 55,7 Jahren
 - ... einer Branchenerfahrung von 26,7 Jahren
 - ... einer Geschlechtsverteilung von 11,9% weiblichen Vermittlerinnen und 88,1% männlichen Vermittlern
- Sehr gutes Abbild der Finanz- und Versicherungsvermittler hinsichtlich der Alters- und Geschlechtsstruktur

2. Untersuchungsdesign & methodisches Vorgehen

Umfrageteilnehmer



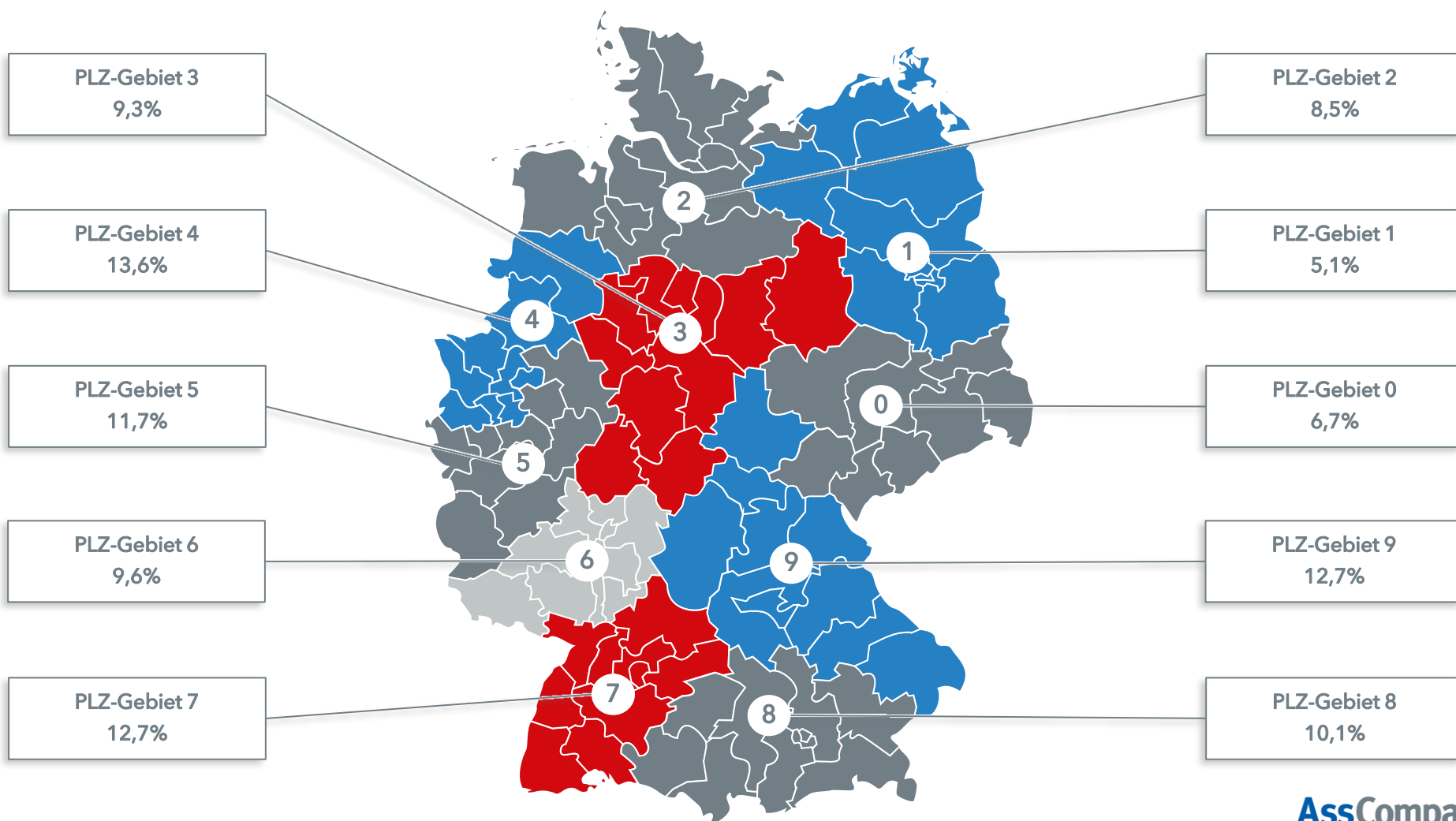
*Selektionskriterien: unrealistische Beantwortungsdauer, Abbruch nach wenigen Fragen, keine Zielgruppe

**Gewerbeberechtigung: Antwortoption "Gebundener Versicherungsvertreter"

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

2. Untersuchungsdesign & methodisches Vorgehen

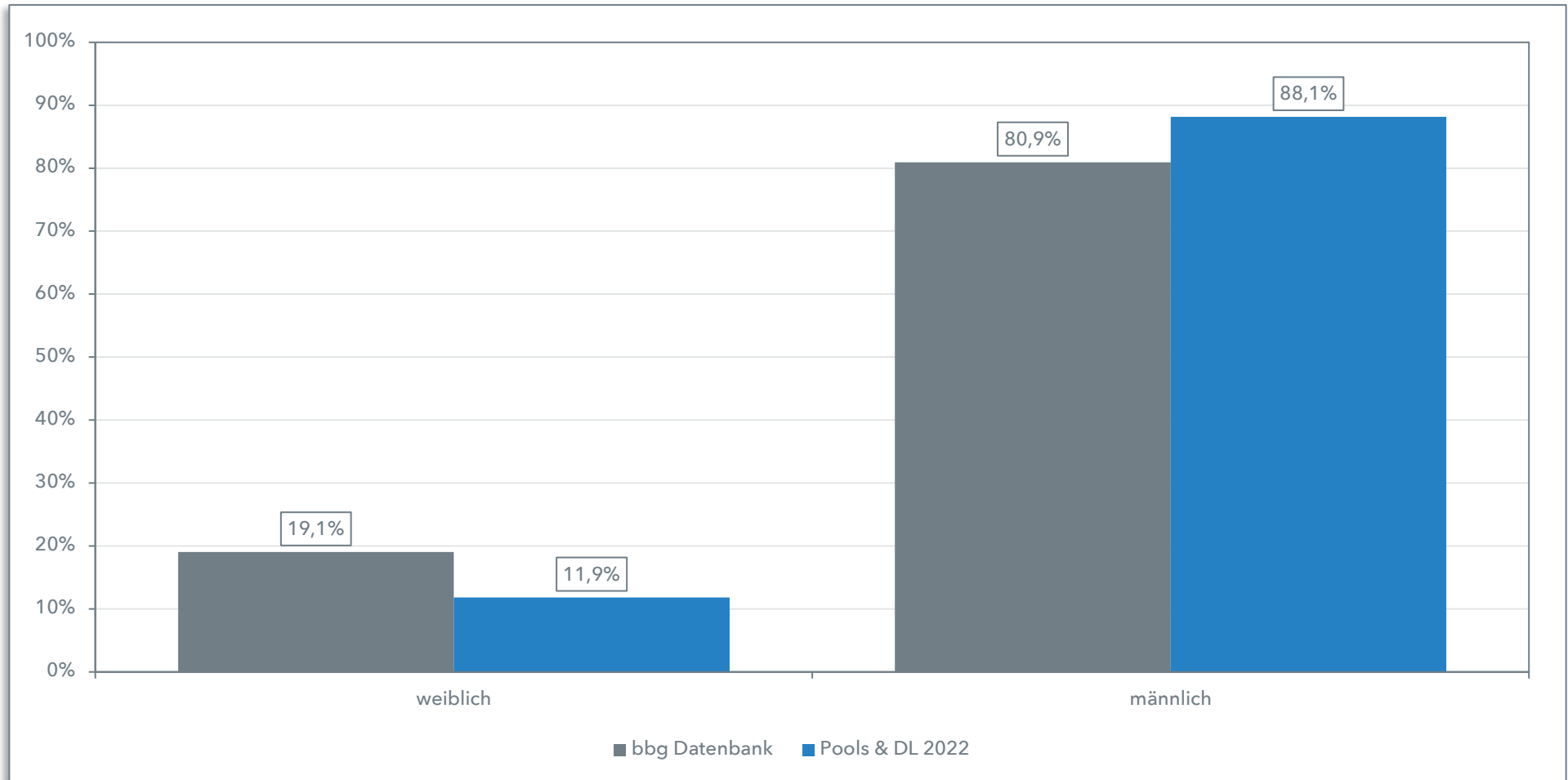
Regionale Verteilung der Befragten (n = 810)



2. Untersuchungsdesign & methodisches Vorgehen

Repräsentativität

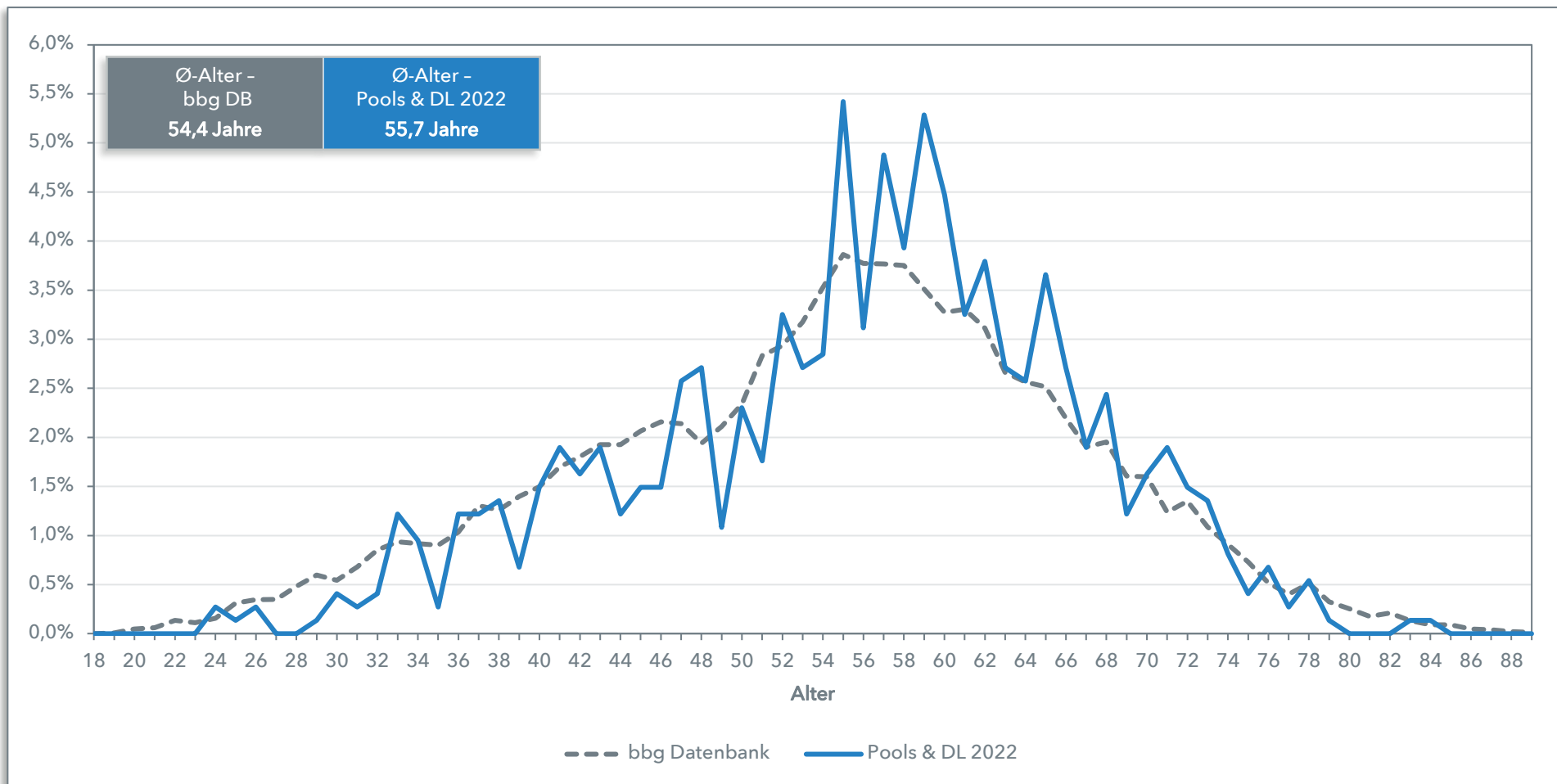
Geschlechtsverteilung in der bbg Datenbank vs. Geschlechtsverteilung in der Stichprobe



2. Untersuchungsdesign & methodisches Vorgehen

Repräsentativität

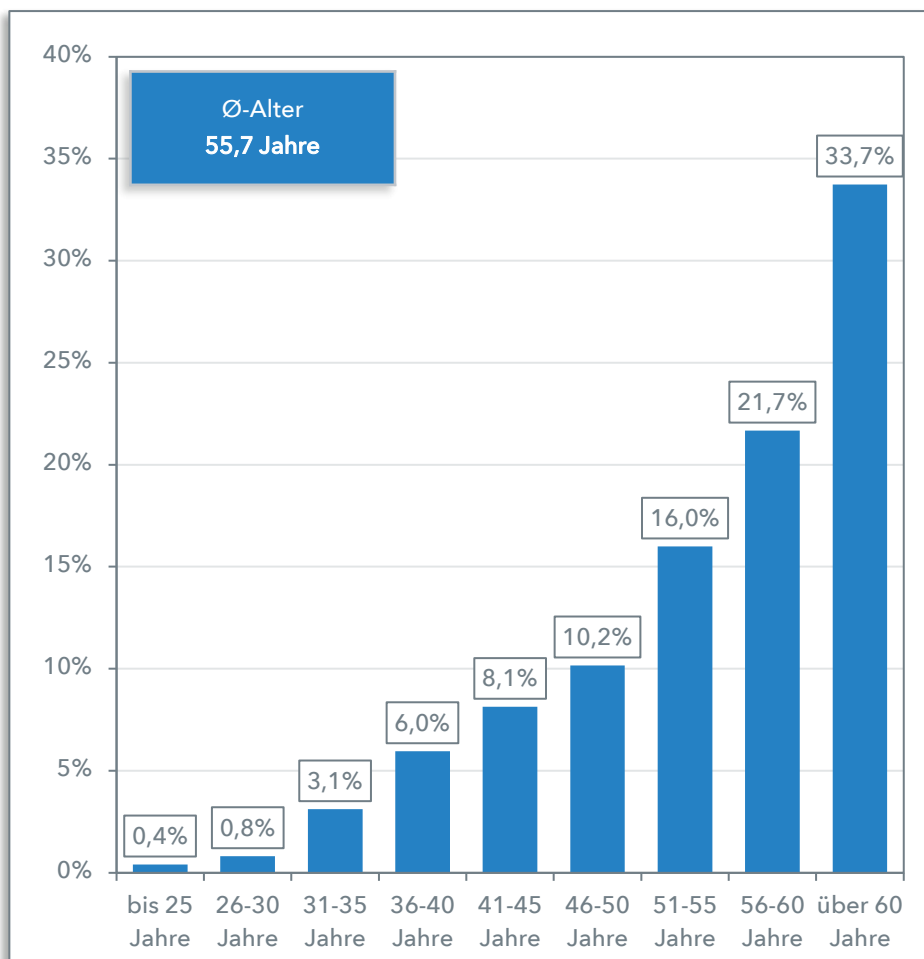
Altersverteilung in der bbg Datenbank vs. Altersverteilung in der Stichprobe



2. Untersuchungsdesign & methodisches Vorgehen

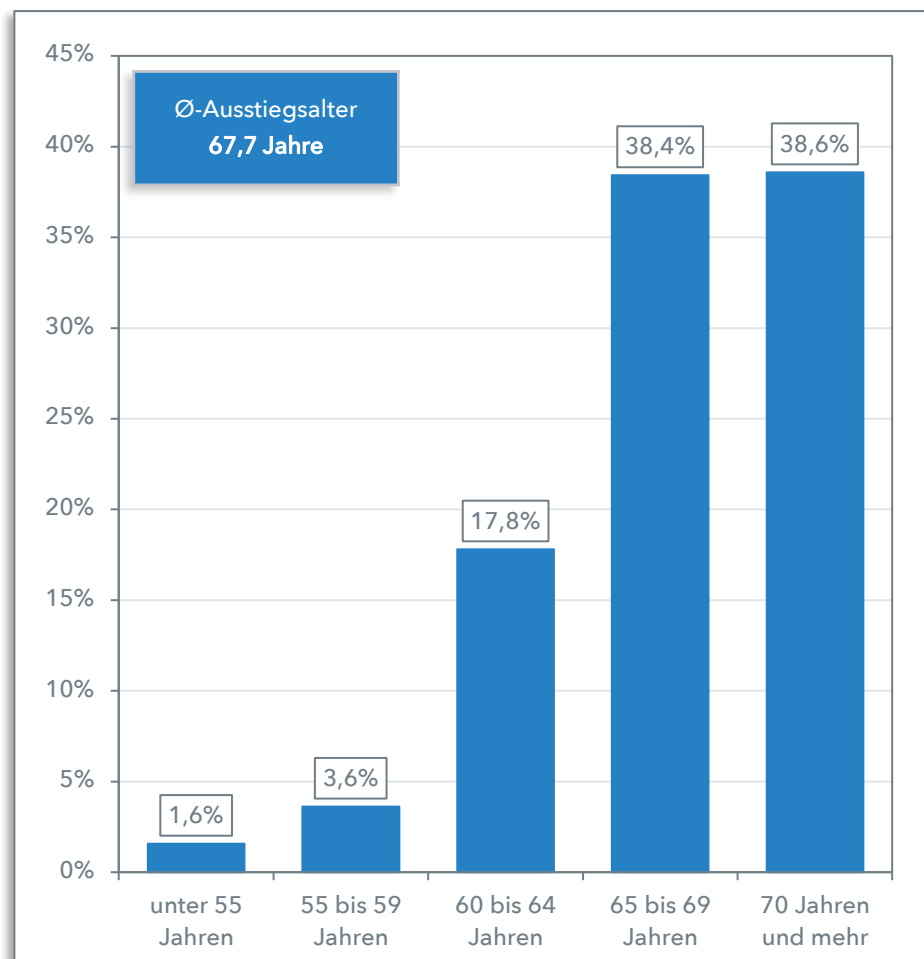
Alter

Bitte sagen Sie uns noch, wie alt Sie sind. (n = 738)



Ausstiegsalter

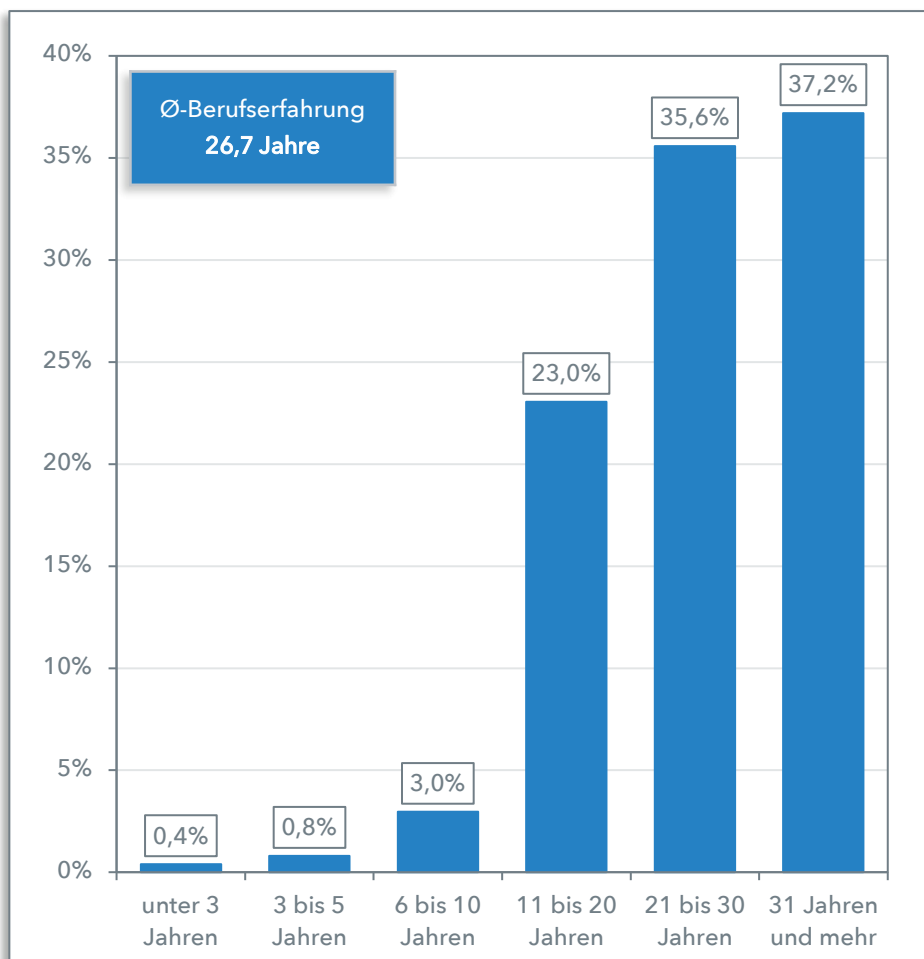
In welchem Jahr möchten Sie aufhören? (n = 635)



2. Untersuchungsdesign & methodisches Vorgehen

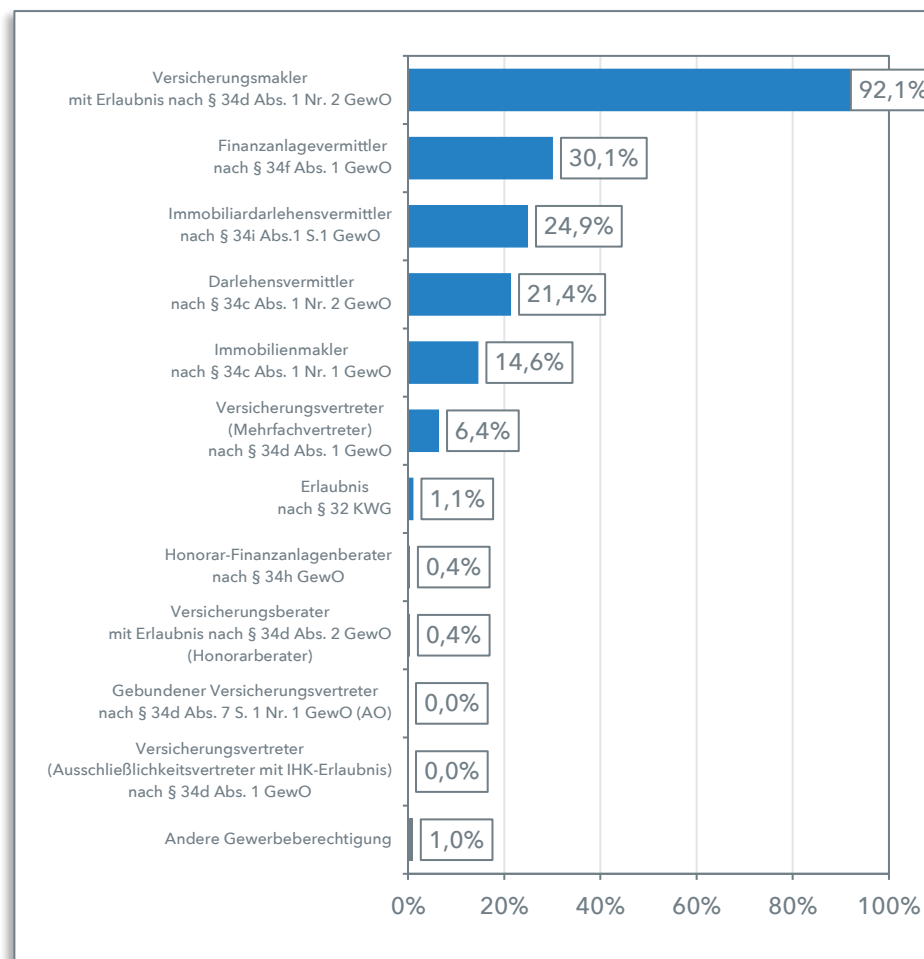
Berufserfahrung

Ich bin im Finanzdienstleistungsbereich tätig seit ... (n = 742)



Tätigkeit

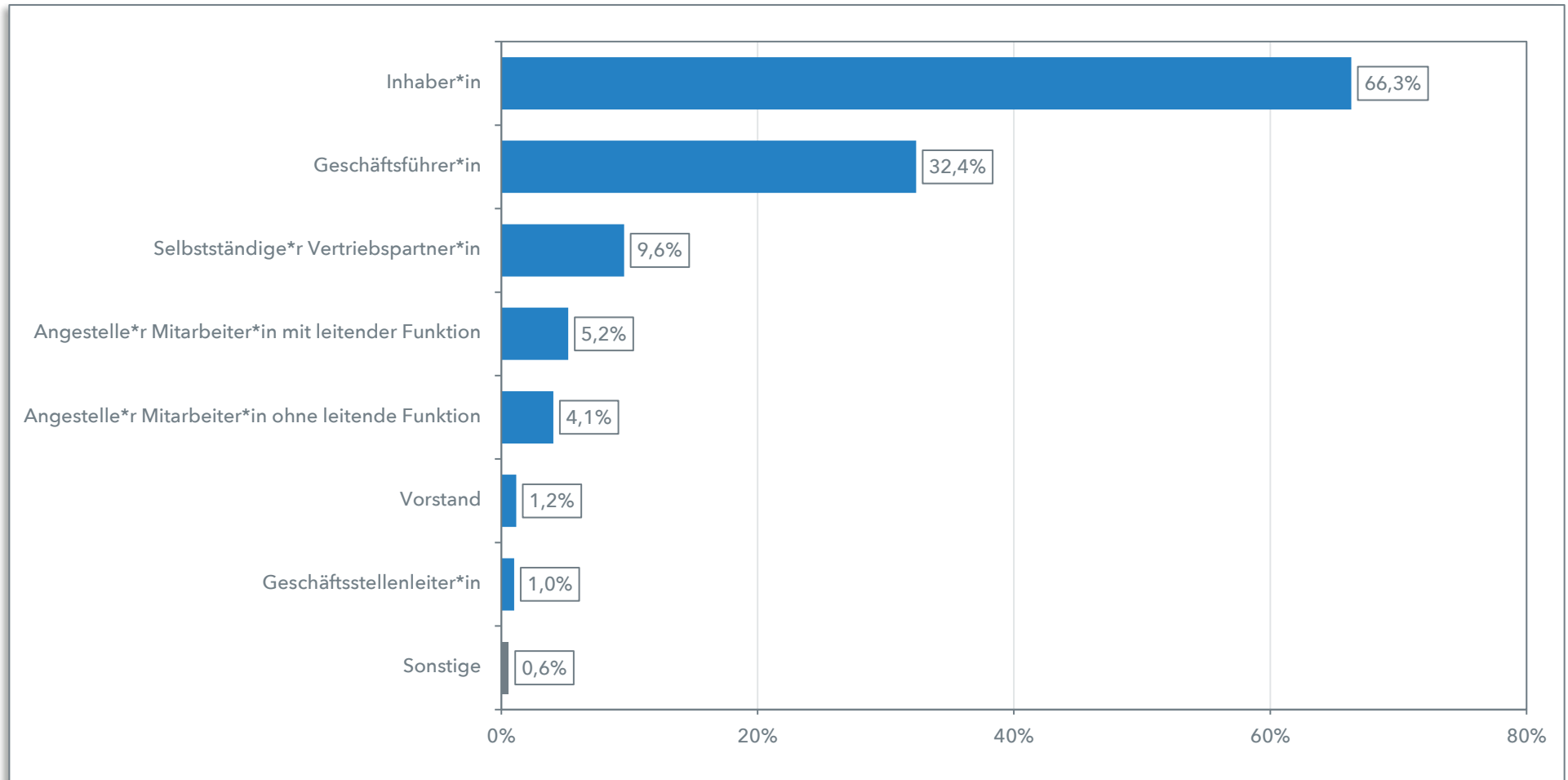
Ich bin tätig als ... (n = 807; Mehrfachnennungen möglich)



2. Untersuchungsdesign & methodisches Vorgehen

Position im Unternehmen

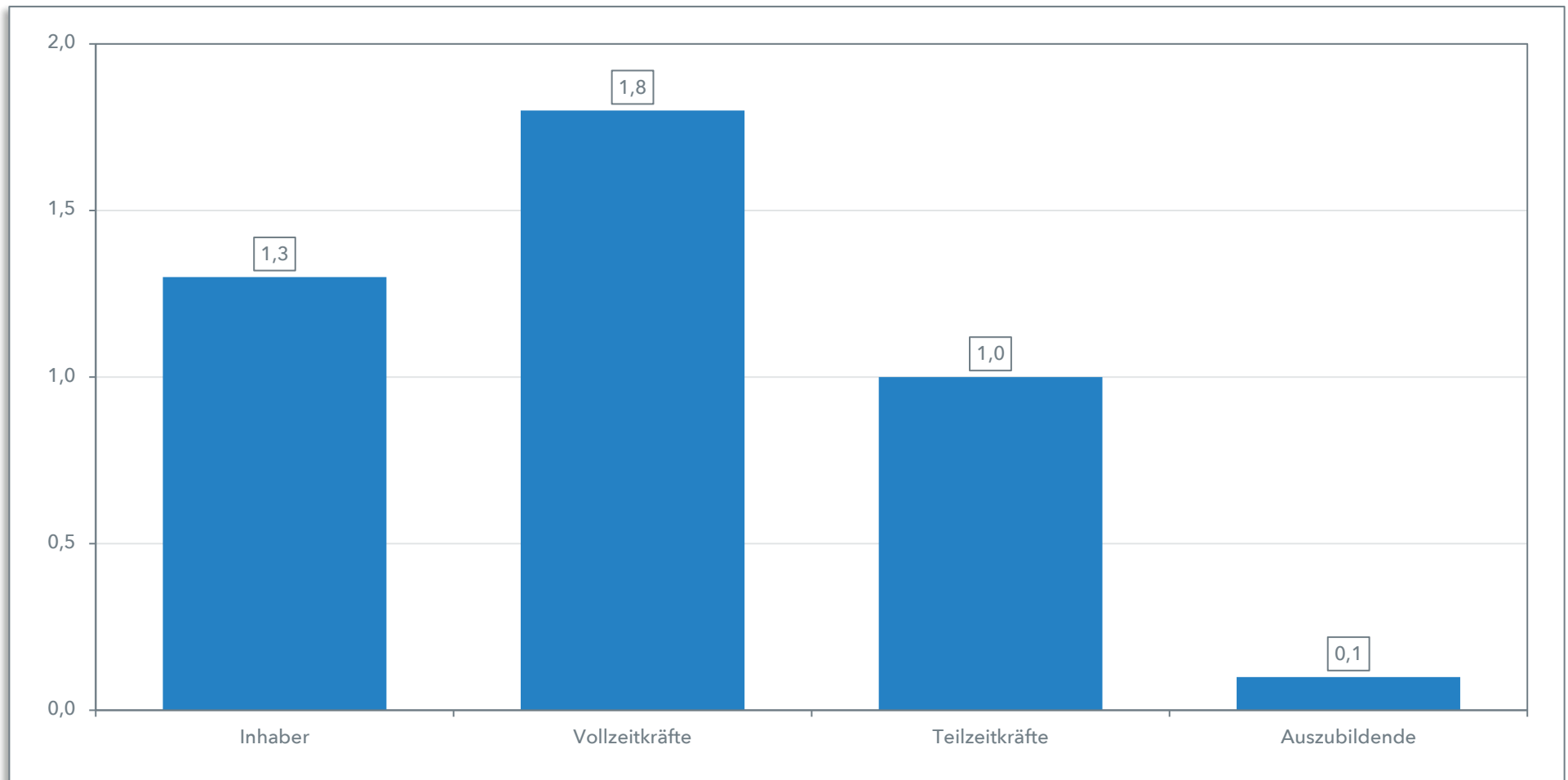
Welche Position haben Sie im Unternehmen? (n = 689, Mehrfachnennungen möglich)



2. Untersuchungsdesign & methodisches Vorgehen

Mitarbeiterzahl

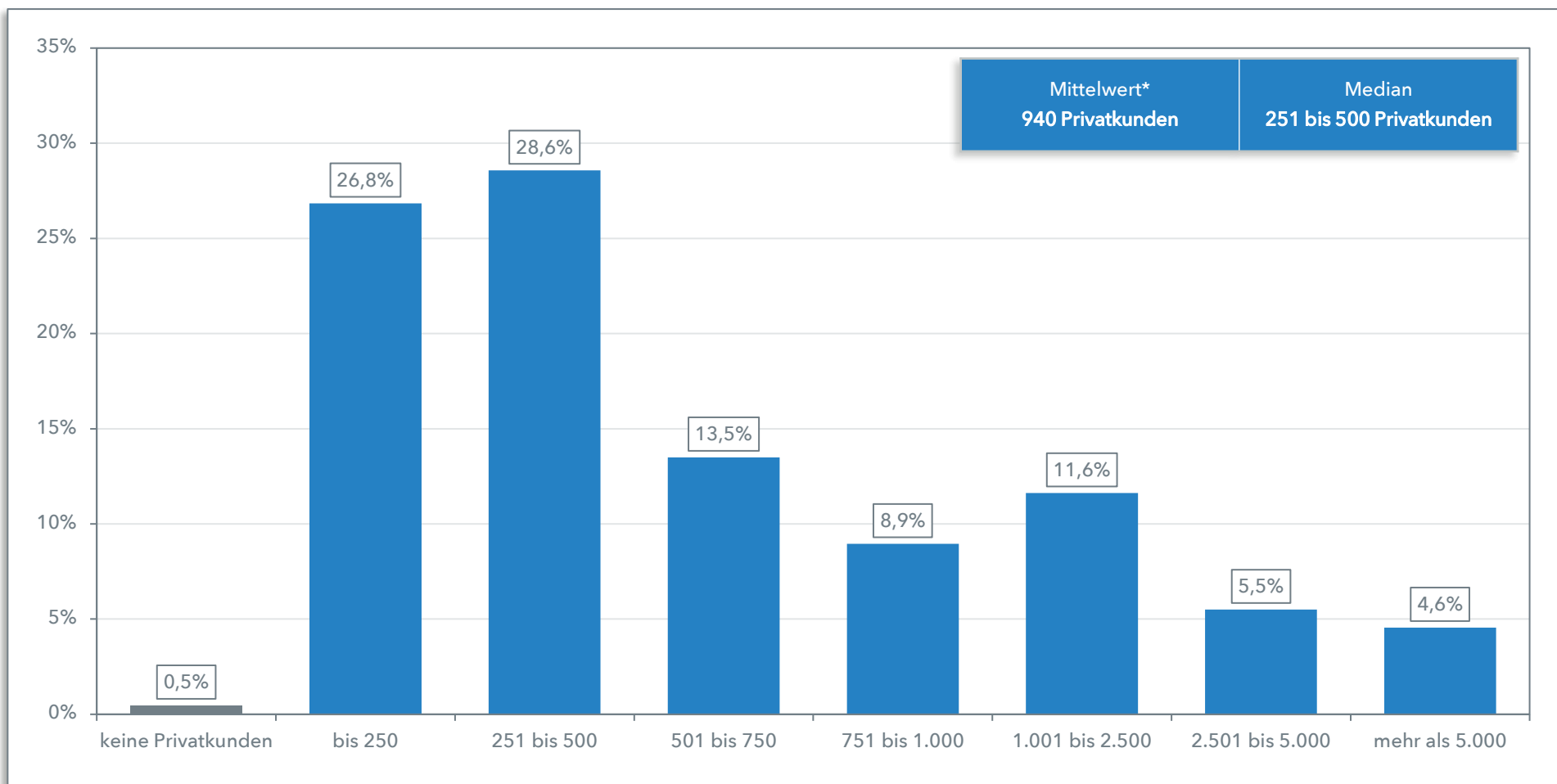
Wie viele Personen arbeiten aktuell in Ihrem Unternehmen? (n = 690)



2. Untersuchungsdesign & methodisches Vorgehen

Privatkunden

Wie viele Kunden haben Sie? (n = 637)

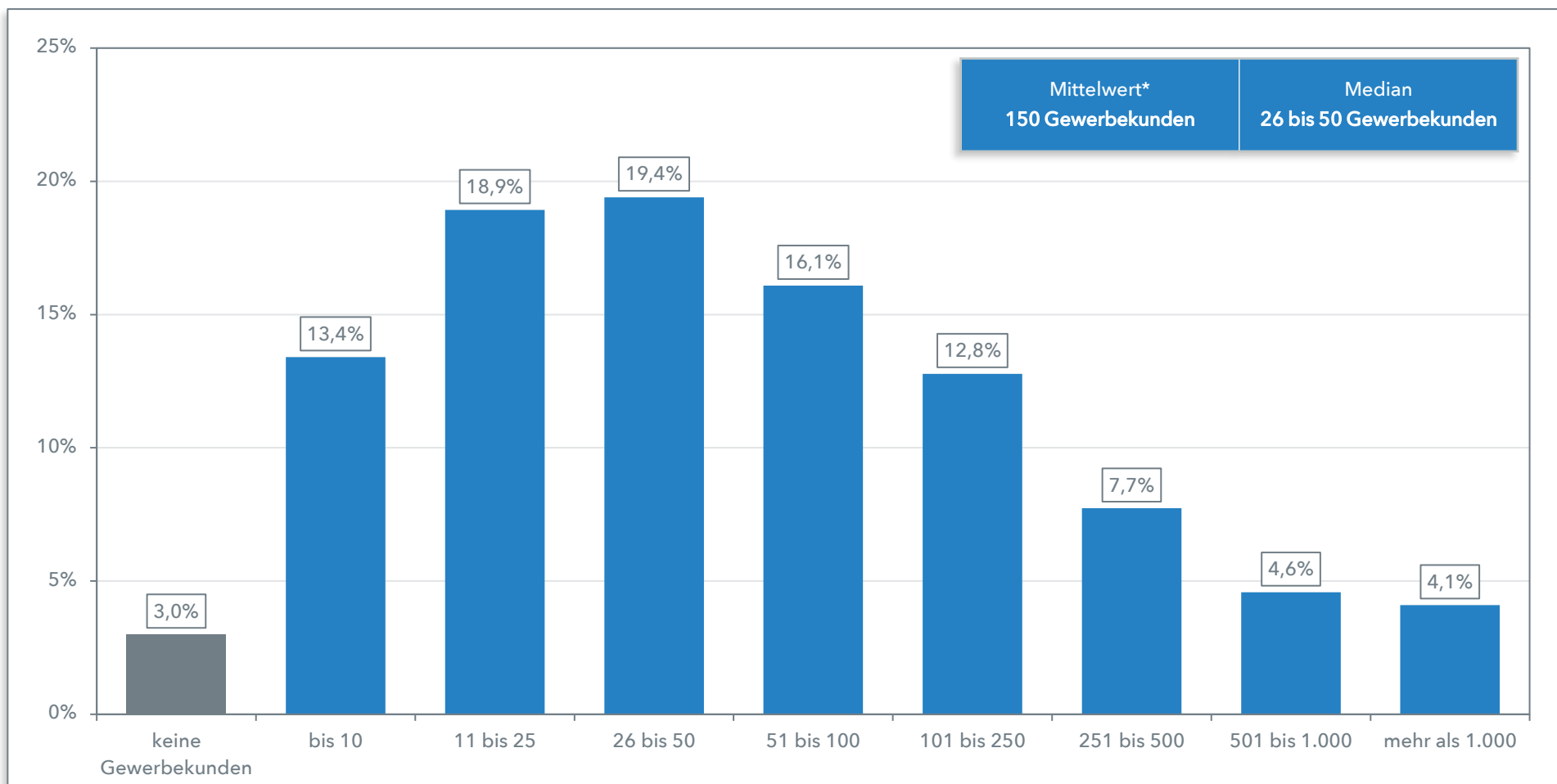


* Durchschnitte sind hier stets aus den Klassenmittelwerten sowie bei der nach oben offenen Klasse dem Klassenschwellenwert berechnet.

2. Untersuchungsdesign & methodisches Vorgehen

Gewerbekunden

Wie viele Kunden haben Sie? (n = 634)

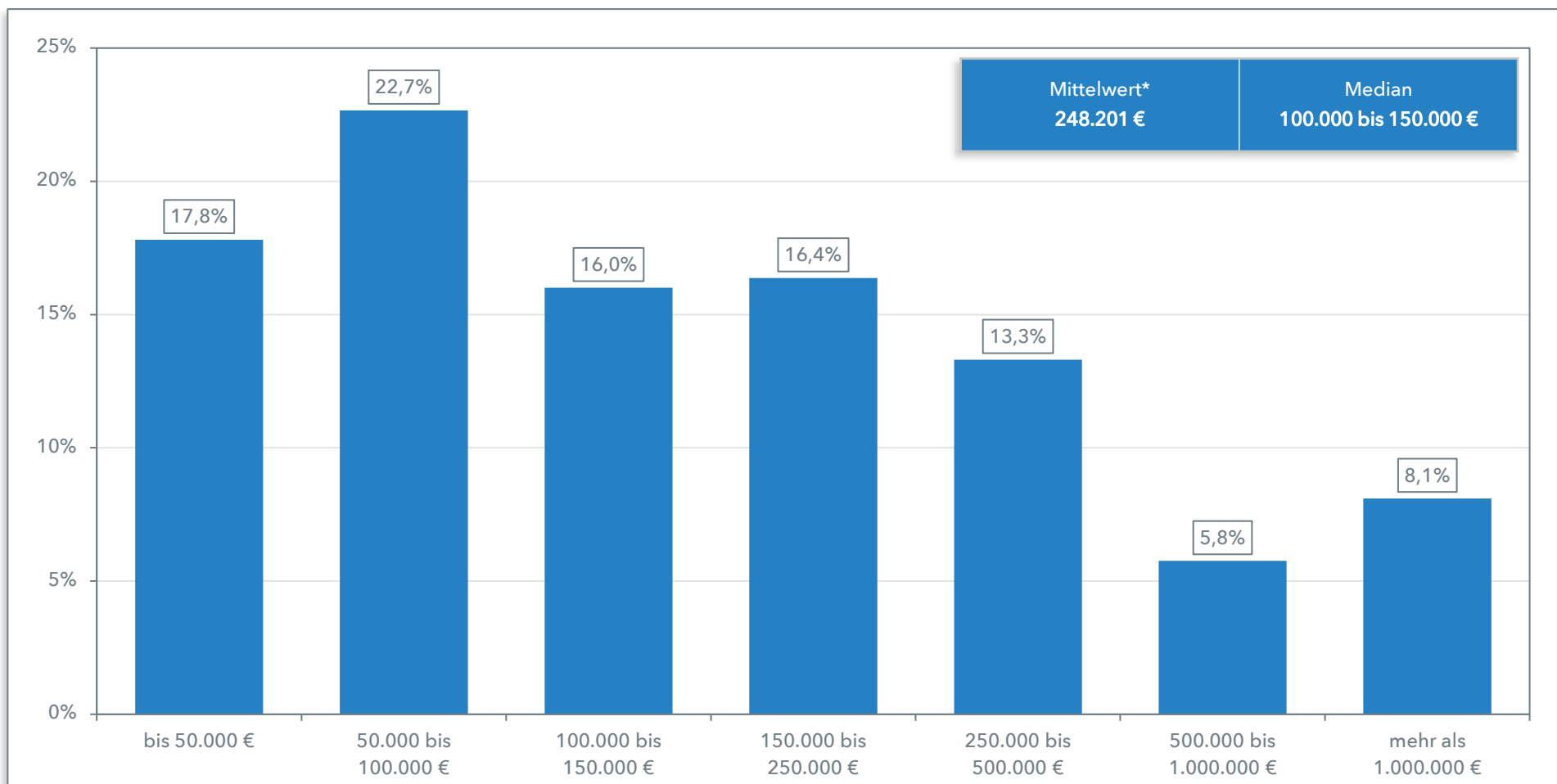


* Durchschnitte sind hier stets aus den Klassenmittelwerten sowie bei der nach oben offenen Klasse dem Klassenschwellenwert berechnet.

2. Untersuchungsdesign & methodisches Vorgehen

Gesamtumsatz

Wie hoch ist Ihr Gesamtumsatz pro Jahr? (n = 556)



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

2. Untersuchungsdesign & methodisches Vorgehen

Ziele der Untersuchung 2022

- 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 2022**“ 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 2022

- 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 Courtageausgestaltung
Beste Online-Plattform | Bester Bestandskundenservice

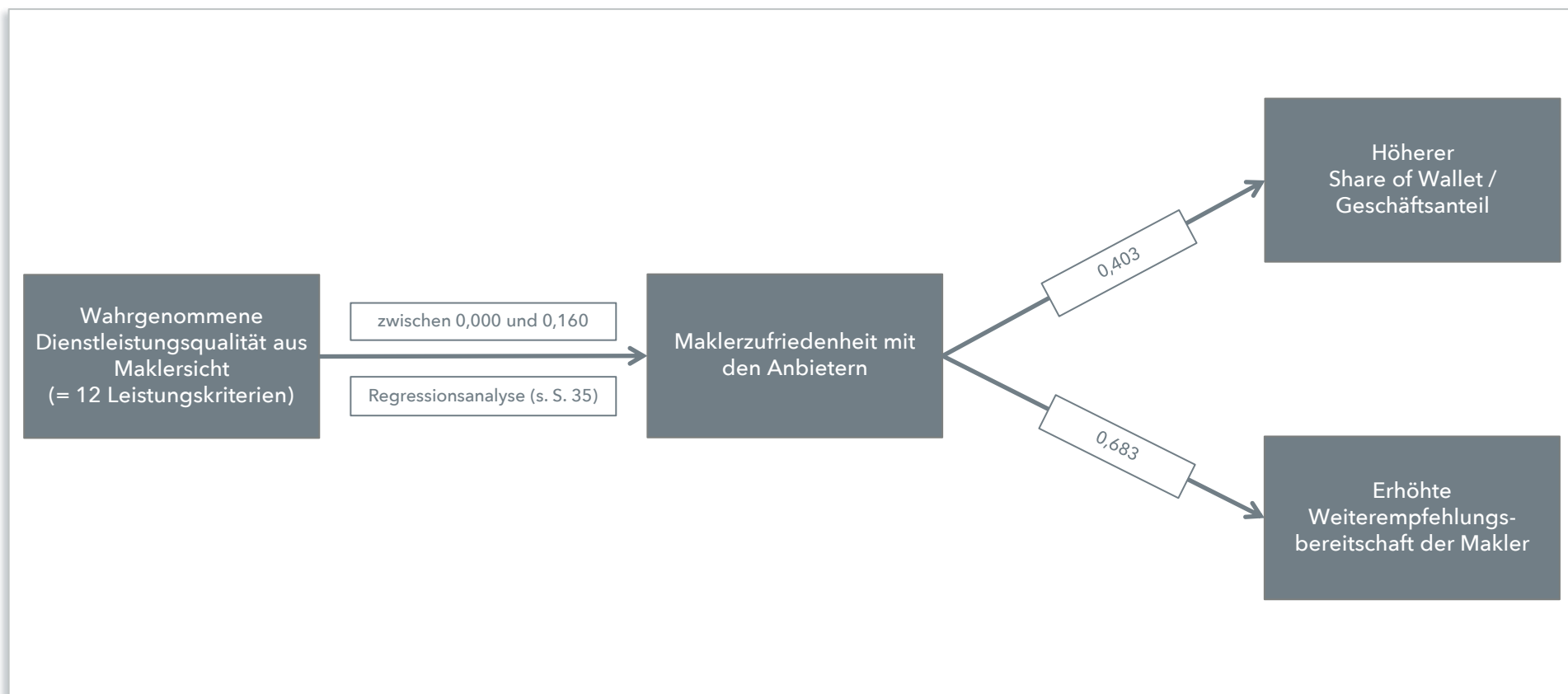


- Die Einstellungsloyalität der unabhängigen Vermittler wird anhand des **Net-Promoter-Score** (= Netto-Weiterempfehlungswert) abgebildet.
- Jeder Umfrageteilnehmer kann den Anbietern in einer offenen Antwortform **direktes Feedback** und **konstruktive Hinweise zur Verbesserung** mitteilen.
- Daher 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)

Index SoW

Geschäftsanteil-Kategorie < 35%

Summe der Geschäftsanteile unter 35% = 800 Punkte.

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

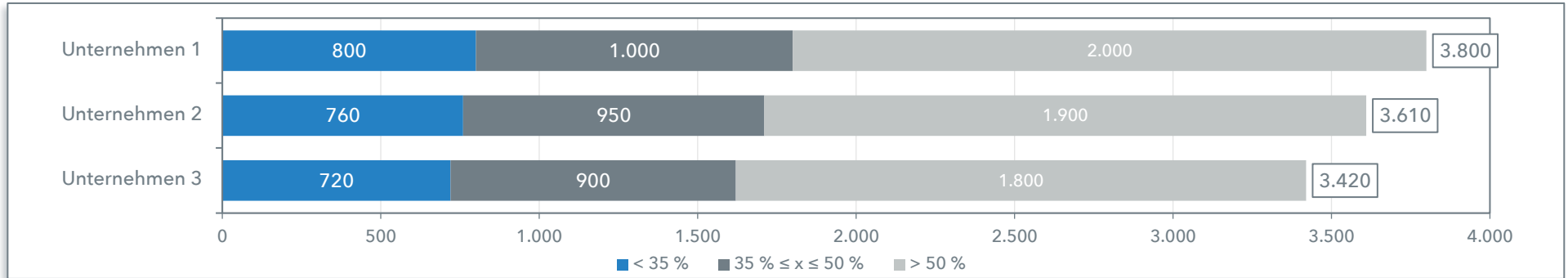
Summe der Geschäftsanteile zwischen 35 und 50% = 1.000 Punkte.

Geschäftsanteil-Kategorie > 50%

Summe der Geschäftsanteile über 50% = 2.000 Punkte.

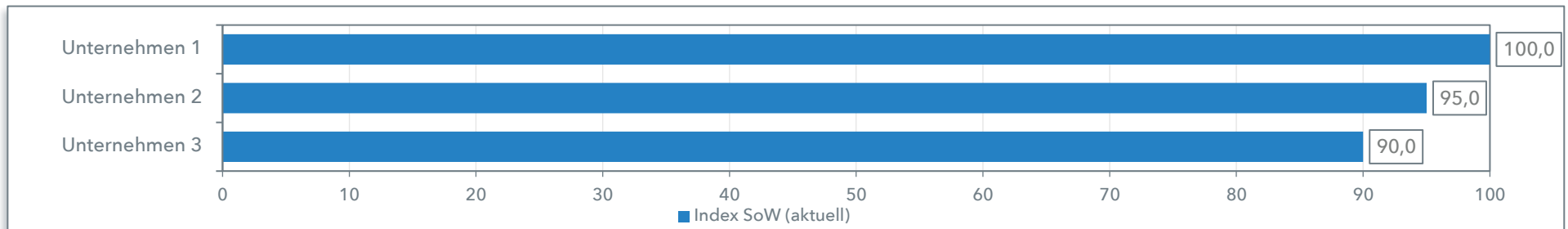
Gesamtpunktzahl

In der Summe erhält Unternehmen 1 3.800 Punkte.



Index SoW

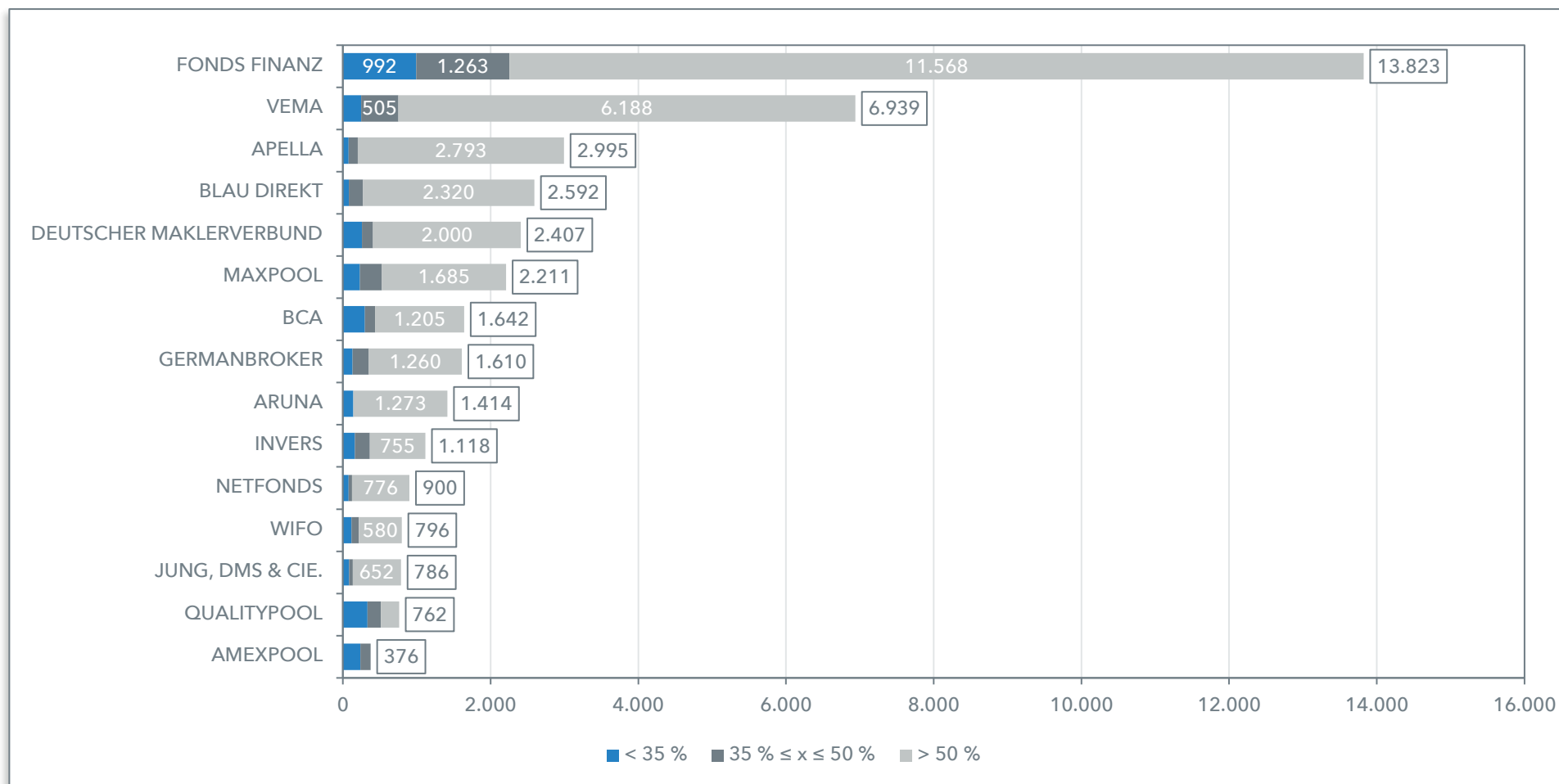
Der Anbieter mit dem höchsten SoW erhält 100 Punkte. Die weiteren Anbieter werden anhand ihrer Abstände zum höchsten SoW prozentual abgestuft.



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 einem der Anteil Ihres Geschäfts mit dem folgenden Gesellschaftern nach Stück innerhalb der letzten 12 Monate?
Betrachten Sie den Bereich XY:

Bitte wählen Sie 10%. Wenn Sie mit einem Gesellschaftern keine Verträge bzw. Auftragverträge abgeschlossen haben, dann lassen Sie alle das Feld frei:

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

100 % von 100%

Bitte nennen Sie den "verdingten Anbieter":
Unternehmen XY

< zurück weiter >

2

AssCompact AWARD

Inwiefern stimmen Sie als unabhängiger Vermittler folgender Aussage zu?

Insgesamt betrachtet ist die Qualität sehr gut.

Bitte lassen Sie Ihre Zustimmung mit, indem Sie den Regler mit der Maus bewegen. Alternativ können Sie auch einen Wert manuell eingeben.

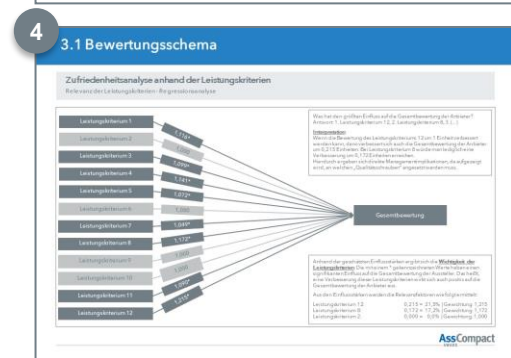
keine Zustimmung volle Zustimmung kann ich nicht beurteilen

Unternehmen 1 (Bereich XY) 0% 100%

Unternehmen 2 (Bereich XY) 0% 100%

Unternehmen 3 (Bereich XY) 0% 100%

< zurück weiter >



3

3.1 Bewertungsschema

Zufriedenheitsanalyse anhand der Leistungskriterien

Index Gesamtbewertung (GZFR): Siegelhafte Daten für den Bereich XY

Leistungskriterium	Relevanzfaktor	Wichtigkeit	Ergebnis	Wichtigkeit	Ergebnis	Wichtigkeit	Ergebnis	Wichtigkeit	Ergebnis	Wichtigkeit	Ergebnis	Wichtigkeit	Ergebnis	Wichtigkeit	Ergebnis
Unternehmen 1	12	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10
Unternehmen 2	12	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10
Unternehmen 3	12	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10
Gesamtwert	12	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10

Die Durchschnittswerte je Anbieter und Leistungskriterium werden in einem Balkendiagramm (GZFR) gewichtet und zu einer Gesamtbewertung summiert.

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

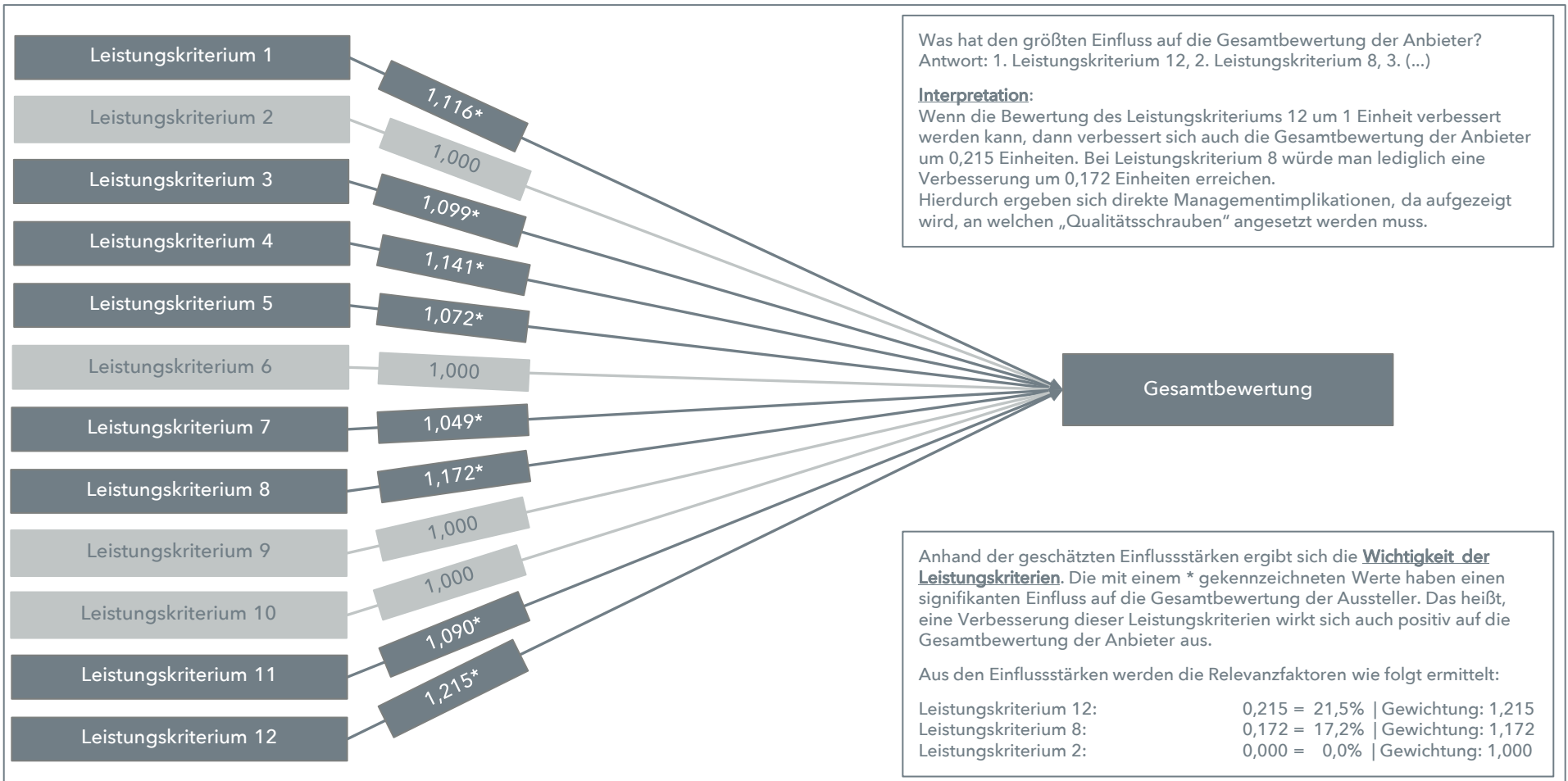
Leistungskriterien

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

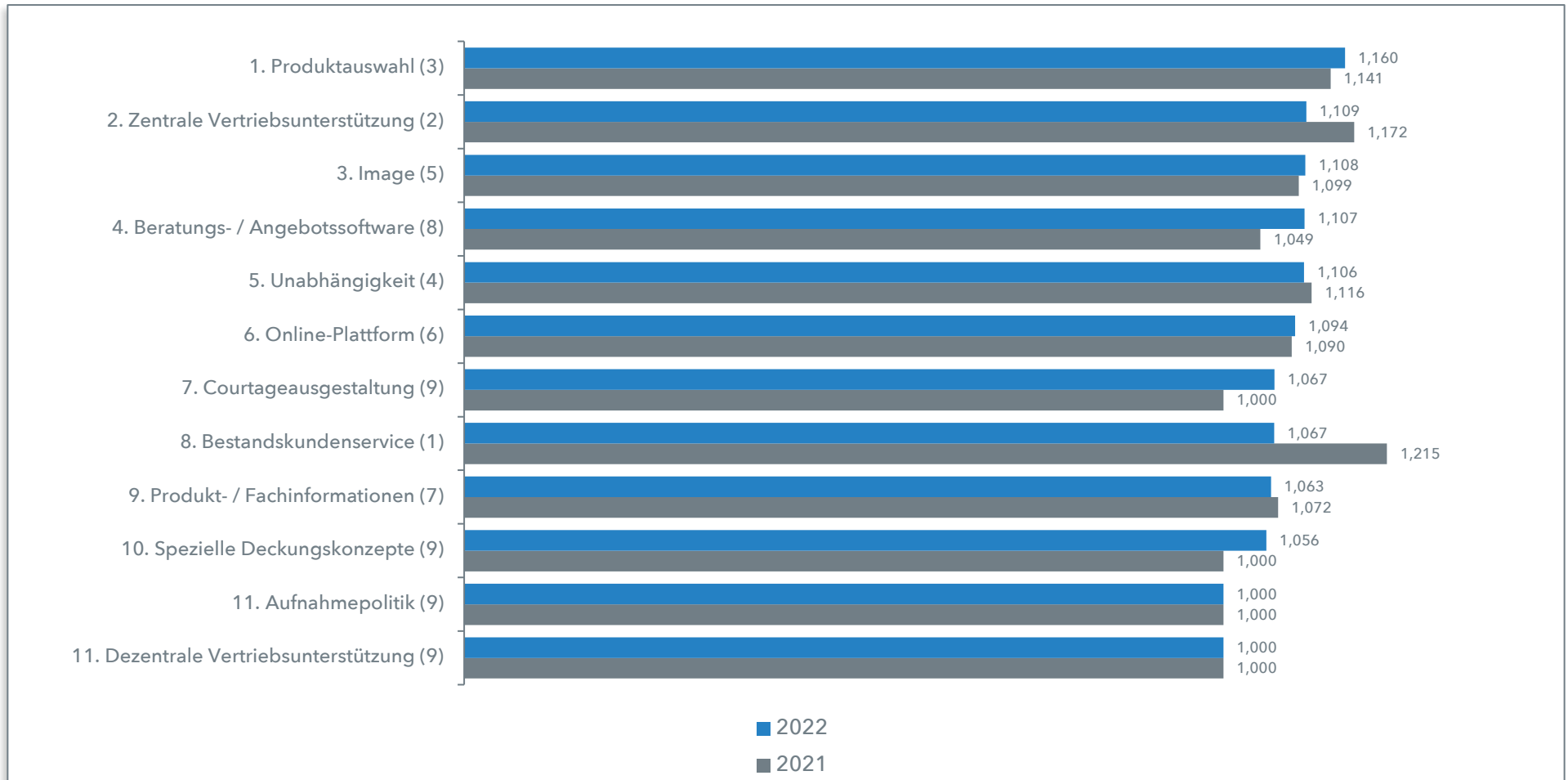
Relevanz der Leistungskriterien - Regressionsanalyse



3.1 Bewertungsschema

Zufriedenheitsanalyse anhand der Leistungskriterien

Relevanz der Leistungskriterien



3.1 Bewertungsschema

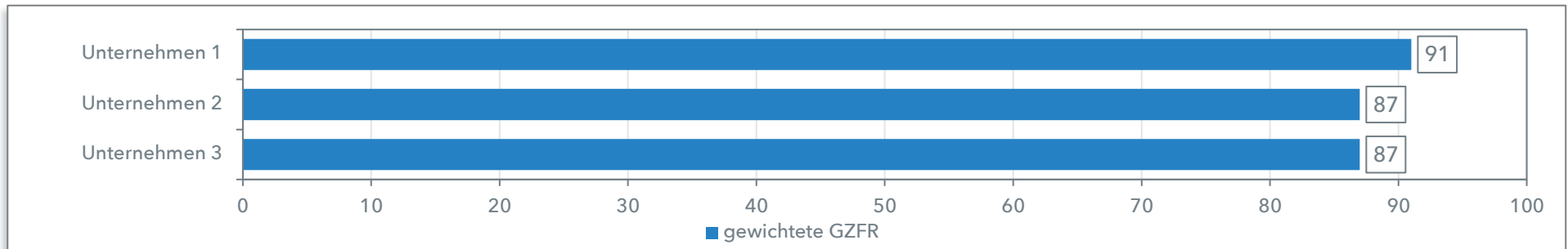
Zufriedenheitsanalyse anhand der Leistungskriterien

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

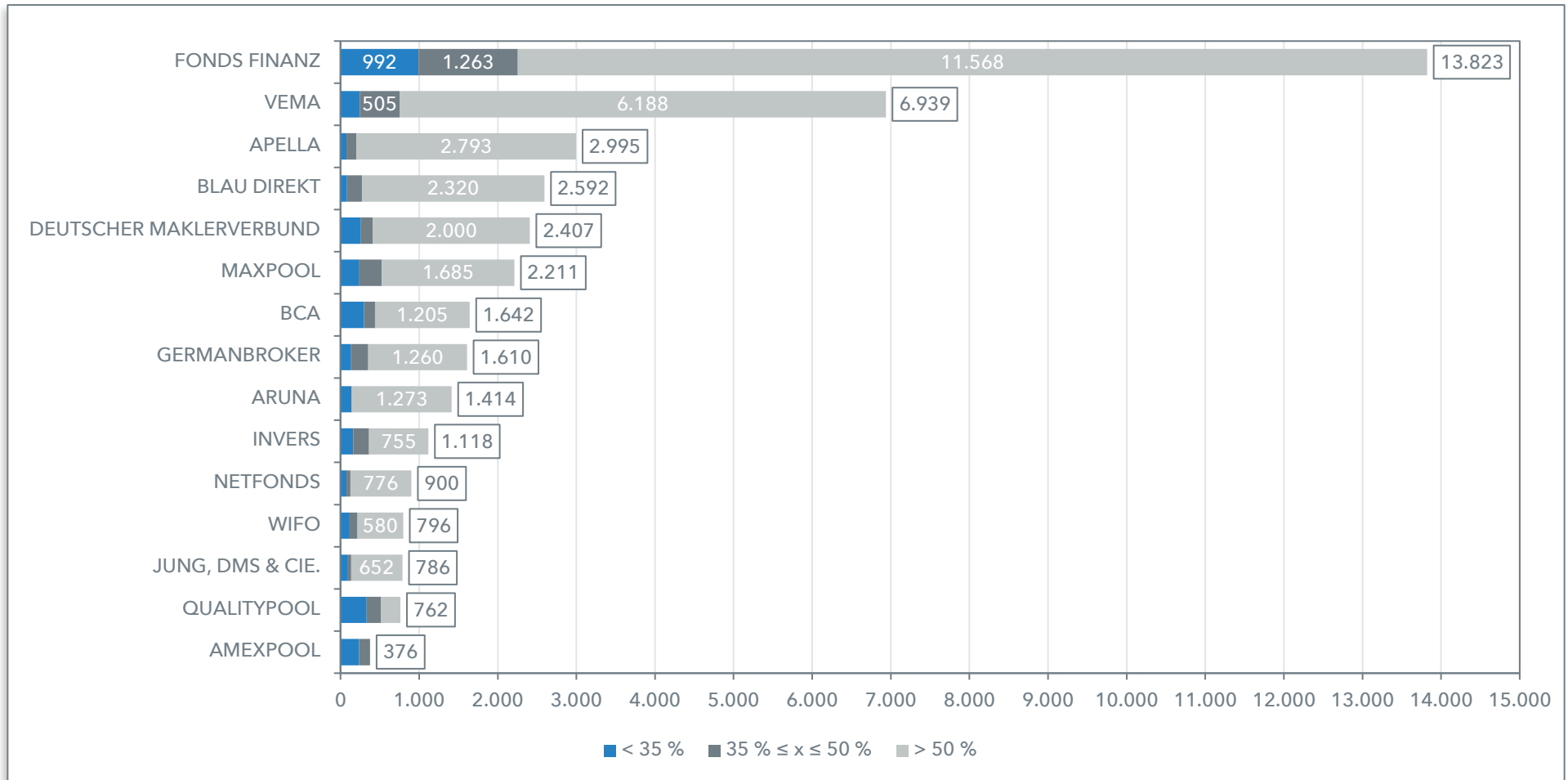
3.2.1 Ranking der Top-Anbieter

Vorsorge / Leben	
Platz 1	FONDS FINANZ
Platz 2	VEMA
Platz 3	APELLA
Platz 4	BLAU DIREKT
Platz 5	DEUTSCHER MAKLERVERBUND
Platz 6	MAXPOOL
Platz 7	BCA
Platz 8	GERMANBROKER
Platz 9	ARUNA
Platz 10	INVERS
Platz 11	NETFONDS
Platz 12	WIFO
Platz 13	JUNG, DMS & CIE.
Platz 14	QUALITYPOOL
Platz 15	AMEXPOOL



3.2 Favoriten der Vermittler – Vorsorge / Leben

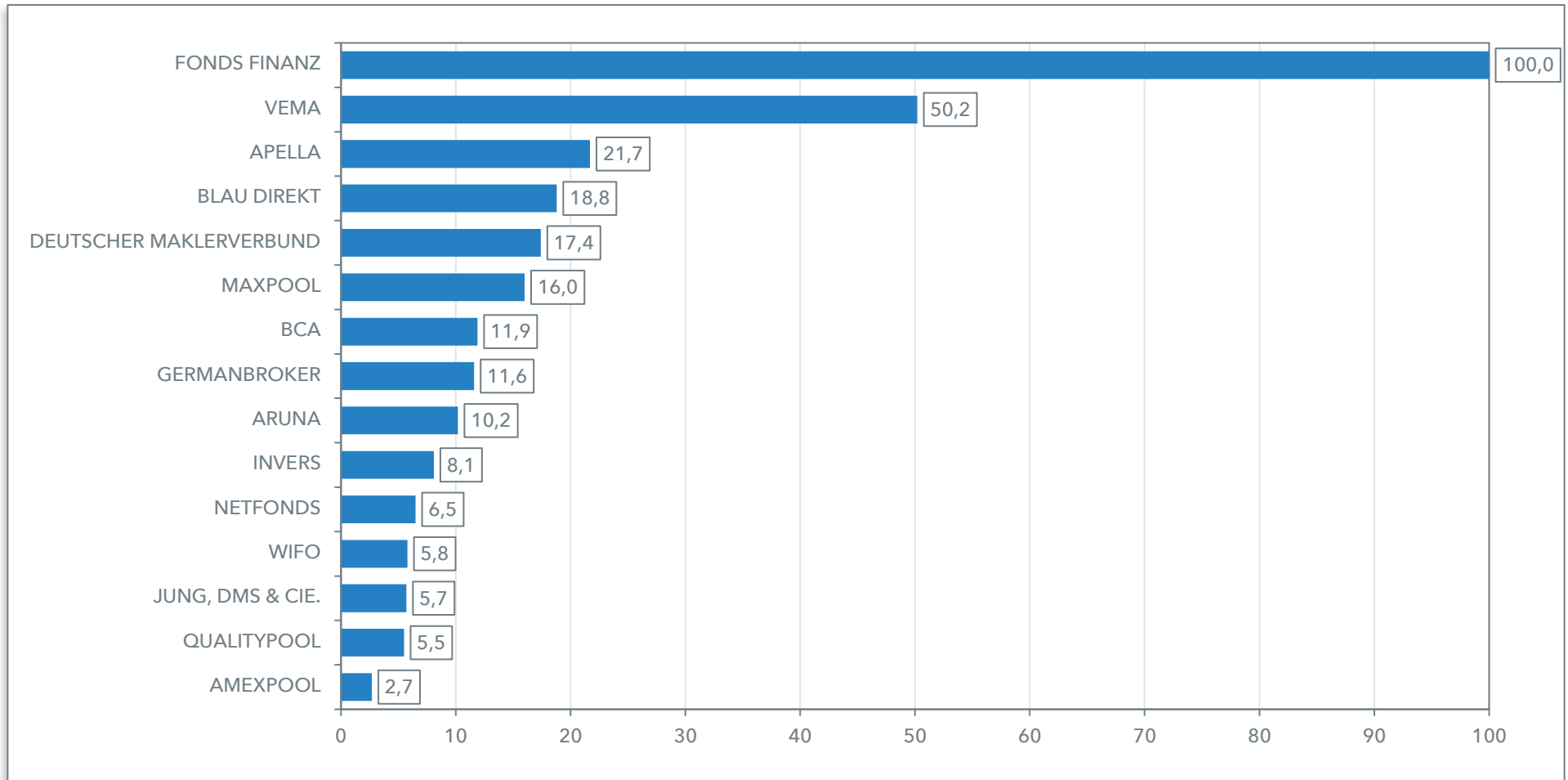
3.2.2 Share of Wallet (1 von 6)



3.2 Favoriten der Vermittler – Vorsorge / Leben

3.2.2 Share of Wallet (2 von 6)

Index SoW

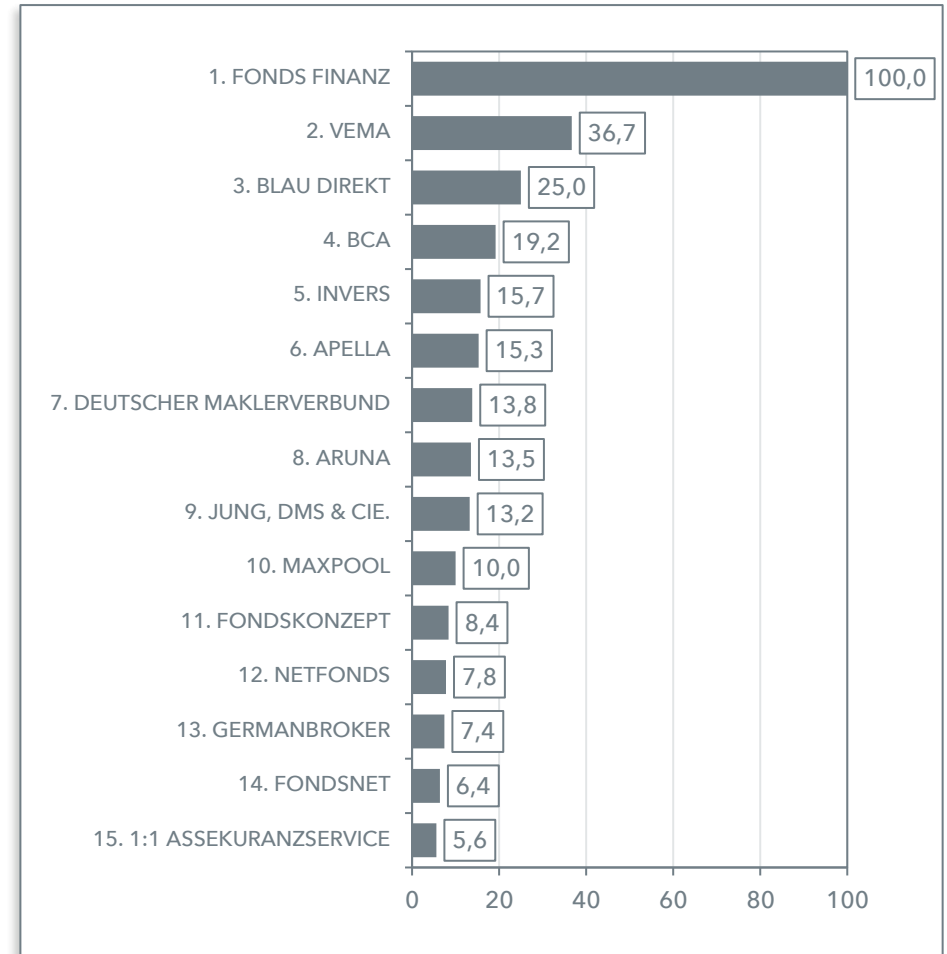
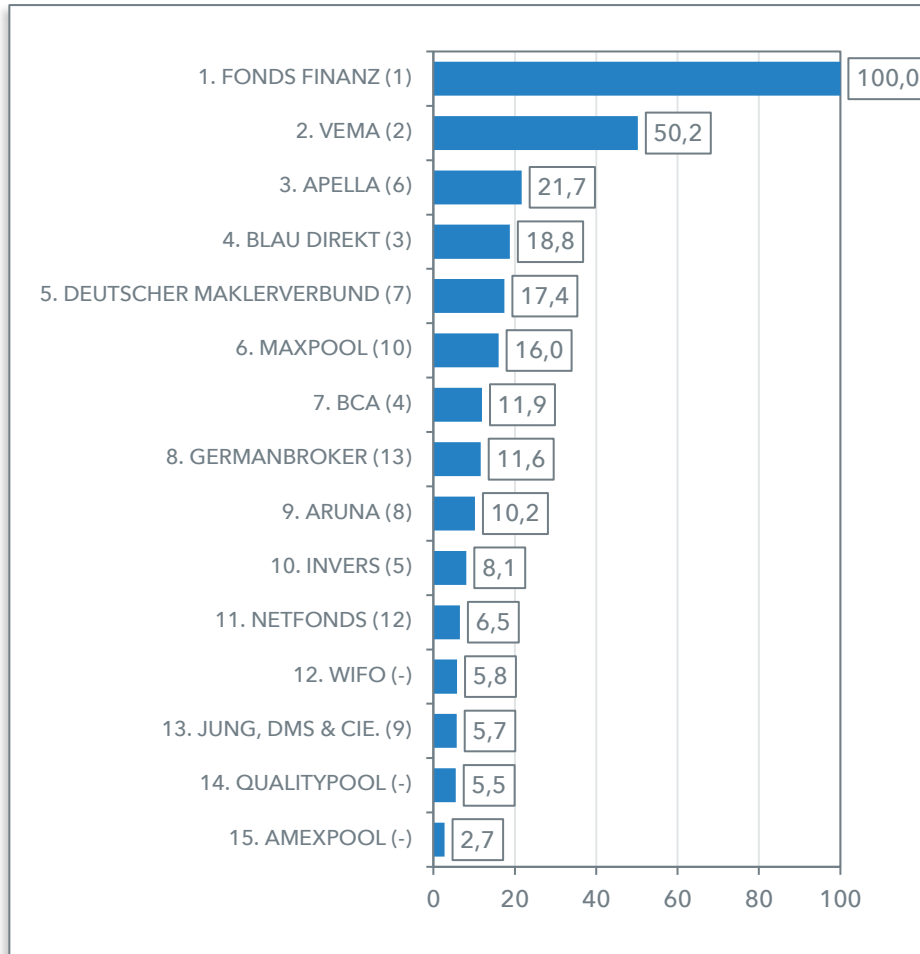


3.2 Favoriten der Vermittler – Vorsorge / Leben

3.2.2 Share of Wallet (3 von 6)

Index SoW 2022 (Vorjahresplatzierung in Klammern)

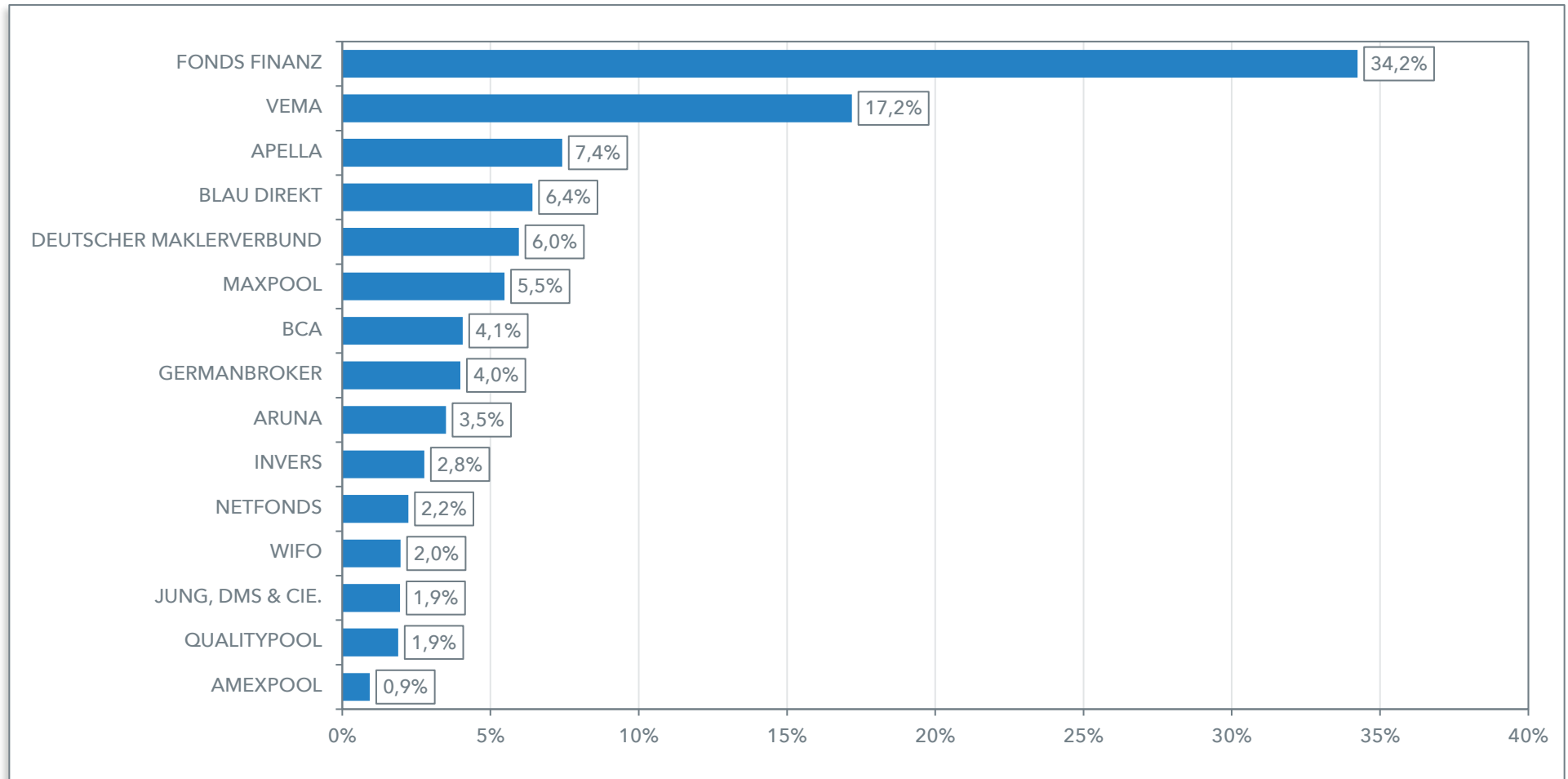
Index SoW 2021



3.2 Favoriten der Vermittler – Vorsorge / Leben

3.2.2 Share of Wallet (4 von 6)

SoW-Anteil in Prozentpunkten



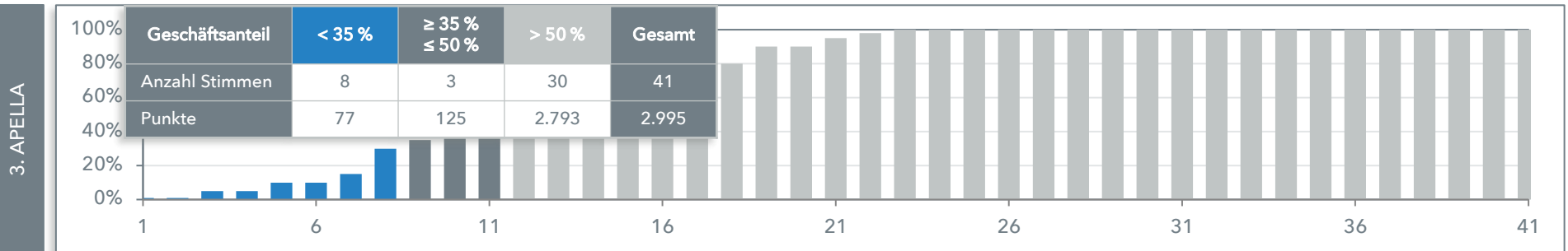
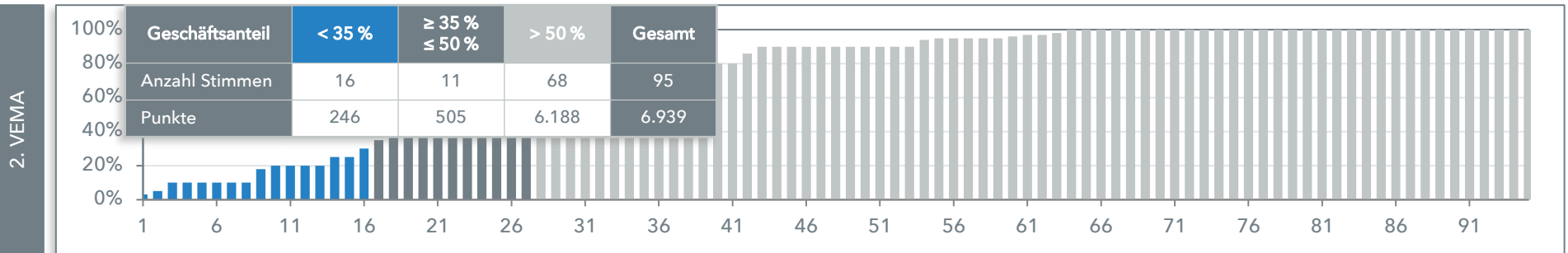
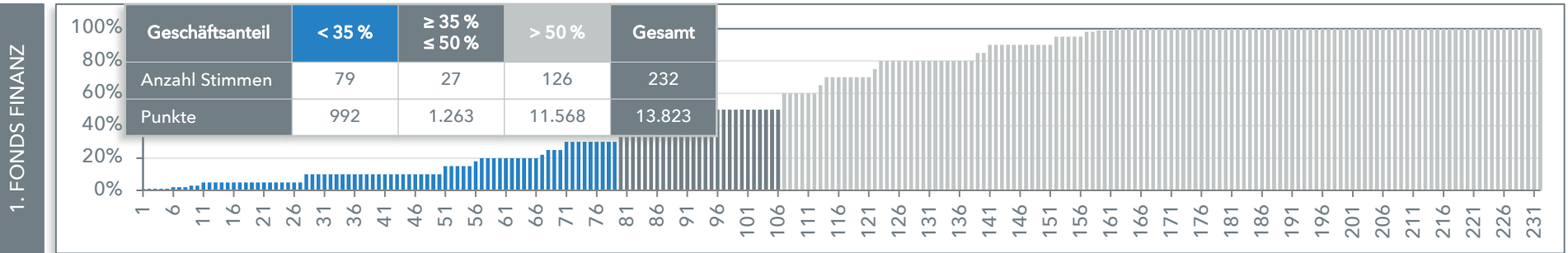
3.2 Favoriten der Vermittler – Vorsorge / Leben

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	79	27	126	232	60	70	13.823
2	VEMA	16	11	68	95	73	90	6.939
3	APELLA	8	3	30	41	73	95	2.995
4	BLAU DIREKT	7	4	25	36	72	93	2.592
5	DEUTSCHER MAKLERVERBUND	15	3	23	41	59	60	2.407
6	MAXPOOL	25	7	18	50	44	33	2.211
7	BCA	27	3	14	44	37	20	1.642
8	GERMANBROKER	8	5	13	26	62	65	1.610
9	ARUNA	11	0	14	25	57	78	1.414
10	INVERS	13	4	8	25	45	30	1.118
11	NETFONDS	8	1	8	17	53	48	900
12	WIFO	12	2	6	20	40	20	796
13	JUNG, DMS & CIE.	10	1	7	18	44	25	786
14	QUALITYPOOL	31	4	3	38	20	10	762
15	AMEXPOOL	28	3	0	31	12	10	376

3.2 Favoriten der Vermittler – Vorsorge / Leben

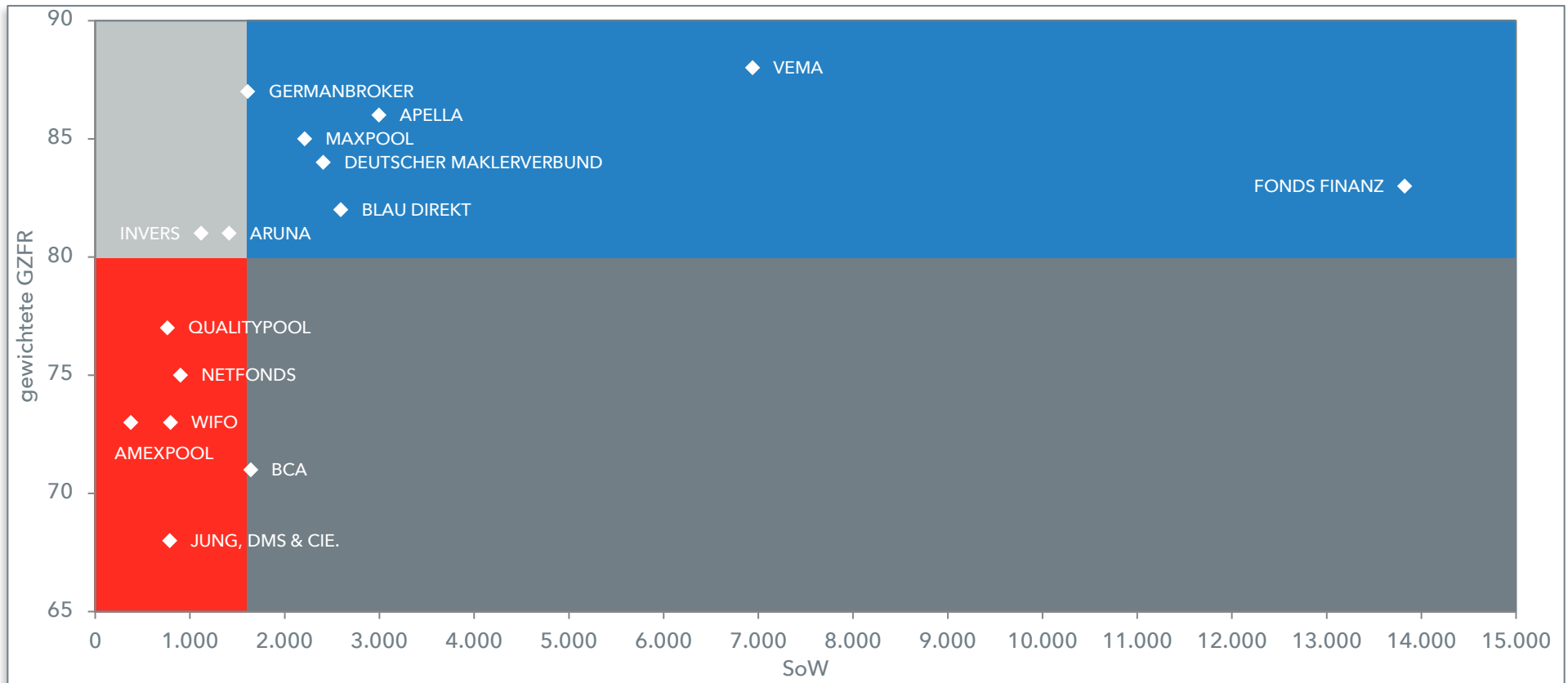
3.2.2 Share of Wallet (6 von 6)



3.2 Favoriten der Vermittler – Vorsorge / Leben

3.2.4 SoW & gewichtete Gesamtzufriedenheit (GZFR)

- geringer SoW, geringe gewichtete GZFR
- hoher SoW, geringe gewichtete GZFR
- geringer SoW, hohe gewichtete GZFR
- hoher SoW, hohe gewichtete GZFR



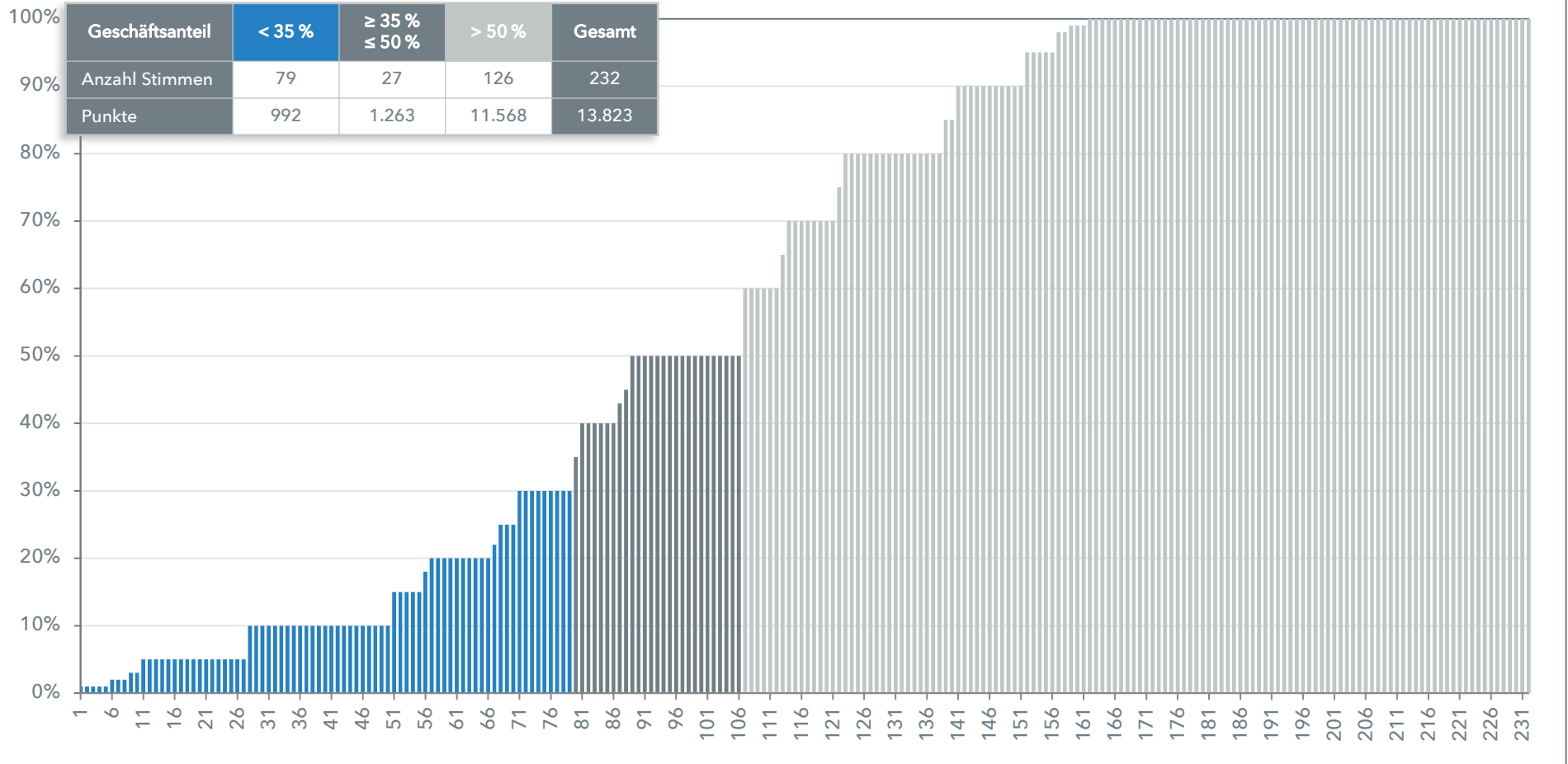
Gewichtete GZFR > 80 entspricht den Noten "gut" & "sehr gut" | die Teilung des SoW erfolgt mithilfe des Medians

3.2 Favoriten der Vermittler – Vorsorge / Leben

3.2.6 Analyse der Top-Anbieter

FONDS FINANZ | Share of Wallet

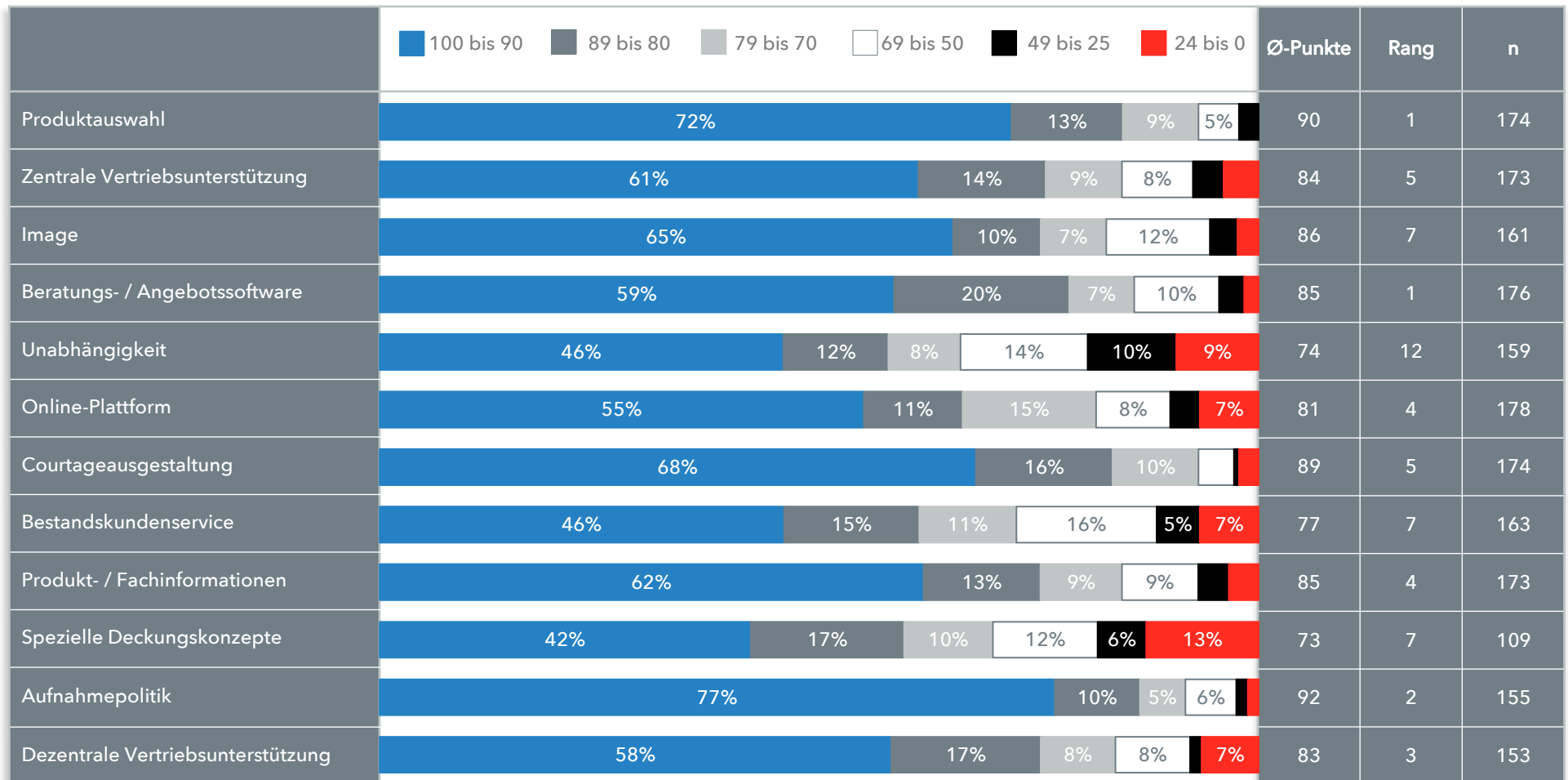
Geschäftsanteil	< 35 %	≥ 35 % ≤ 50 %	> 50 %	Gesamt
Anzahl Stimmen	79	27	126	232
Punkte	992	1.263	11.568	13.823



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

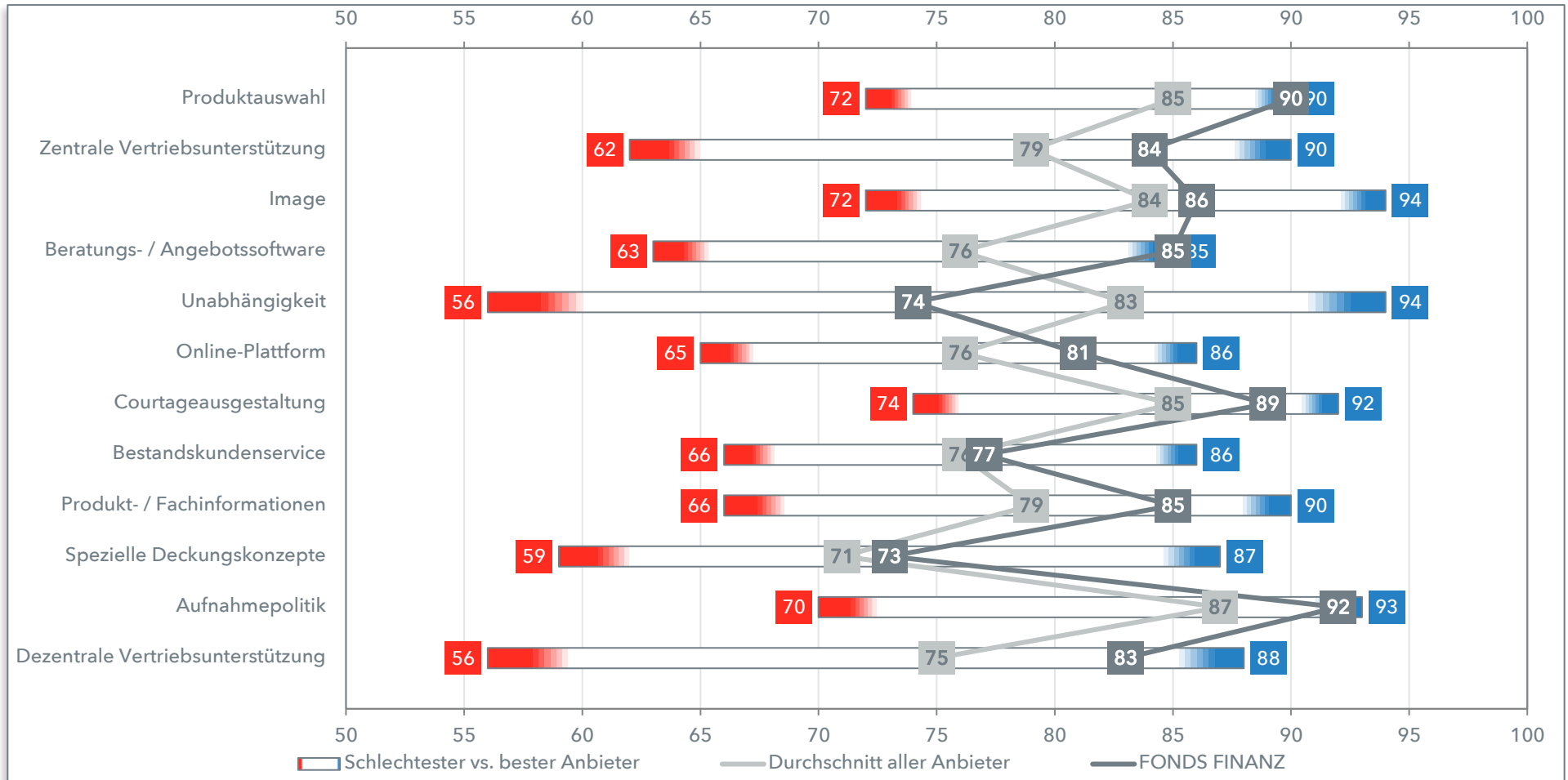
FONDS FINANZ | interne Stärken- / Schwächen-Analyse



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
Produktauswahl	++	+	+
Zentrale Vertriebsunterstützung	++	+	o
Image	++	o	+
Beratungs- / Angebotssoftware	++	+	o
Unabhängigkeit	++	-	-
Online-Plattform	+	+	o
Courtageausgestaltung	+	+	+
Bestandskundenservice	+	o	-
Produkt- / Fachinformationen	+	+	o
Spezielle Deckungskonzepte	+	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

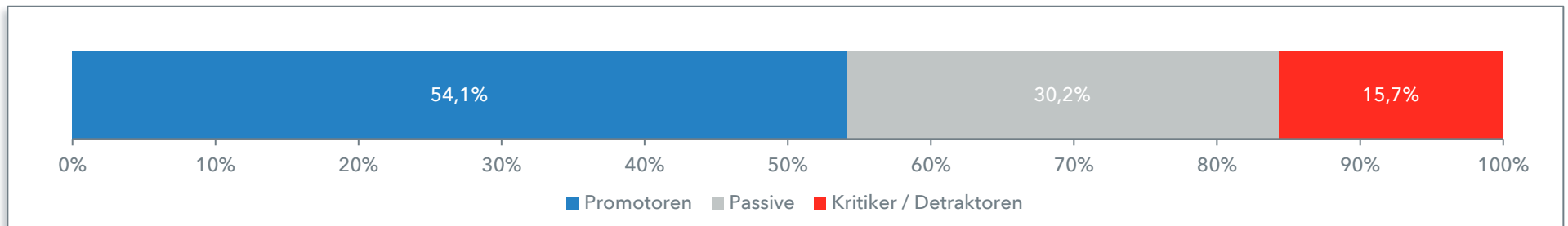
3.2 Favoriten der Vermittler - Vorsorge / Leben

3.2.6 Analyse der Top-Anbieter

FONDS FINANZ | Net-Promoter-Score (NPS) (n = 172)



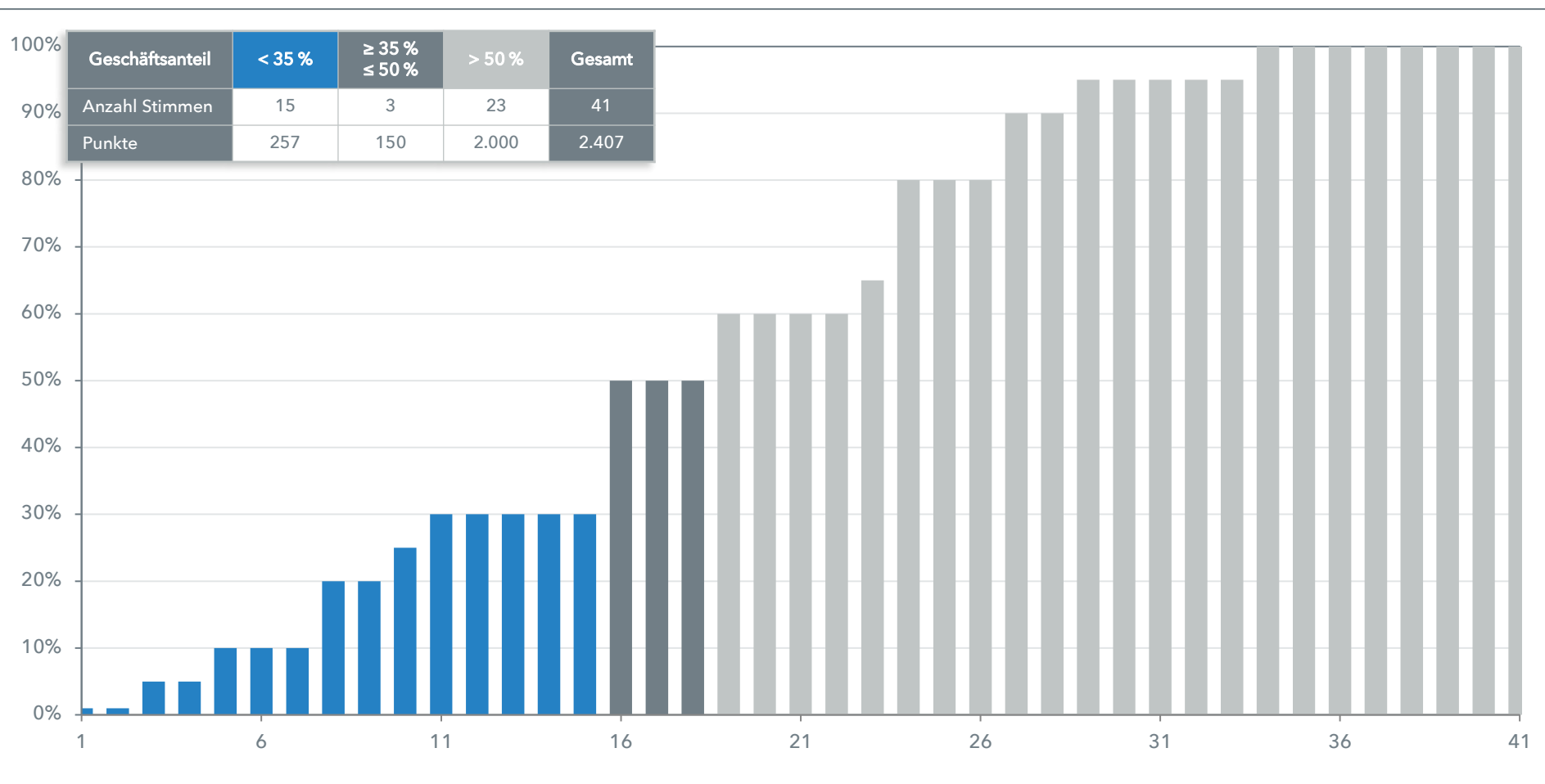
38,4 = **54,1%** - **15,7%**



3.2 Favoriten der Vermittler – Vorsorge / Leben

3.2.6 Analyse der Top-Anbieter

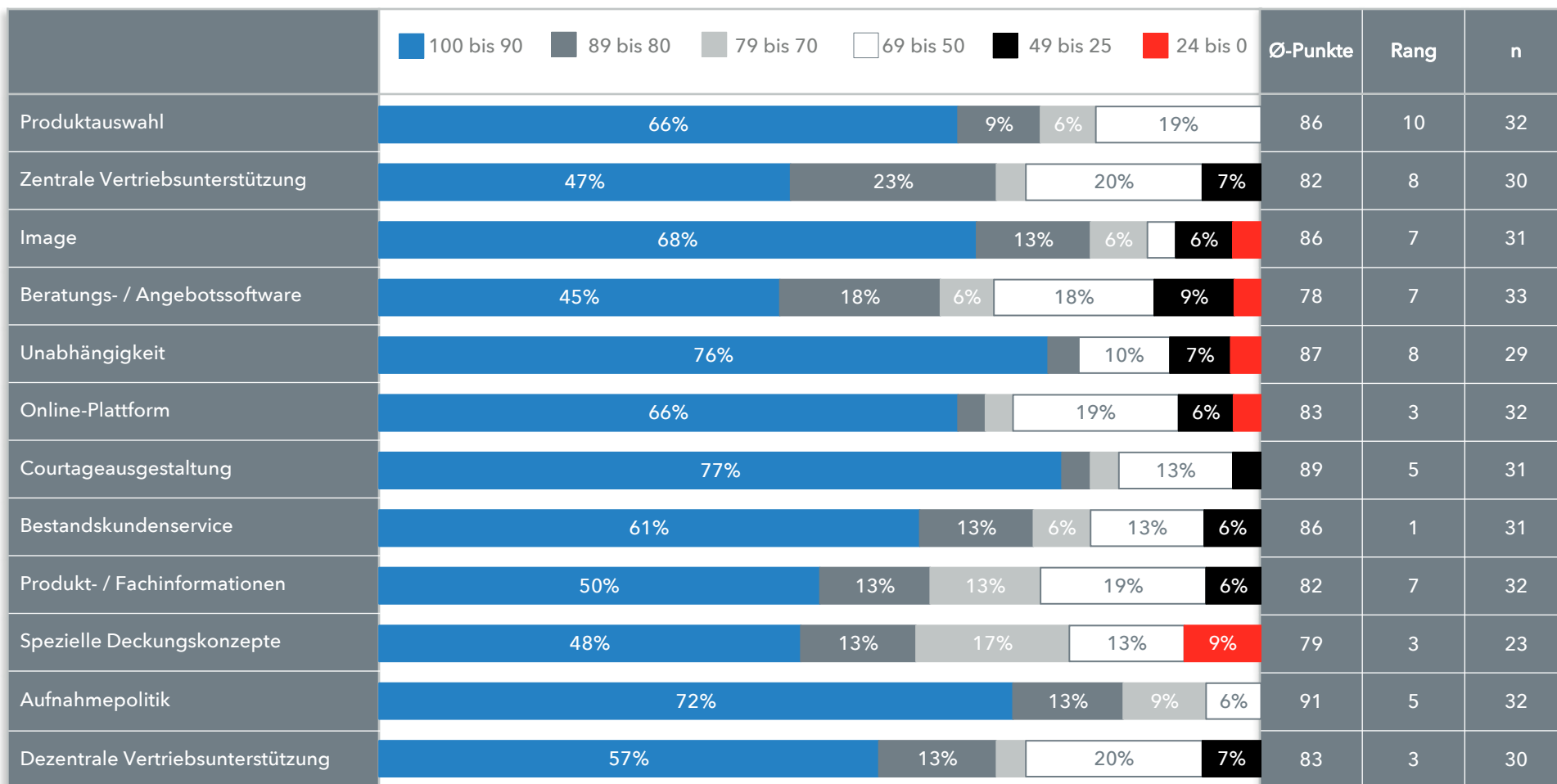
DEUTSCHER MAKLERVERBUND | Share of Wallet



3.2 Favoriten der Vermittler – Vorsorge / Leben

3.2.6 Analyse der Top-Anbieter

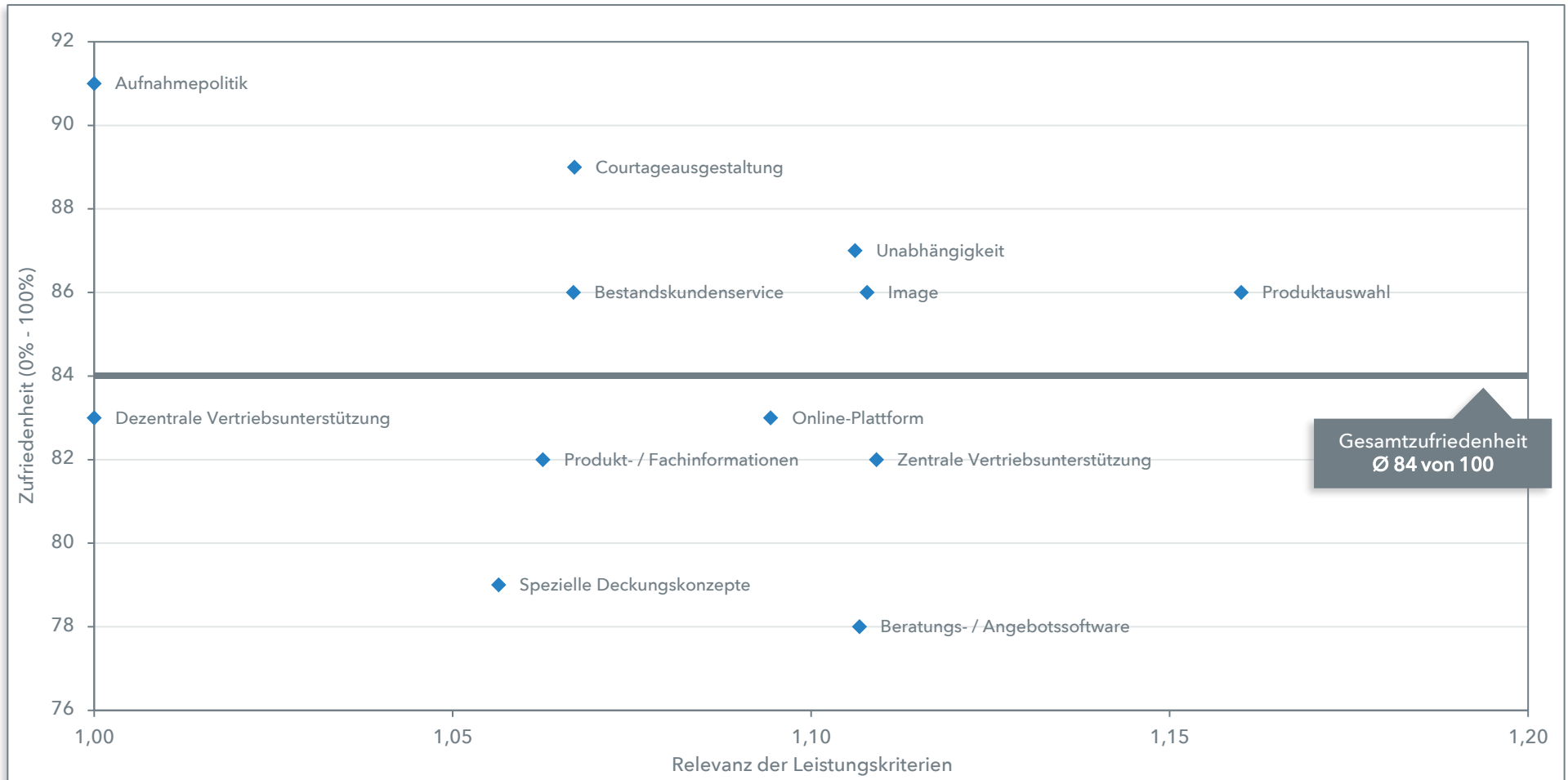
DEUTSCHER MAKLERVERBUND | Leistungskriterien



3.2 Favoriten der Vermittler – Vorsorge / Leben

3.2.6 Analyse der Top-Anbieter

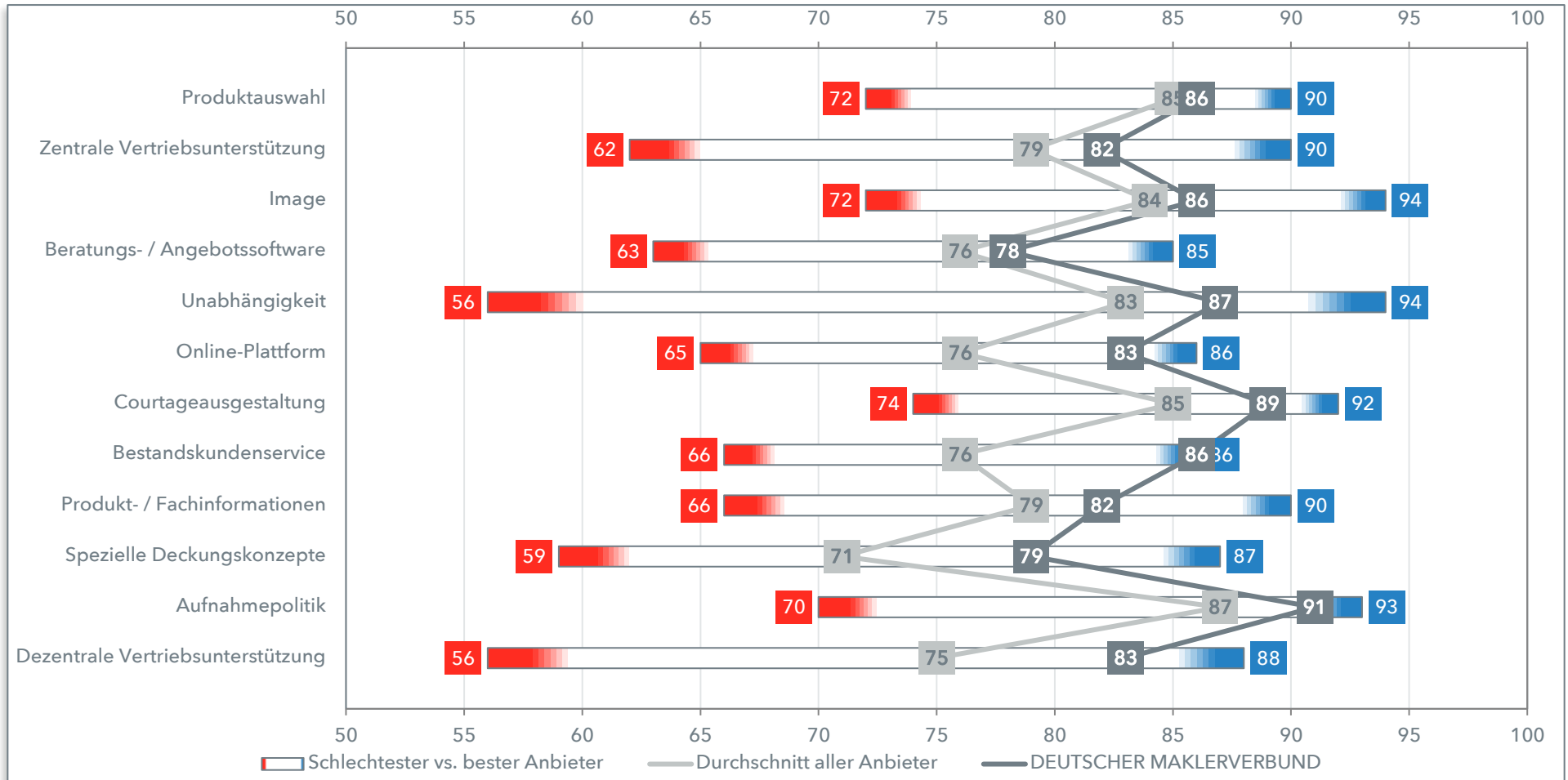
DEUTSCHER MAKLERVERBUND | interne Stärken- / Schwächen-Analyse



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

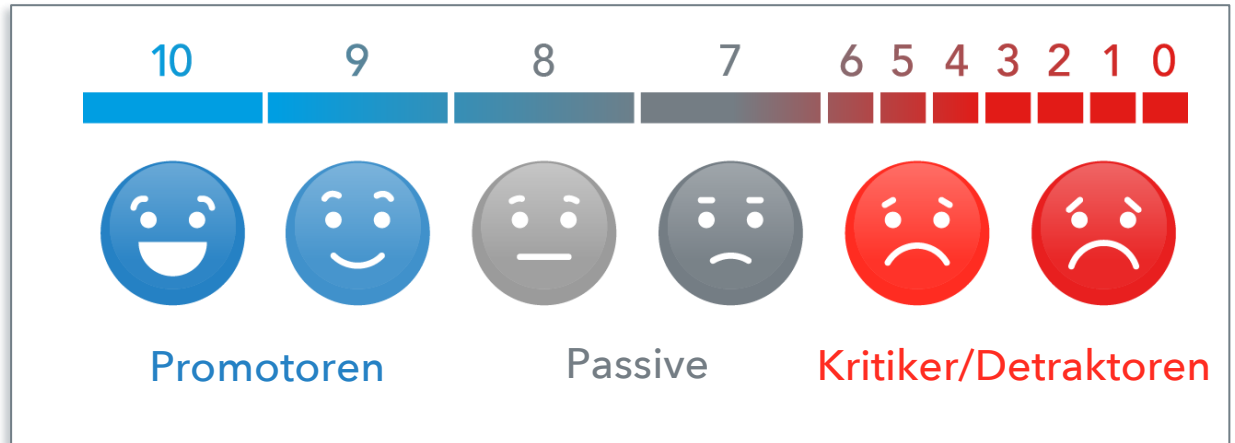
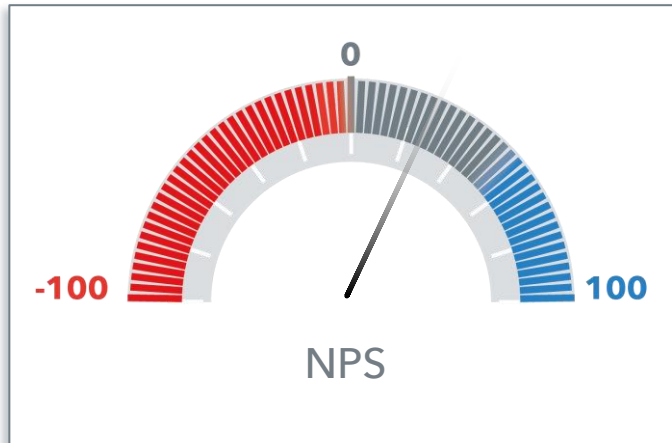
Leistungskriterium	Wichtigkeit	Erreichungsgrad I Abweichung vom Mittelwert aller Unternehmen	Erreichungsgrad II Abweichung von eigener Gesamtzufriedenheit
Produktauswahl	++	o	o
Zentrale Vertriebsunterstützung	++	+	o
Image	++	o	o
Beratungs- / Angebotssoftware	++	o	-
Unabhängigkeit	++	+	+
Online-Plattform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

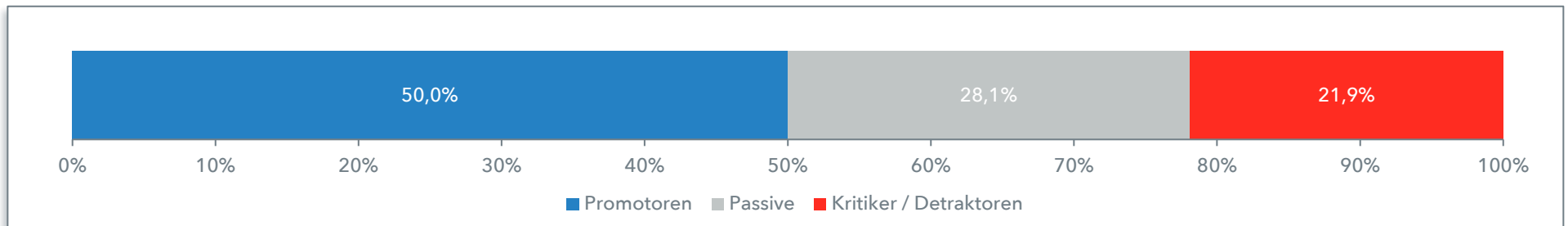
3.2 Favoriten der Vermittler – Vorsorge / Leben

3.2.6 Analyse der Top-Anbieter

DEUTSCHER MAKLERVERBUND | Net-Promoter-Score (NPS) (n = 32)



28,1 = **50,0%** - **21,9%**





AssCompact

— AWARD —

3. ERGEBNISSE

3.3 FAVORITEN DER VERMITTLER – KRANKEN

3.3 Favoriten der Vermittler – Kranken

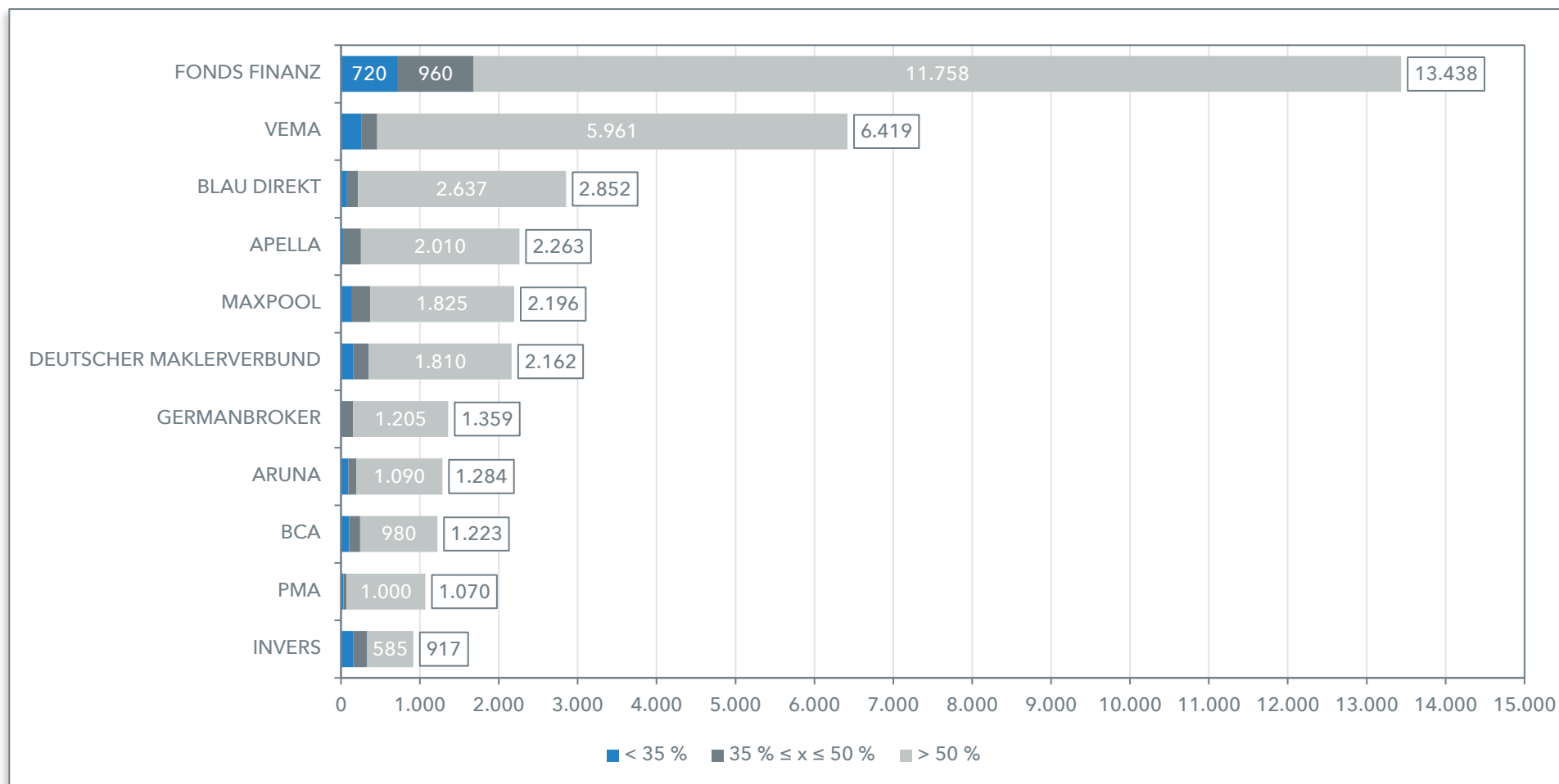
3.3.1 Ranking der Top-Anbieter

Kranken	
Platz 1	FONDS FINANZ
Platz 2	VEMA
Platz 3	BLAU DIREKT
Platz 4	APELLA
Platz 5	MAXPOOL
Platz 6	DEUTSCHER MAKLERVERBUND
Platz 7	GERMANBROKER
Platz 8	ARUNA
Platz 9	BCA
Platz 10	PMA
Platz 11	INVERS



3.3 Favoriten der Vermittler – Kranken

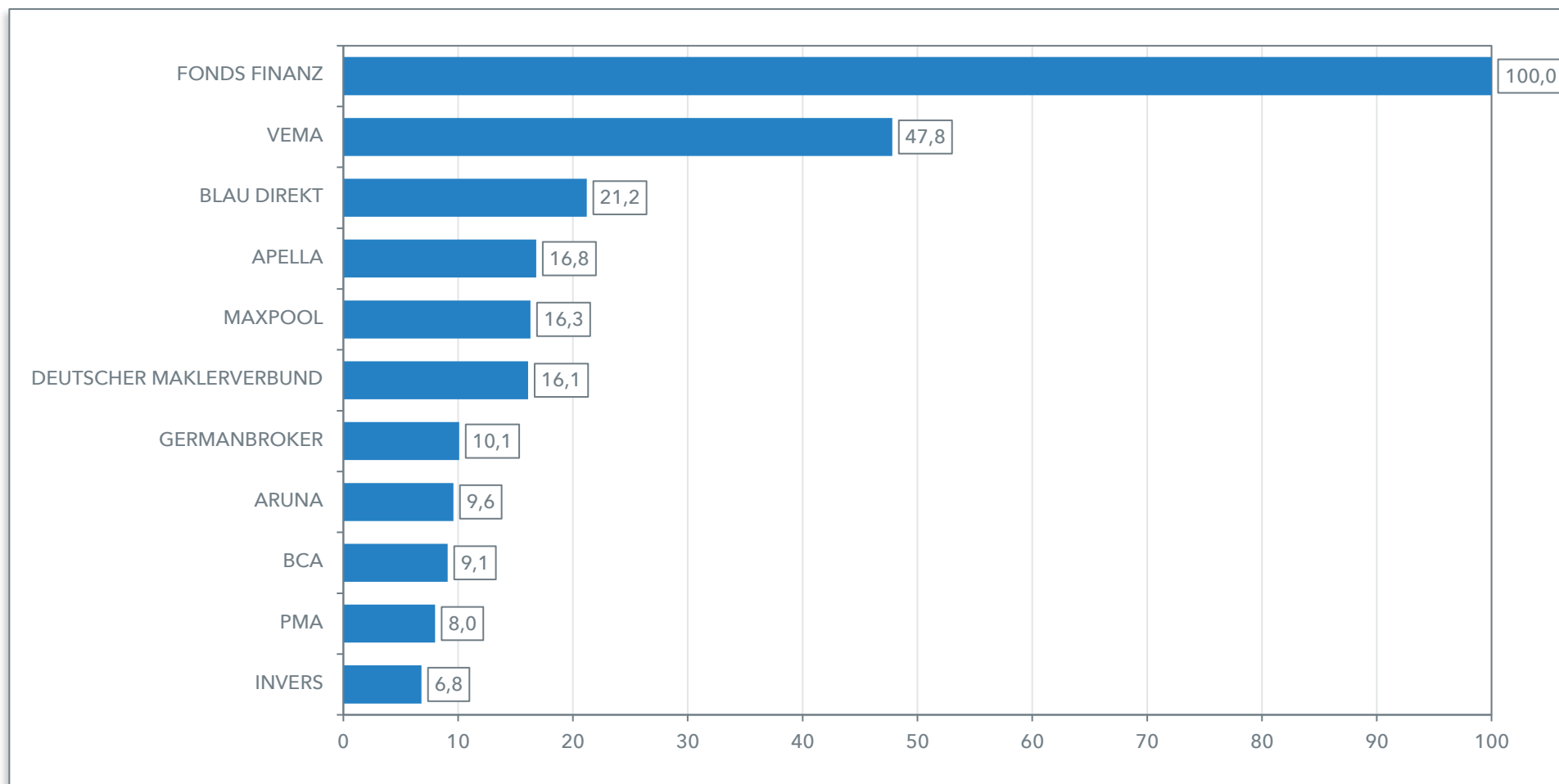
3.3.2 Share of Wallet (1 von 6)



3.3 Favoriten der Vermittler – Kranken

3.3.2 Share of Wallet (2 von 6)

Index SoW

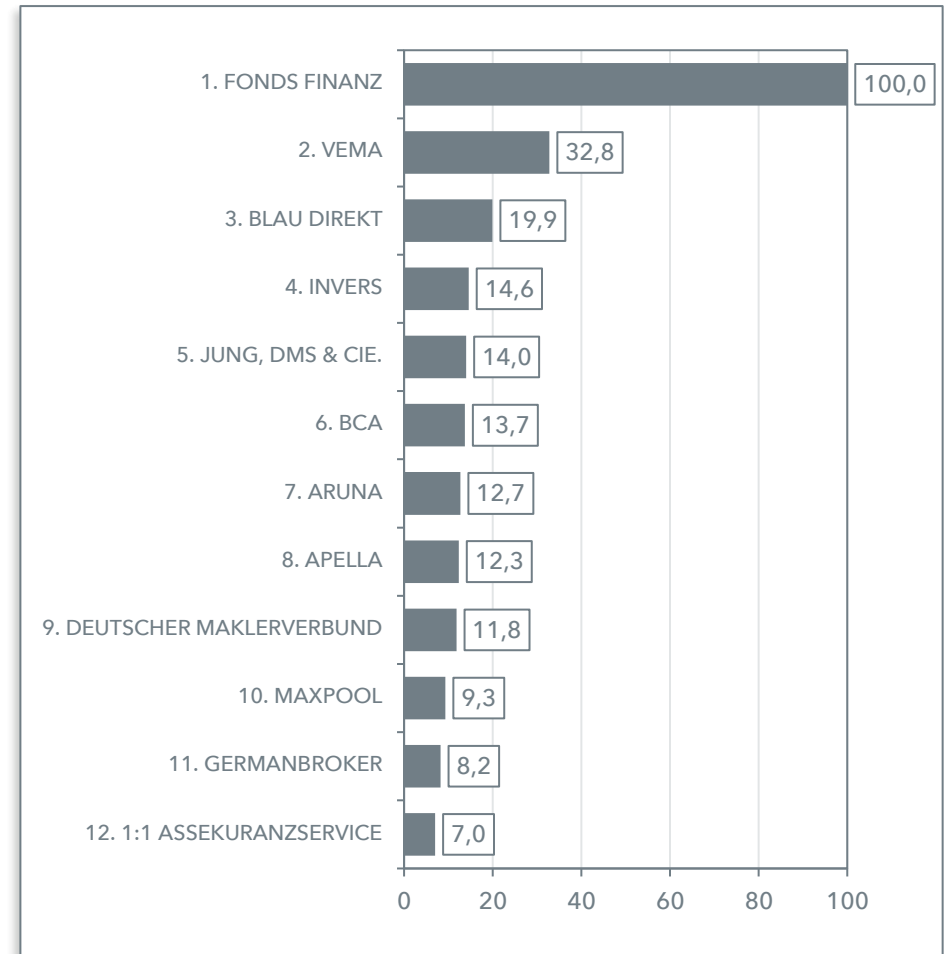
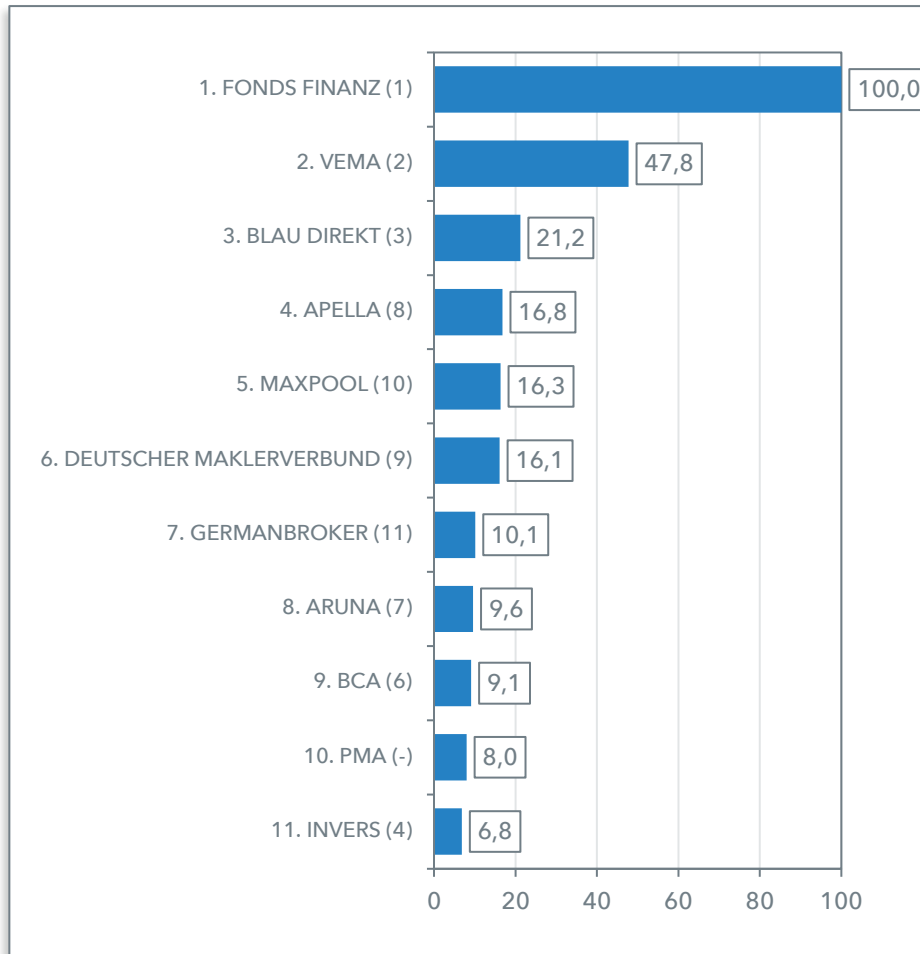


3.3 Favoriten der Vermittler – Kranken

3.3.2 Share of Wallet (3 von 6)

Index SoW 2022 (Vorjahresplatzierung in Klammern)

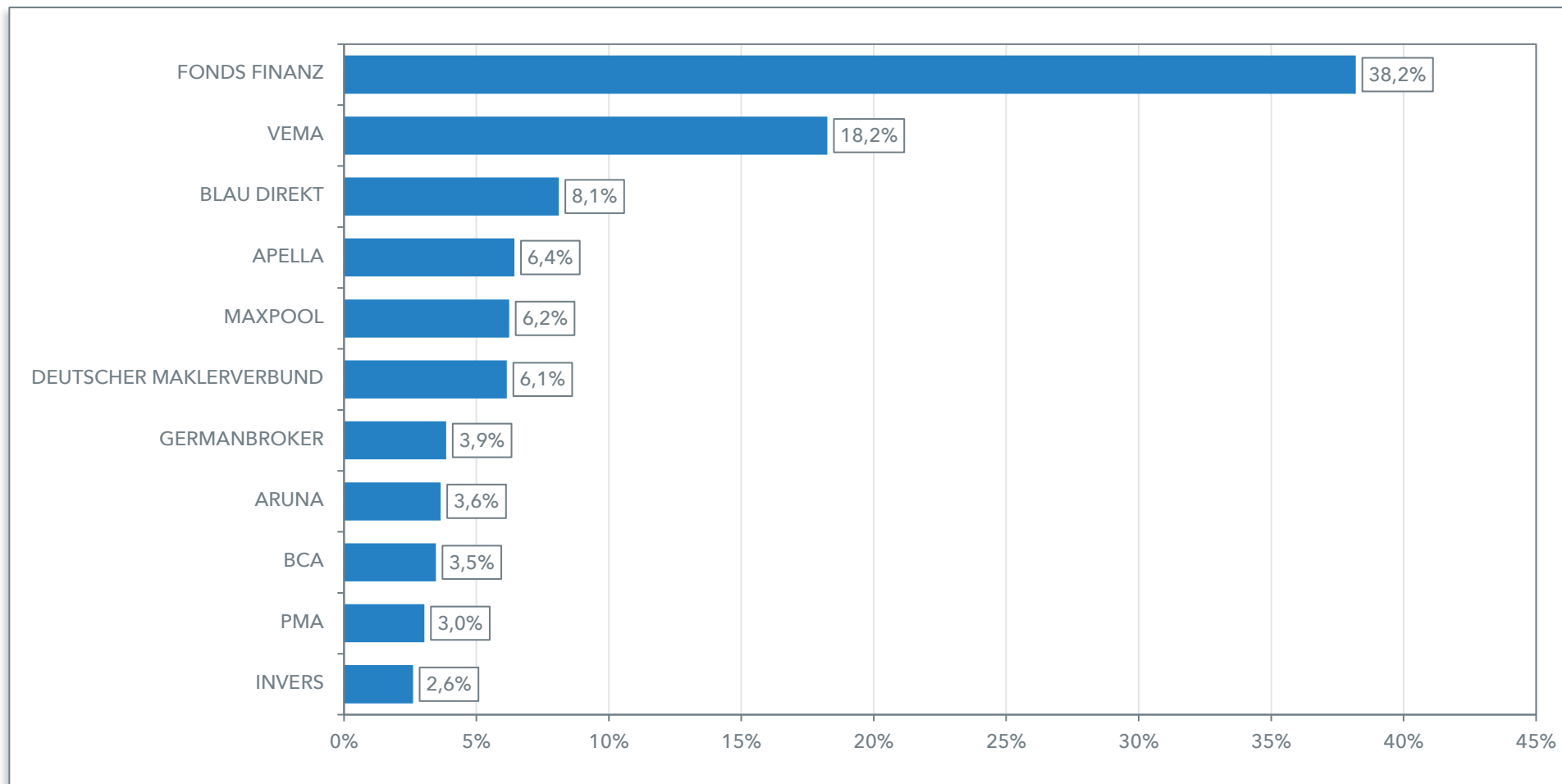
Index SoW 2021



3.3 Favoriten der Vermittler – Kranken

3.3.2 Share of Wallet (4 von 6)

SoW-Anteil in Prozentpunkten



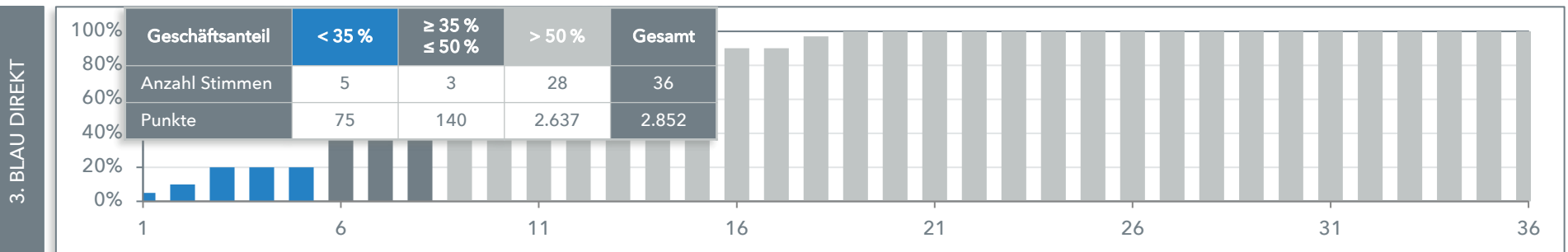
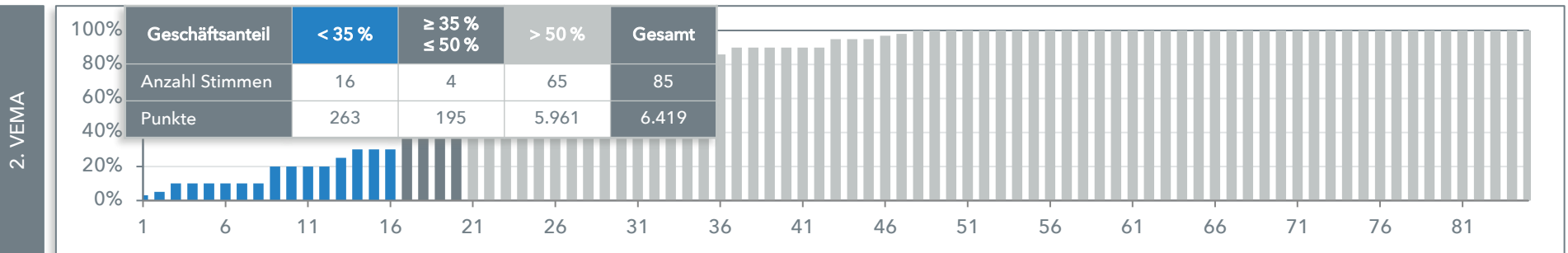
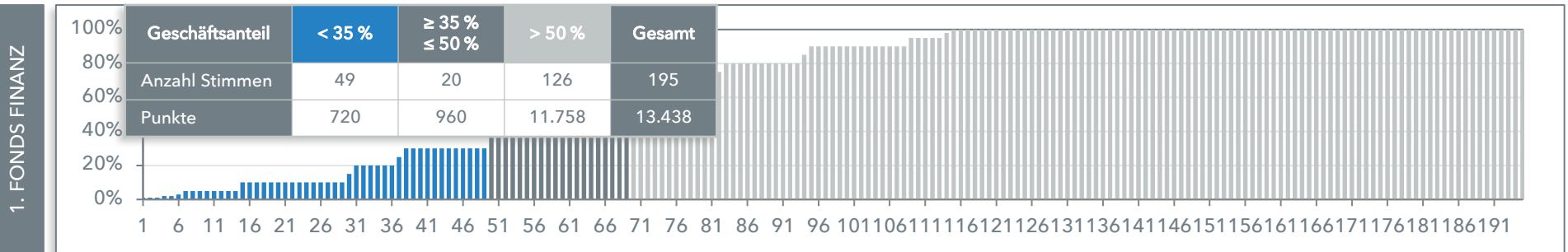
3.3 Favoriten der Vermittler – Kranken

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	49	20	126	195	69	90	13.438
2	VEMA	16	4	65	85	76	95	6.419
3	BLAU DIREKT	5	3	28	36	79	99	2.852
4	APELLA	5	5	21	31	73	100	2.263
5	MAXPOOL	11	5	19	35	63	80	2.196
6	DEUTSCHER MAKLERVERBUND	10	4	20	34	64	80	2.162
7	GERMANBROKER	3	3	13	19	72	80	1.359
8	ARUNA	7	2	11	20	64	95	1.284
9	BCA	11	3	11	25	49	50	1.223
10	PMA	2	1	10	13	82	100	1.070
11	INVERS	12	4	6	22	42	28	917

3.3 Favoriten der Vermittler – Kranken

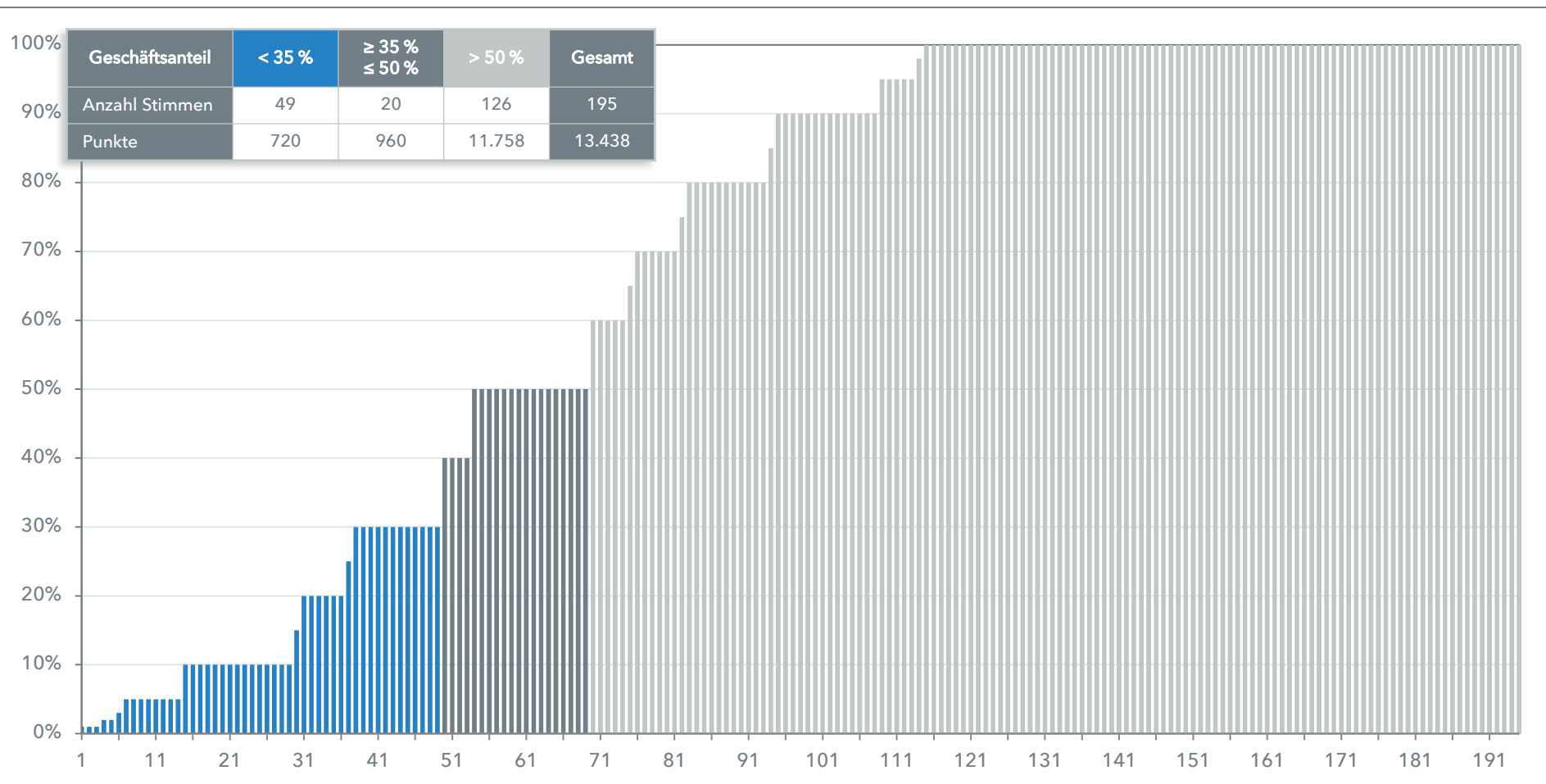
3.3.2 Share of Wallet (6 von 6)



3.3 Favoriten der Vermittler – Kranken

3.3.6 Analyse der Top-Anbieter

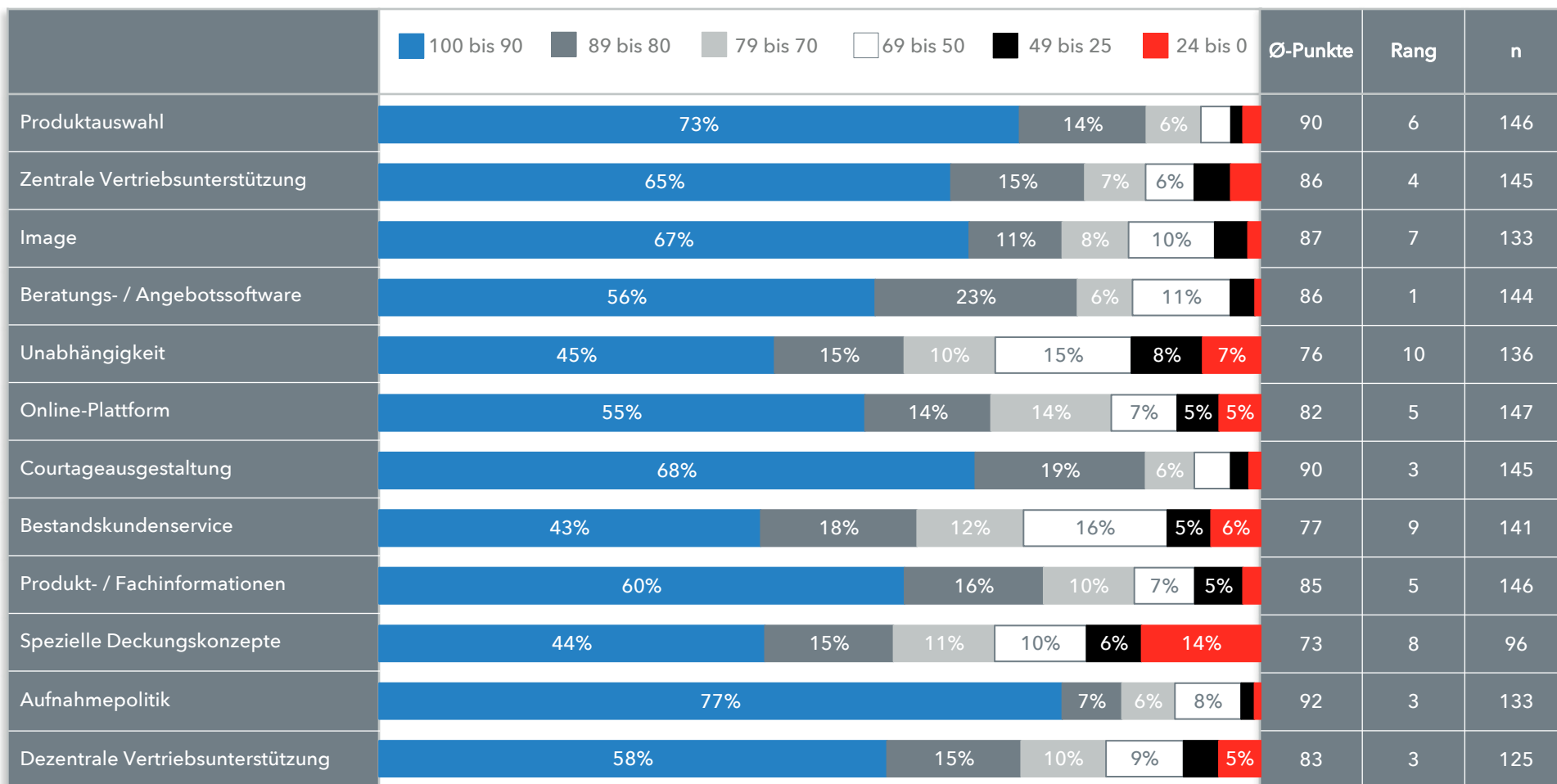
FONDS FINANZ | Share of Wallet



3.3 Favoriten der Vermittler – Kranken

3.3.6 Analyse der Top-Anbieter

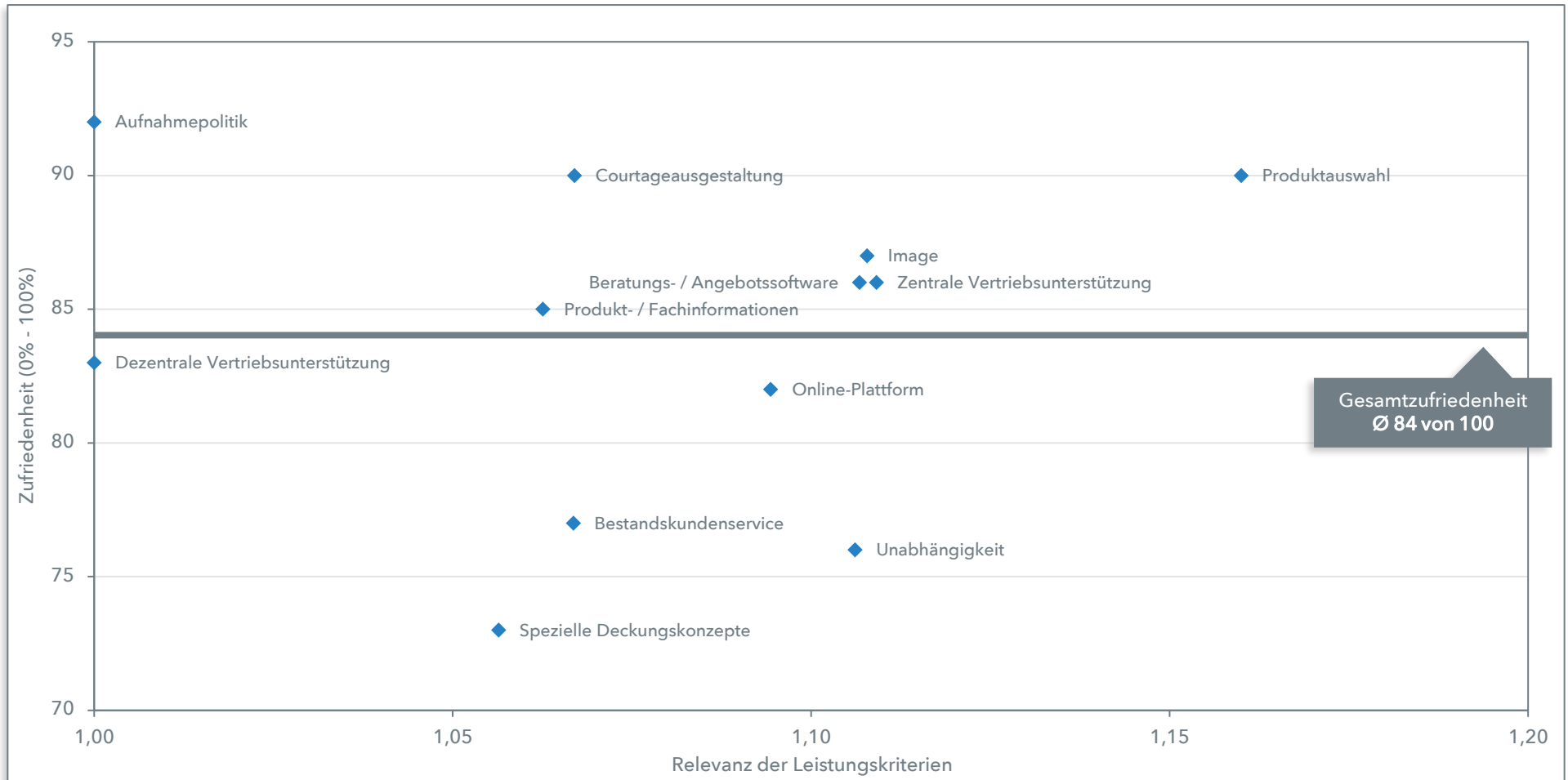
FONDS FINANZ | Leistungskriterien



3.3 Favoriten der Vermittler - Kranken

3.3.6 Analyse der Top-Anbieter

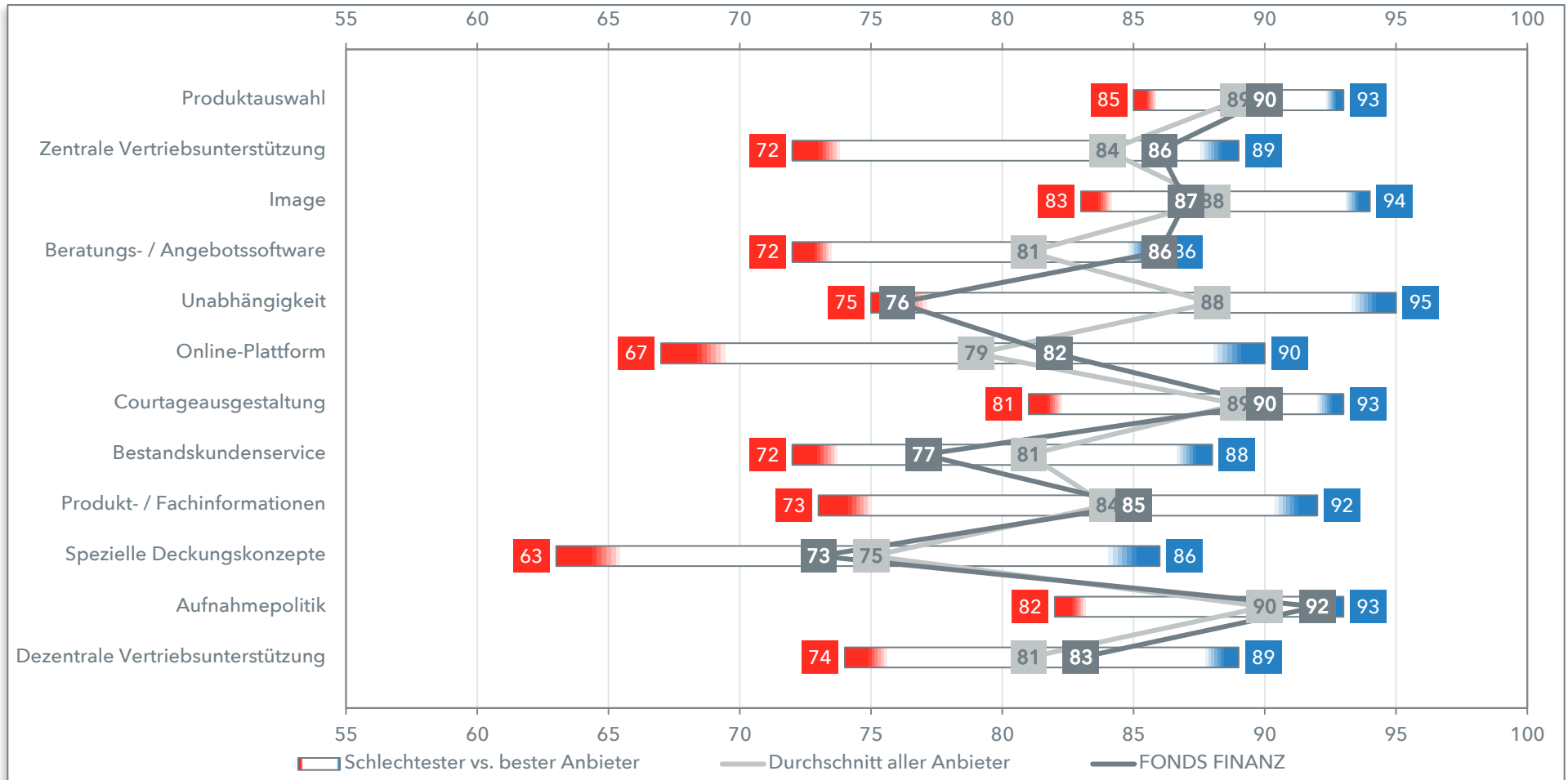
FONDS FINANZ | interne Stärken- / Schwächen-Analyse



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

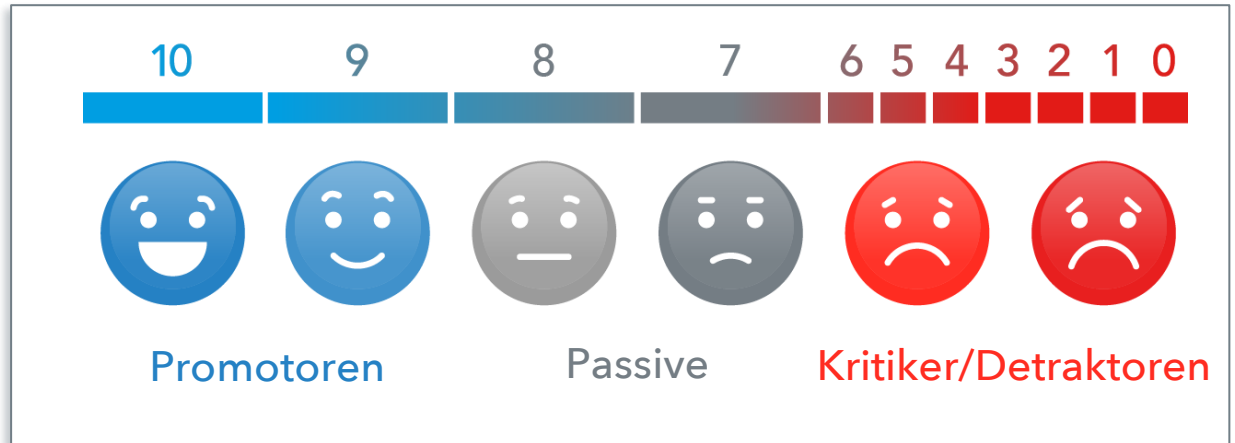
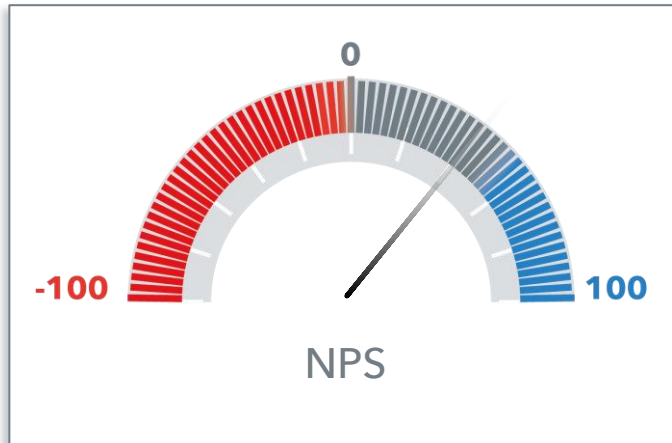
Leistungskriterium	Wichtigkeit	Erreichungsgrad I Abweichung vom Mittelwert aller Unternehmen	Erreichungsgrad II Abweichung von eigener Gesamtzufriedenheit
Produktauswahl	++	o	+
Zentrale Vertriebsunterstützung	++	o	o
Image	++	o	+
Beratungs- / Angebotssoftware	++	+	o
Unabhängigkeit	++	--	-
Online-Plattform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

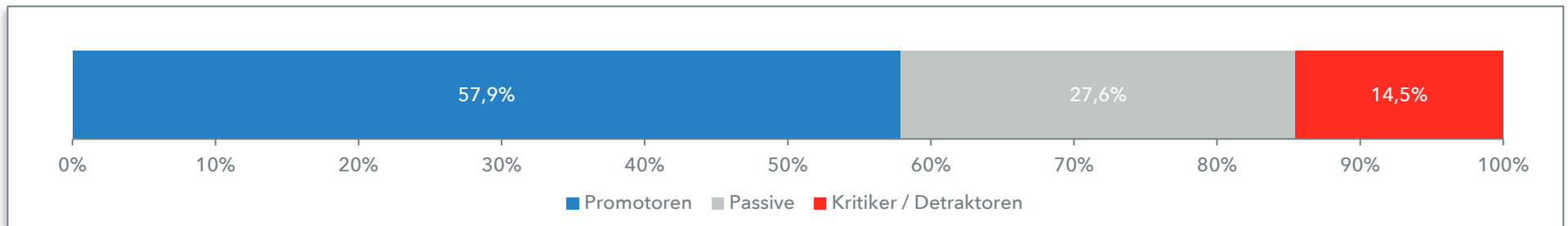
3.3 Favoriten der Vermittler - Kranken

3.3.6 Analyse der Top-Anbieter

FONDS FINANZ | Net-Promoter-Score (NPS) (n = 145)



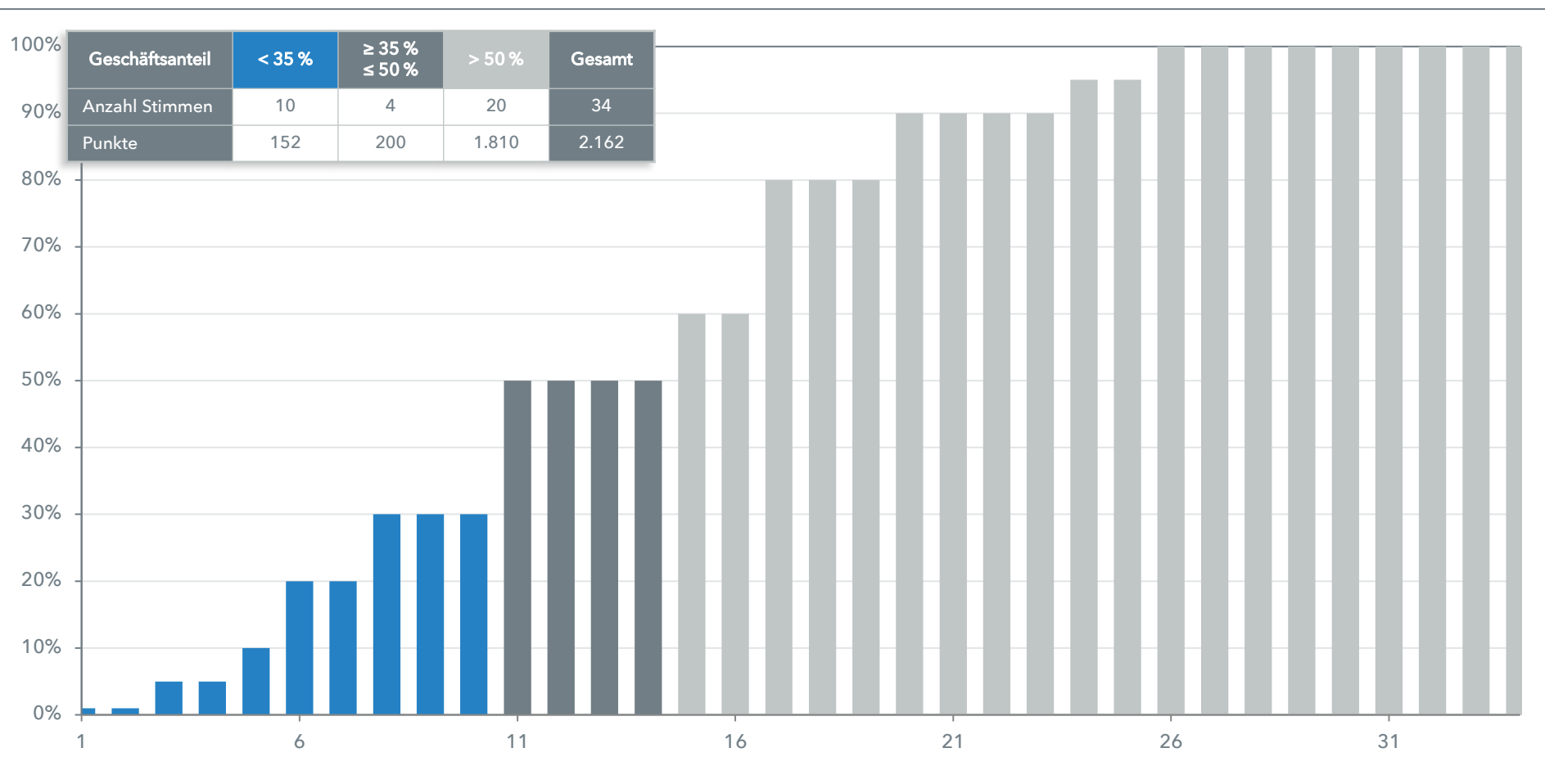
$$43,4 = 57,9\% - 14,5\%$$



3.3 Favoriten der Vermittler – Kranken

3.3.6 Analyse der Top-Anbieter

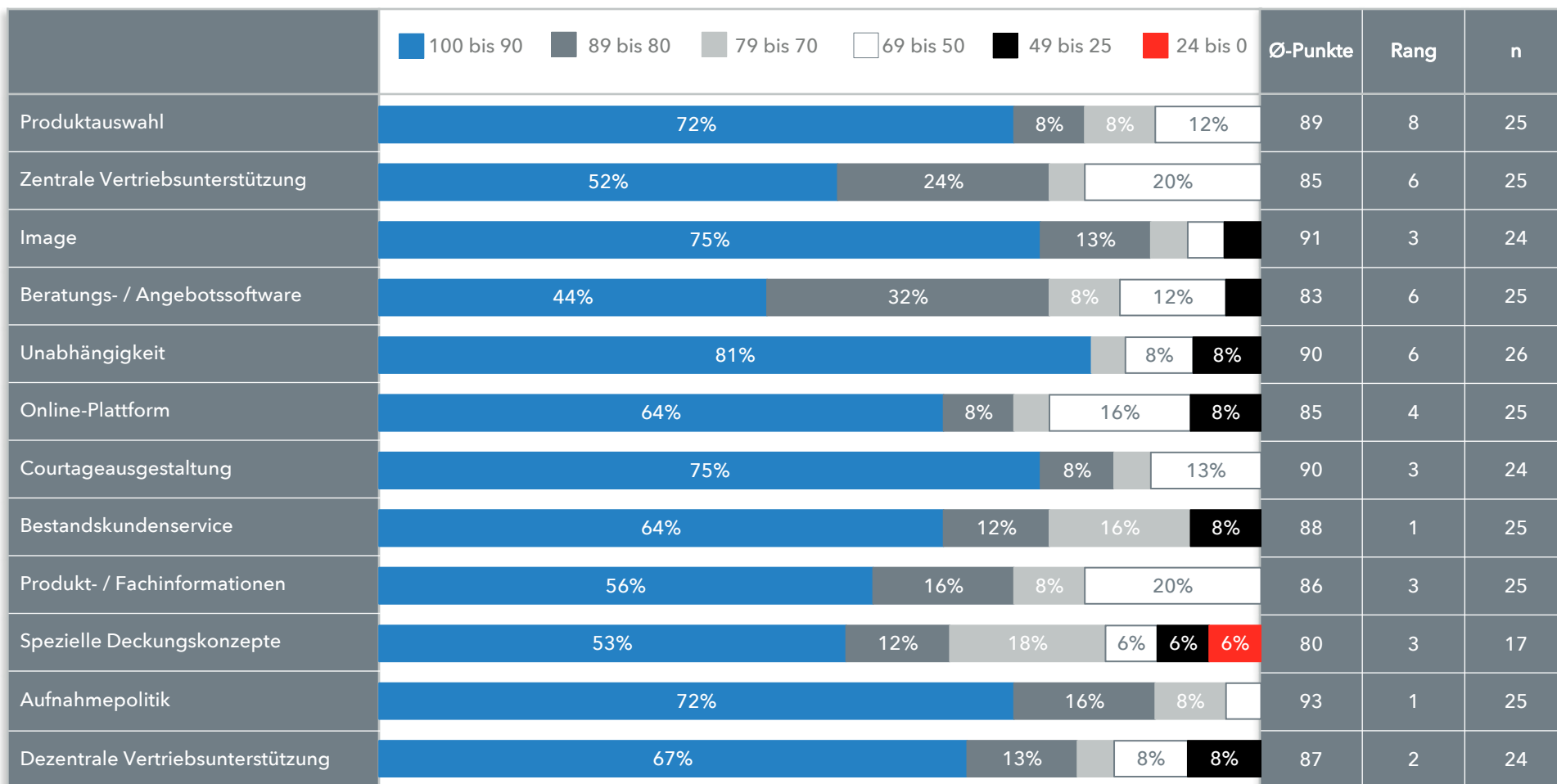
DEUTSCHER MAKLERVERBUND | Share of Wallet



3.3 Favoriten der Vermittler – Kranken

3.3.6 Analyse der Top-Anbieter

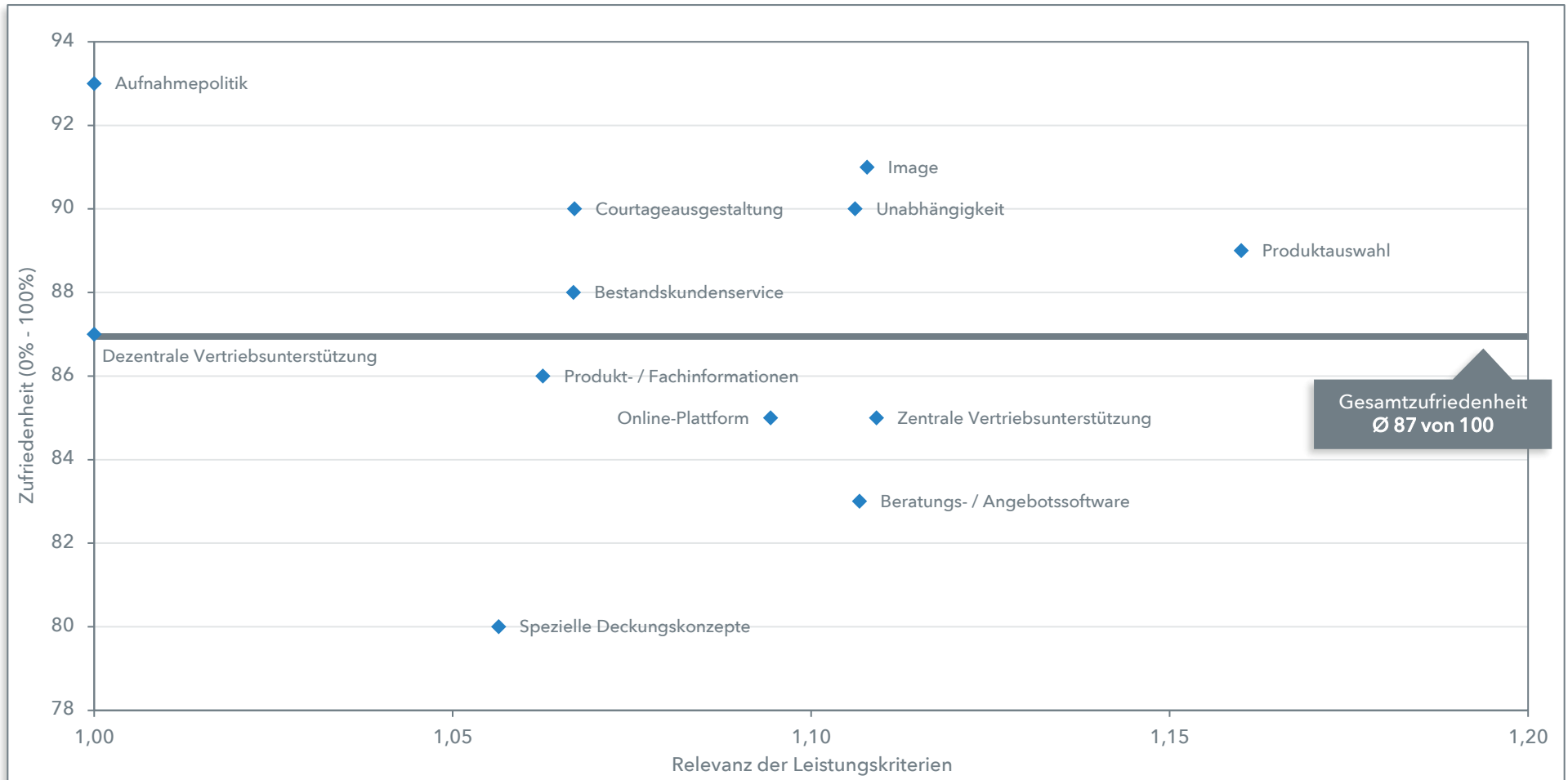
DEUTSCHER MAKLERVERBUND | Leistungskriterien



3.3 Favoriten der Vermittler – Kranken

3.3.6 Analyse der Top-Anbieter

DEUTSCHER MAKLERVERBUND | interne Stärken- / Schwächen-Analyse

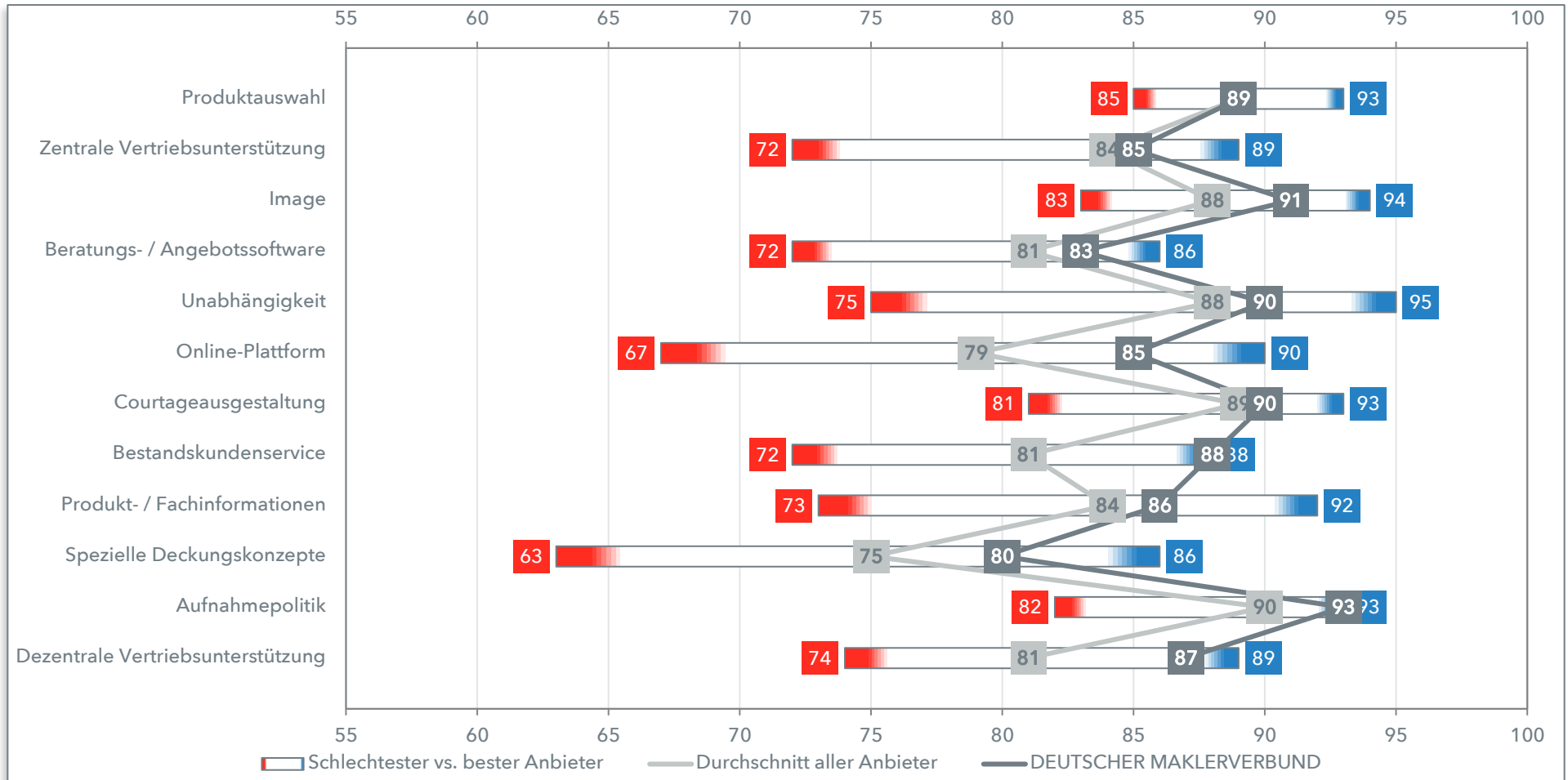


Gesamtzufriedenheit
Ø 87 von 100

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

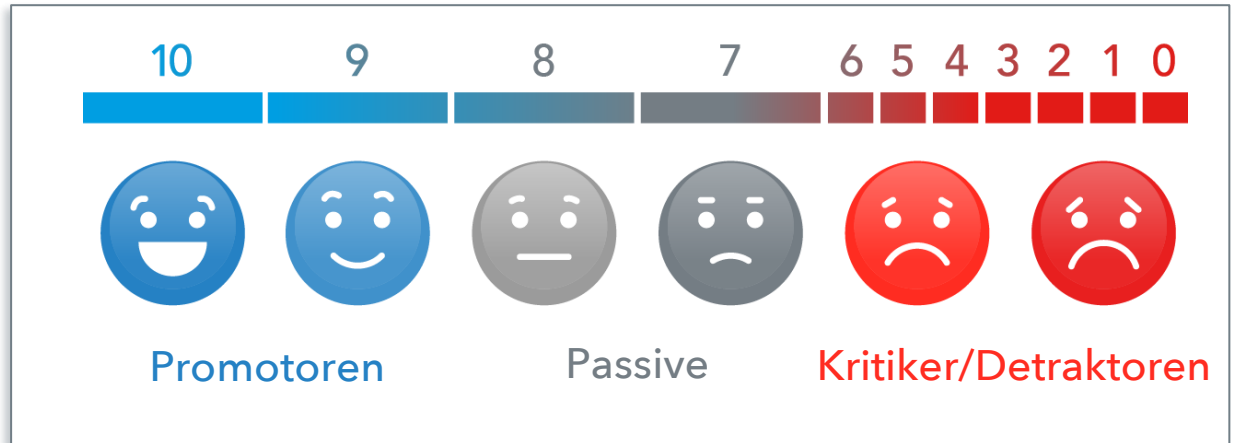
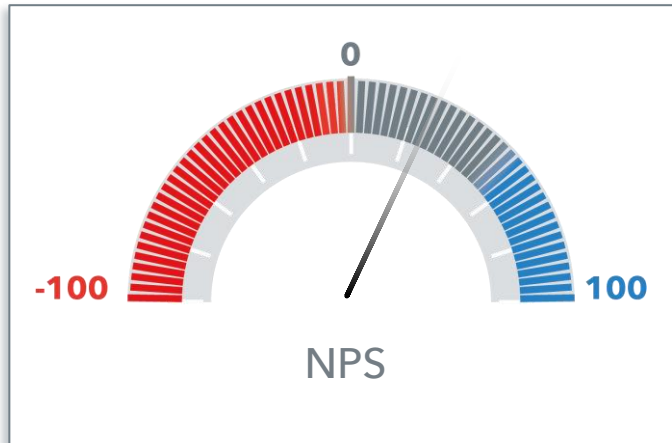
Leistungskriterium	Wichtigkeit	Erreichungsgrad I Abweichung vom Mittelwert aller Unternehmen	Erreichungsgrad II Abweichung von eigener Gesamtzufriedenheit
Produktauswahl	++	o	o
Zentrale Vertriebsunterstützung	++	o	o
Image	++	+	+
Beratungs- / Angebotssoftware	++	o	-
Unabhängigkeit	++	o	+
Online-Plattform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

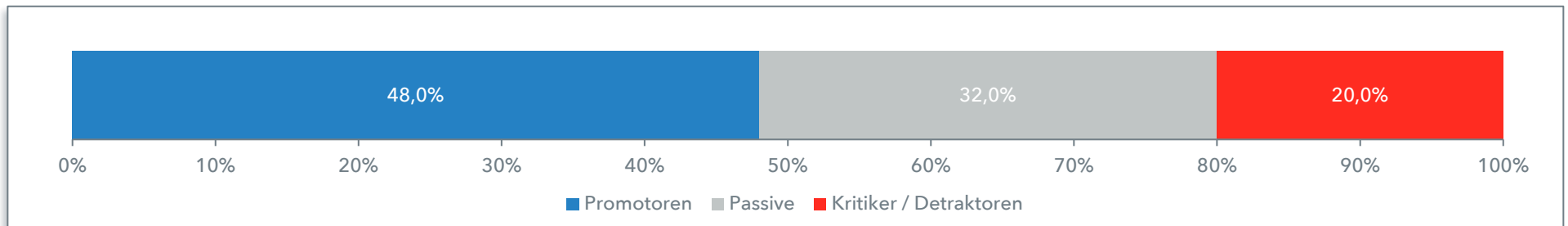
3.3 Favoriten der Vermittler - Kranken

3.3.6 Analyse der Top-Anbieter

DEUTSCHER MAKLERVERBUND | Net-Promoter-Score (NPS) (n = 25)



28,0 = 48,0% - 20,0%





AssCompact

— AWARD —

3. ERGEBNISSE

3.4 FAVORITEN DER VERMITTLER – SACH / HUK

3.4 Favoriten der Vermittler – Sach / HUK

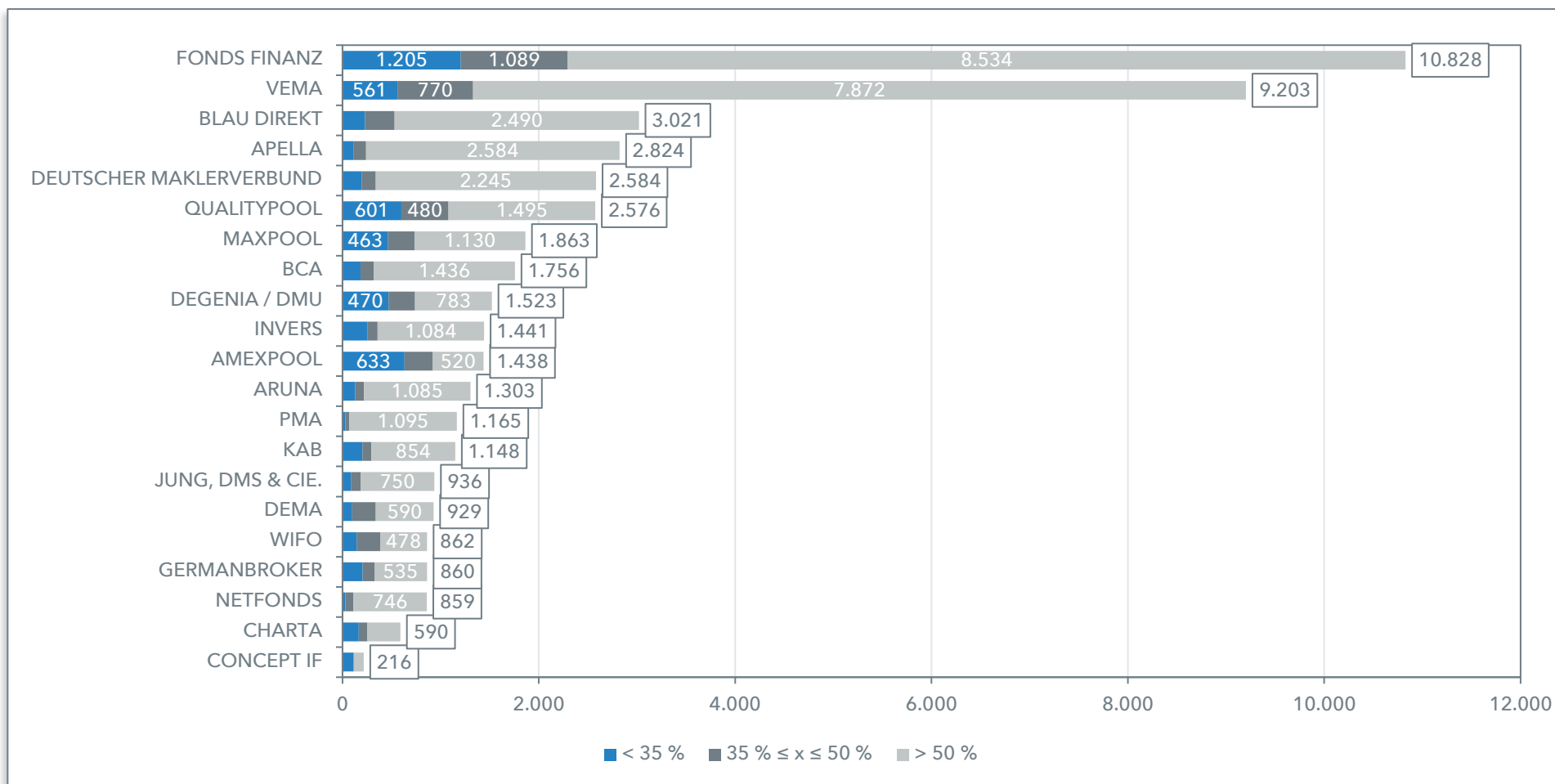
3.4.1 Ranking der Top-Anbieter

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



3.4 Favoriten der Vermittler – Sach / HUK

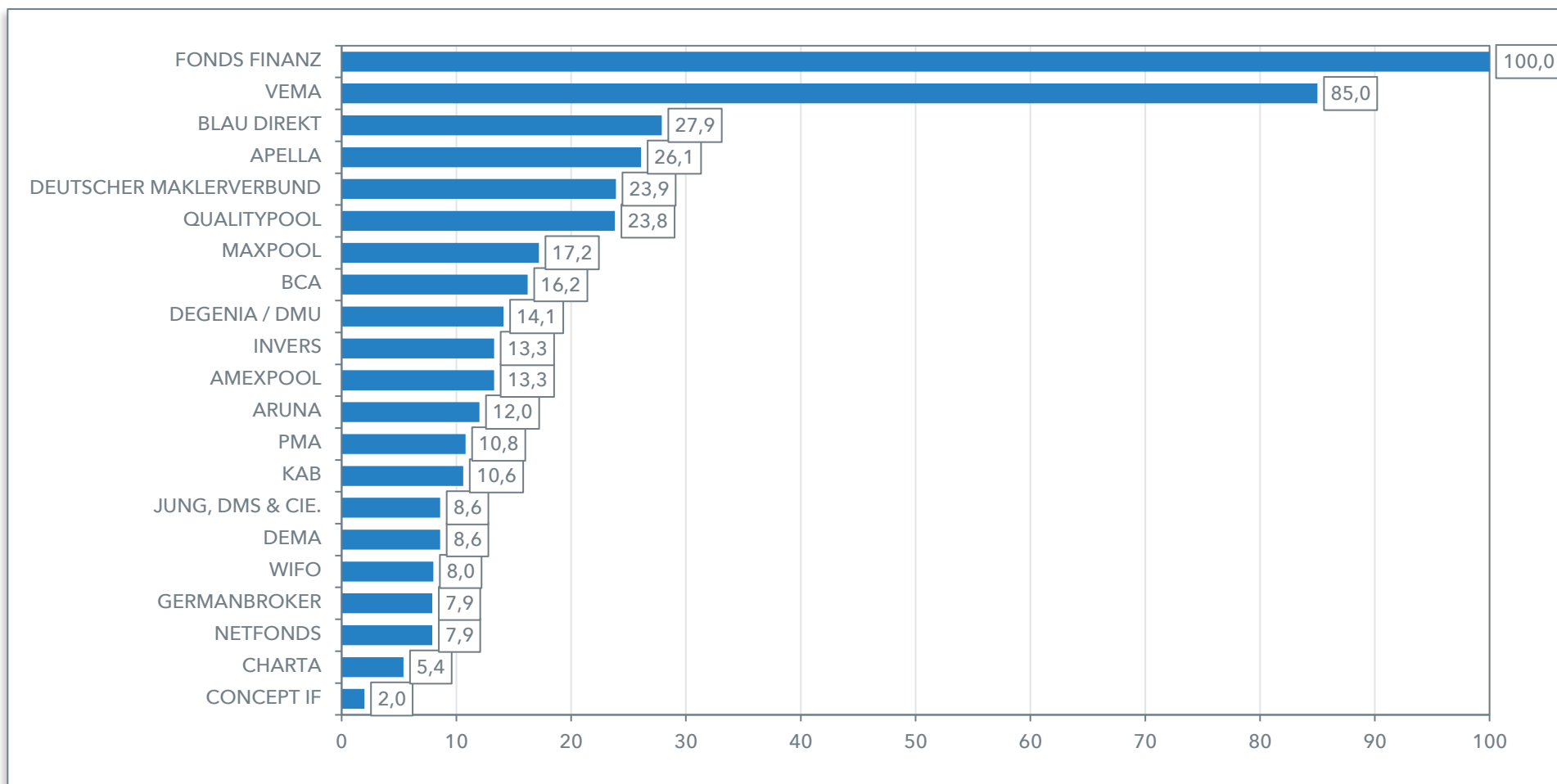
3.4.2 Share of Wallet (1 von 6)



3.4 Favoriten der Vermittler – Sach / HUK

3.4.2 Share of Wallet (2 von 6)

Index SoW

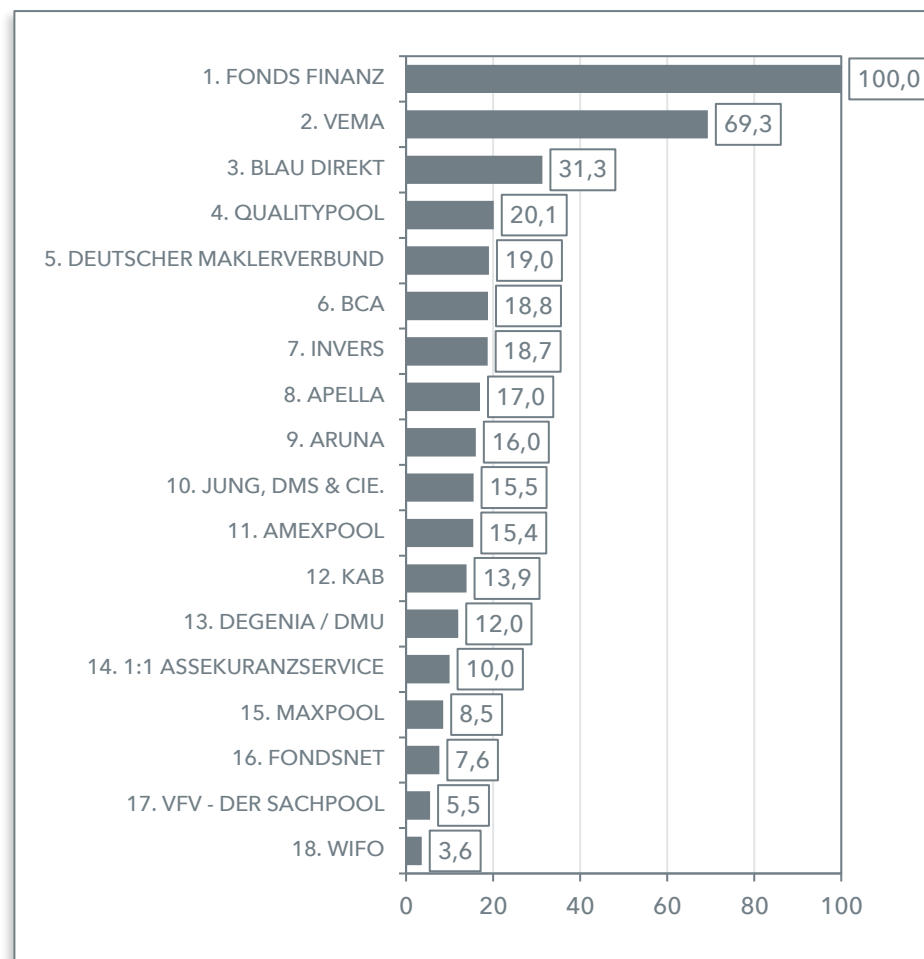
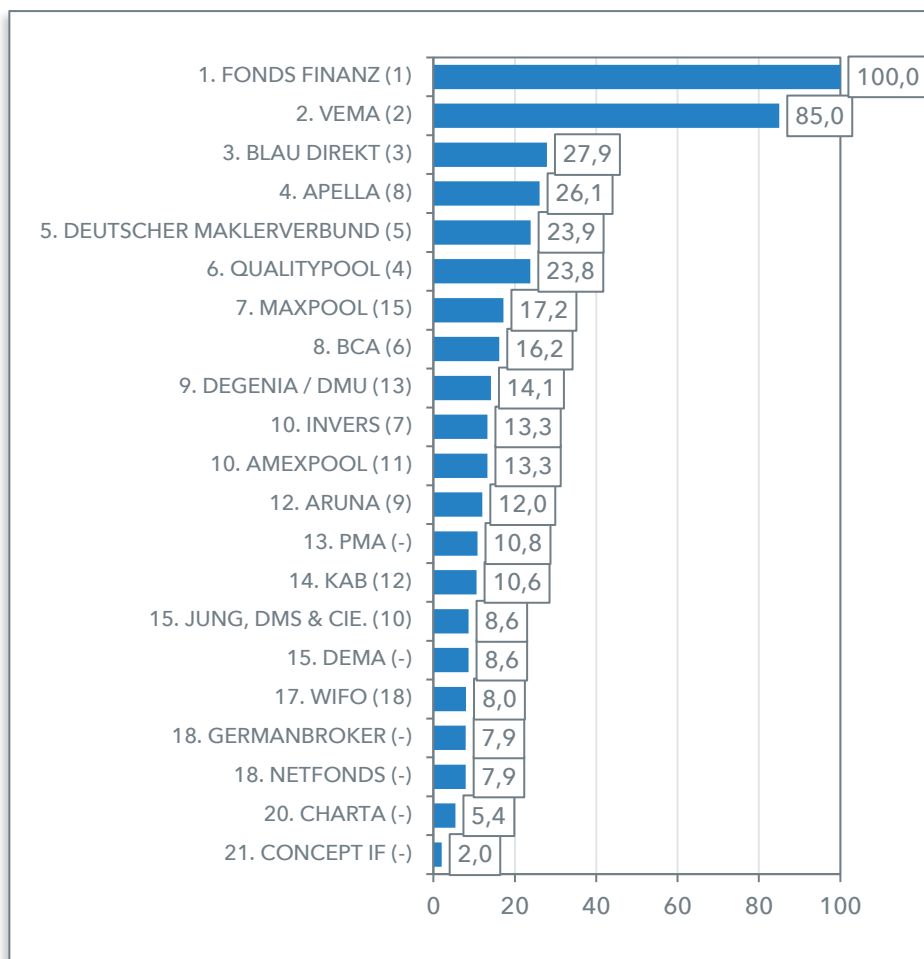


3.4 Favoriten der Vermittler – Sach / HUK

3.4.2 Share of Wallet (3 von 6)

Index SoW 2022 (Vorjahresplatzierung in Klammern)

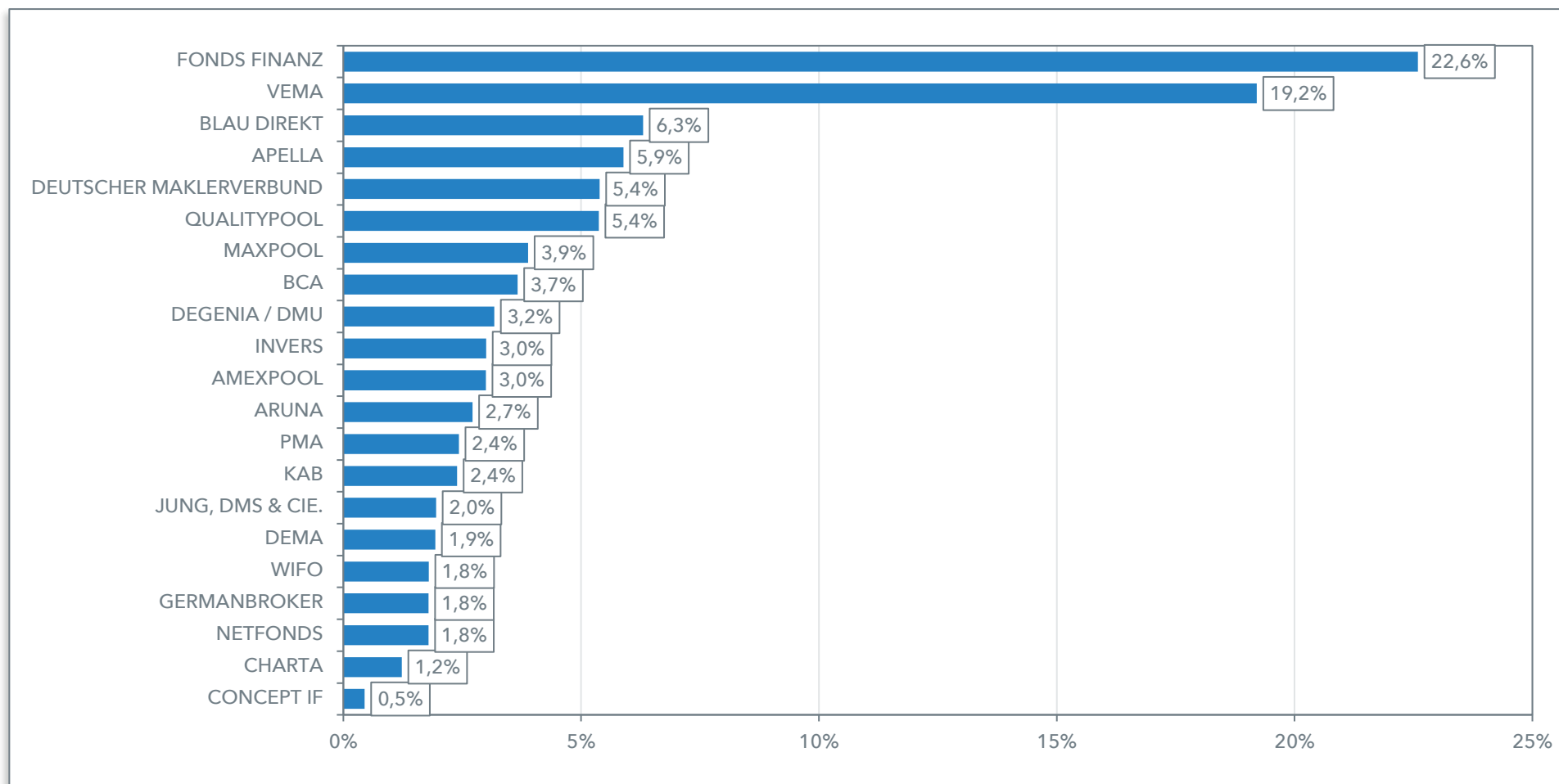
Index SoW 2021



3.4 Favoriten der Vermittler – Sach / HUK

3.4.2 Share of Wallet (4 von 6)

SoW-Anteil in Prozentpunkten



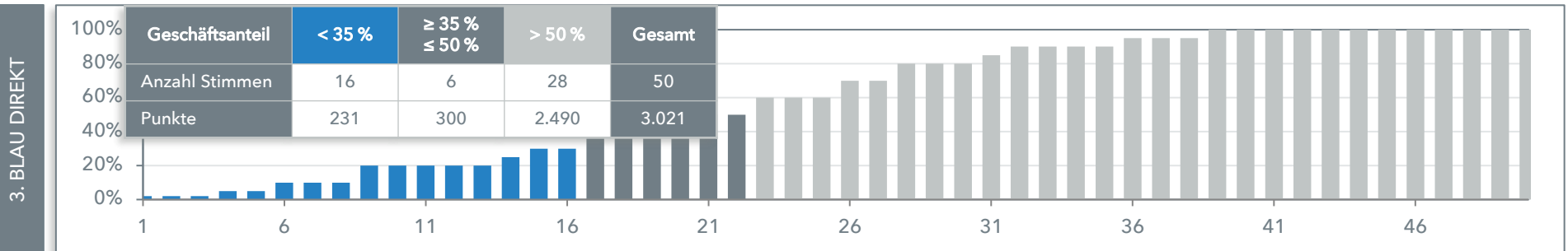
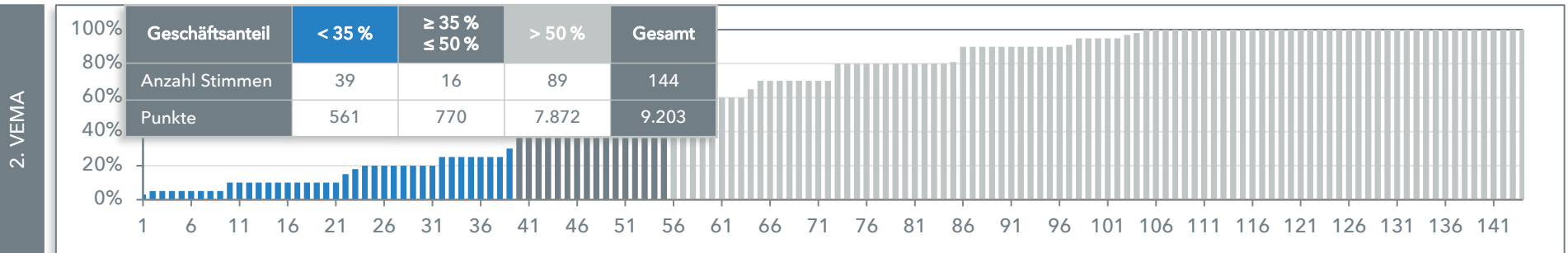
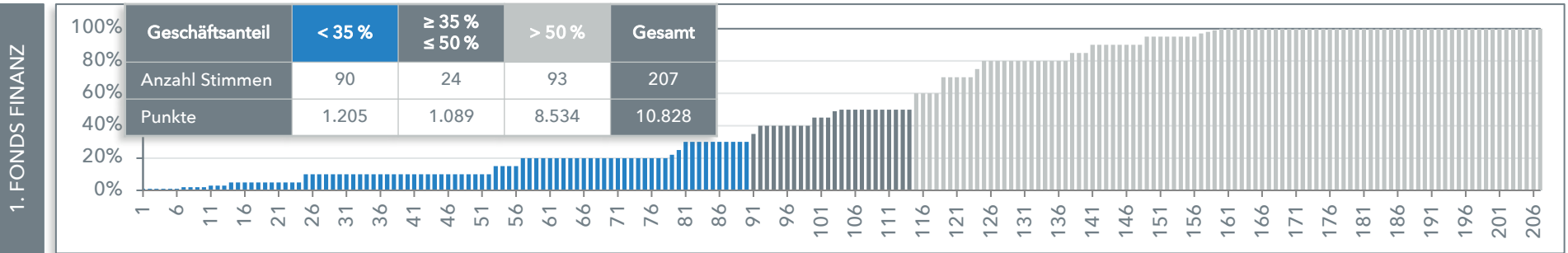
3.4 Favoriten der Vermittler – Sach / HUK

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	90	24	93	207	52	50	10.828
2	VEMA	39	16	89	144	64	75	9.203
3	BLAU DIREKT	16	6	28	50	60	65	3.021
4	APELLA	9	3	27	39	72	100	2.824
5	DEUTSCHER MAKLERVERBUND	15	3	26	44	59	70	2.584
6	QUALITYPOOL	60	11	17	88	29	10	2.576
7	MAXPOOL	53	6	13	72	26	10	1.863
8	BCA	18	3	16	37	47	35	1.756
9	DEGENIA / DMU	43	6	10	59	26	10	1.523
10	INVERS	22	2	13	37	39	20	1.441
11	AMEXPOOL	64	7	7	78	18	10	1.438
12	ARUNA	13	2	12	27	48	40	1.303
13	PMA	2	1	11	14	83	100	1.165
14	KAB	21	2	10	33	35	15	1.148
15	JUNG, DMS & CIE.	10	2	8	20	47	40	936
16	DEMA	9	5	8	22	42	50	929
17	WIFO	14	5	5	24	36	25	862
18	GERMANBROKER	15	3	6	24	36	28	860
19	NETFONDS	7	2	8	17	51	44	859
20	CHARTA	8	2	4	14	42	30	590
21	CONCEPT IF	14	0	1	15	14	8	216

3.4 Favoriten der Vermittler – Sach / HUK

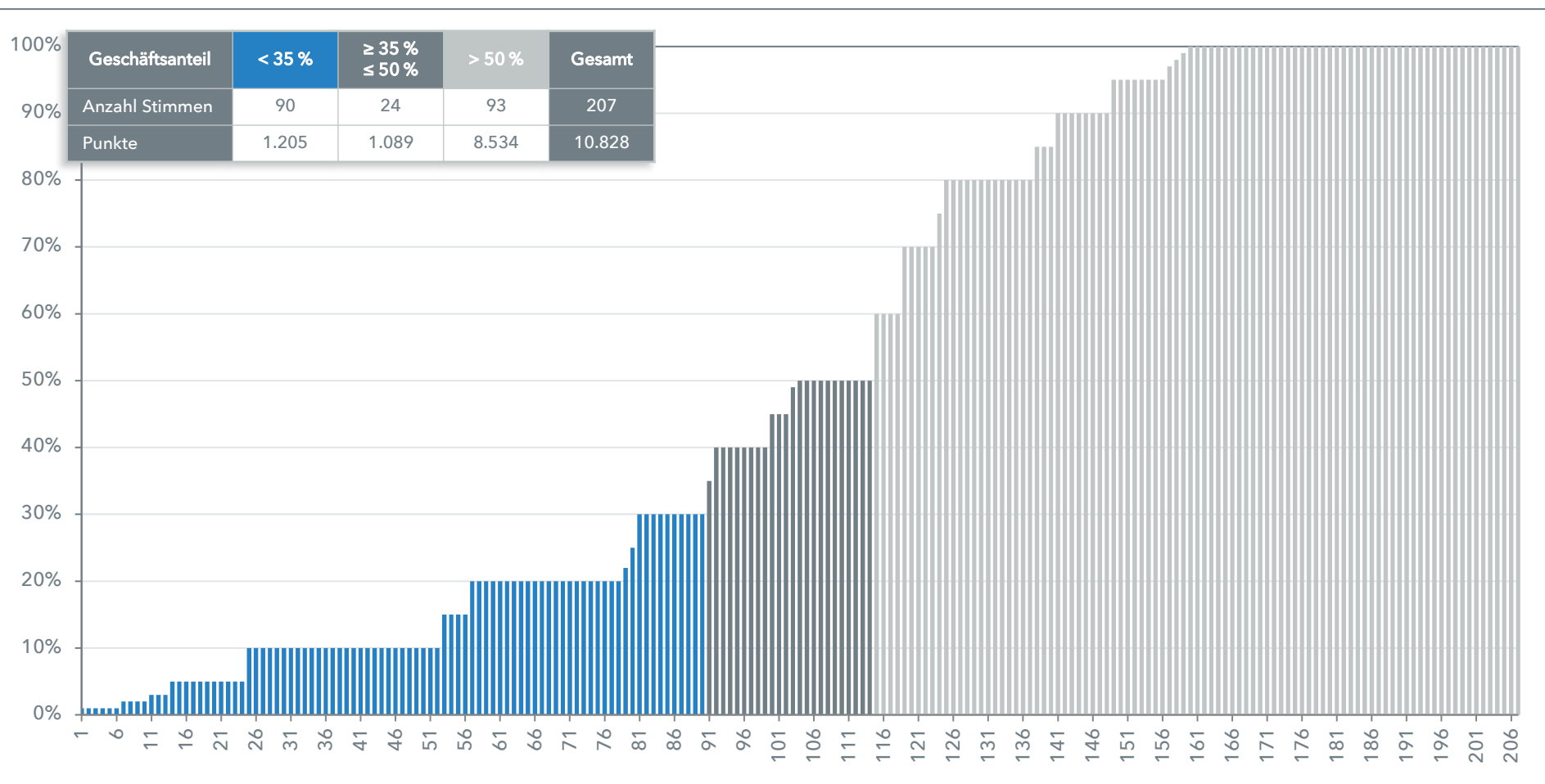
3.4.2 Share of Wallet (6 von 6)



3.4 Favoriten der Vermittler – Sach / HUK

3.4.6 Analyse der Top-Anbieter

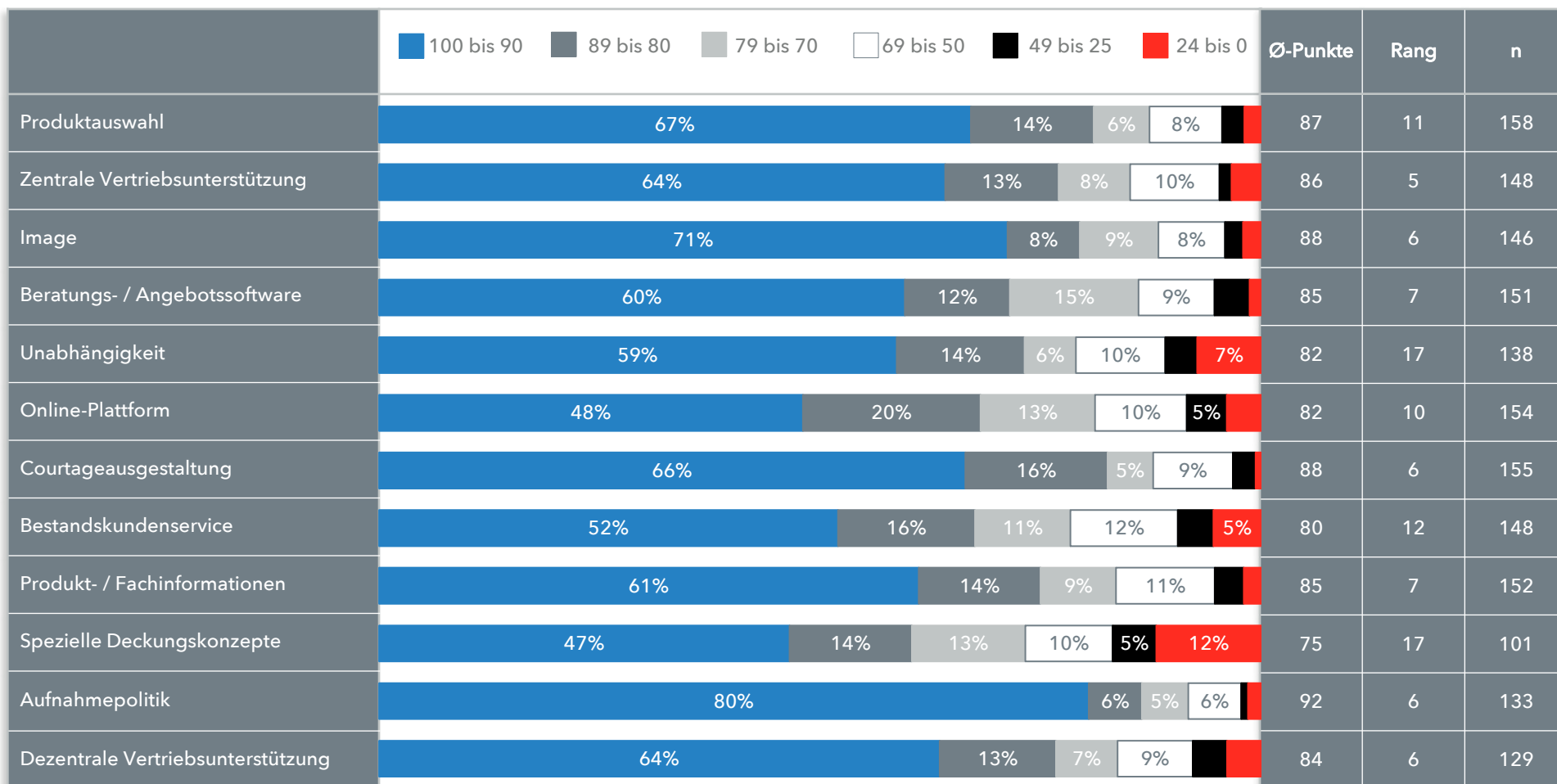
FONDS FINANZ | Share of Wallet



3.4 Favoriten der Vermittler – Sach / HUK

3.4.6 Analyse der Top-Anbieter

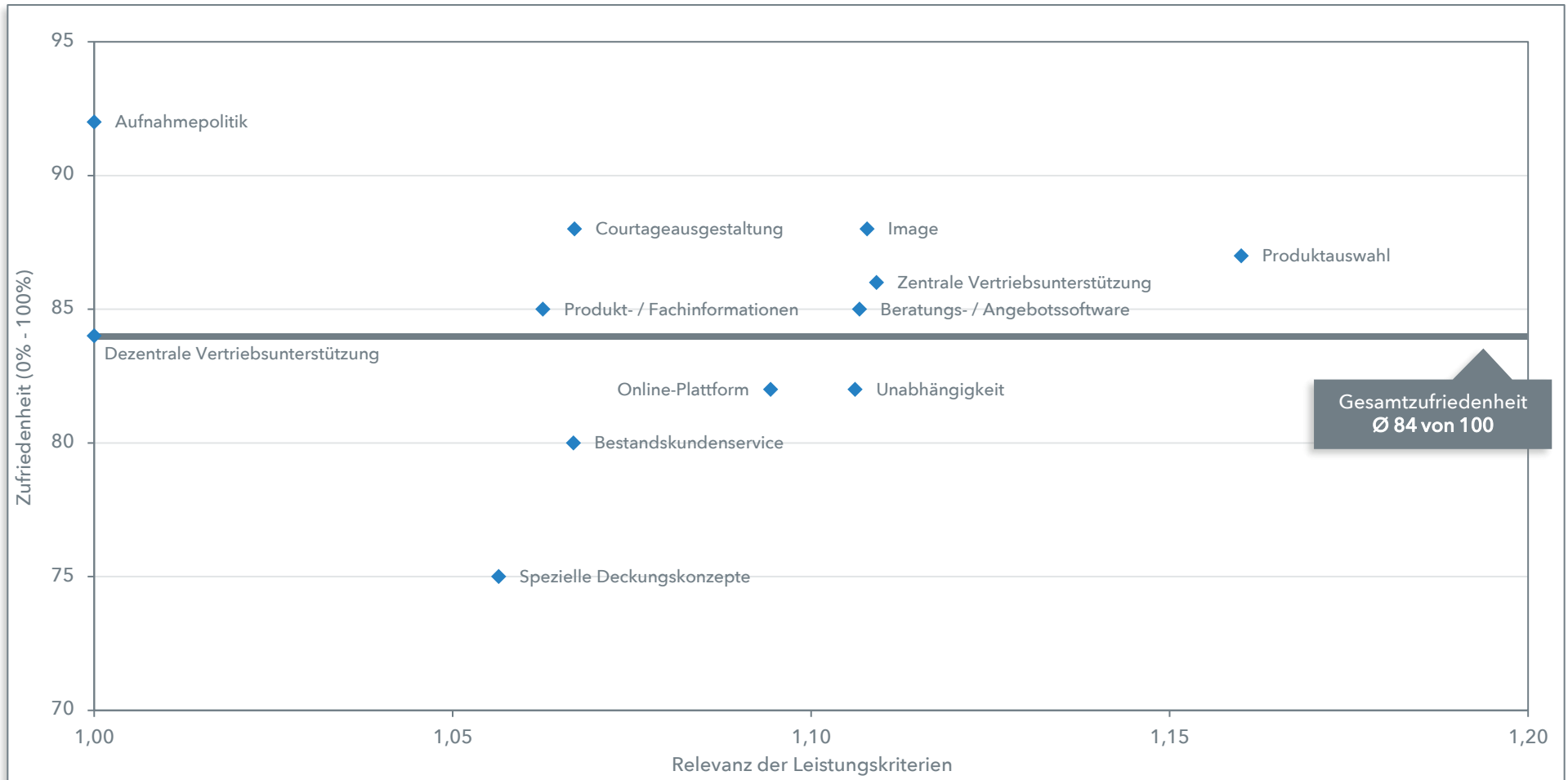
FONDS FINANZ | Leistungskriterien



3.4 Favoriten der Vermittler – Sach / HUK

3.4.6 Analyse der Top-Anbieter

FONDS FINANZ | interne Stärken- / Schwächen-Analyse

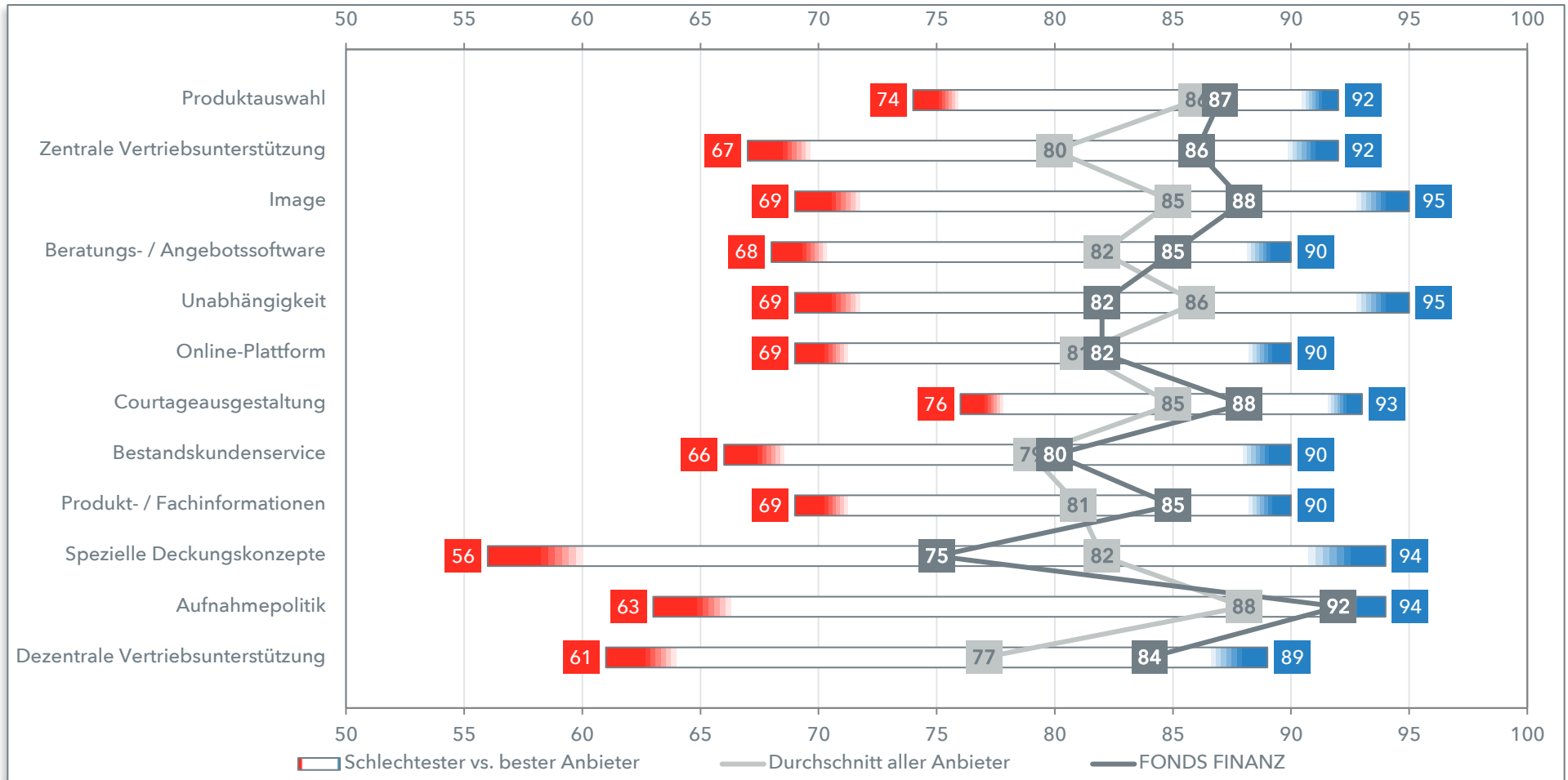


Gesamtzufriedenheit
Ø 84 von 100

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

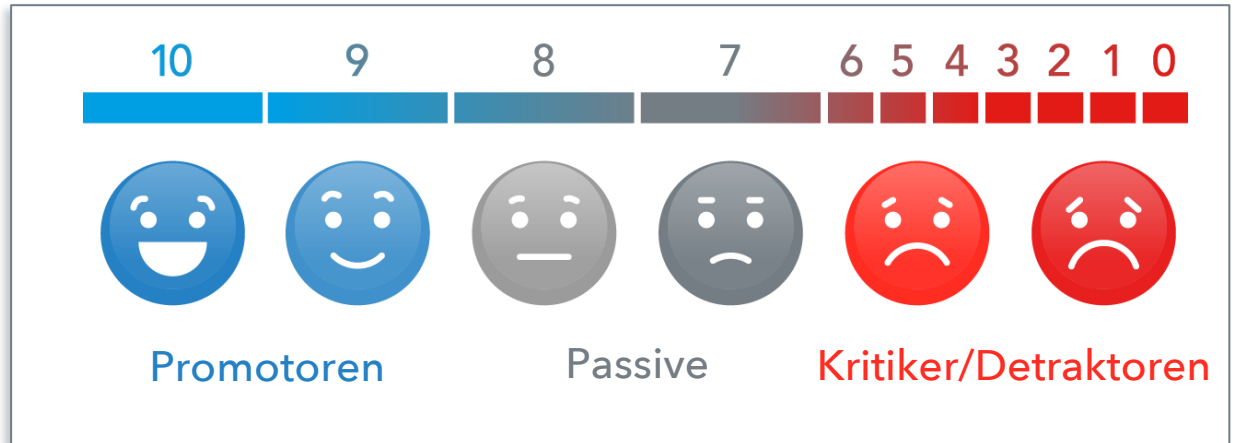
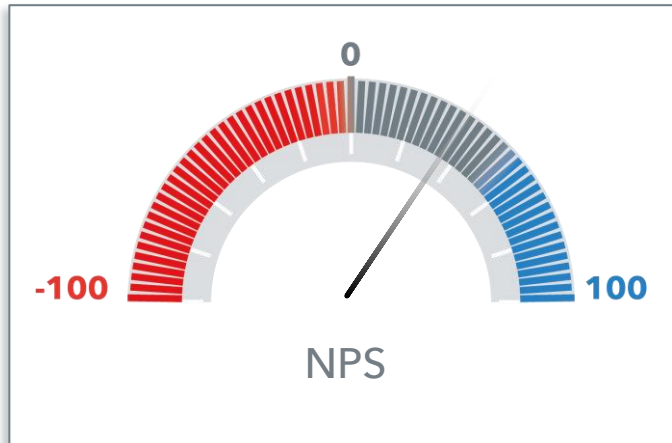
Leistungskriterium	Wichtigkeit	Erreichungsgrad I Abweichung vom Mittelwert aller Unternehmen	Erreichungsgrad II Abweichung von eigener Gesamtzufriedenheit
Produktauswahl	++	o	+
Zentrale Vertriebsunterstützung	++	+	o
Image	++	+	+
Beratungs- / Angebotssoftware	++	+	o
Unabhängigkeit	++	-	o
Online-Plattform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

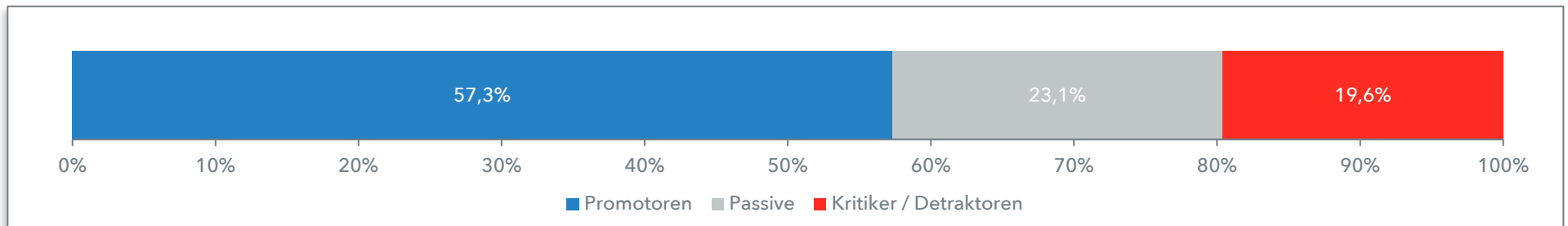
3.4 Favoriten der Vermittler - Sach / HUK

3.4.6 Analyse der Top-Anbieter

FONDS FINANZ | Net-Promoter-Score (NPS) (n = 143)



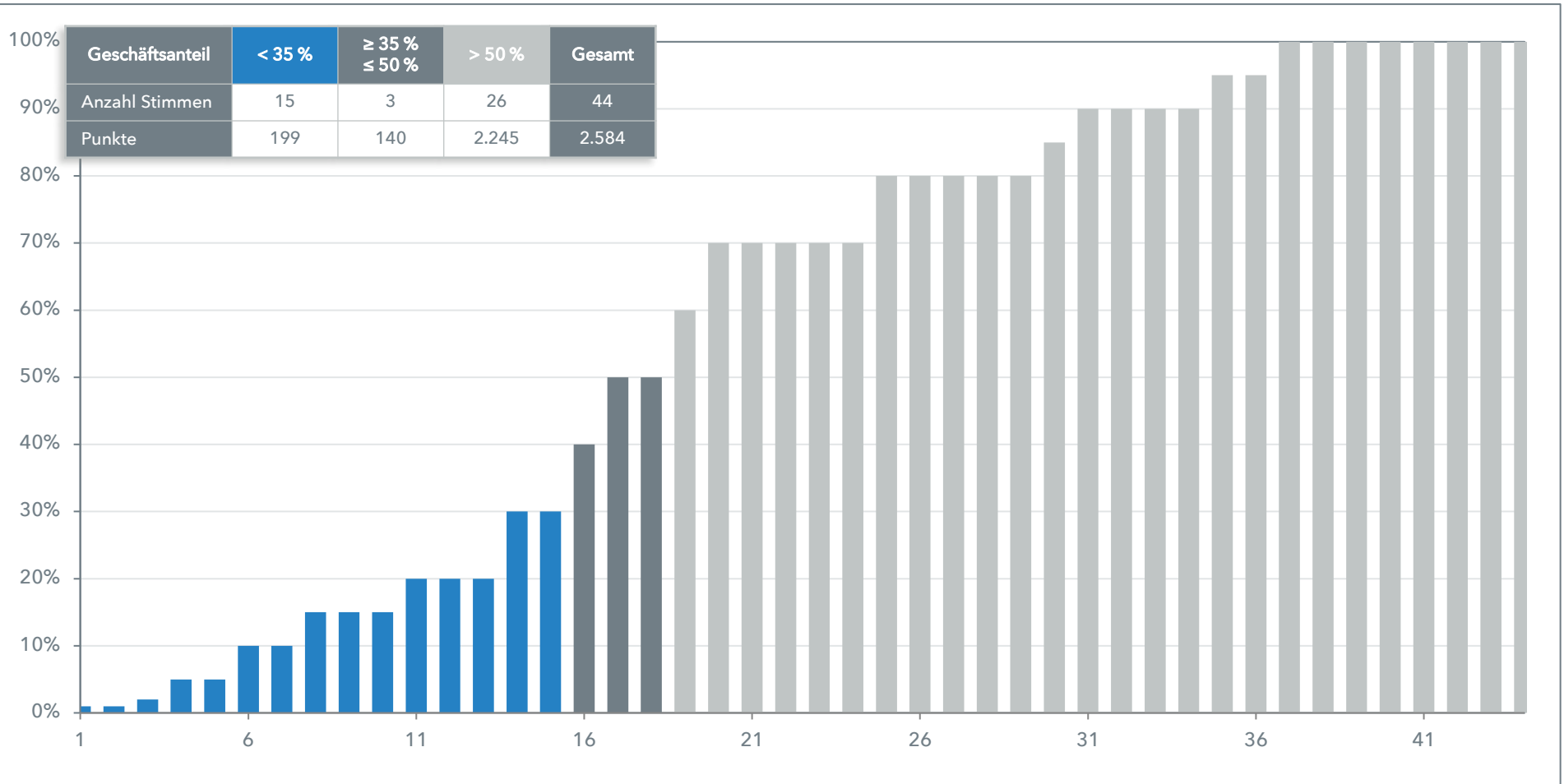
37,7 = **57,3%** - **19,6%**



3.4 Favoriten der Vermittler – Sach / HUK

3.4.6 Analyse der Top-Anbieter

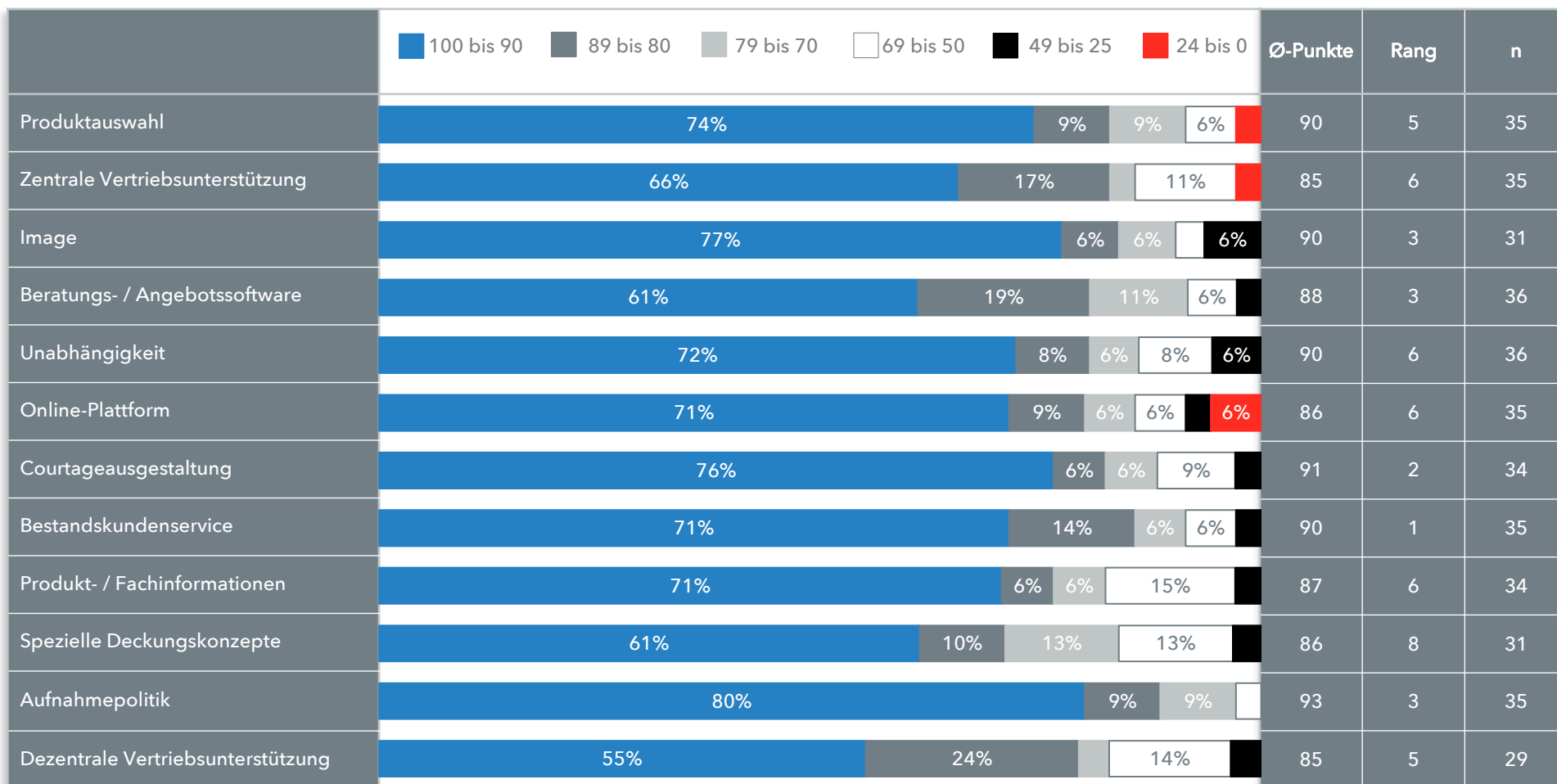
DEUTSCHER MAKLERVERBUND | Share of Wallet



3.4 Favoriten der Vermittler – Sach / HUK

3.4.6 Analyse der Top-Anbieter

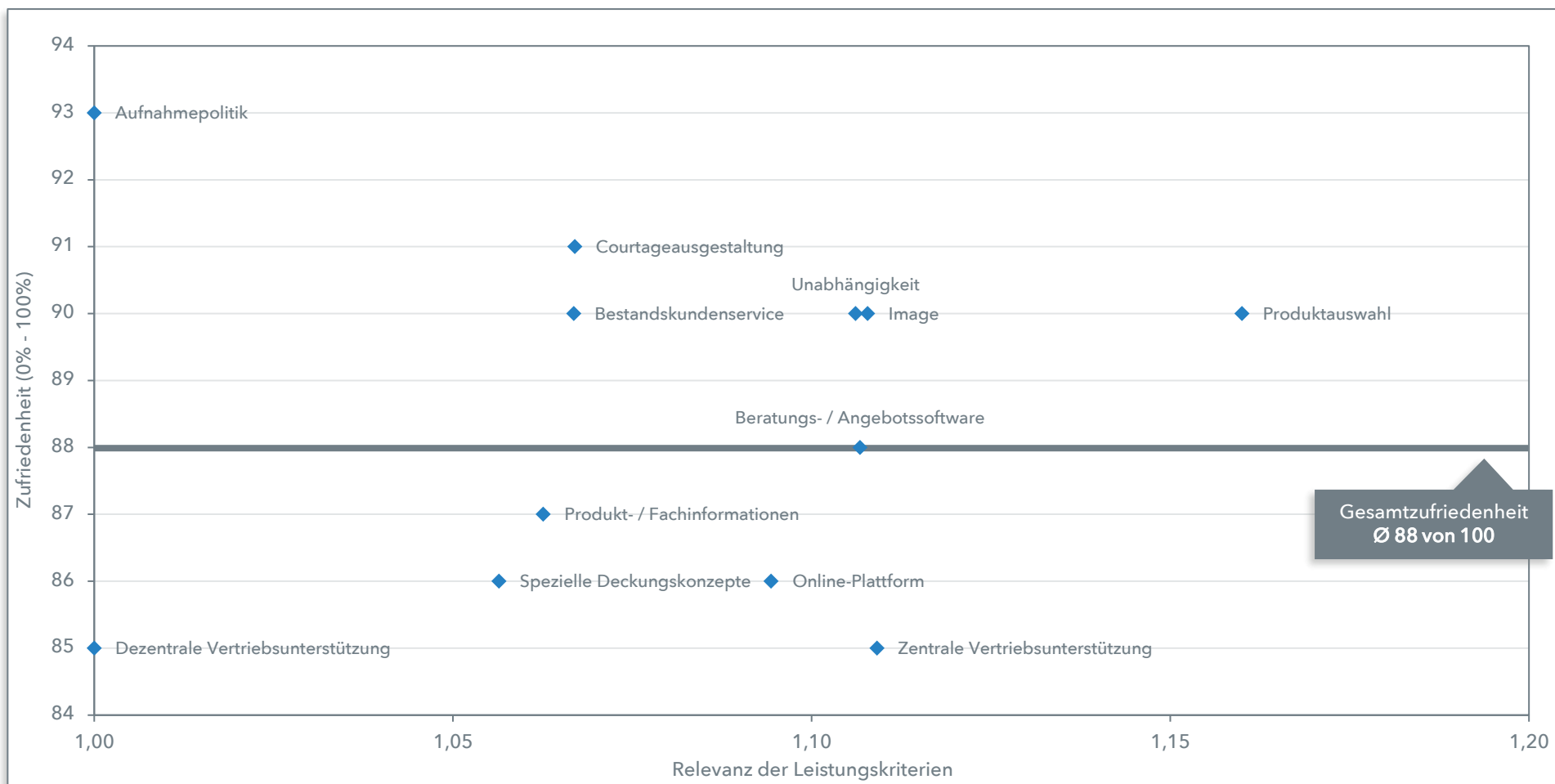
DEUTSCHER MAKLERVERBUND | Leistungskriterien



3.4 Favoriten der Vermittler – Sach / HUK

3.4.6 Analyse der Top-Anbieter

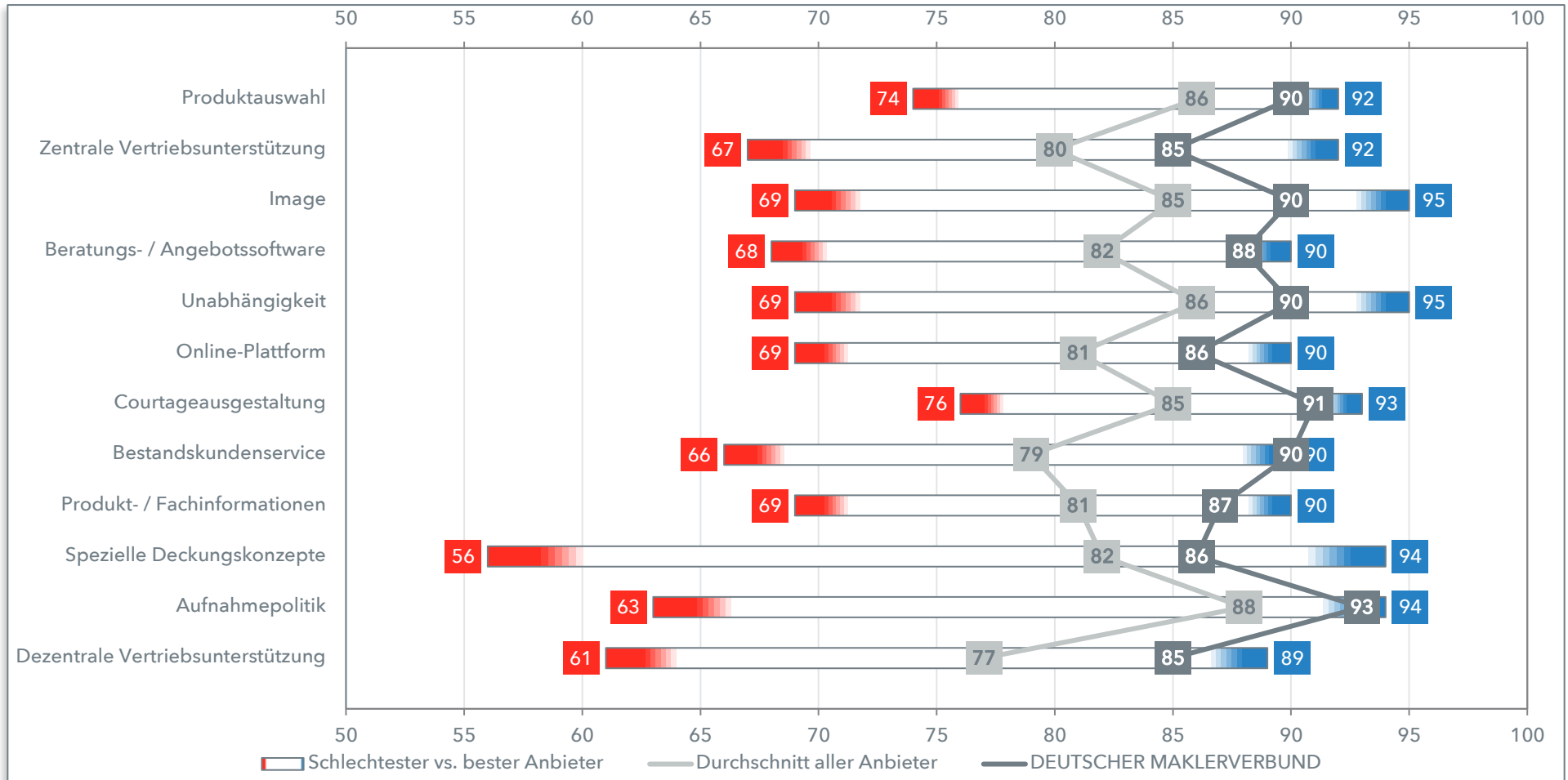
DEUTSCHER MAKLERVERBUND | interne Stärken- / Schwächen-Analyse



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

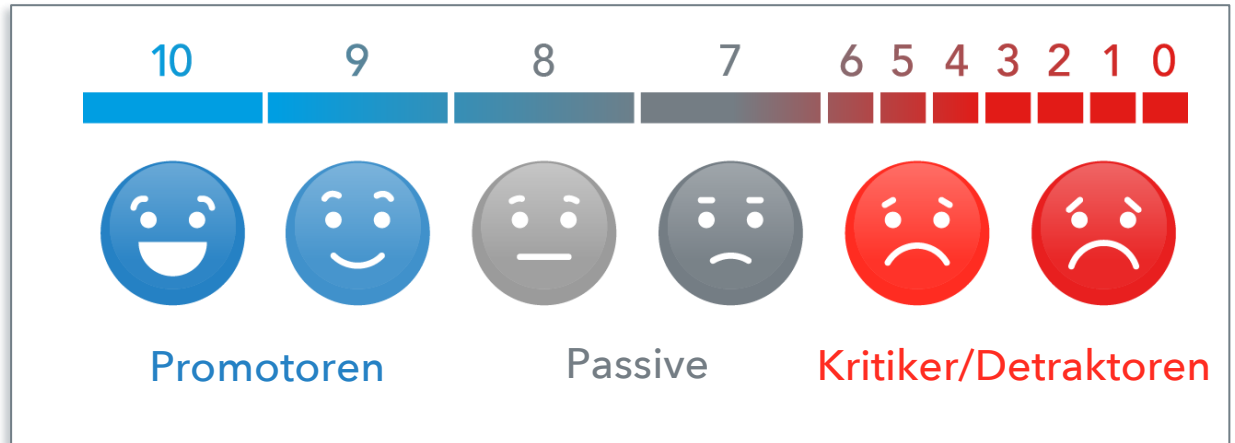
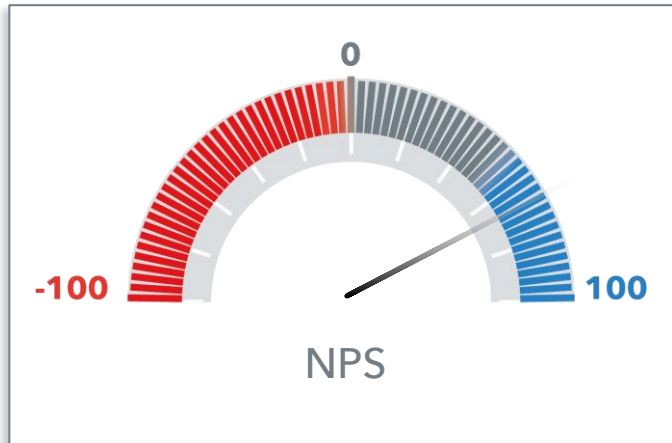
Leistungskriterium	Wichtigkeit	Erreichungsgrad I Abweichung vom Mittelwert aller Unternehmen	Erreichungsgrad II Abweichung von eigener Gesamtzufriedenheit
Produktauswahl	++	+	o
Zentrale Vertriebsunterstützung	++	+	-
Image	++	+	o
Beratungs- / Angebotssoftware	++	+	o
Unabhängigkeit	++	+	o
Online-Plattform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

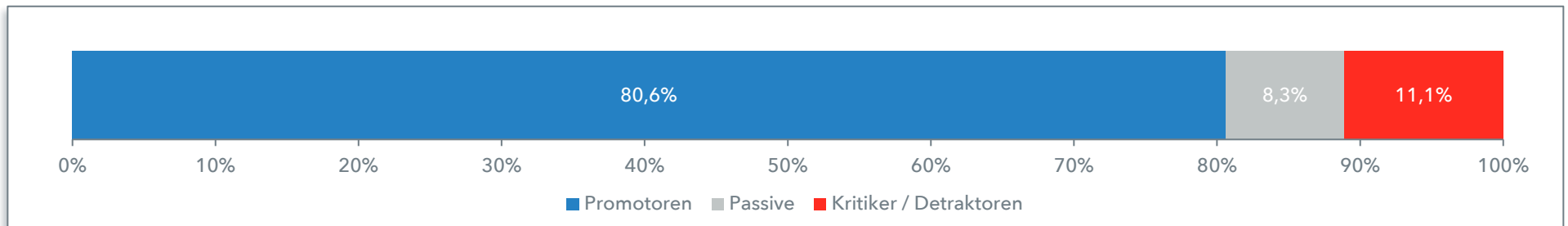
3.4 Favoriten der Vermittler – Sach / HUK

3.4.6 Analyse der Top-Anbieter

DEUTSCHER MAKLERVERBUND | Net-Promoter-Score (NPS) (n = 36)



69,5 = 80,6% - 11,1%





AssCompact
— AWARD —

3. ERGEBNISSE

3.5 FAVORITEN DER VERMITTLER – FINANZANLAGE / FINANZIERUNG

3.5 Favoriten der Vermittler – Finanzanlage / Finanzierung

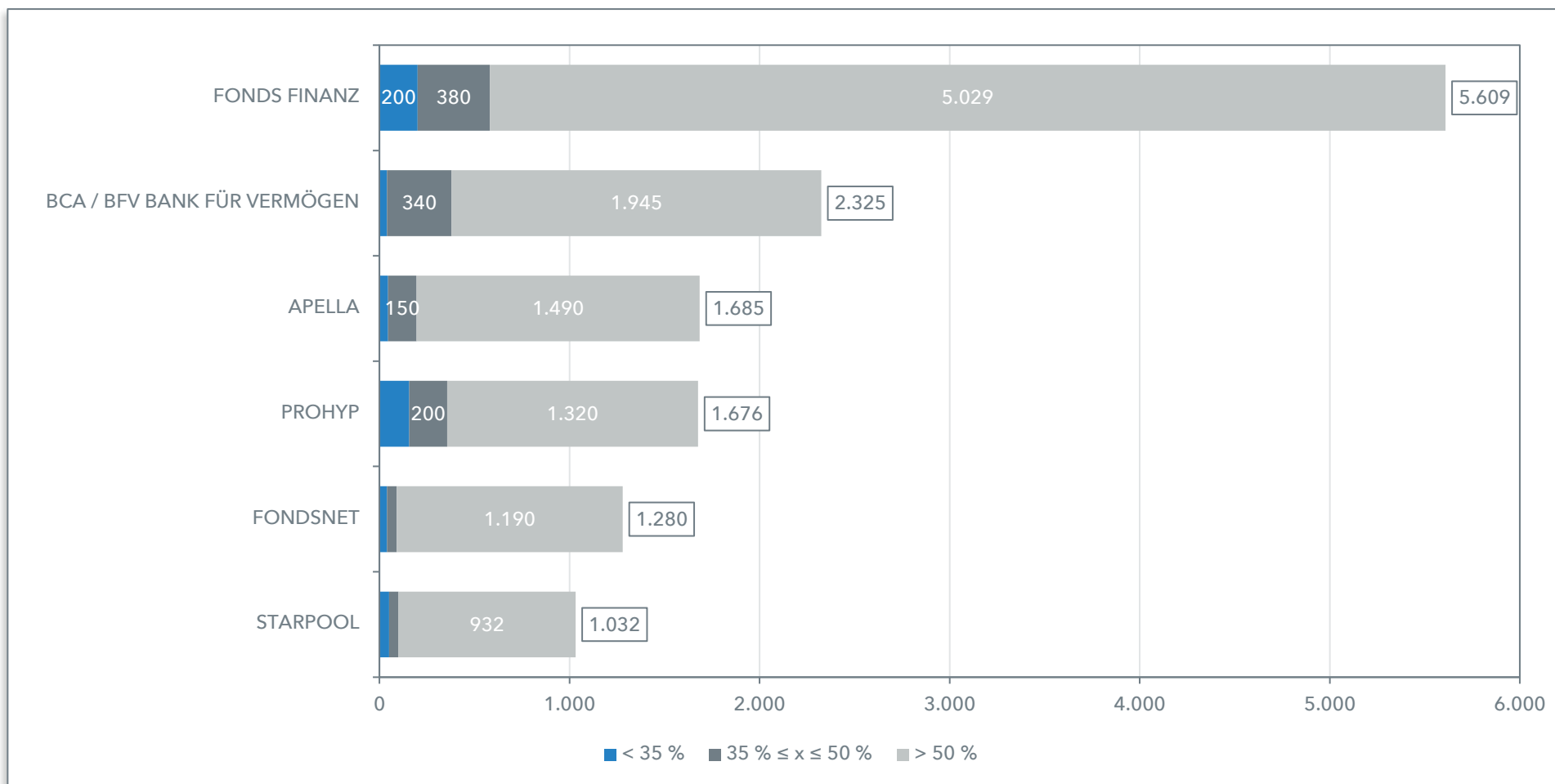
3.5.1 Ranking der Top-Anbieter

Finanzanlage / Finanzierung	
Platz 1	FONDS FINANZ
Platz 2	BCA / BFV BANK FÜR VERMÖGEN
Platz 3	APELLA
Platz 4	PROHYP
Platz 5	FONDSNET
Platz 6	STARPOOL



3.5 Favoriten der Vermittler – Finanzanlage / Finanzierung

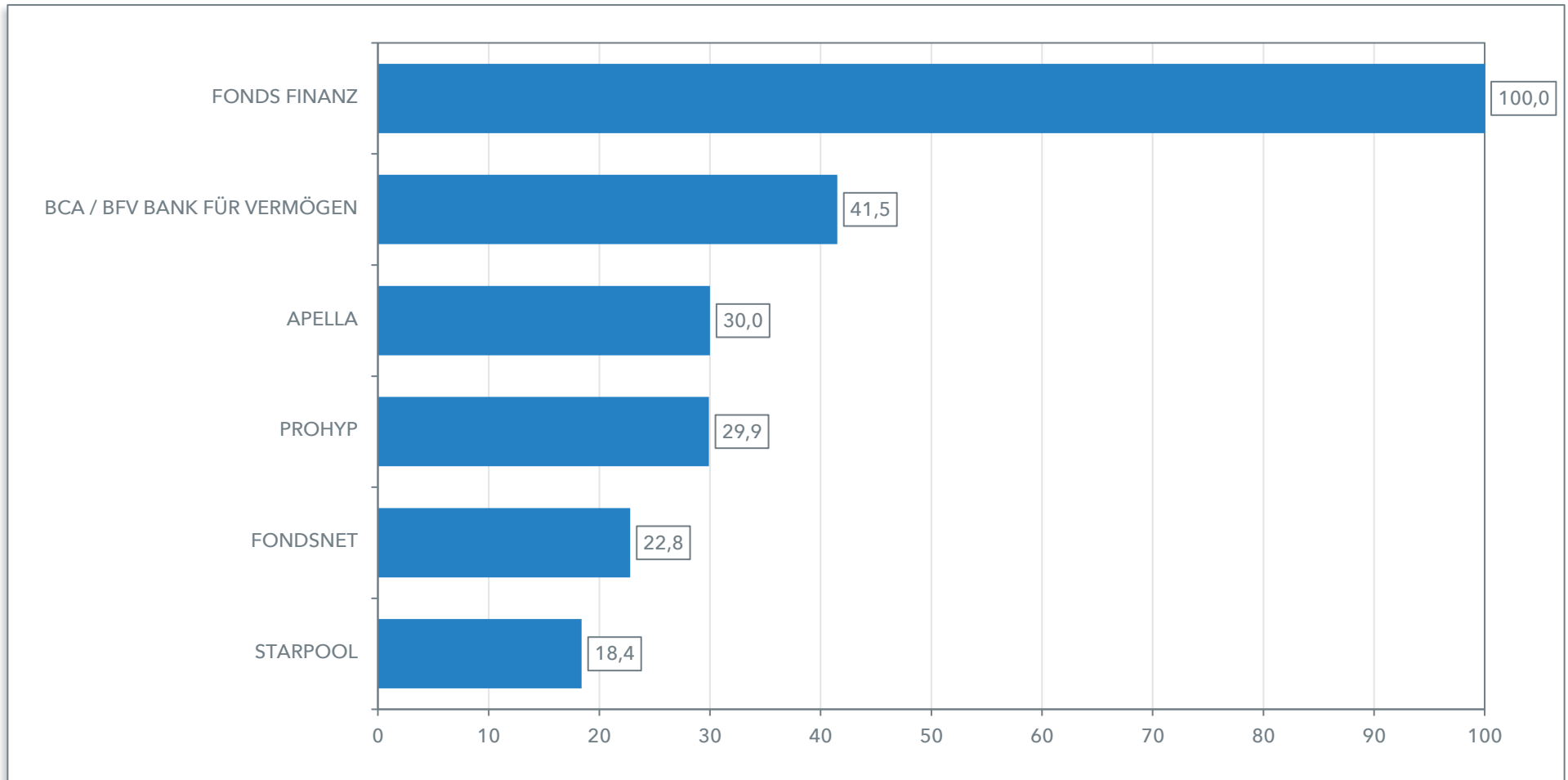
3.5.2 Share of Wallet (1 von 6)



3.5 Favoriten der Vermittler – Finanzanlage / Finanzierung

3.5.2 Share of Wallet (2 von 6)

Index SoW

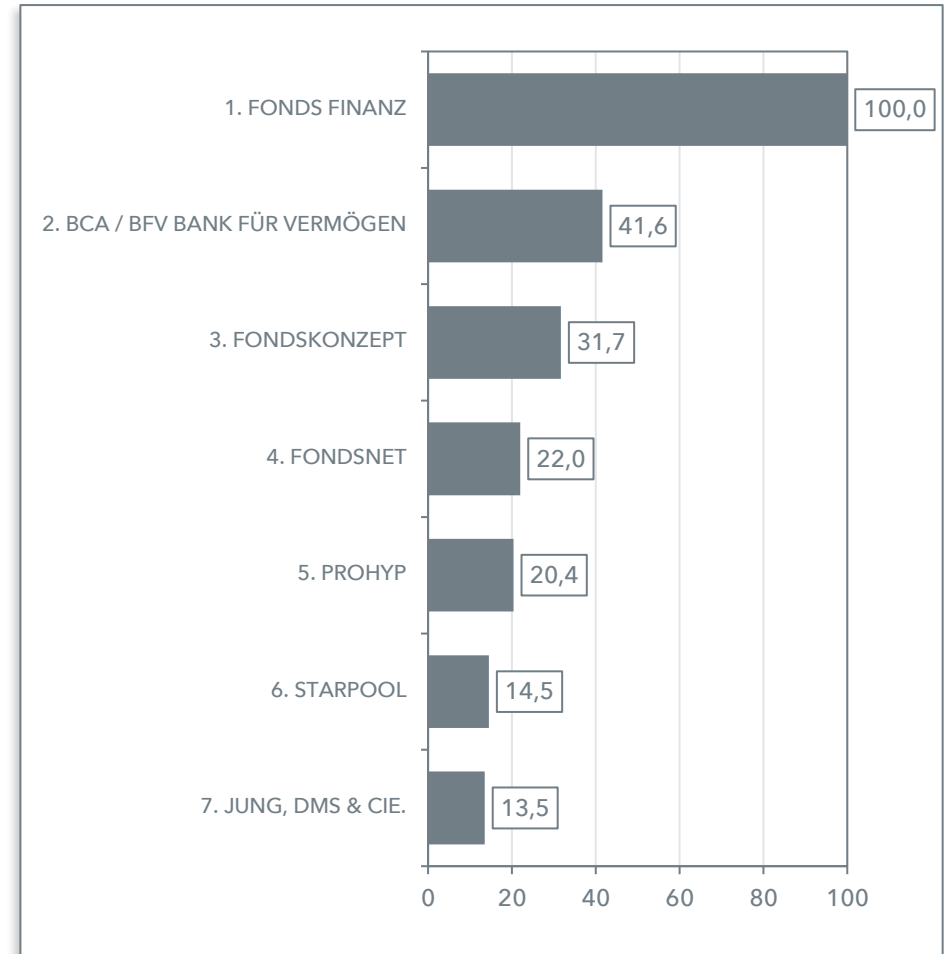
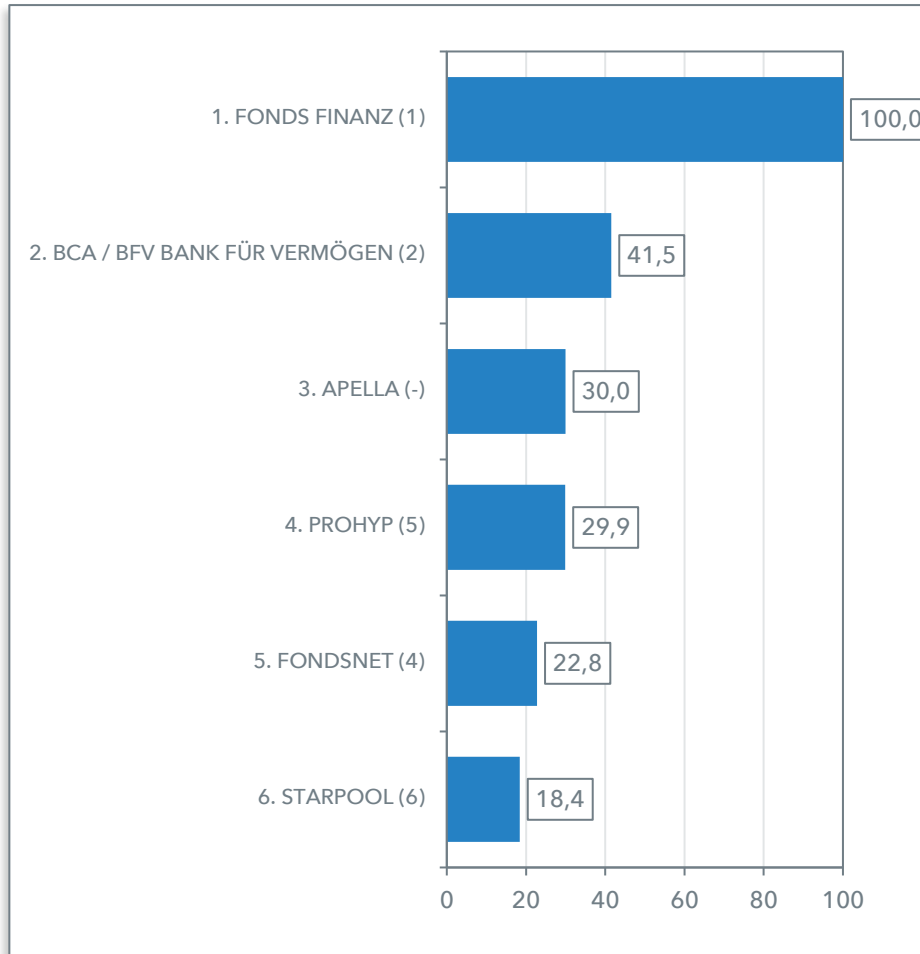


3.5 Favoriten der Vermittler – Finanzanlage / Finanzierung

3.5.2 Share of Wallet (3 von 6)

Index SoW 2022 (Vorjahresplatzierung in Klammern)

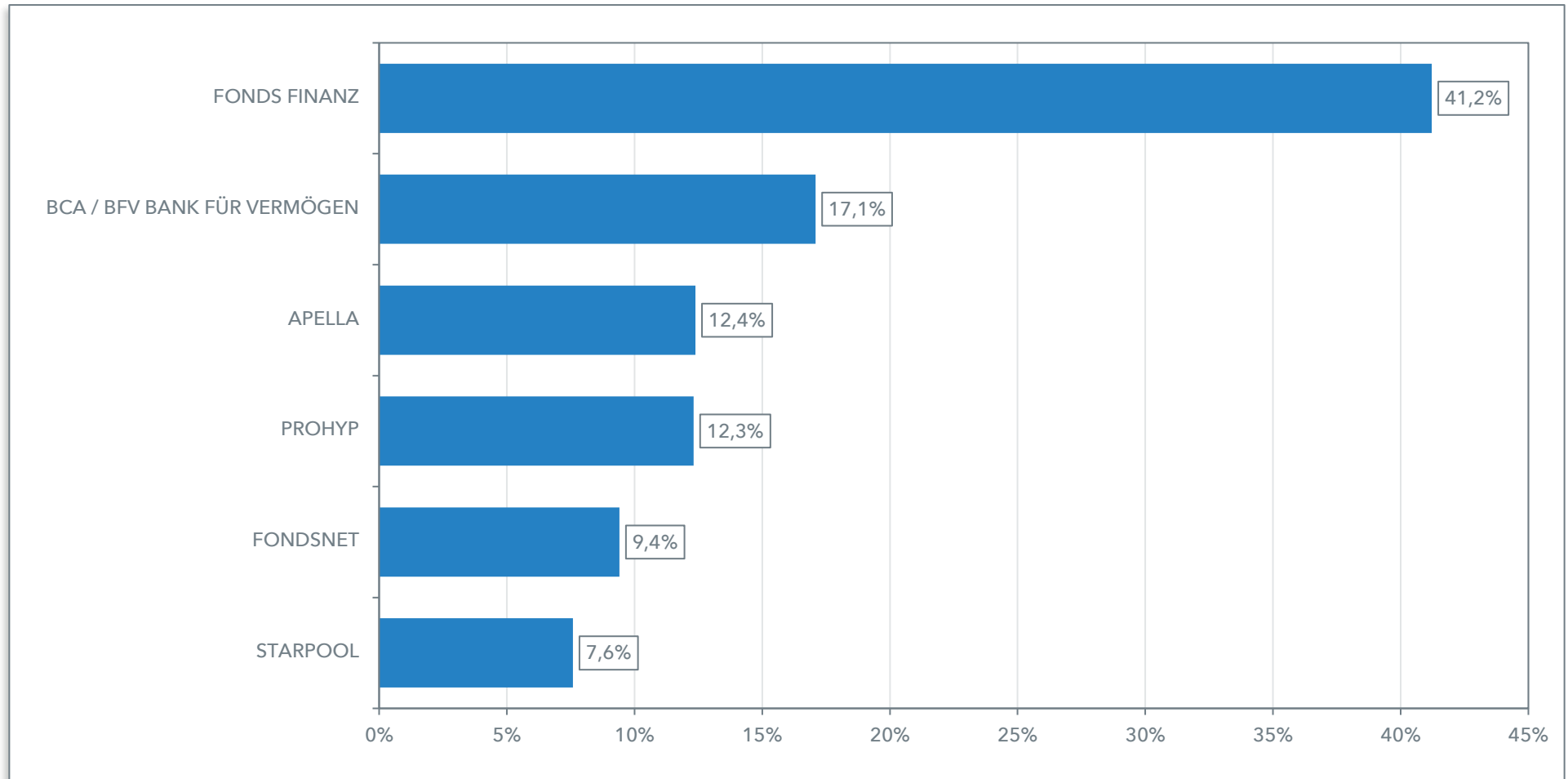
Index SoW 2021



3.5 Favoriten der Vermittler – Finanzanlage / Finanzierung

3.5.2 Share of Wallet (4 von 6)

SoW-Anteil in Prozentpunkten



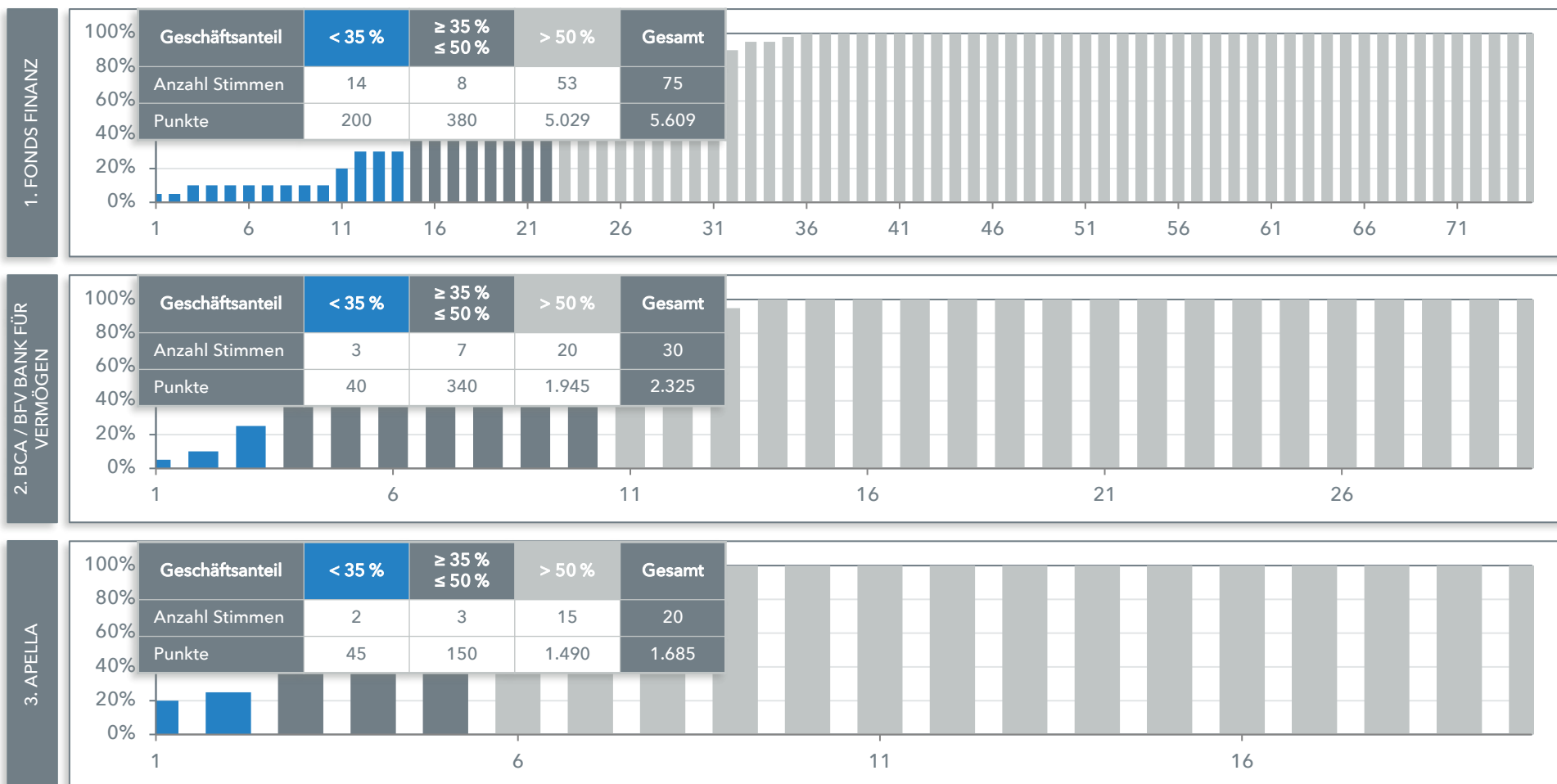
3.5 Favoriten der Vermittler – Finanzanlage / Finanzierung

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	14	8	53	75	75	100	5.609
2	BCA / BFV BANK FÜR VERMÖGEN	3	7	20	30	78	100	2.325
3	APELLA	2	3	15	20	84	100	1.685
4	PROHYP	12	4	14	30	56	50	1.676
5	FONDSNET	3	1	13	17	75	100	1.280
6	STARPOOL	4	1	10	15	69	90	1.032

3.5 Favoriten der Vermittler – Finanzanlage / Finanzierung

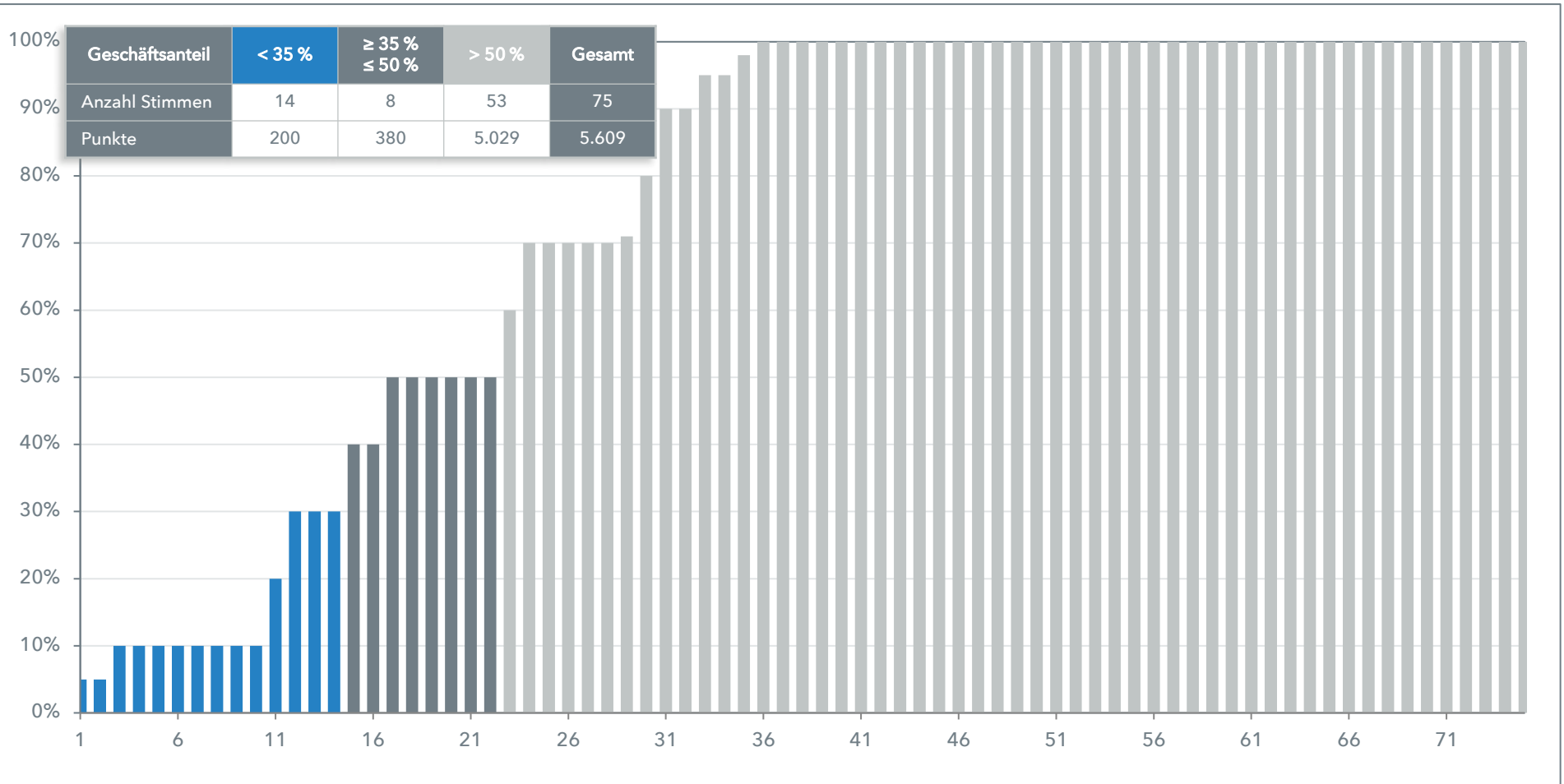
3.5.2 Share of Wallet (6 von 6)



3.5 Favoriten der Vermittler – Finanzanlage / Finanzierung

3.5.6 Analyse der Top-Anbieter

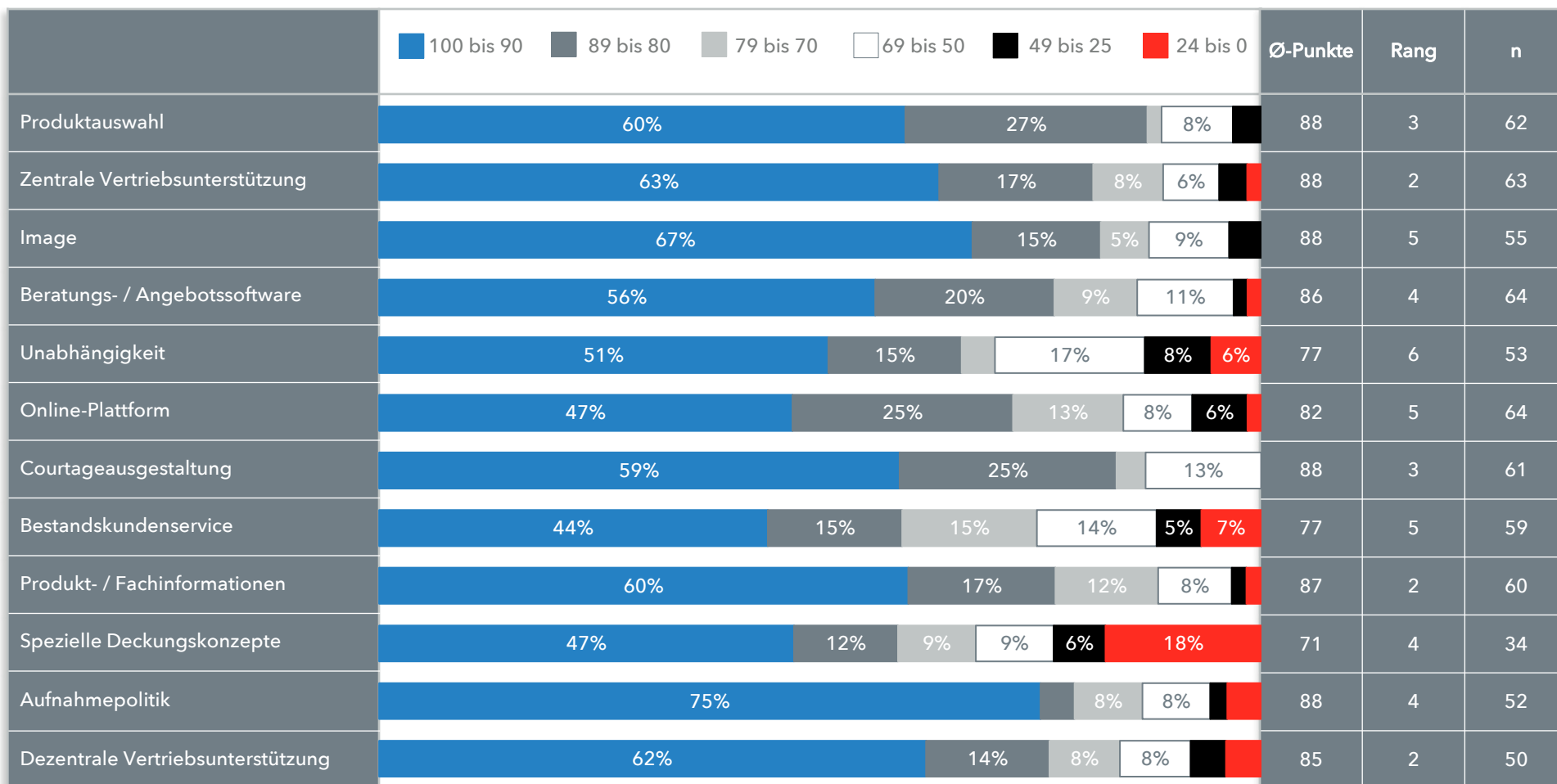
FONDS FINANZ | Share of Wallet



3.5 Favoriten der Vermittler – Finanzanlage / Finanzierung

3.5.6 Analyse der Top-Anbieter

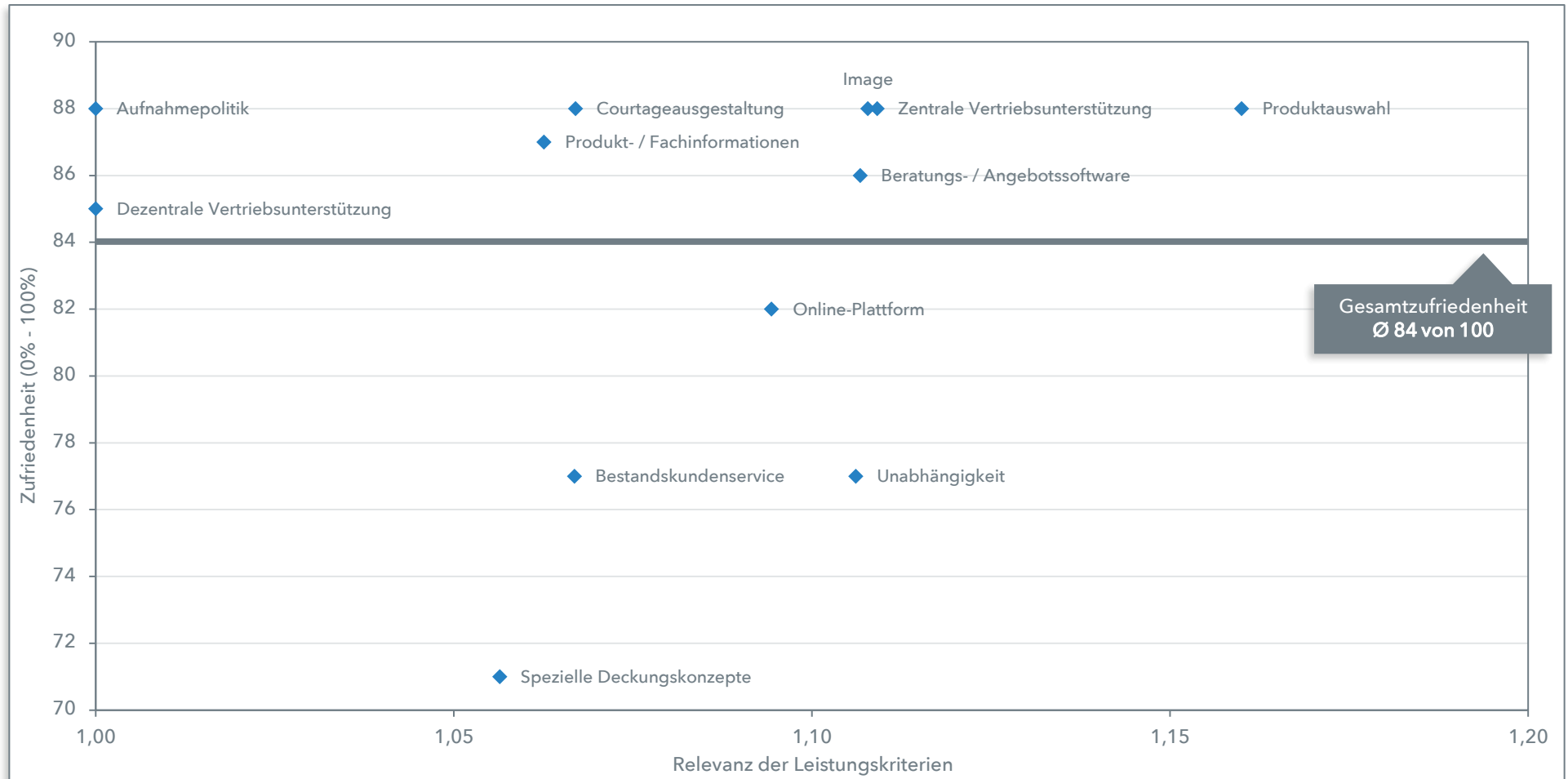
FONDS FINANZ | Leistungskriterien



3.5 Favoriten der Vermittler – Finanzanlage / Finanzierung

3.5.6 Analyse der Top-Anbieter

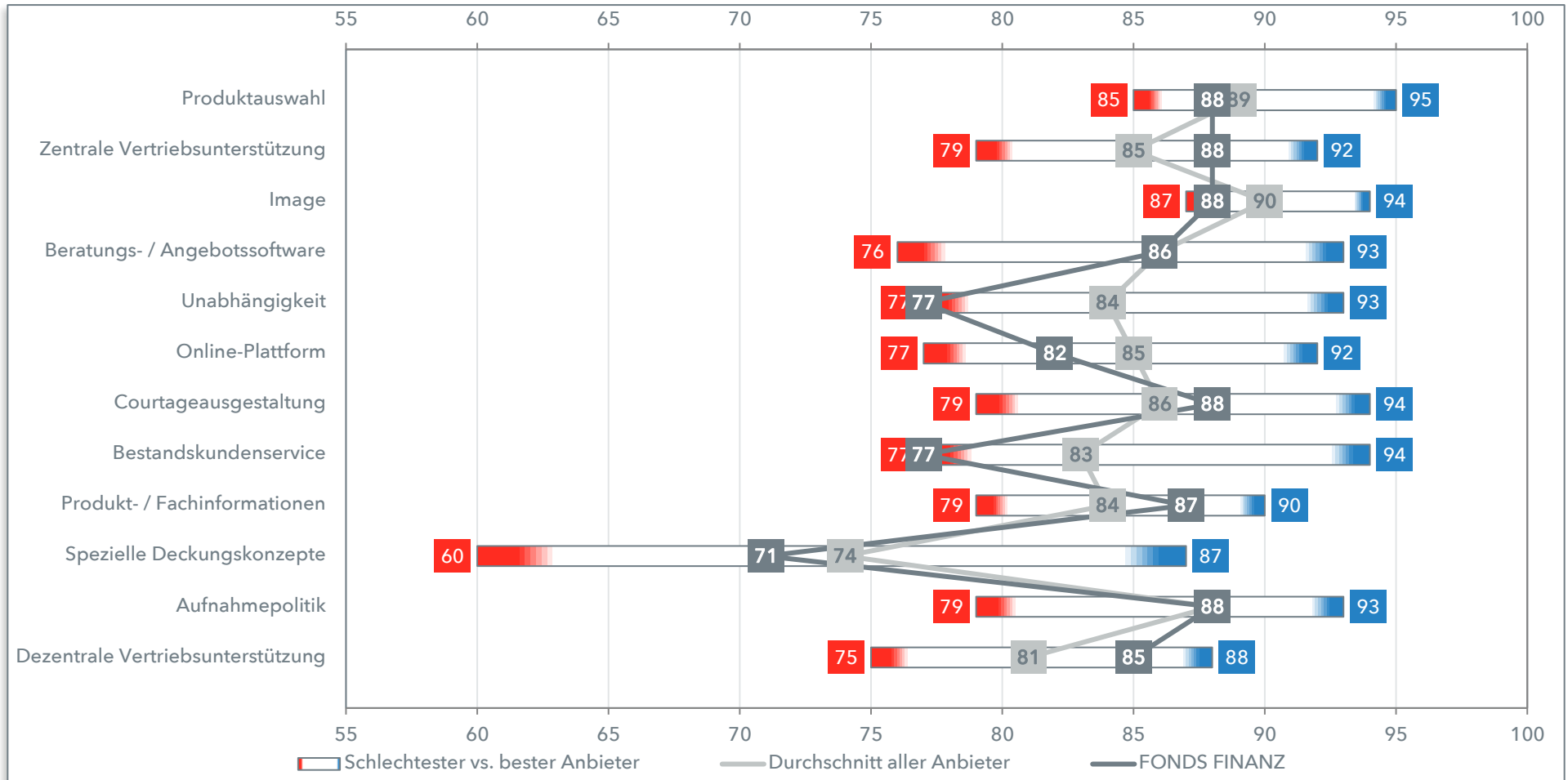
FONDS FINANZ | interne Stärken- / Schwächen-Analyse



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

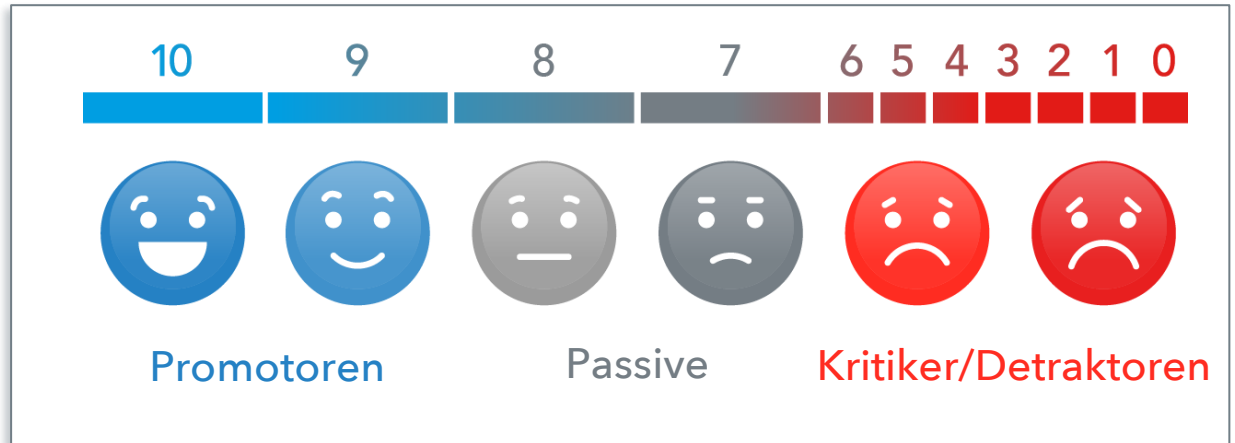
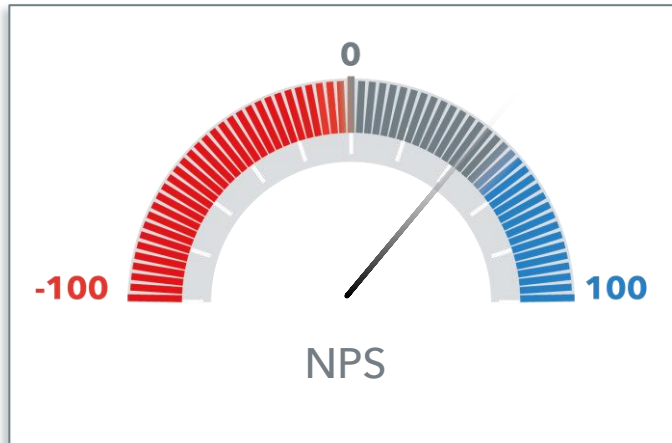
Leistungskriterium	Wichtigkeit	Erreichungsgrad I Abweichung vom Mittelwert aller Unternehmen	Erreichungsgrad II Abweichung von eigener Gesamtzufriedenheit
Produktauswahl	++	o	+
Zentrale Vertriebsunterstützung	++	+	+
Image	++	o	+
Beratungs- / Angebotssoftware	++	o	o
Unabhängigkeit	++	-	-
Online-Plattform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

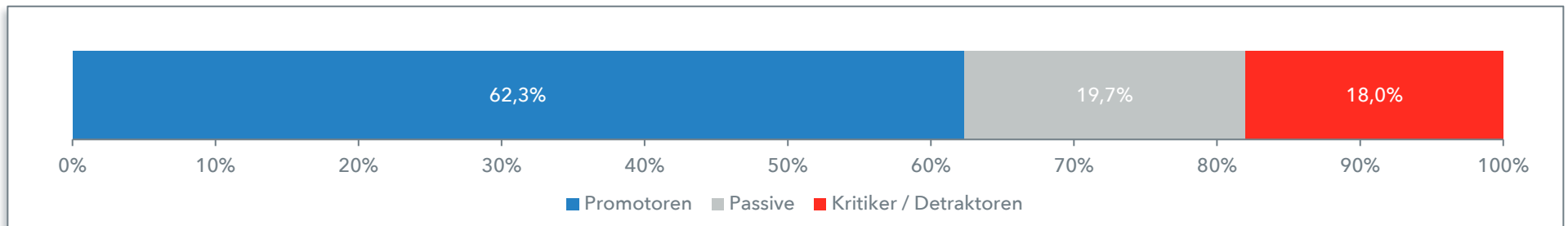
3.5 Favoriten der Vermittler – Finanzanlage / Finanzierung

3.5.6 Analyse der Top-Anbieter

FONDS FINANZ | Net-Promoter-Score (NPS) (n = 61)



$$44,3 = 62,3\% - 18,0\%$$





AssCompact
— AWARD —

4. STELLENWERT



AssCompact
— AWARD —

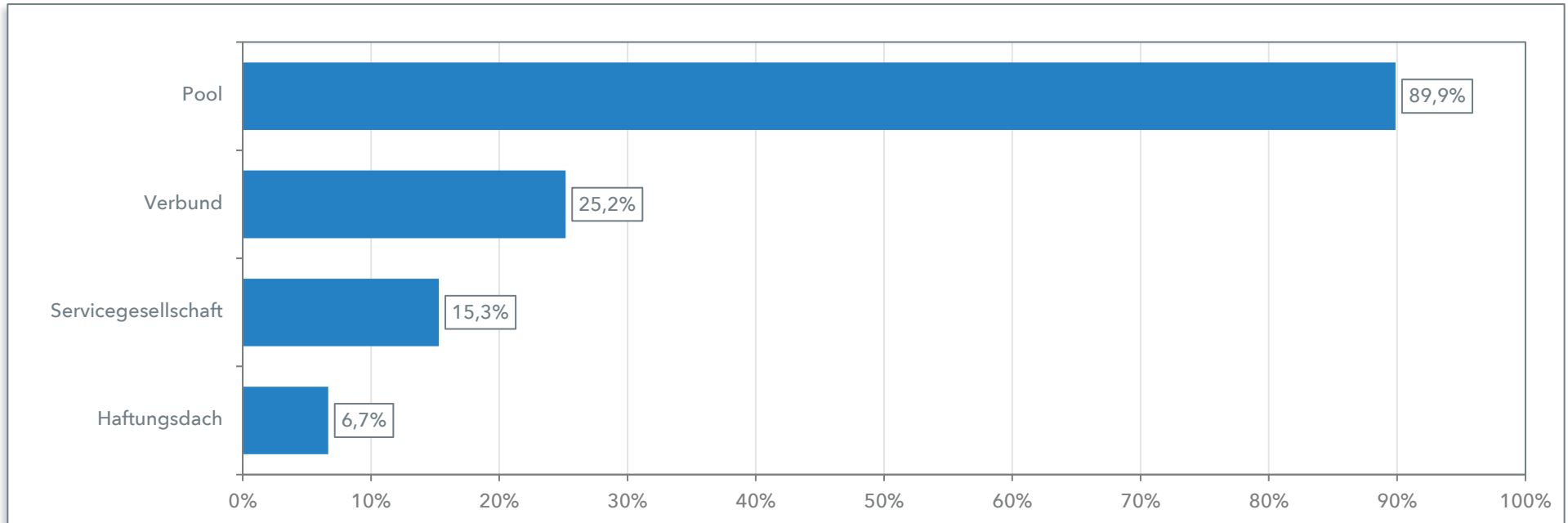
4. STELLENWERT

4.1 ZUSAMMENARBEIT

4.1 Zusammenarbeit

Zusammenarbeit mit Pools, Verbänden, Servicegesellschaften & Haftungsdächern

Mit welchen Dienstleistern arbeiten Sie regelmäßig zusammen? (n = 870; Mehrfachnennungen möglich)



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

Verband: wirtschaftliche Interessenvertretung

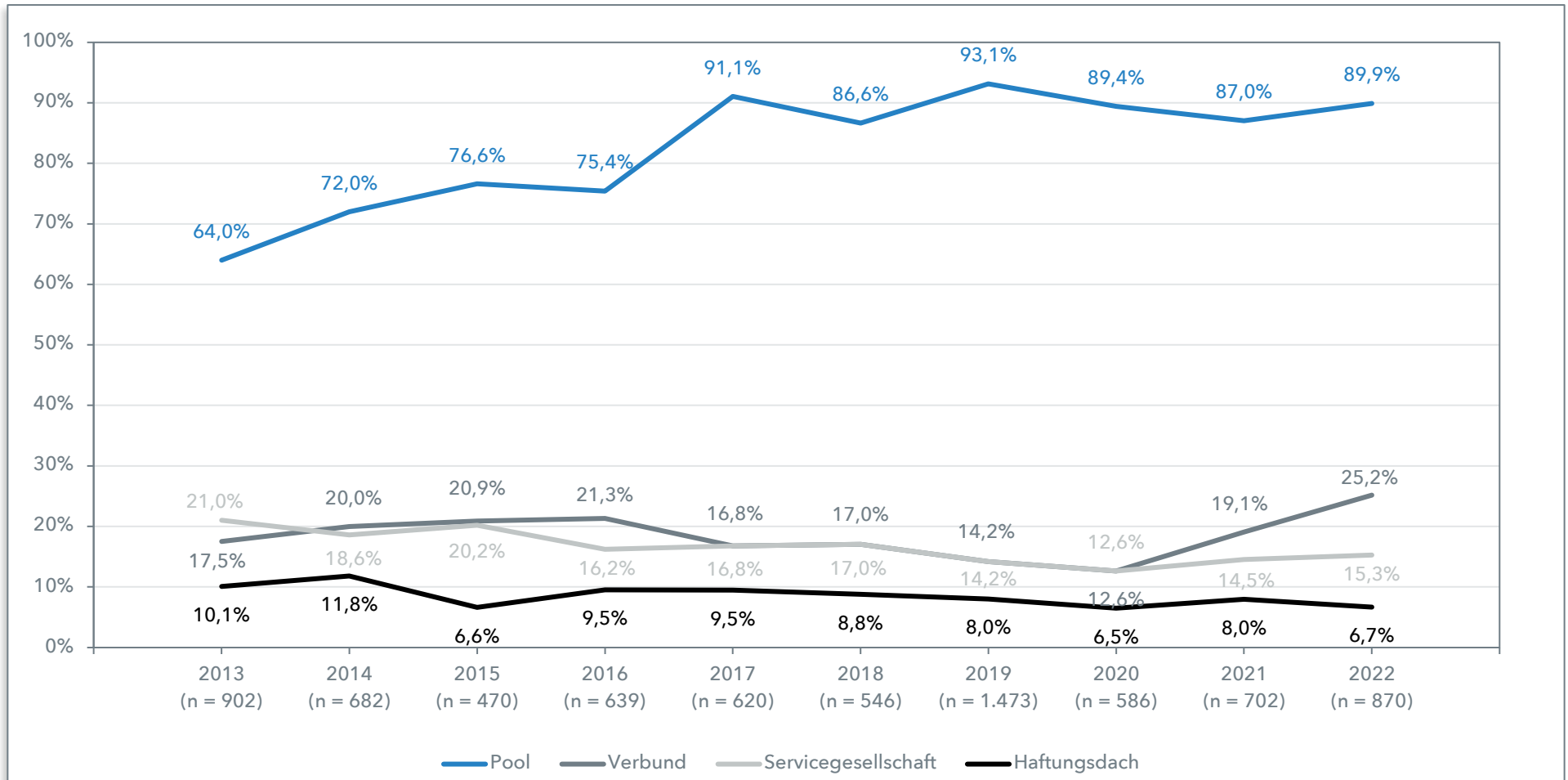
Servicegesellschaft: Software, Rahmenabkommen, Rechtshilfen, Research etc. - jeweils ohne die Möglichkeit Geschäft einzureichen

Haftungsdach: Banken ...

4.1 Zusammenarbeit

Zusammenarbeit mit Pools, Verbänden, Servicegesellschaften & Haftungsdächern

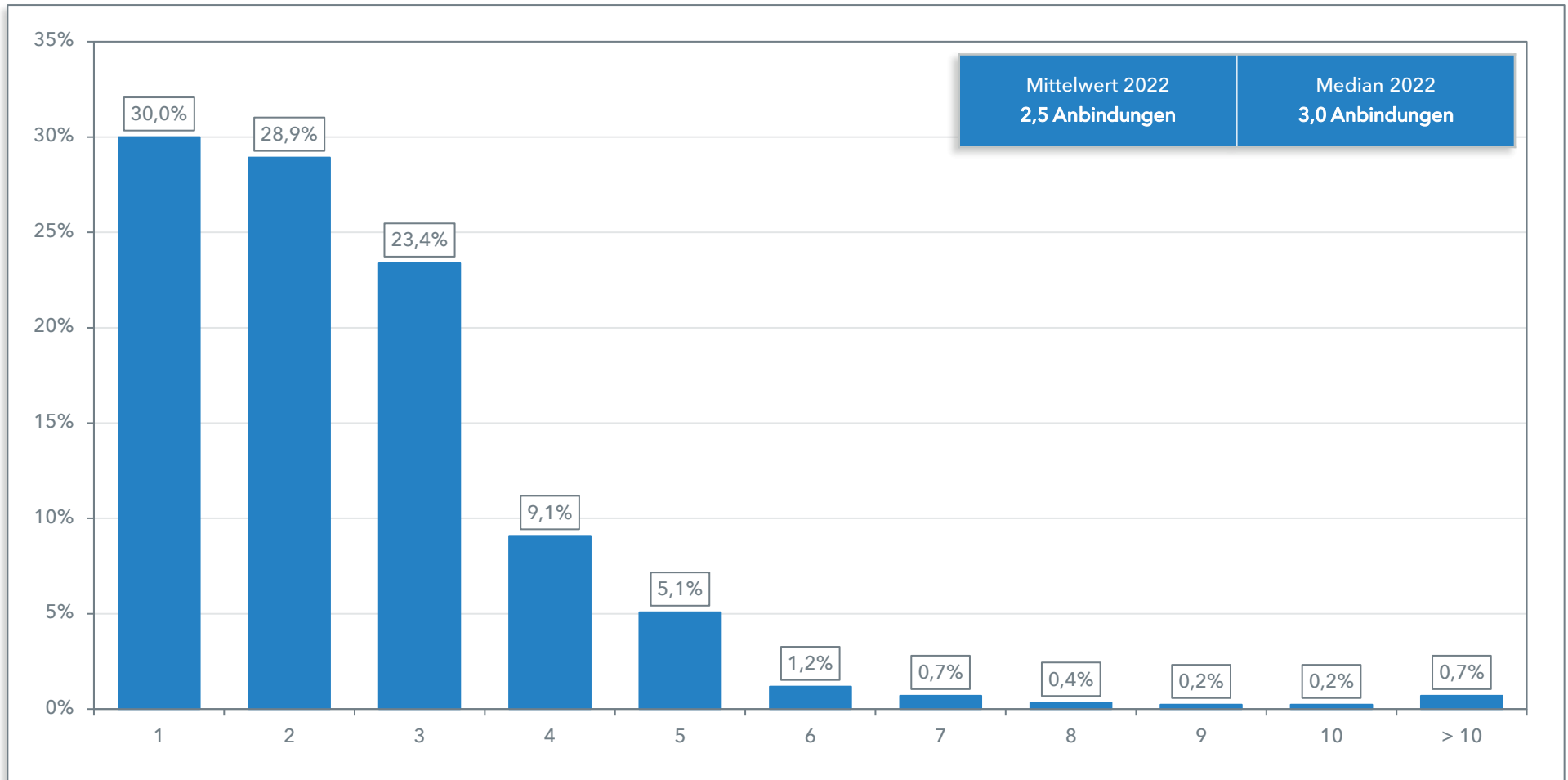
Mit welchen Dienstleistern arbeiten Sie regelmäßig zusammen?



4.1 Zusammenarbeit

Anzahl der Pool- & Dienstleister-Anbindungen

Zu wie vielen Pools / Dienstleistern / Haftungsdachern / Verbänden haben Sie heute eine Anbindung? (n = 847)

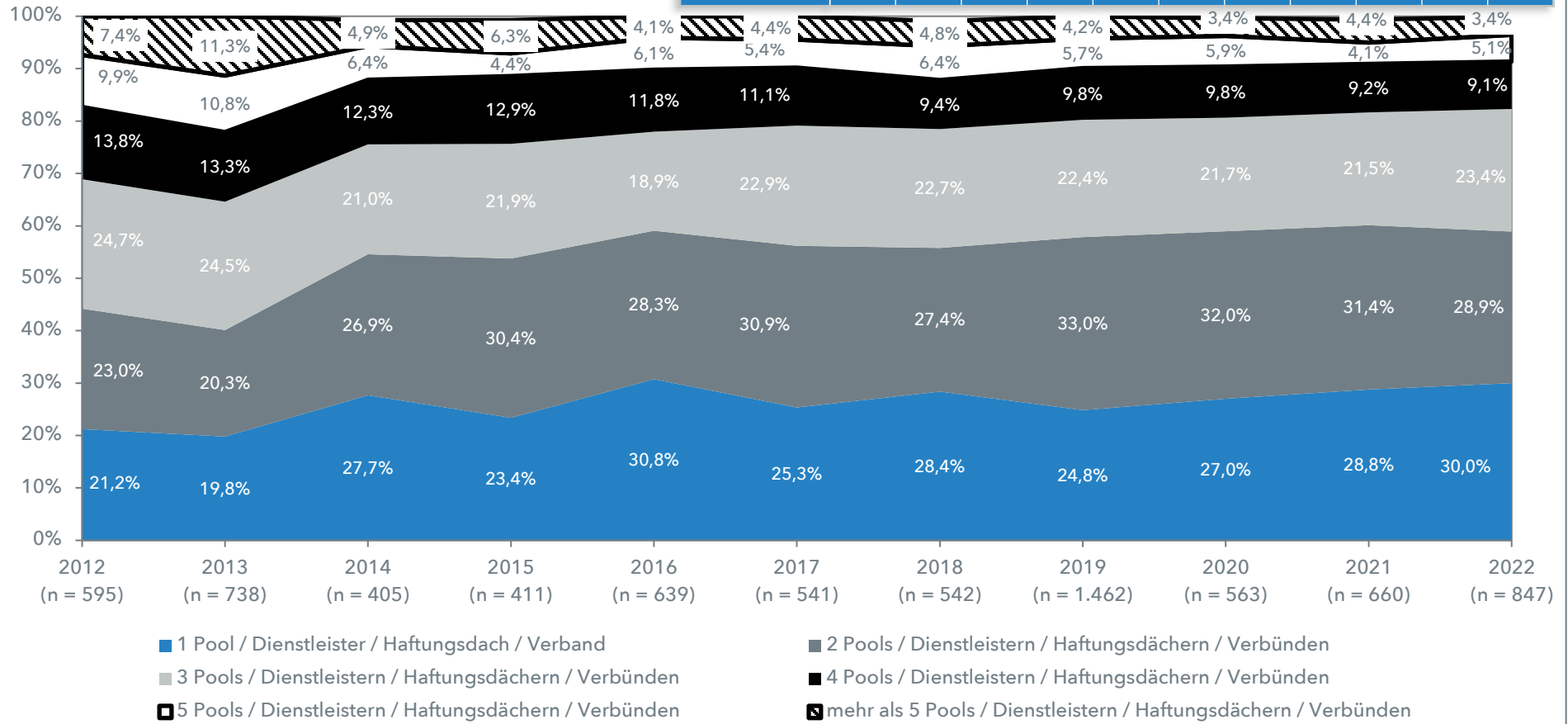


4.1 Zusammenarbeit

Anzahl der Pool- & Dienstleister-Anbindungen

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

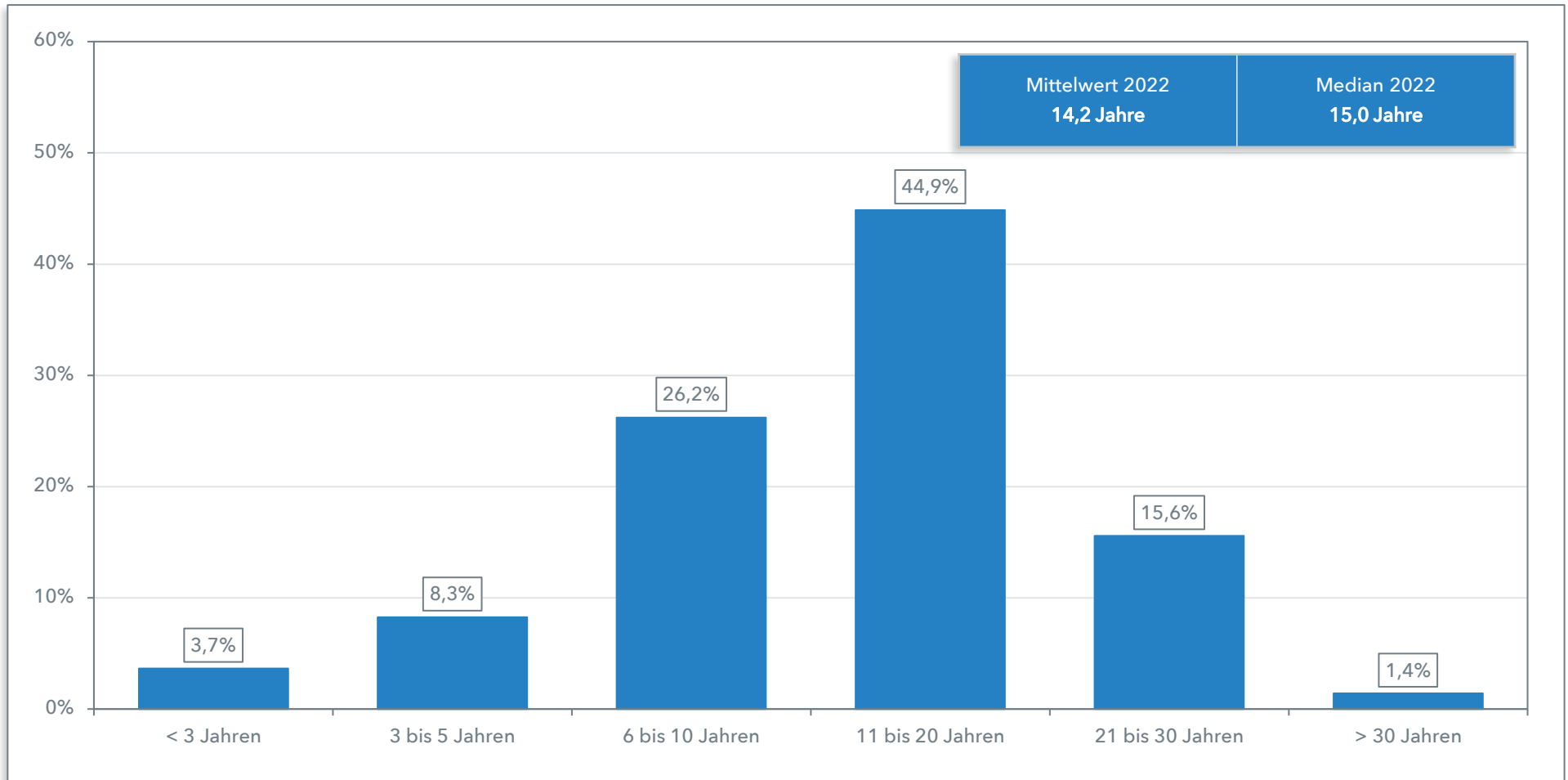
Jahr	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Anbindungen	3,2	3,4	2,7	2,7	2,5	2,6	2,6	2,6	2,5	2,5	2,5



4.1 Zusammenarbeit

Anzahl der Jahre der Zusammenarbeit

Seit wie vielen Jahren arbeiten Sie bereits regelmäßig mit Pools / Dienstleistern / Haftungsdachern / Verbänden zusammen? (n = 847)

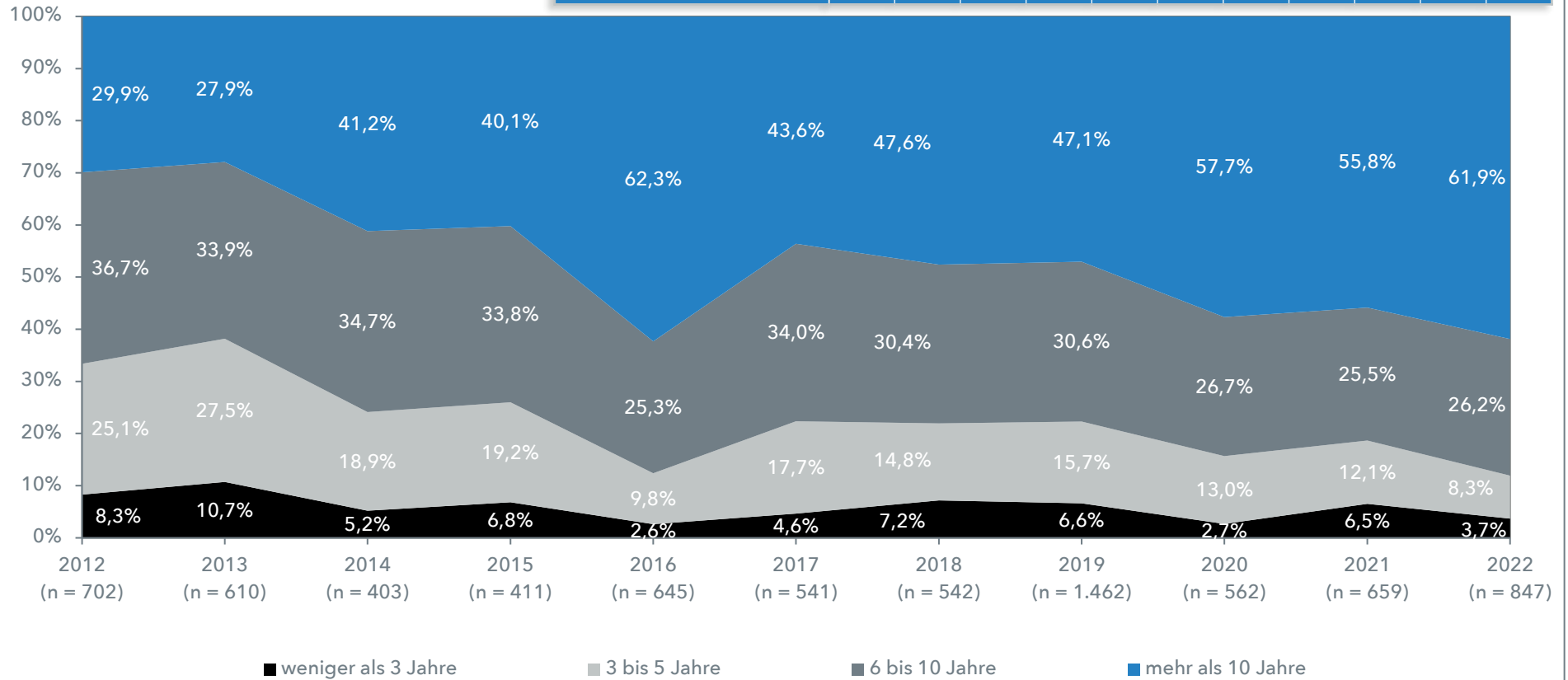


4.1 Zusammenarbeit

Anzahl der Jahre der Zusammenarbeit

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

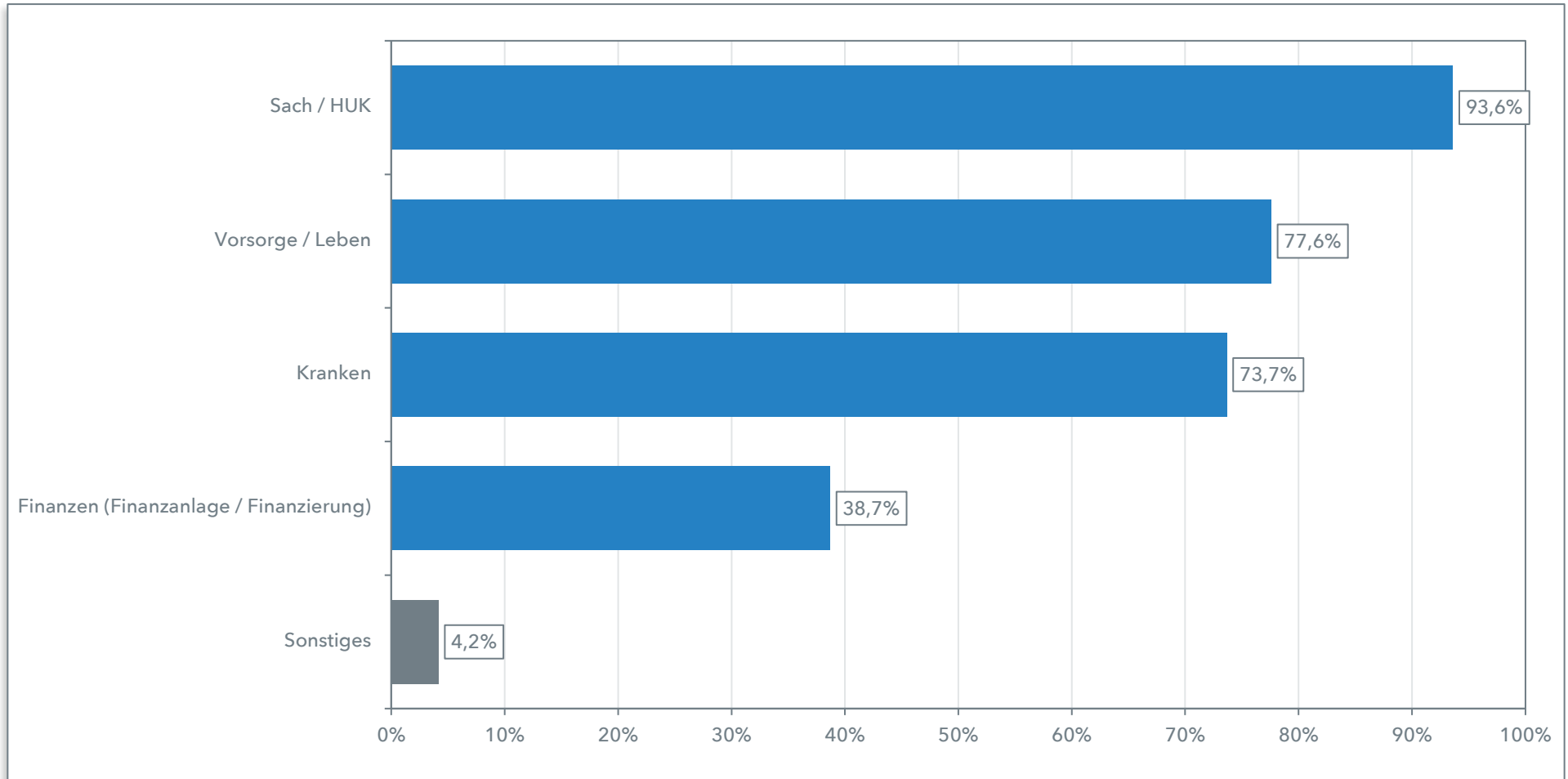
Jahr	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Jahre der Zusammenarbeit	9,0	8,5	10,6	10,6	12,3	11,4	11,8	11,5	13,6	13,4	14,2



4.1 Zusammenarbeit

Geschäftsfelder der Zusammenarbeit

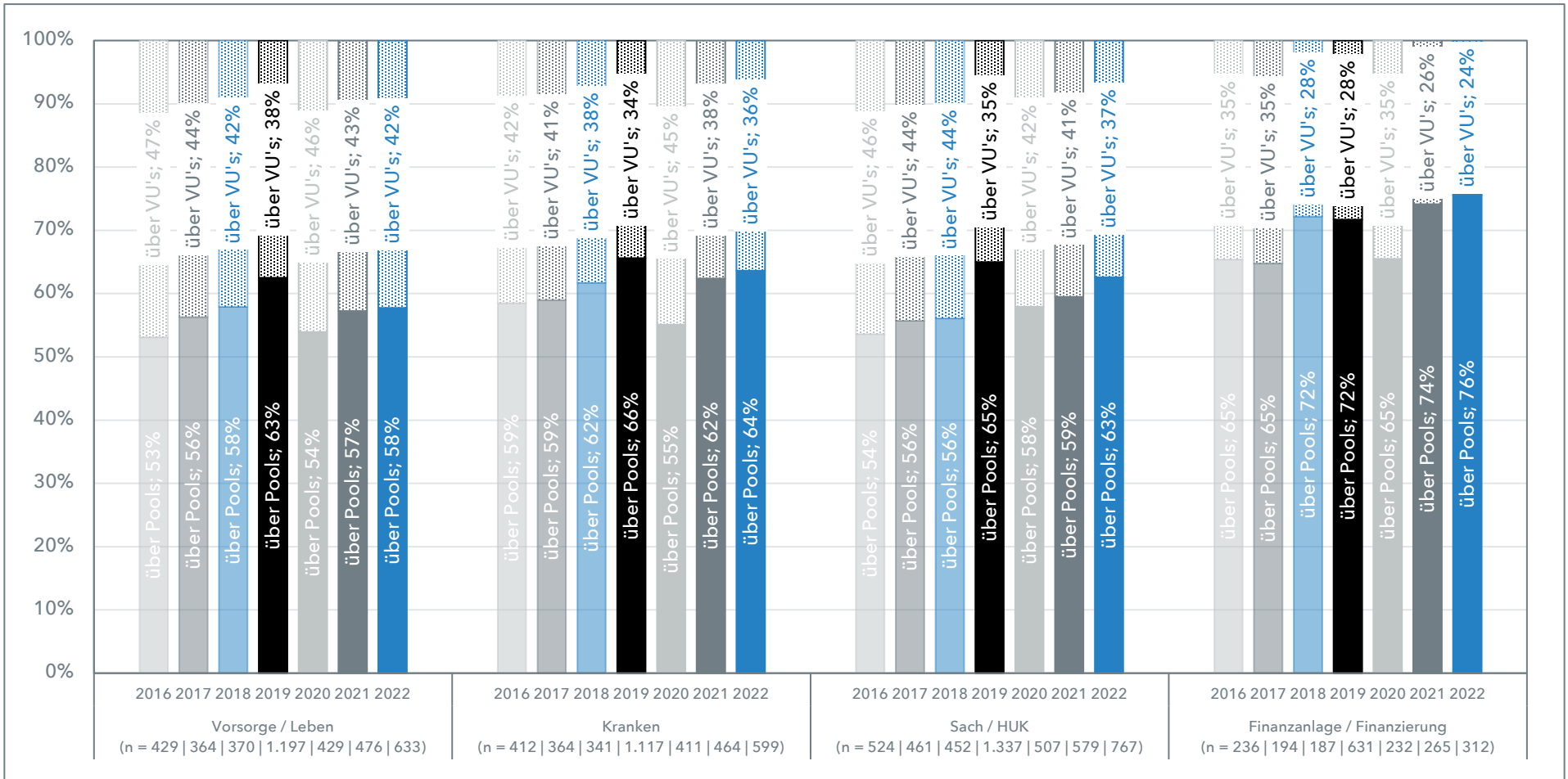
In welchen Bereichen bedienen Sie sich regelmäßig des Dienstleistungsangebotes von Pools / Dienstleistern / Haftungsdachern / Verbänden (n = 843; Mehrfachnennungen möglich)



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?

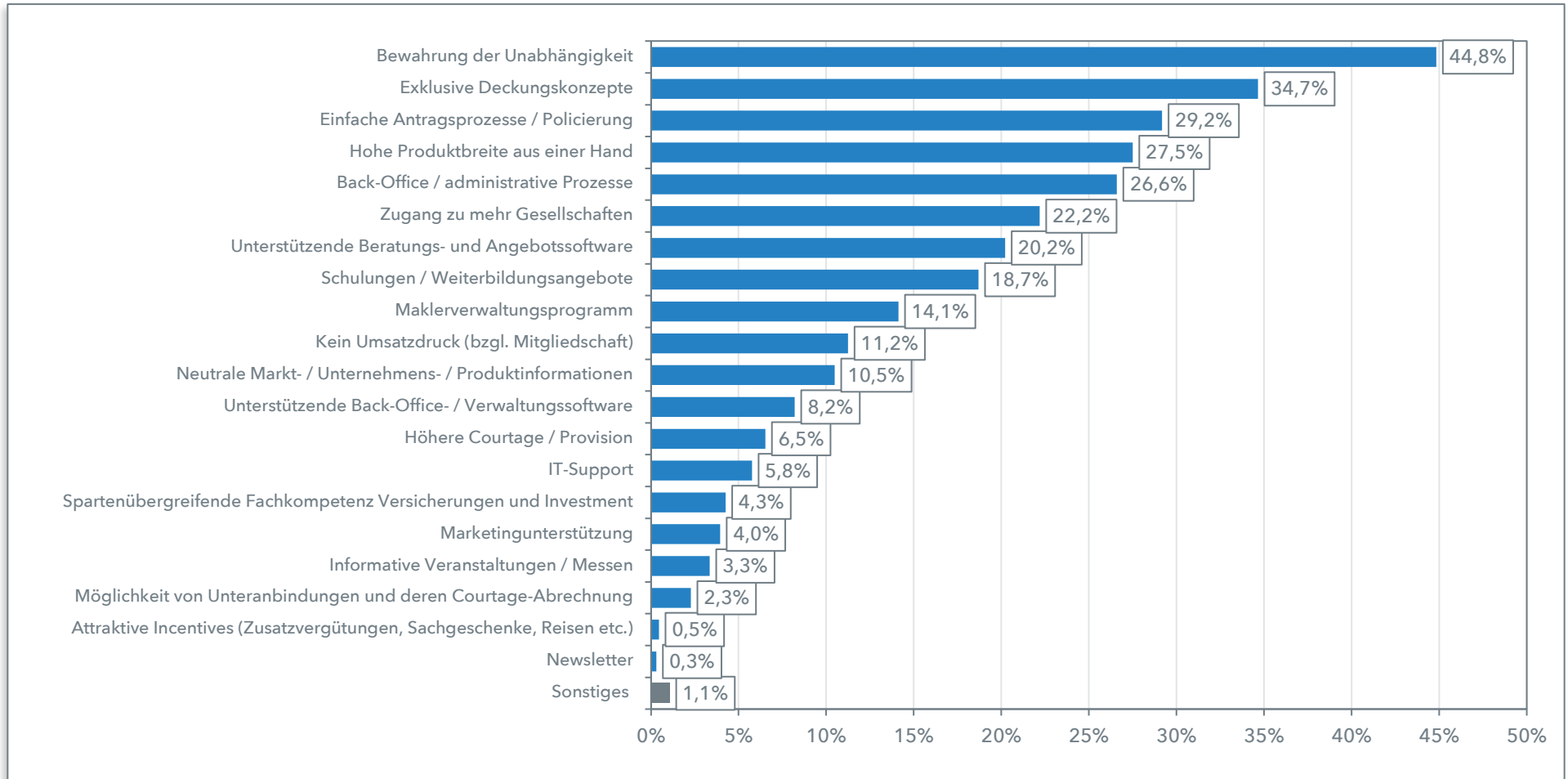


n = Jahr 2016 | Jahr 2017 | Jahr 2018 | Jahr 2019 | Jahr 2020 | Jahr 2021 | Jahr 2022

4.1 Zusammenarbeit

Gründe für eine Zusammenarbeit

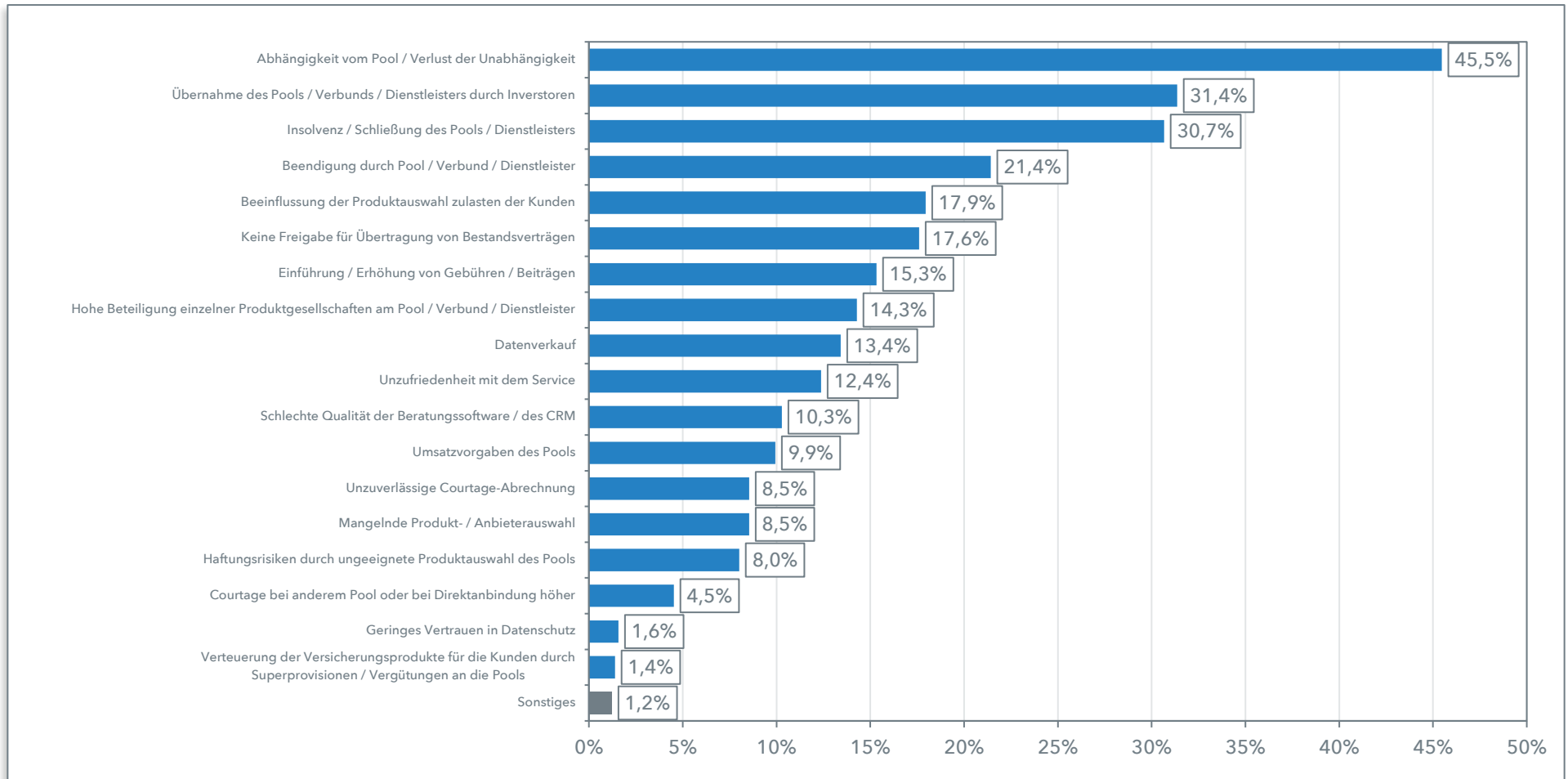
Was sind für Sie persönlich die drei wichtigsten Gründe, die Sie zur Zusammenarbeit mit einem Pool / Dienstleister / Haftungsdach / Verbund bewegt haben? (n = 658; Mehrfachnennungen möglich)



4.1 Zusammenarbeit

Risiken einer Zusammenarbeit

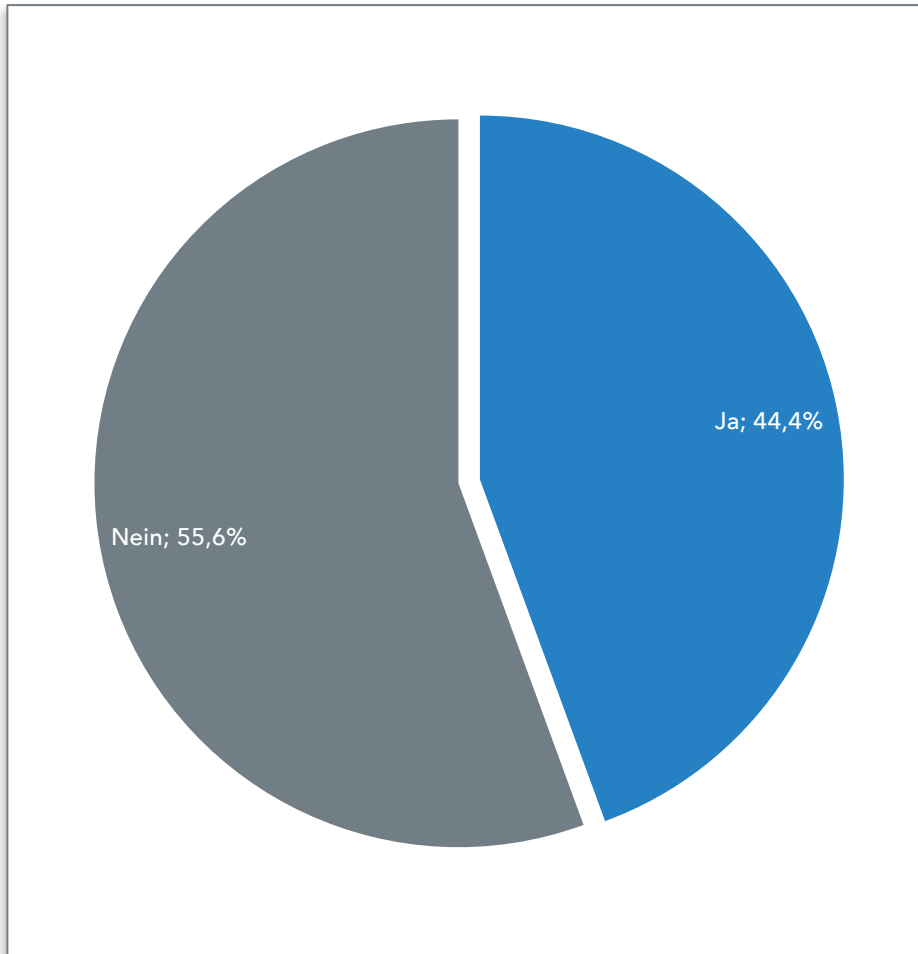
Was sind die drei größten Risiken, die Sie in der Zusammenarbeit mit Pools / Dienstleistern / Haftungsdächern / Verbänden sehen?
(n = 574; Mehrfachnennungen möglich)



4.1 Zusammenarbeit

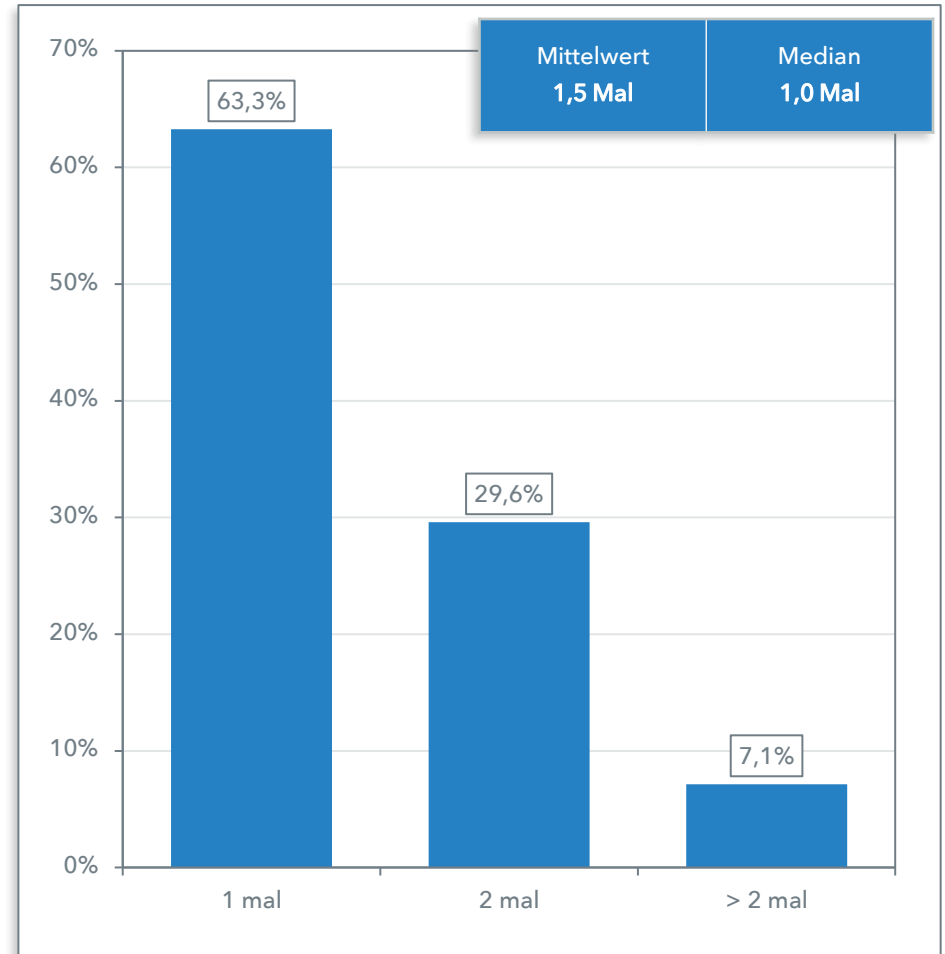
Beendigung der Zusammenarbeit

Haben Sie schon einmal die Zusammenarbeit mit einem Pool / Dienstleister / Haftungsdach / Verbund beendet? (n = 662)



Häufigkeit der Beendigungen

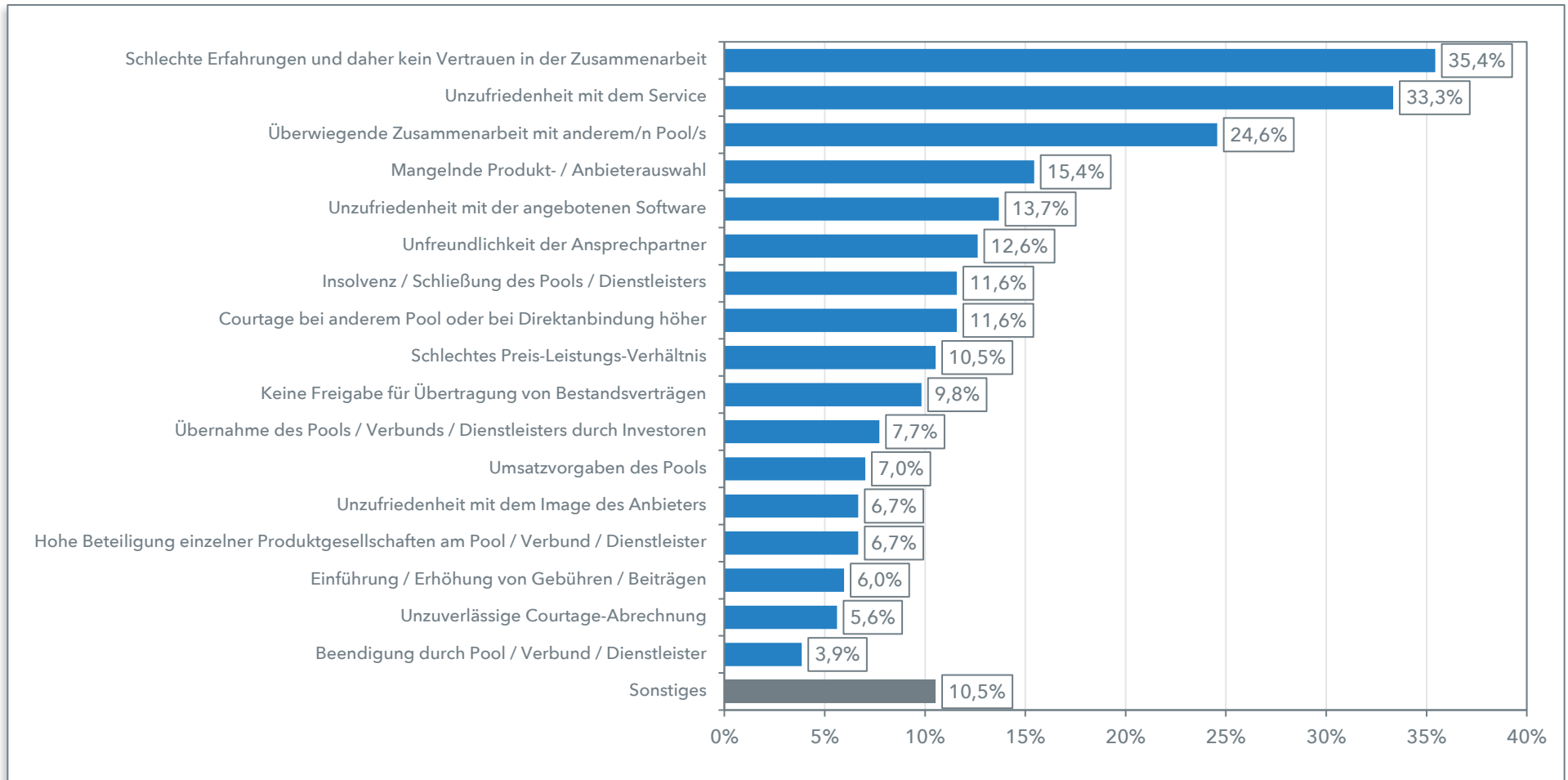
Wie oft haben Sie die Zusammenarbeit mit einem Pool / Dienstleister / Haftungsdach / Verbund bereits beendet? (n = 294)



4.1 Zusammenarbeit

Gründe für das Beenden der Zusammenarbeit

Aus welchen Gründen haben Sie die Zusammenarbeit mit einem Pool / Dienstleister / Haftungsdach / Verbund beendet?
(n = 285; Mehrfachnennungen möglich)



4.1 Zusammenarbeit

Sonstige Gründe für das Beenden der Zusammenarbeit

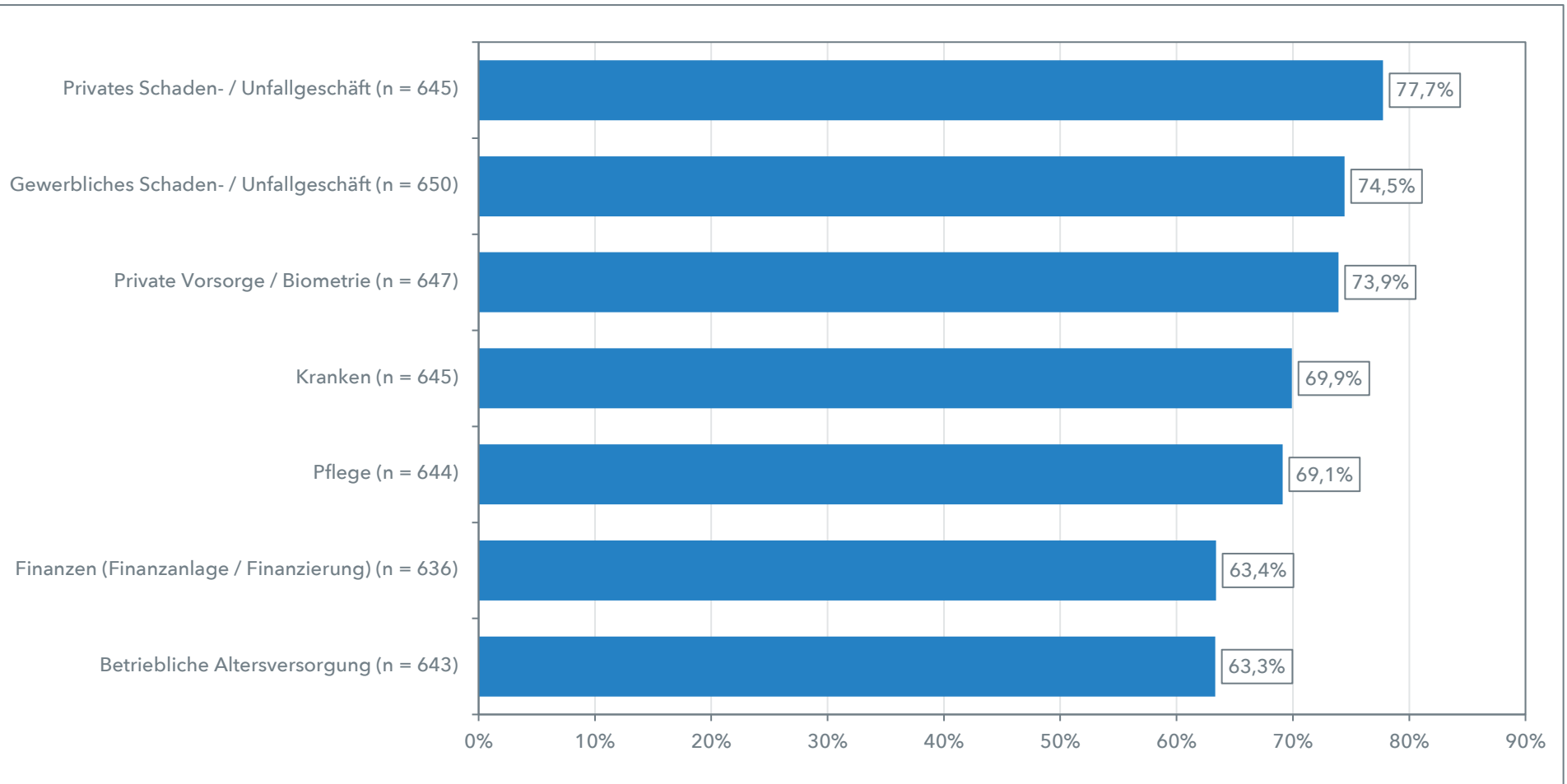
Aus welchen Gründen haben Sie die Zusammenarbeit mit einem Pool / Dienstleister / Haftungsdach / Verbund beendet?

- Courtage-Abrechnung mangelhaft.
- Unzuverlässige Courtage-Abrechnung.
- Unzuverlässige Courtage-Abrechnung.
- Unzuverlässige Courtageabrechnung.
- Versuchten den Makler madig zu machen.
- „Warte“ heute noch auf Provision.
- Wurde schon bestohlen bei den Beständen.

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?

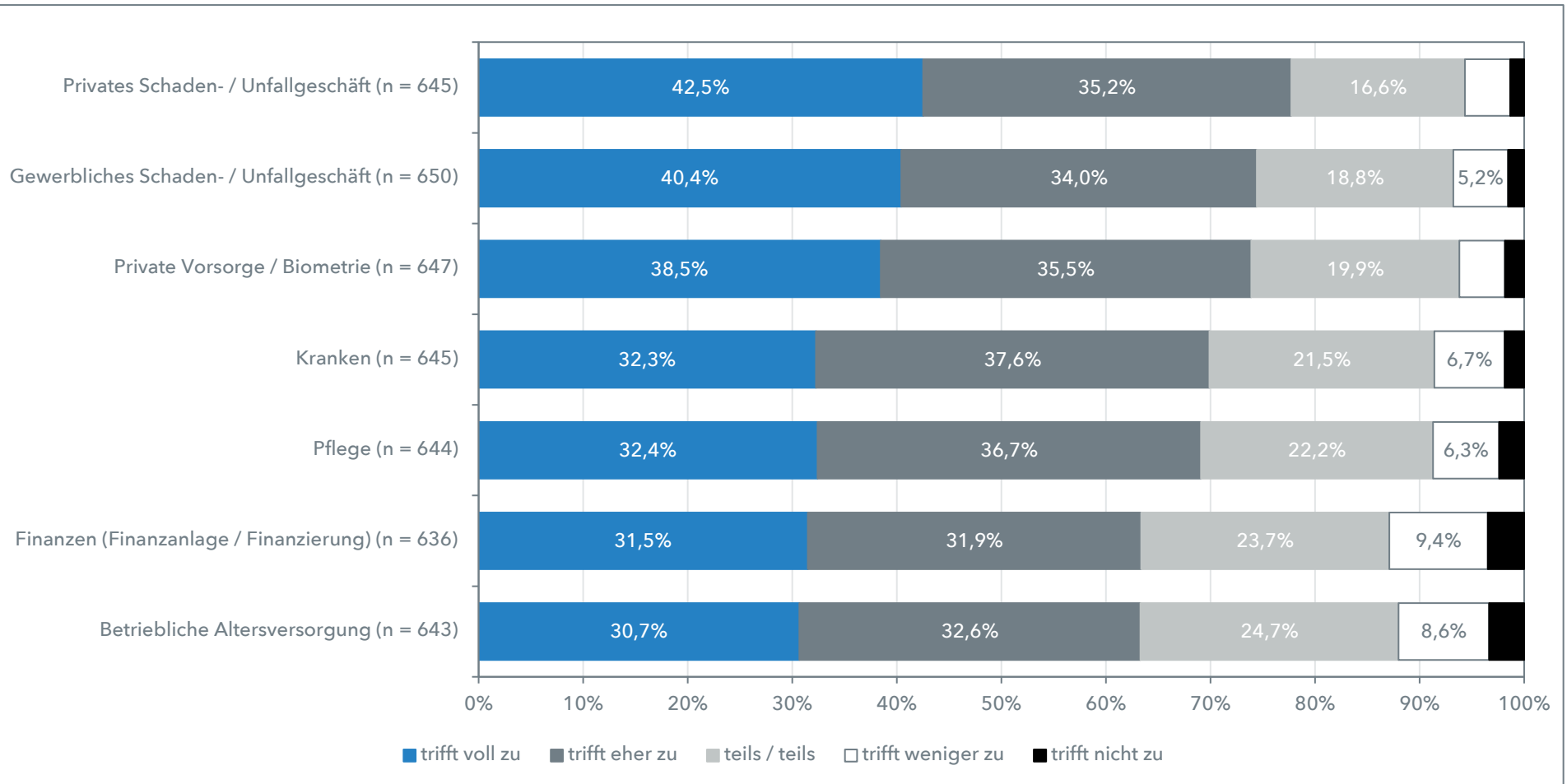


Summe aus den Antworten „trifft voll zu“ und „trifft eher zu“

4.1 Zusammenarbeit

Zukünftig große Bedeutung der Pools bezogen auf die Geschäftsfelder

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 - Sonstige

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

- Banking, All-Finanz.
- Betriebliche Kranken-/Pflegeversicherung (betriebliche Benefitslösungen).
- bKV & Immobilien.
- Cyberkriminalität.
- Digitalisierung.
- Digitalisierung des Maklerbüros.
- Digitalisierung, Schnittstellen.
- Edelmetalle, sonstige Sachwerte.
- Honorar und Serviceverträge.
- Immobilien-Verrentung.
- Investment.
- IT und Weiterbildung.
- Kapitalanlageimmobilien.
- Landwirtschaft Sach.
- Netzwerken, Software, Vergleichsangebote.
- Nothilfepass Patientenverfügung, Vorsorgevollmachten.
- Ruhestandsplanung.
- Service rund um die Kundenbeziehung.
- Verkauf von Edelmetallen.



AssCompact

— AWARD —

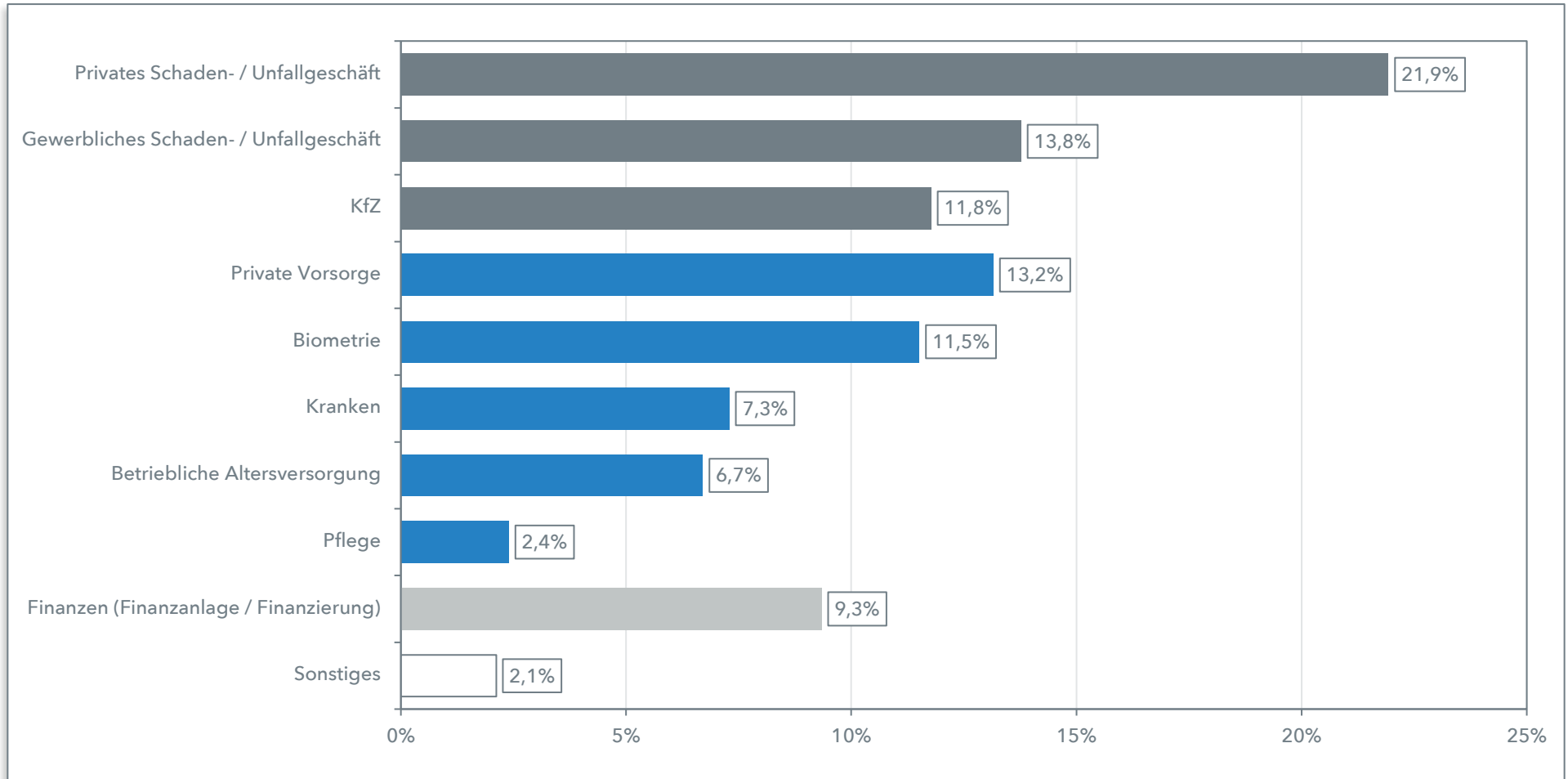
4. STELLENWERT

4.2 GESCHÄFT / GEBÜHREN / BEITRÄGE

4.2 Geschäft / Gebühren / Beiträge

Geschäftsverteilung

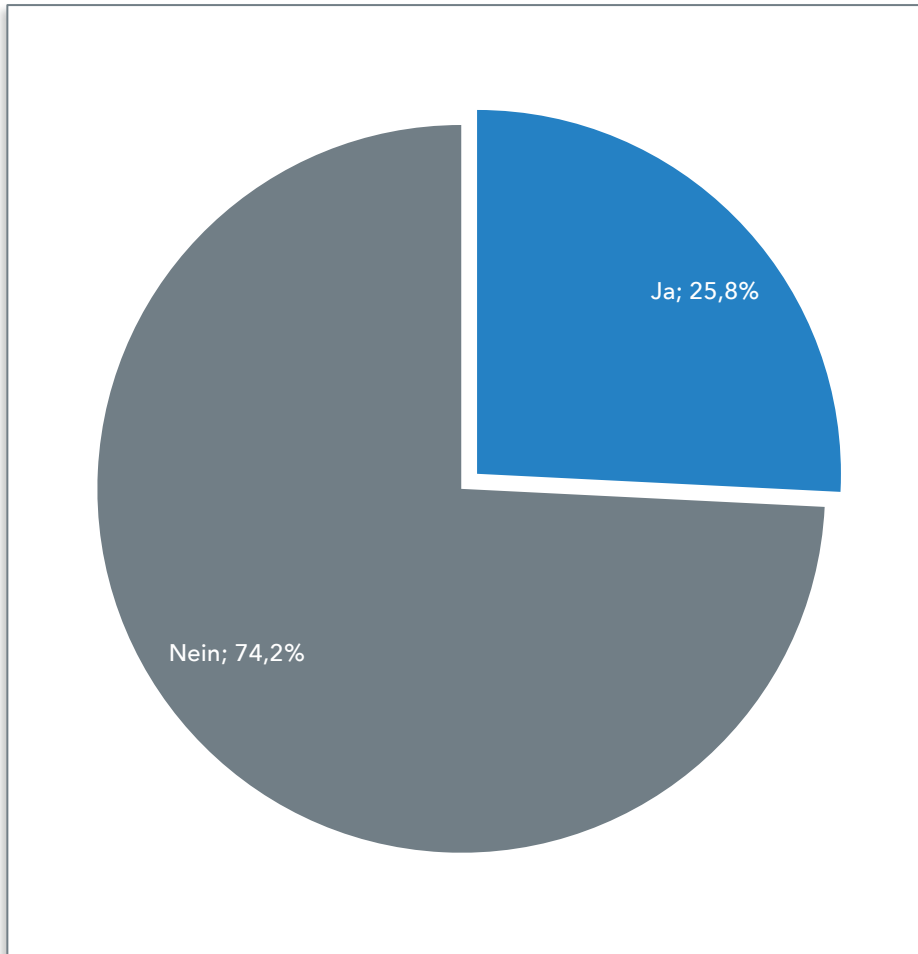
Wie verteilt sich Ihr Geschäft aktuell in etwa auf die einzelnen Sparten? (n = 690; Mehrfachnennungen möglich)



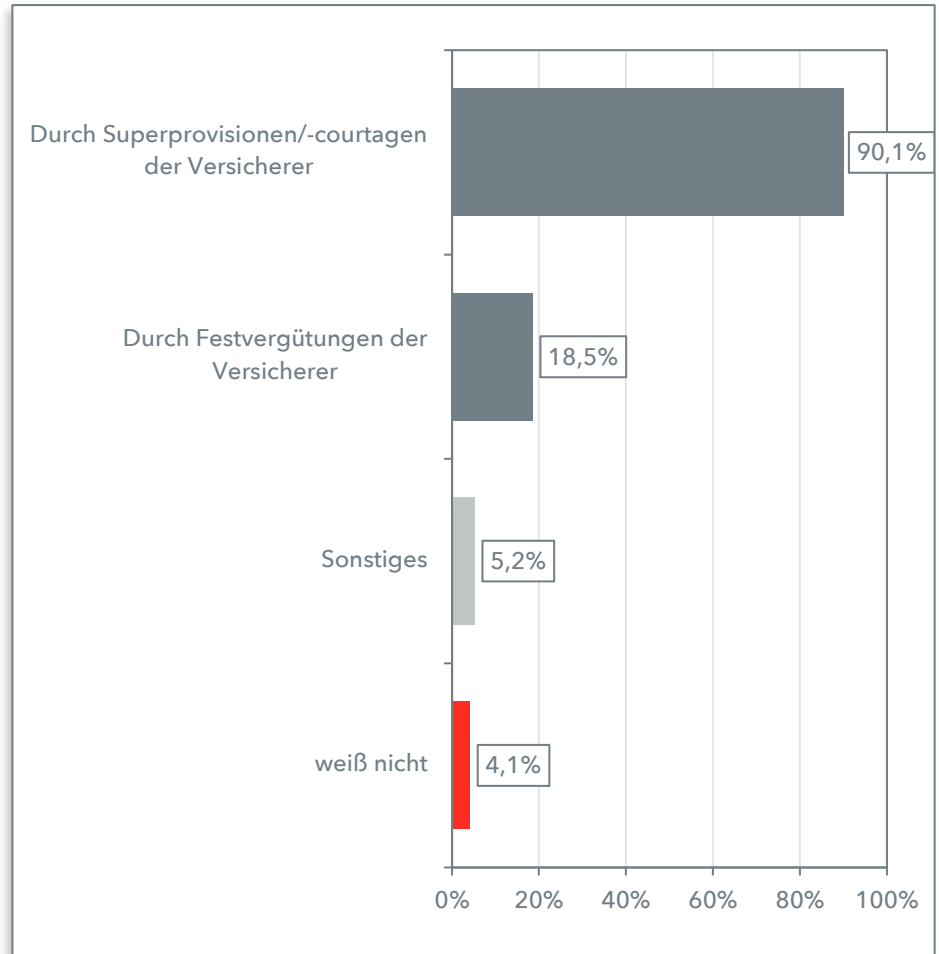
4.2 Geschäft / Gebühren / Beiträge

Gebühr (1 von 16)

Bezahlen Sie eine Gebühr oder einen Beitrag für das Dienstleistungsangebot bzw. die Mitgliedschaft eines Pools / Dienstleisters / Haftungsdachs / Verbunds? (n = 601)



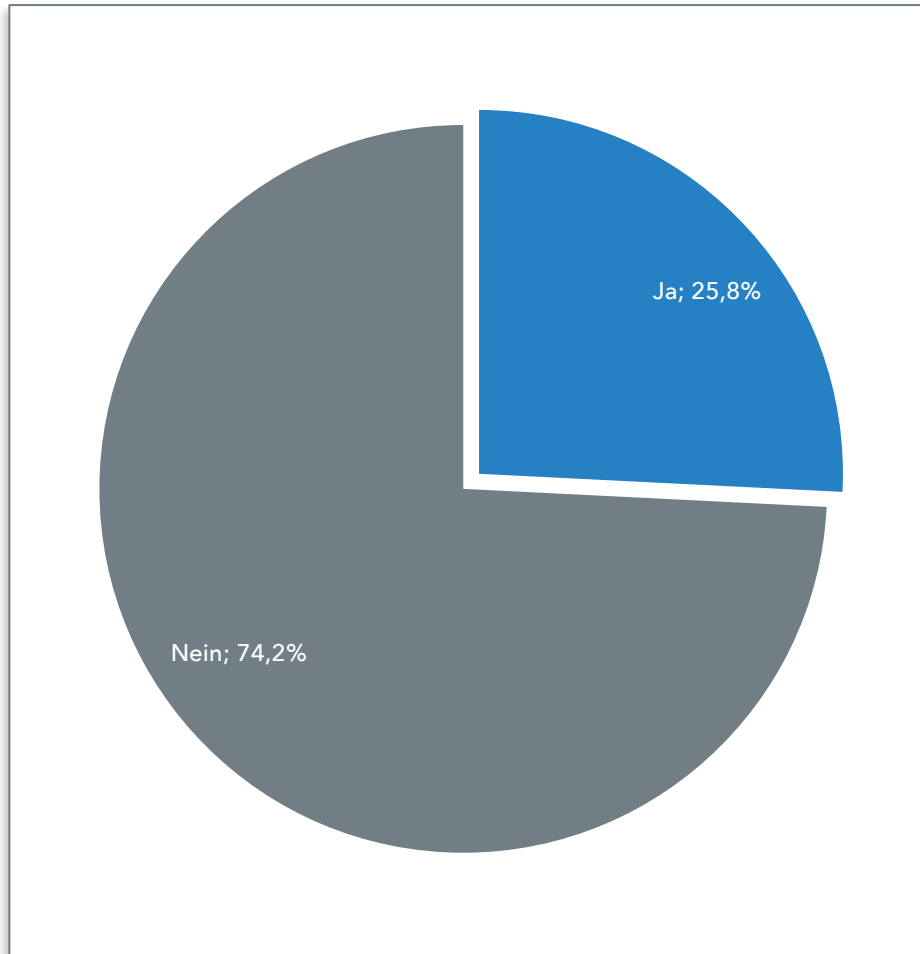
Wenn nein, was glauben Sie, wie Pools / Dienstleister / Haftungsdächer / Verbände ihre Dienstleistungen finanzieren? (n = 444)



4.2 Geschäft / Gebühren / Beiträge

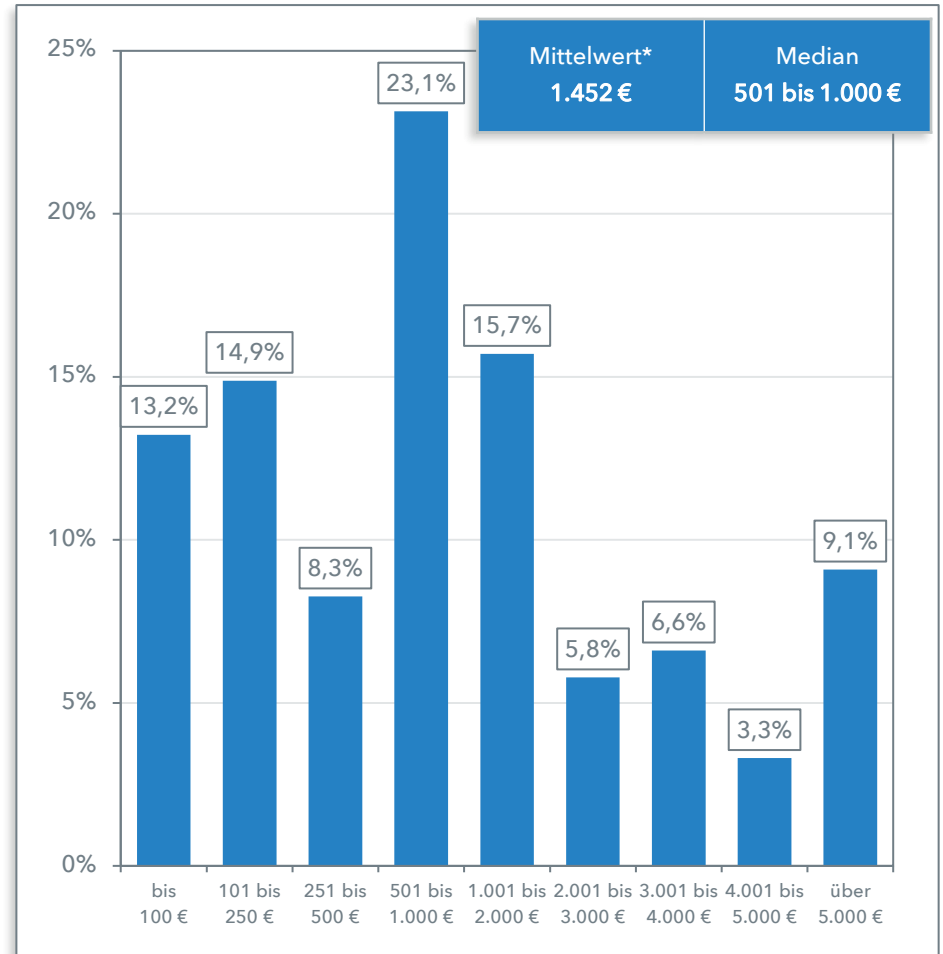
Gebühr (2 von 16)

Bezahlen Sie eine Gebühr oder einen Beitrag für das Dienstleistungsangebot bzw. die Mitgliedschaft eines Pools / Dienstleisters / Haftungsdatums / Verbunds? (n = 601)



Wenn ja, wie hoch ist die Gebühr / der Beitrag pro Jahr, den Sie insgesamt für Ihre Anbindungen ausgeben? (n = 121)

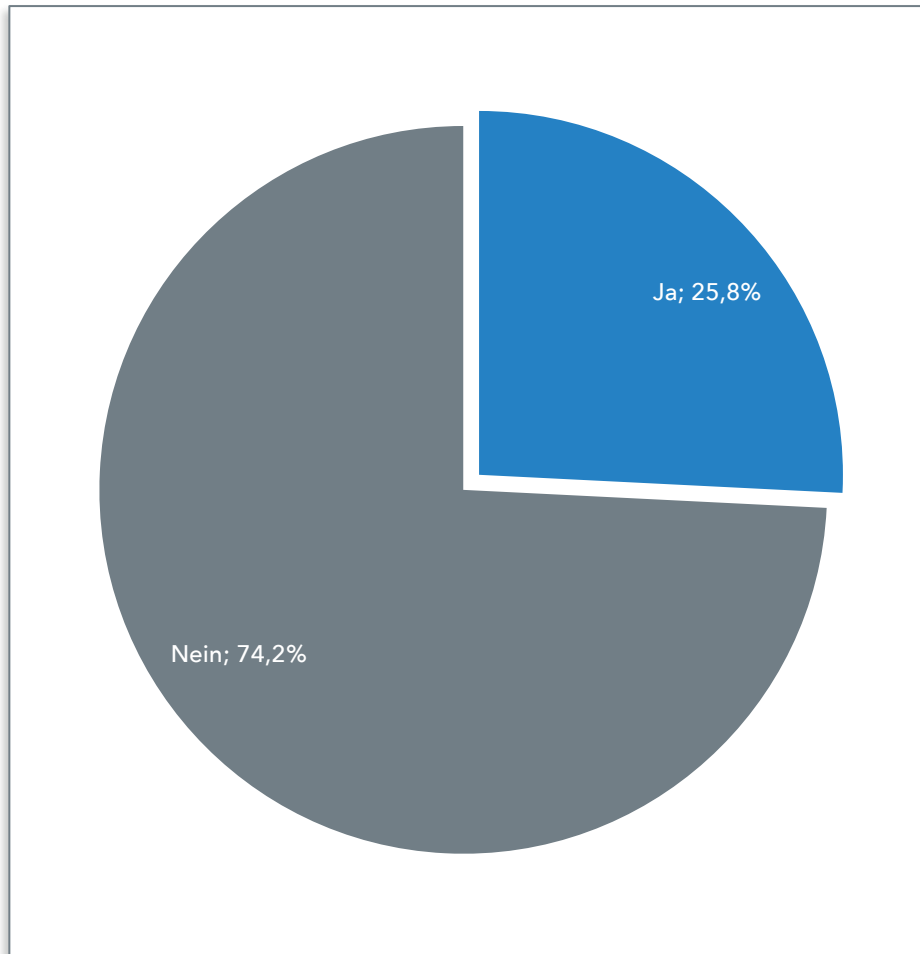
* Durchschnitte sind hier stets aus den Klassenmittelwerten sowie bei der nach oben offenen Klasse dem Klassenschwellenwert berechnet.



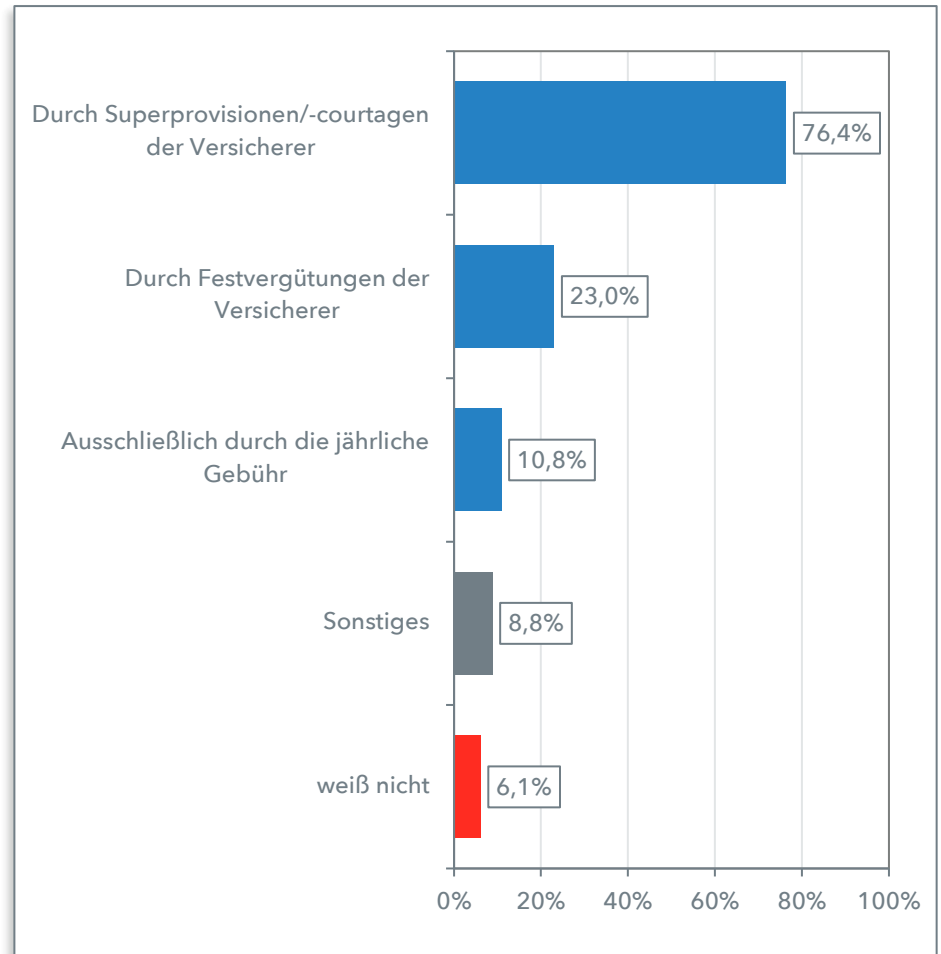
4.2 Geschäft / Gebühren / Beiträge

Gebühr (3 von 16)

Bezahlen Sie eine Gebühr oder einen Beitrag für das Dienstleistungsangebot bzw. die Mitgliedschaft eines Pools / Dienstleisters / Haftungsdachs / Verbunds? (n = 601)



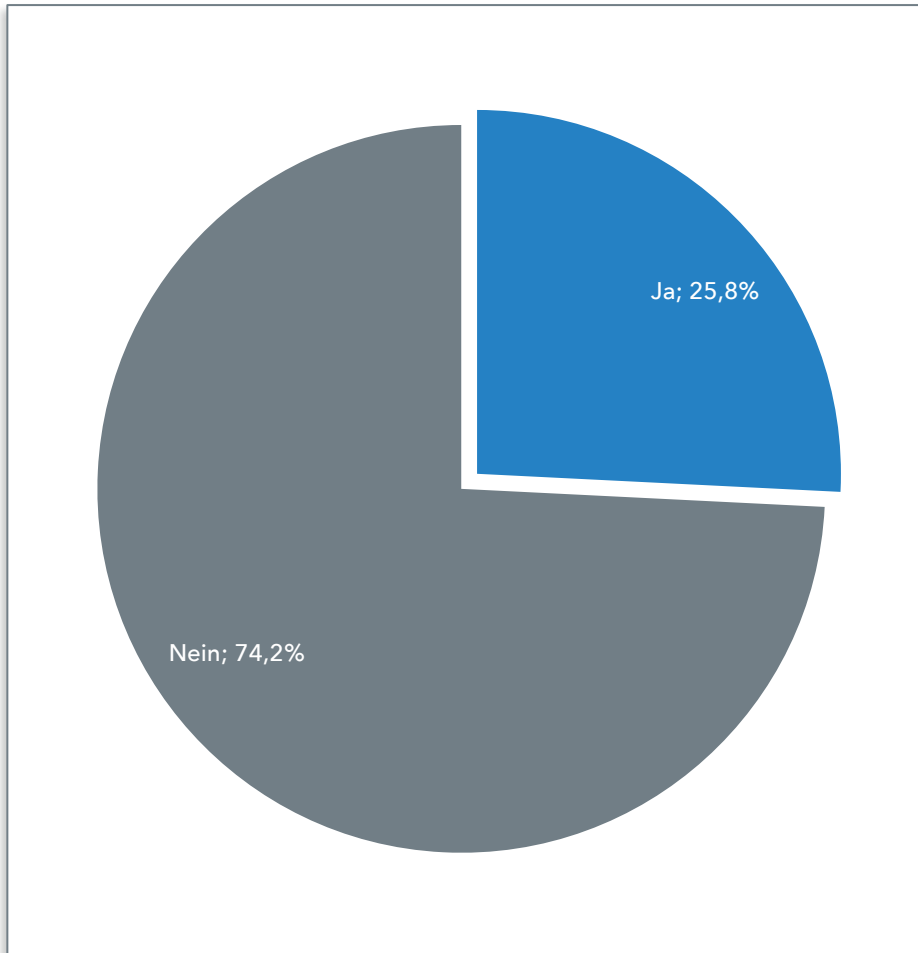
Wie finanzieren sich Pools / Dienstleister / Haftungsdächer / Verbände Ihrer Meinung nach weiterhin? (n = 148)



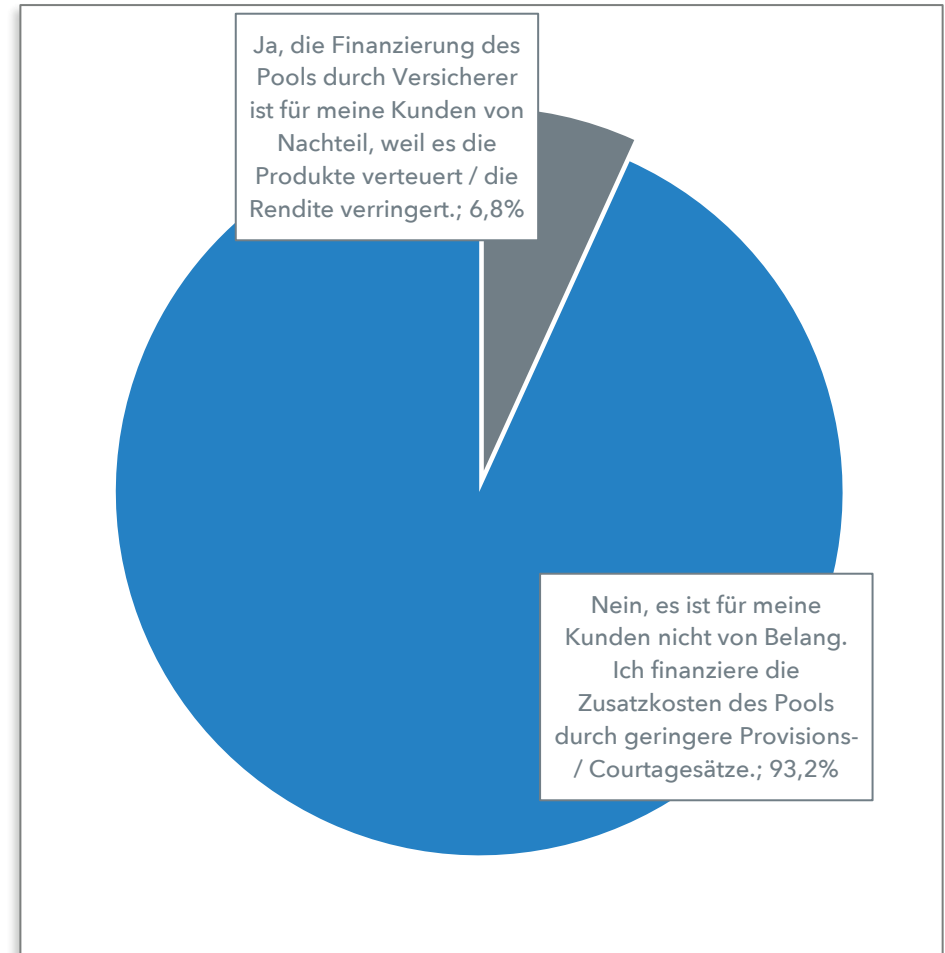
4.2 Geschäft / Gebühren / Beiträge

Gebühr (4 von 16)

Bezahlen Sie eine Gebühr oder einen Beitrag für das Dienstleistungsangebot bzw. die Mitgliedschaft eines Pools / Dienstleisters / Haftungsdatums / Verbunds? (n = 601)



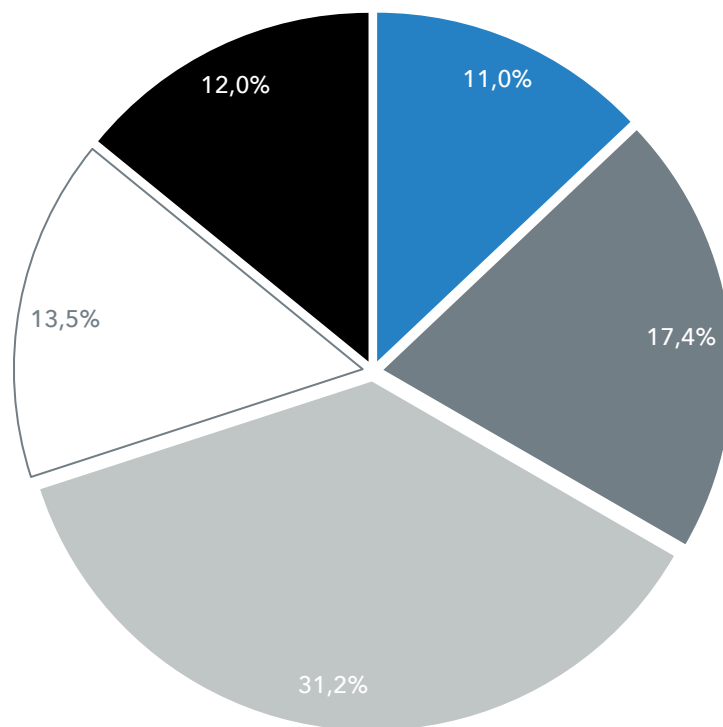
Hat dies Ihrer Meinung nach auch Auswirkungen für den Endkunden? (n = 103)



4.2 Geschäft / Gebühren / Beiträge

Gebühr (5 von 16)

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 = 599; Mehrfachnennungen möglich)



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

4.2 Geschäft / Gebühren / Beiträge

Gebühr (6 von 16)

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

- ... man sollte langsam verstehen, dass ein hervorragender Service nur durch Menschen realisiert und umgesetzt werden kann ... wir beraten unsere Kunden qualitativ hochwertig, mitunter deswegen, weil wir einen umfangreichen und genialen Service als Unterstützung haben ... mit einer Teilabgabe der evtl. gedeckelten Provisionen wird man diesen Service langfristig nicht finanzieren können ... deswegen: "Das Gesetz der Wirtschaft" sollte der Grundgedanke sein ... "seit mutig und erhebt eine Servicegebühr" - es wird uns allen helfen ... :-).
- Abhängig vom Service des Pools und was für Leistungen dahinter stehen. Kosten-Nutzen-Faktor muss abgewägt werden.
- Abhängig von der Dienstleistung.
- Abhängig von der Höhe und den damit verbundenen Service-Leistungen.
- Abhängig von der Sparte, in LV/KV ja, Sach-HUK nein.
- Als Einzelkämpfer hat man sonst keinen Überblick über mehr als 100 VR.
- Als Einzelkämpferin würde es mir schwer fallen.
- Angebotsbandbreite als Ventil ist wichtig.
- Ansonsten benötige ich mehr Personal in meinem Büro.
- Auch ein Makler muss von seinem Geschäft leben können! Er ist derjenige, der an der Basis mit den Kunden die Geschäfte macht.
- Beauftragt der Pool einen Dienstleister, der es ermöglicht Honorare, Vermittlungs- und Servicegebühren über ihn abzuwickeln (in Verbindung mit Schnittstellen), ist mir geholfen und ich könnte ggf. von Vorzugskonditionen profitieren.
- Bei der VEMA sind keine direkten Gebühren fällig und als Mitglied profitiere ich von weiteren Vorteilen. Bei der BCA wäre dann (da auch nur ein sehr kleiner Teil dort liegt bzw. platziert wird) zu prüfen, ob sich die Anbindung weiter lohnen würde.
- Bei Einzelverträgen mit Softwarefirmen sind die Kosten viel höher. Die jetzt gezahlten Gebühren entstehen oftmals durch Eigenverträge mit MVP und Homepage.
- Bei insgesamt tendenziell sinkenden Courtagessätzen und der aktuellen Wettbewerbssituation bin ich vor dem Hintergrund steigender Aufwendungen für Regulatorik, Beratungssoftware etc. würde eine höhere Gebühr direkt auf das Betriebsergebnis durchschlagen.
- Bekomme sowieso keine Superprovision, was soll ich da noch abgeben?
- Bevor ich nicht weiß, was ein Pool tatsächlich an meinen vermittelten Verträgen verdient, kann ich mich dazu nicht äußern, ich denke die bisherige Regelung ist in Ordnung!

4.2 Geschäft / Gebühren / Beiträge

Gebühr (7 von 16)

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

- Da das Groß der Makler als Klein- u./o. Kleinunternehmen aufgestellt ist, bieten nur die Pools/Verbünde die notwendige Breite an Zugang zu Anbietern u. Produkten. Ohne die Pools/Verbünde wäre der Maklerstatus für die meisten Makler nicht realisierbar. Daher ist die Geschäftsfähigkeit der Pools Voraussetzung für einen verbraucherorientierten Finanzdienstleistungsmarkt.
- Da der Pool einen Teil meiner Recherche übernimmt.
- Da die Mitgliedsgebühr angemessen ist.
- Da dies auch bereits einen finanziellen Einschnitt in meine Vergütung bedeutet.
- Da ich Courtageanteile abgebe.
- Da ich davon ausgehe das Pools aus Superprovision erhalten wird diese unabhängig von unserem Provisionsdeckel an die Pools gezahlt. Somit hat der Pool keine finanziellen Einbußen.
- Da kein Pool umsonst arbeitet.
- Da sowieso die meiste Verwaltungsarbeit beim Makler selbst liegt und immer weiter erhöht wird und auf der Gegenseite die Provisionen gekürzt werden, kann nicht auch noch eine höhere Gebühr gezahlt werden.
- Da viele Provisionen jetzt schon gekappt sind, muss keine höhere Kappung erfolgen.
- Dafür ist mein Umsatz aktuell noch zu gering.
- Damit der bisherige Service und die Beratung gewährleistet werden kann!
- Damit die weiterhin wirtschaftlich arbeiten können.
- Damit es weiter geht.
- Damit es weiter geht.
- Dann muss der Pool seine eigene Kalkulation überdenken.
- Dann wird das Geschäft nicht mehr lukrativ?!
- Dann würde ich die Geschäfts-Partnerschaft beenden.
- Das Dienstleistungsangebot der Pools ist so gut, dass diese Einführung im Maklerbüro wesentlich teurer wäre.
- Das Geschäft muss für alle Seiten (Pool / Makler / Endkunde) lohnend sein.
- Das ist an dieser Stelle nicht erklärbar. Die Ausgestaltung ist sehr diffizil und individuell.

4.2 Geschäft / Gebühren / Beiträge

Gebühr (8 von 16)

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

- Das kommt auf die Höhe an.
- Das kommt auf die Höhe an.
- Das kommt auf die weitere Qualität der Zusammenarbeit an.
- Das kommt dann darauf an, welchen weiteren Nutzen ich habe bzw. auch wie hoch die Kosten dann sind.
- Das kommt ganz auf die Details an und lässt sich so nicht beantworten.
- Das wäre dann nur fair.
- Der administrative Aufwand wird u.a. durch zunehmende Regularien immer größer, so dass eine Unterstützung des Pools immer wichtiger wird.
- Der Pool unterstützt mich ja auch entsprechend. Ohne den Pool wäre es noch schwieriger.
- Der Pool wird seine Superprovisionen weiterhin erhalten.
- Der Preis dafür müsste in Relation zum Umsatz oder der Kundenanzahl stimmen. Wer eine gewisse Leistung an einen Pool ausgliedert, der muss dafür auch einen Preis bezahlen wenn die Refinanzierung des Konzeptes durch geänderte Gesetzesvorgaben wegfällt.
- Der Produktvergleich der unzähligen Versicherer und Tarifen ist ohne Unterstützung kaum möglich.
- Der Service muss weiterhin vorhanden sein.
- Die Alternative einer Direktanbindung verschafft mir mehr Arbeit, weniger Zeit für Beratung und die Gesellschaften werden sicherlich zudem die Prov.-Sätze reduzieren und weniger zahlen als bislang über den Pool. Zudem viel mehr Aufwand durch Administration (Gespräche mit Maklerbetreuer, Buchhaltung/Abrechnung usw.).
- Die Courtagen und Provisionen sind aufgrund der gesetzlichen Regulierungen schon sehr stark in den letzten Jahren reduziert worden. Das sollte genügen.
- Die Digitalisierung von Prozessen im Bereich Angebots- und Verwaltungssoftware ist elementar, sowie eine einheitliche Provisionsabrechnung.
- Die Frage ist mir zu allgemein formuliert ... in diesem Falle müsste ja auch der Vermittler neu kalkulieren aufgrund geringerer Provisionen. Grundsätzlich wäre ich schon bereit, für Mehrleistungen mehr zu zahlen, aber bei einem Deckel wäre erstmal zu klären, wer in welchem Maße betroffen ist ... ich hätte ja keine Mehrleistung, sondern wäre auch mit benachteiligt.
- Die Gesellschaften profitieren von den Pools, da dadurch viele Direktanbindungen wegfallen, und somit enorm an Kosten eingespart werden. Somit macht es Sinn, wenn dann die Gesellschaften einen Beitrag an den Pool entrichten.

4.2 Geschäft / Gebühren / Beiträge

Gebühr (9 von 16)

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

- Die Last (weniger Courtage/Provision) sollte gleichmäßig auf alle Schultern verteilt werden. Hoffen wir mal, dass der Deckel nicht kommt.
- Die Leistungen des Pools können nicht kostenlos erbracht werden. Bei einer fehlenden Poolanbindung müssten Einzelleistungen gekauft werden, was in der Summe bestimmt eine Poolgebühr übersteigen würde.
- Die Personalkosten und die Kosten für die Software steigen derart extrem, dass womöglich kaum mehr Spielraum besteht.
- Die Pools erhalten von den angebotenen Gesellschaften ihren Salär.
- Die Qualität von DEMV ist mir Geld wert. Die Unterstützung durch das Verwaltungs-, Vergleichs- und Beratungssystem ist enorm.
- Dienstleistung kostet Geld und muss finanziert werden.
- Dienstleistung und Qualität kostet Geld.
- Diesbezügliche Ehrlichkeit der Unternehmen (Produktpartner wie Versicherungsgesellschaften etc.) halte ich für sehr gering.
- Durch hohe Service Qualität überzeuge ich mehr Kunden die individuelle Beratung einer Agentur zu schätzen.
- Ein Makler sollte eine eigene Unternehmensinfrastruktur haben (Büro, IT, Angestellte usw.) um dem entgegen zu treten.
- Eine Frage der Transparenz.
- Eine Spirale ohne Ende.
- Es gibt ja schon einen gewissen Overhead, der bisher auch gut ausreichend ist.
- Es gibt zwar keine Mitgliedsgebühr, aber m.E. hohe Softwaregebühren für Vergleichsprogramme etc. Außerdem bekommt der Pool aufgrund der Abrechnungserstellung schon einen erheblichen Teil der Provision.
- Es ist Wirtschaftlich nicht zu vertreten, eine Gebühr zu bezahlen, da die betreffenden Produkte mittlerweile kaum noch zu vermitteln sind. Ich denke da gerade an die PKV und entsprechende Altersvorsorge Produkte, wie Riester usw.
- Es kommt auf den gebotenen Service und die zusätzlichen nützlichen Tools des Pools an.
- Es kommt auf den Pool und dessen Unterstützung an. Auch wieviel Geschäft dort abgegeben wird.
- Es kommt auf die Höhe an, denn unterm Strich muss ich die Mindereinnahmen ja auch gegenfinanzieren.
- Es kommt auf die Höhe der Vergütung an und die Gegenleistung.
- Es kommt drauf an was der Pool dann letztendlich für mich zu bieten hat.

4.2 Geschäft / Gebühren / Beiträge

Gebühr (10 von 16)

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

- Es sind hier eher andere Konzepte der Pools gefragt. Für die bisherige, gleiche Leistung nicht, aber für eine erhebliche Mehrleistung bin ich bereit zu bezahlen.
- Es werden die Dienstleistungen erbracht die ich als kleiner Mittelständler von der Manpower nicht erbringen kann.
- Für die Makler ist der Kostendruck schon enorm und hoch genug. Leben und Leben lassen. Eine Gebühr würde dazu führen, dass ich den Pool verlasse und den Bestand abziehe oder zu einem anderen Pool wechsele.
- Für Leistung muss bezahlt werden.
- Für meine geleistete Arbeit geben ich ungern mehr ab als erforderlich.
- Für mich ist ein Pool mittlerweile mehr als Dienstleister zu sehen. Und ein Dienstleister schreibt eine Rechnung.
- Gesamtpaket muss stimmen.
- Gute Arbeit - gutes Geld, nichts ist umsonst...meine Beratung auch nicht.
- Gute Arbeit muss belohnt werden.
- Gute Dienstleistungen müssen finanziert werden, durch die Steigerung der Qualität wird ein höheres Service Level gegenüber den Kunden erreicht. hierdurch kommt es unweigerlich zu einer positiven Entwicklung (Kunden, Umsätze usw.) steigenden Umsätzen.
- Guter Service darf auch Kosten verursachen.
- Guter Service darf durchaus auch etwas kosten.
- Guter Service ist meist nicht umsonst zu bekommen.
- Habe das Gefühl, dass die Pools mit dem derzeitigen Vergütungsmodell schon sehr gut leben können.
- Haben genug Überschüsse / siehe Bilanzen.
- Hängt von Höhe der Gebühr und der dafür vereinbarten Dienstleistung ab.
- Hier kommt es definit auf die Leistung des Pools an, diese muss Ihr Geld wert sein. Für ein wirklich gutes Kundenverwaltungsprogramm, in dass die Kundenanschriften der Versicherer automatisiert unter den Kunden abgelegt werden, Selektionen möglich sind und betriebswirtschaftliche.
- Ich akzeptiere, dass es sich um eine Dienstleistung handelt, die vergütet werden muss.
- Ich bin überwiegend im Sachbereich tätig.
- Ich erhalte durch den Pool Leistungen, die ich als Einzelmakler so nicht beschaffen kann.

4.2 Geschäft / Gebühren / Beiträge

Gebühr (11 von 16)

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

- Ich halte nichts von einem Ansatz, dass Dienstleistung (ohne Gebühr) zur Verfügung gestellt wird. Es ist die Chance einzelner Pools hier sich auf Qualitätsvermittler zu konzentrieren!
- Ich kann mich auf den Pool verlassen.
- Ich möchte keine Gebühren zahlen. Pools finanzieren sich durch die Superprovision.
- Ich würde dann gern darüber aufgeklärt werden inwieweit sich der Provisionsdeckel auf die bestehende Kostenstruktur des Pools auswirkt und ob nicht auch andere Möglichkeiten bestehen, eine Einführung,- oder Erhöhung von Gebühren an den Pool zu verhindern.
- Ich würde dann ggfs. auf eine Direktanbindung ausweichen und nur noch wenig Geschäft über den Pool abwickeln.
- Ich zahle eine feste Vergütung bei Honorarkonzept. Dort betrifft mich ein Deckel nicht.
- Ich zahle seit 2014 eine Gebühr an BlauD- dies hat mich bisher sehr weit voran gebracht- ohne BD wäre dies nicht möglich gewesen. BD kann die festen Gebühren nutzen um durch permanente Innovationen Technologiemarktführer sein zu können. Das wiederum hilft mir sehr.
- Im Verbund ist es immer günstiger als alles allein zu machen.
- Immer unter dem Gesichtspunkt betrachtet, dass die verlangte Gebühr den Nutzen der Dienstleistung wieder mehr als aufwiegt wäre ich schon bereit einen Pool durch eine Gebühr zu finanzieren. Hier stünde dann aber zunächst ein Qualitätstest an, bevor ich eine neue Bindung eingehen würde.
- In meinem Alter und bei weniger Umsatz wegen mehr Urlaub, kommt es darauf an, ob sich eine Gebühr rechnen würde oder ich lieber in Rente gehe.
- Ist es noch Wirtschaftlich für mich so weiter zu Arbeiten.
- Ist von der Art der Deckelung und der Darstellung des Pools abhängig.
- Je nach Vorteil wäre ich zur Unterstützung bereit.
- Jeder muss sehen wo er bleibt, wir mussten in den letzten Jahren genug Kürzungen und Regulierungen hinnehmen.
- Kaum Leistung, also warum zahlen, kassieren die Superprovisionen.
- Kleinere Vermittler haben ohne Kooperation mit einem Pool oder Verbund keine Chance!
- Kommt auf das Dienstleistungsangebot und die Sparte an.
- Kommt auf den Kosten/Nutzenfaktor an.

4.2 Geschäft / Gebühren / Beiträge

Gebühr (12 von 16)

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 die benötigte Leistung an.
- Kommt auf die finanziellen Abschläge an und darauf, welche Vorteile der Verbund/der Pool mir bietet.
- Kommt auf die Höhe an, bisher zahle ich keine Gebühren.
- Kommt auf die Höhe der Gebühr an. Da ich zweigleisig fahre, bin ich nicht auf das Versicherungsgeschäft angewiesen.
- Kommt auf die Höhe der zusätzlichen Gebühren an!
- Kommt auf die Höhe und Art (fest oder umsatzabhängige) Gebühr an.
- Kommt auf die konkrete Höhe an sowie den letztendlichen Mehrwert für mich bzw. meine Mandanten.
- Kommt auf die Serviceleistung des Pools an.
- Kommt darauf an wie die Deckelung aussieht und ob überhaupt eine kommt.
- Kommt darauf an.. man muß weiter leben können...
- Kommt immer darauf an was man mehr geboten bekommt.
- Kommt natürlich auf die Höhe an, aber ein funktionierender Pool ist einfach existenziell wichtig.
- Kosten für die eigene Firma gering halten, andererseits ist man von Service abhängig.
- Kosten-/Nutzenabwägung.
- Kosten-Nutzen-Verhältnis muss stimmen.
- Kurz vor Eintritt in den Ruhestand werde ich nicht noch Gebühren bezahlen!
- Leben und leben lassen! Ein guter Service kostet eben etwas. Ich bin nur nicht einverstanden, wie es die WIFO praktiziert: niedrigere Courtagen abgeben und dennoch zusätzlich Gebühren haben wollen.
- Leistung kann nur mit ausreichenden fin. Mitteln sichergestellt werden.
- Letztendlich haben die Versicherer, die mit Pools etc. zusammenarbeiten, einen großen wirtschaftlichen Vorteil, da sie mehr Neugeschäft und in der Folge mehr Bestandsgeschäft durch diese Zusammenarbeit generieren. Aus diesem Grund müsste die Gebühr durch die Versicherer gezahlt werden. Auf Grund des Schulungsangebotes, z.B. der Vema, wäre ich jedoch bereit, für diese Dienstleistung insg. eine Jahresgebühr zu zahlen, da dies ein sehr komfortabler Service ist.
- Lieber eine niedrigere Provision.

4.2 Geschäft / Gebühren / Beiträge

Gebühr (13 von 16)

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

- Lieber mache ich selber mehr, aber verdiene gleich viel oder gar mehr.
- Lieber zahle ich eine Gebühr an einen verlässlichen Pool als alles was er mir anbietet selbst zu organisieren. Dazu fehlt schlichtweg die Zeit.
- Mehr Service dann gern Mehr Gebühren.
- Mehr Service erfordert auch höheren finanziellen Aufwand. Es sollte in einem angemessenen Verhältnis sein, eine win win Situation sollte gewährleistet bleiben.
- Mehr Transparenz der Vergütung und Gegenleistung der Dienstleistung.
- Mein Einkommen wurde in den letzten 20 Jahren bereits stark beschnitten. Meine Beratung muss auch bezahlt werden.
- Meine berufliche Entlastung in Research, Administration, fachliche Unterstützung, Vergleichssoftware wäre es mir wert.
- Muss individuell geklärt werden.
- Naja...jede Dienstleistung hat ihren Preis.
- Nix ist umsonst.
- Nur wenn der Service ausreichend qualitätsgesichert ist. Die Qualität hängt in hohem Maße vom beteiligten Mitarbeiter ab...
- Ohne Pool ist das Geschäft heute nicht mehr machbar.
- Pool nimmt konkrete Aufgaben wahr, welche wir ansonsten selbst erbringen müssten.
- Pool profitieren von meiner Beratung durch Anteilsprovision.
- Pools bringen meiner Ansicht nach einen enormen Mehrwert für uns Makler und für den Endkunden.
- Pools verdienen schon gut dran.
- Preis und Nutzen müssen passen. Wir überprüfen regelmäßig den Nutzen der beiden Verbände, bei denen wir Beiträge bezahlen. Bei höheren Gebühren, könnte es sein, dass wir ggf. bei einem Verbund austreten würden.
- Provisionsanteile ohnehin schon zu hoch, Courtagemodell sollte grundlegend geändert werden.
- Provisionskürzung und höhere Gebühren geht nur zu Lasten des Maklers.
- Qualität der Dienstleistung ist es wert.
- Qualität kostet Geld. Ein Mehrwert muss aber gegeben ein z. B. Zeitersparnis, Software etc.

4.2 Geschäft / Gebühren / Beiträge

Gebühr (14 von 16)

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

- Regelung sollte über Courtageanteil erfolgen.
- Service ist in unserer Branche unerlässlich.
- Service ist wichtig.
- Service kostet Geld.
- Sollen das über Courtage regeln.
- Superprovision muss genügen.
- Um den gewohnten Service, die Abwicklung und die Produktvielfalt weiterhin zu gewähren!
- Um den Kunden einen gleichbleibenden Service zu bieten und meine Flexibilität zu erhalten.
- Um die Vorteile weiter nutzen zu können.
- Um in bester Qualität und Service wie bisher weiterarbeiten zu können.
- Unterstützung durch Technik (Vergleichsrechner, Angebote, etc...) ist unverzichtbar.
- Unterstützung kostet Geld.
- VEMA spart uns in der täglichen Arbeit viel Geld.
- Verdienen trotzdem noch genug...
- Warum soll alles andere an Gehältern und Löhnen nach oben gehen und die Makler sollen bessere Arbeit für weniger Geld leisten??
- Warum soll ich dem Pool was zahlen.
- Was wäre wenn.. Es gibt nichts umsonst.
- Wegen dem Komfort.
- Weil der Kunde optimal versorgt und beraten werden sollte.
- Weil der Pool mir Arbeit abnimmt, die bezahlt werden muss.
- Weil die bisherige Leistung gut ist.
- Weil die Dienstleistung finanziert werden muss.
- Weil die Dienstleistung ihren Wert hat.

4.2 Geschäft / Gebühren / Beiträge

Gebühr (15 von 16)

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

- Weil es als Einzelkämpfer zu schwer ist.
- Weil es dann nicht anders geht.
- Weil FF sehr gute Arbeit für mich macht.
- Weil ich als Einzelkämpfer bei den Versicherern wenig Chancen habe gute Courtagen und Leistungen zu erhalten.
- Weil ich dann ohnehin schon Einbußen habe und diese nicht noch ausbauen möchte.
- Weil ich den Wert nicht mehr so hoch einschätze, wie noch zu Beginn der Zusammenarbeit.
- Weil ich für einen überschaubaren Betrag Dienstleistungen erhalte (z.B. Software, IT, Beratungsunterlagen), für ich mehr Geld ausgeben müsste, wenn ich es selbst individuell bestellen/einkaufen müsste.
- Weil ich gern bereit bin, für eine qualitativ gute Arbeit einen (höheren) Preis zu zahlen.
- Weil ich meinen Kunden gute Leistungen bieten will.
- Weil ich nicht sein kann, dass der Pool dennoch Zusatzvergütungen erhält.
- Weil mir die Dienstleistung des Pools sehr viel wert ist.
- Weil mir die Dienstleistung etwas wert ist und keiner kann kostenlos Dienstleistung erbringen.
- Weil mir die digitale Abwicklung von Anträgen schadenfällen usw. über Vema wichtig ist.
- Weil schon jetzt die Provisionen der Versicherer sehr niedrig im Vergleich zu dem Aufwand ausfallen.
- Wenn dadurch die fachliche und vertriebliche Unterstützung gewährleistet wird, muss man darüber nachdenken.
- Wenn das Geschäftsmodell anders nicht funktioniert und die Unabhängigkeit des Verbandes / Pools durch einen Beitrag des Maklers erhalten bleibt wäre ich sicher bereit eine Gebühr zu entrichten.
- Wenn der Gegenwert an Software, etc. stimmt, dann u.U. schon.
- Wenn der Nutzen die Gebühr rechtfertigt, macht es Sinn wenn es keine geeignete Alternative gibt, macht es Sinn, wenn die Prozesse etabliert sind, macht es (ggfs.) ebenfalls Sinn.
- Wenn die "Superprovisionen" wegfallen, muss der Service anders bezahlt werden!
- Wenn die Qualität der Auswahl und Software stimmt.
- Wenn die Zahlen auf dem Tisch sind, würde ich dazu eine Entscheidung treffen.

4.2 Geschäft / Gebühren / Beiträge

Gebühr (16 von 16)

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

- Wenn eine Gebühr benötigt wird um die Qualität zu gewährleisten, bin ich gerne bereit dafür zu bezahlen.
- Wenn eine Gebühr niedriger als ggf. die Auswirkung einer Provisionskürzung wäre, dann okay.
- Wenn es notwendig ist, ist eine kleine Gebühr o.k. Bei Zusammenarbeit mit mehreren Pools allerdings wirtschaftlich eine hohe Belastung.
- Wenn es signifikante Verbesserungen wären ja.
- Wenn es wirtschaftlich für mich sinnvoll ist, würde ich einer Erhöhung zustimmen.
- Wenn ich die Unabhängigkeit damit wahren kann und weiterhin die Services erhalte.....
- Wenn ich ohnehin schon weniger verdiene durch die Deckelung, dann möchte ich nicht zusätzlich noch Gebühren des Pools zahlen.
- Wenn man sich zu 100% auf die Zusammenarbeit mit einem Pool eingelassen hat, muss die Qualität dauerhaft stimmen - selbst wenn zur Gewährleistung dessen Gebühren fällig würden.
- Wer sich in den letzten Jahren strategisch sinnvoll positioniert hat (z.B. Förderung hohes Sachgeschäftsanteil) soll gerne "überleben".
- Weshalb soll für die selbe Leistung eine höhere Gebühr verlangt werden? Es gibt immer noch Direktanbindungen, so als Alternative.
- Wettbewerb (Amazon, Fintechs) und als Makler ist ein wettbewerbsfähiger Preis/Leistung wichtig. Schade nur dass jeder Pool /Verbund seine Stärken hat und nicht einer einfach Alles perfekt abdeckt. Ich arbeite mit 4 zusammen - Würde natürlich nicht bei 4 einen Beitrag bezahlen wollen je für deren Dienste. Möchte Mittelfristig auf max. 1 Pool (Fondsfinanz) und 1 Verbund (DEMV) reduzieren.
- Wie gesagt, das kommt darauf an. Bislang erhält VEMA u.W. von den Versicherern eine Art Superprovision. Wenn das eingestellt oder massiv begrenzt werden sollte, müsste man die Ausgestaltung einer neuen Regelung sehen. Vermutlich wird das aber nicht passieren, da auch die Versicherer von der Zusammenarbeit mit VEMA profitieren und mit denen wohl auch recht zufrieden sind.
- Wir nutzen die SLP nur für größeres, aufwendigeres Geschäft. Eine entsprechende Vergütung ist in Ordnung.
- Wir sind mehr der Sachmakler.
- Würde aus Altersgründen ausscheiden.
- Würde in Rente gehen und den Bestand verkaufen.
- Zahle nur ungern was.
- Zeit ist Geld.
- Zur Finanzierung einer Arbeitsteilung sind dies eher Investitionen als Kosten.



AssCompact
— AWARD —

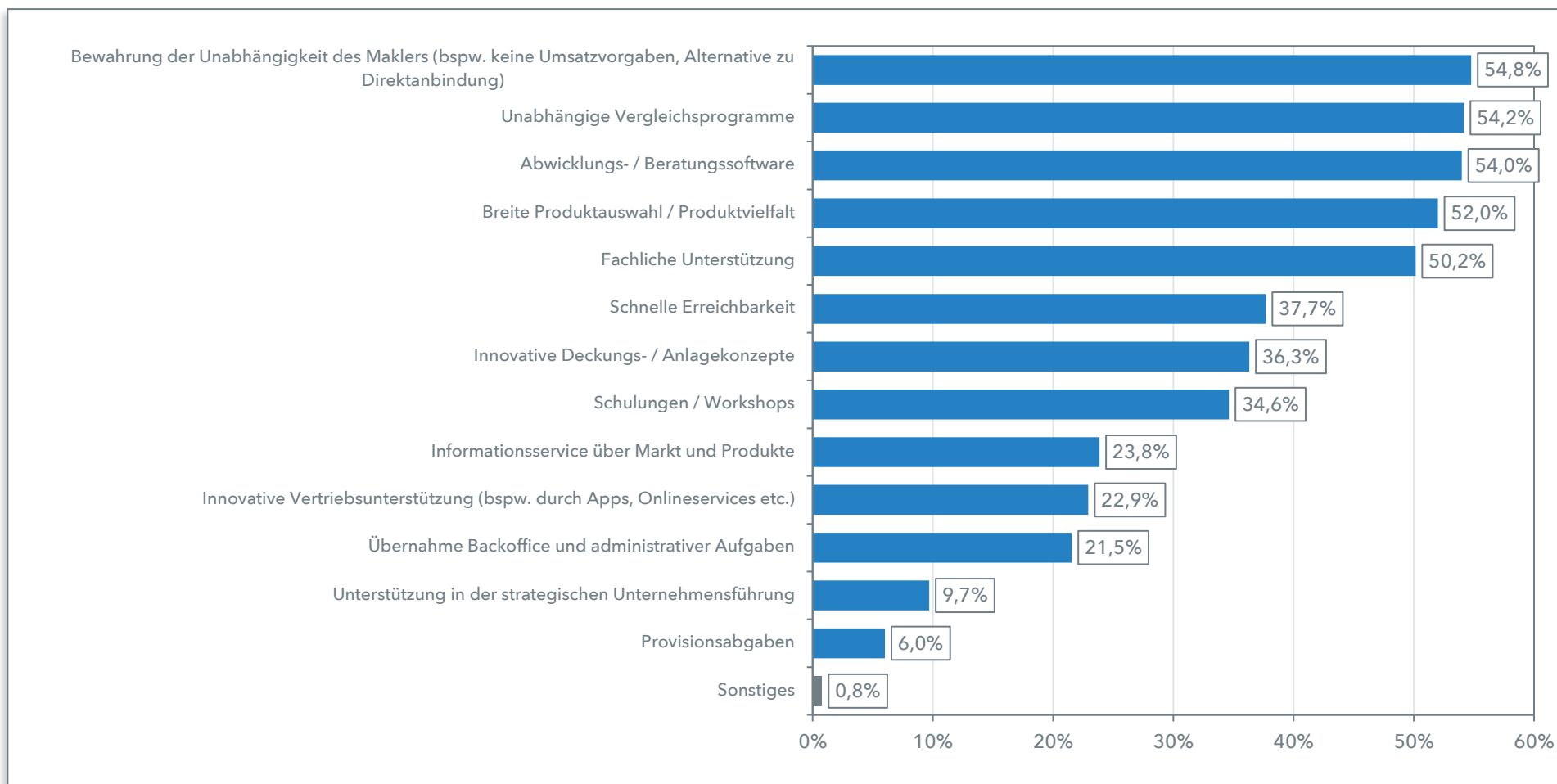
4. STELLENWERT

4.3 ERWARTUNGEN & HERAUSFORDERUNGEN

4.3 Erwartungen & Herausforderungen

Erwartungen

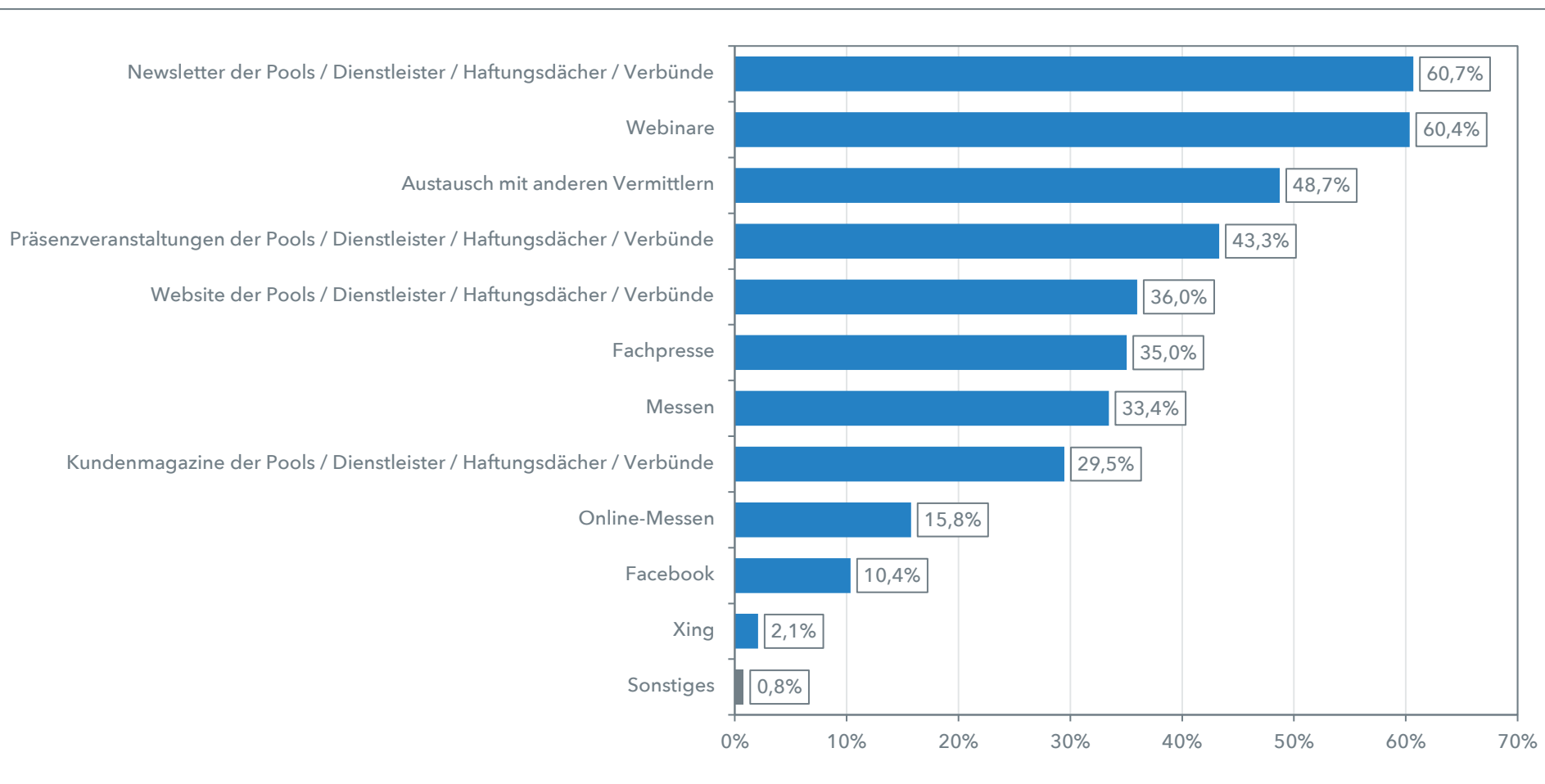
Welche besonderen Services / Dienstleistungen erwarten Sie von einem Pool / Dienstleister / Haftungsdach / Verbund für die Zukunft?
(n = 650; Mehrfachnennungen möglich)



4.3 Erwartungen & Herausforderungen

Informationskanäle

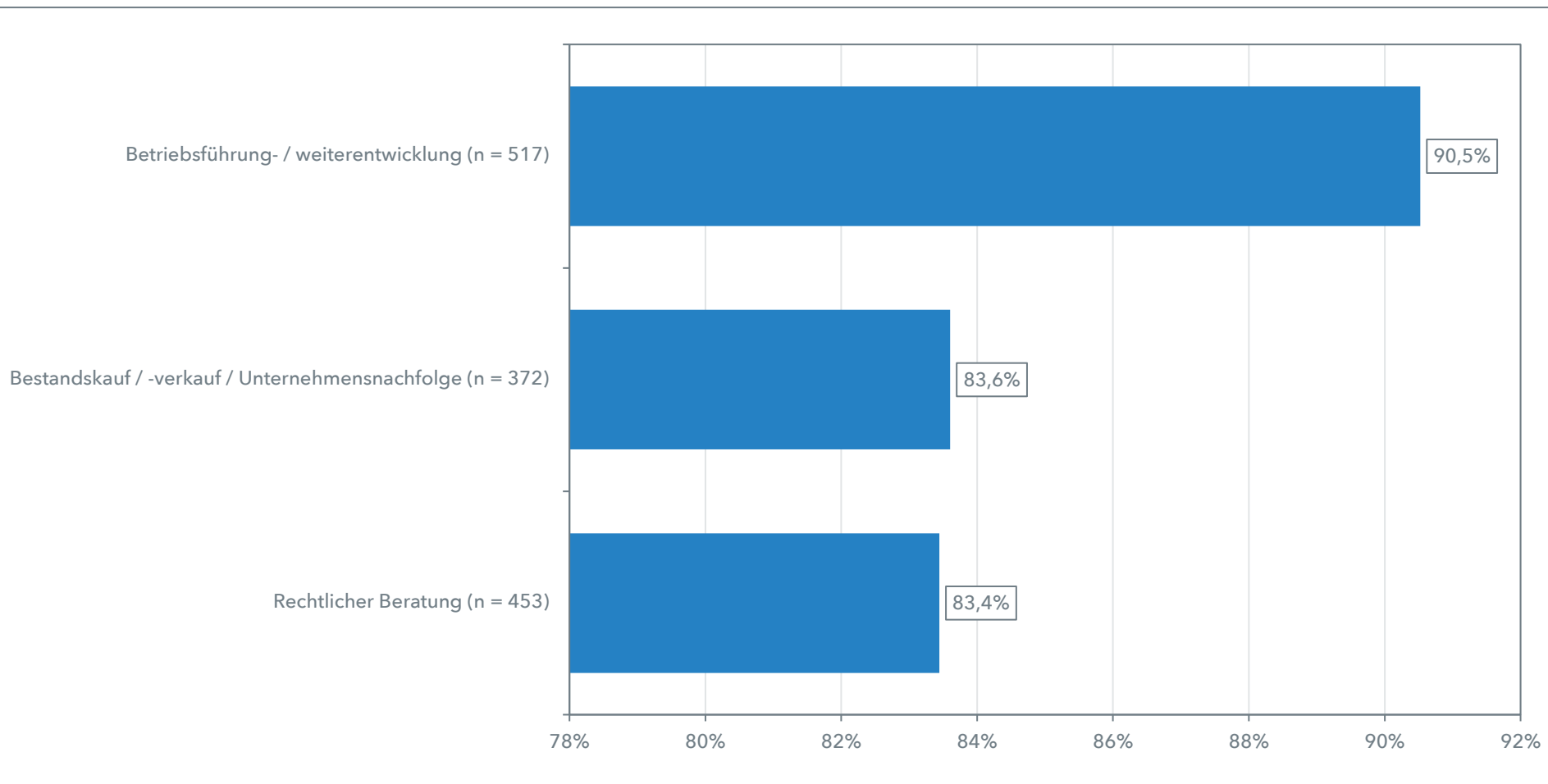
Wie informieren Sie sich über neue Serviceangebote der Pools / Dienstleister / Haftungsdächer / Verbände? (n = 628; Mehrfachnennungen möglich)



4.3 Erwartungen & Herausforderungen

Herausforderungen für den Maklermarkt

Wie zufrieden sind Sie mit der Unterstützung der Pools / Dienstleister / Haftungsäcker / Verbände hinsichtlich ...?

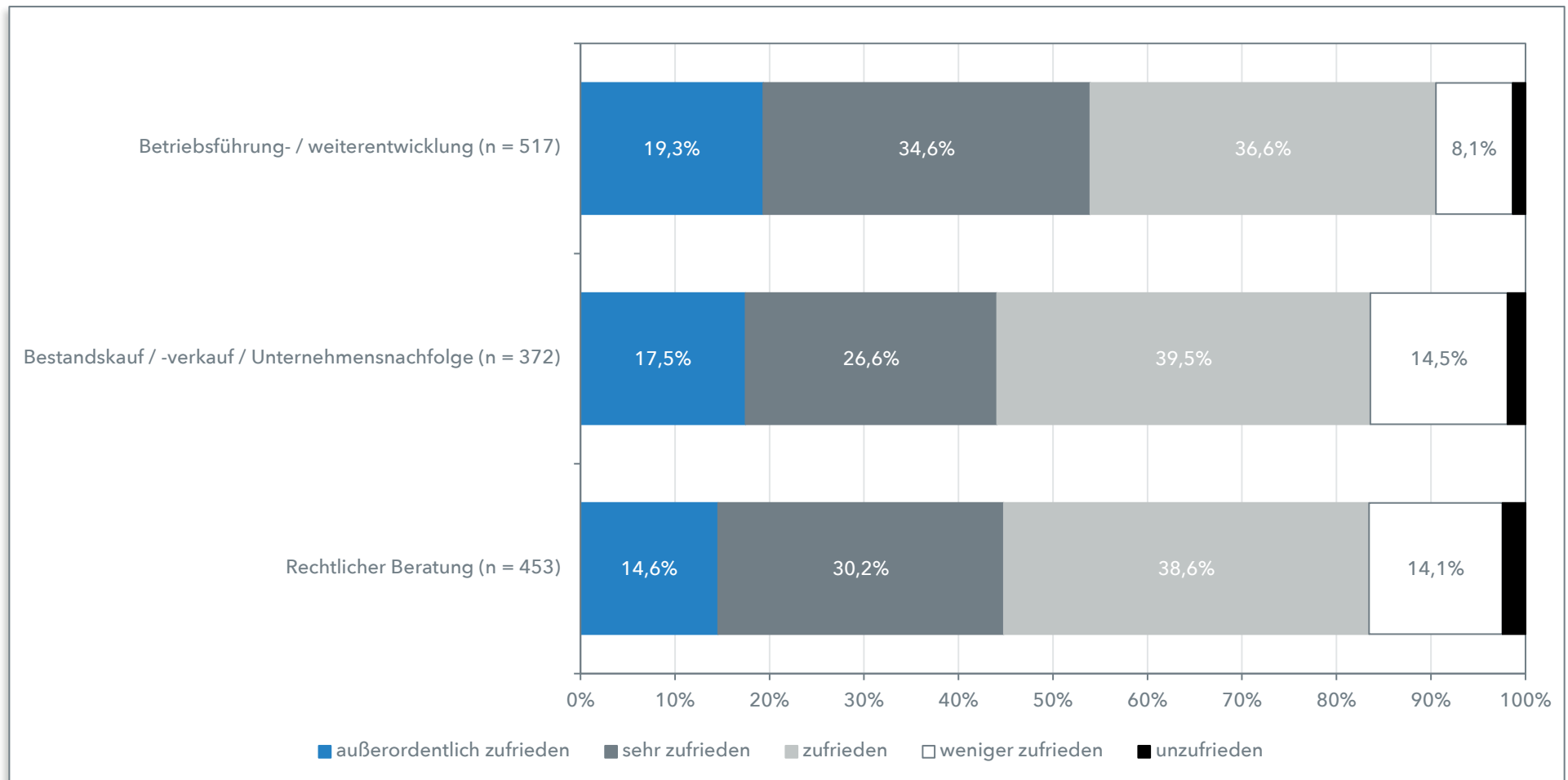


Summe aus den Antworten „außerordentlich zufrieden“, „sehr zufrieden“ und „zufrieden“

4.3 Erwartungen & Herausforderungen

Herausforderungen für den Maklermarkt

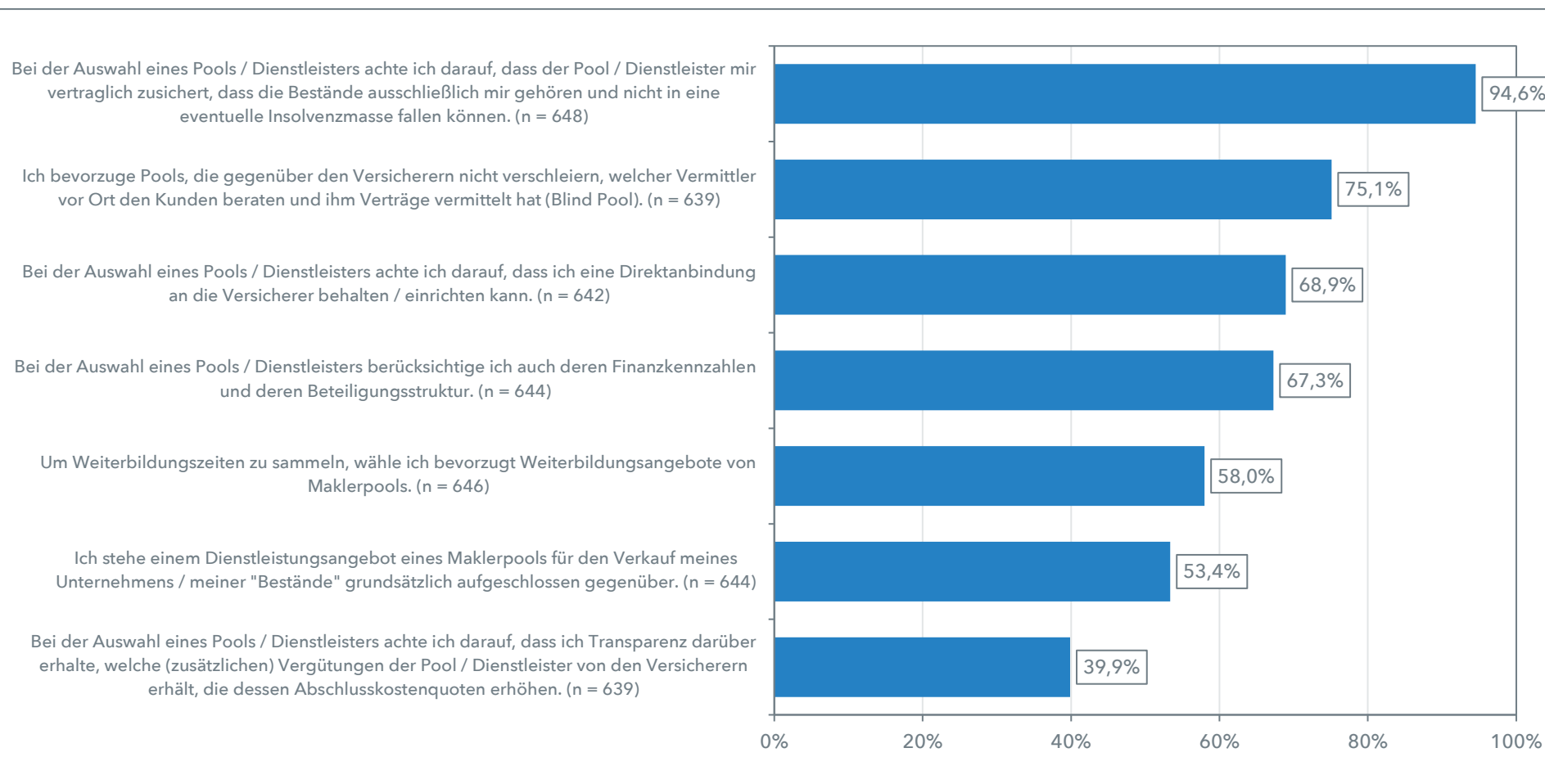
Wie zufrieden sind Sie mit der Unterstützung der Pools / Dienstleister / Haftungs-dächer / Verbände hinsichtlich ...?



4.3 Erwartungen & Herausforderungen

Einstellung

Inwiefern stimmen Sie folgenden Aussagen zu?

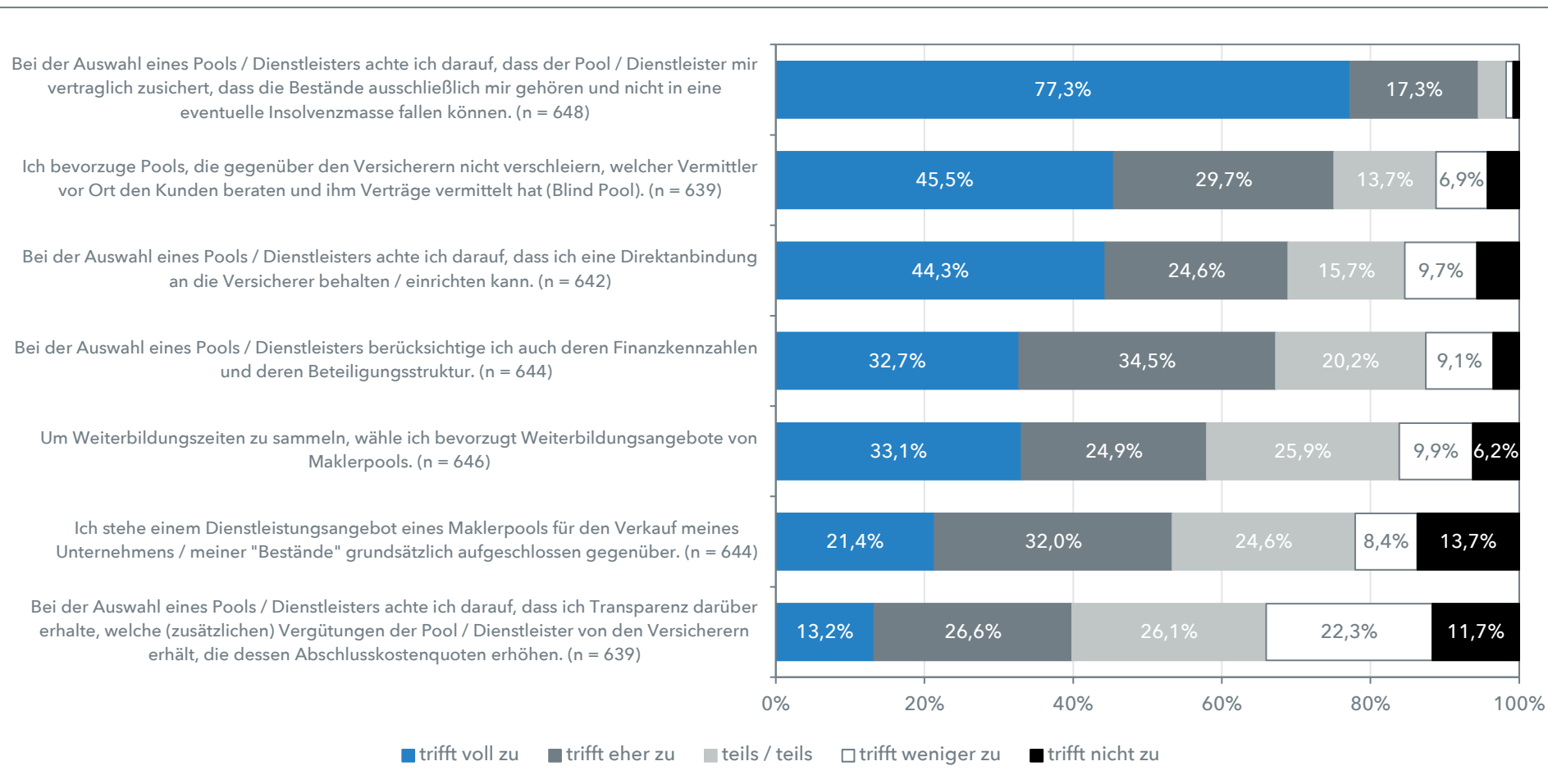


Summe aus den Antworten „trifft voll zu“ und „trifft eher zu“

4.3 Erwartungen & Herausforderungen

Einstellung

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 (25. – 27. Oktober 2022).
- **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. 1.800 Studierenden (mit Kooperationen ca. 2.200) ist der Fachbereich Wirtschaft der größte der insgesamt 7 Fachbereiche der Fachhochschule Dortmund.

Zurzeit werden sieben Bachelor-Studiengänge, davon einer dual, und vier Masterstudiengänge, davon einer als Verbundstudium, angeboten.

- **Bachelorstudiengang Versicherungswirtschaft dual (B. A.):**
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)
- **Masterstudiengang Risk & Finance (M. Sc.)**
(4 Semester, 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 Verschlanung 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 2022

- | | |
|--|-------------|
| <input type="checkbox"/> Private Kranken- & Pflegeversicherung (Februar) | (2.250 EUR) |
| <input type="checkbox"/> Pools und Dienstleister (März) | (2.250 EUR) |
| <input type="checkbox"/> Private Kfz- & Flottenversicherung (April) | (2.250 EUR) |
| <input type="checkbox"/> BU/Arbeitskraftabsicherung (Mai) | (2.250 EUR) |
| <input type="checkbox"/> Betriebliche Altersversorgung (Juni) | (2.250 EUR) |
| <input type="checkbox"/> Privates Schaden-/Unfallgeschäft (Juli) | (2.250 EUR) |
| <input type="checkbox"/> Gewerbliches Schaden-/Unfallgeschäft (August) | (2.250 EUR) |
| <input type="checkbox"/> Private Vorsorge (Oktober) | (2.250 EUR) |
| <input type="checkbox"/> Maklerservice (November) | |
| <input type="checkbox"/> 1 Bereich* _____ | (2.250 EUR) |
| <input type="checkbox"/> 4 Bereiche | (3.000 EUR) |
| <input type="checkbox"/> inkl. Konzernlizenz / Subsample-Analyse (Competitive Benchmark)** | (+ 750 EUR) |

AssCompact TRENDS 2022

- | | |
|---|---------------|
| <input type="checkbox"/> Ausgabe I (März) | (1.300 EUR) |
| <input type="checkbox"/> Ausgabe II (Juni) | (1.300 EUR) |
| <input type="checkbox"/> Ausgabe III (September) | (1.300 EUR) |
| <input type="checkbox"/> Ausgabe IV (Dezember) | (1.300 EUR) |
| <input type="checkbox"/> inkl. Konzernlizenz | (+ 500 EUR) |
| <hr/> | |
| <input type="checkbox"/> Abonnement*** (25% Rabatt) | (3.900 EUR) |
| <input type="checkbox"/> inkl. Konzernlizenz*** | (+ 1.000 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 _____