

Maklervertrieb: bAV-Geschäft erholt sich

Im Firmenkundenbereich ist im dritten Quartal 2013 einzig bei der Sparte der betrieblichen Altersvorsorge (bAV) eine wachsende Absatzentwicklung zu verzeichnen. Ein knappes Drittel der Firmenkunden-Makler vertreibt weiter „häufig“ oder sogar „sehr häufig“ bAV-Produkte. Dagegen sinkt die Bedeutung von Produkten der privaten Altersvorsorge (pAV) weiter.

Im Firmenkundenbereich ist im dritten Quartal 2013 einzig bei der Sparte der betrieblichen Altersvorsorge (bAV) eine wachsende Absatzentwicklung zu verzeichnen. Ein knappes Drittel der Firmenkunden-Makler vertreibt weiter „häufig“ oder sogar „sehr häufig“ bAV-Produkte. Dagegen sinkt die Bedeutung von Produkten der privaten Altersvorsorge (pAV) weiter. Dies ist das Ergebnis des umfangreichen Vertiefungsthemas „Betriebliche Altersvorsorge“ der Studie „Makler-Absatzbarometer“ des Kölner Marktforschungs- und Beratungsinstituts YouGov. Für die Studie wurden im September 2013 bundesweit 258 unabhängige Finanz- oder Versicherungsvermittler befragt.

Bei Betrachtung der verschiedenen Durchführungswege haben die Makler bAV-Produkte in den letzten zwölf Monaten mit großem Abstand zumeist als Direktversicherung verkauft. Am seltensten erfolgte der bAV-Vertrieb in Form von Pensionsfonds. Am häufigsten wurden Direktversicherungen von Allianz, Alte Leipziger, Swiss Life und Volkswohlfund (in alphabetischer Reihenfolge) von den Maklern empfohlen oder vermittelt. „Nach wie vor klafft bei kleinen und mittelständischen Unternehmen eine bAV-Lücke. Versicherungsmakler können sich bei mehr Unterstützung durch Spezialisten der Versicherer vorstellen, diese durch eine größere Präsenz in den Unternehmen zu schließen“, weiß Dr. Oliver Gaedeke, Vorstand und Leiter der Finanzmarktforschung bei YouGov.

Im Gegensatz zu der betrieblichen Altersvorsorge ist der Vertrieb bei der privaten Altersvorsorge (pAV) von klassischen und auch fondsgebundenen Produkten seit den letzten zwei Jahren stark rückläufig. Dabei werden den Kunden von ihren Maklern fondsgebundene pAV-Produkte insbesondere mit Garantien (z. B. Variable Annuities) am häufigsten empfohlen.

Im aktuellen Makler-Absatzbarometer werden neben allgemeinen Einstellungen zu bAV-Produkten auch die Vertriebsansätze der Firmenkunden-Makler sowie die Zusammenarbeit mit den Arbeitgebern und -nehmern untersucht. Ebenfalls liefert die Studie Maklereinschätzungen zum Vertrieb, zu Produkten und Finanzierung der betrieblichen Krankenversicherung.

Stimmung im Makler-Vertrieb weiter kritisch

Die Absatzstimmung bleibt auch im dritten Quartal äußerst kritisch. Sowohl im Privatkunden- als auch Firmenkundengeschäft wird die Absatzentwicklung so zurückhaltend wie seit Jahren nicht gesehen.

Mit 55 Punkten fällt der Absatzindex im Privatkundengeschäft um weitere drei Punkte (Range von 0-100, Expansionsschwelle = 50) im Vergleich zum zweiten Quartal 2013. Der Rückgang lässt sich zum einen mit der schwachen Entwicklung in der Lebenssparte begründen, zum anderen verliert insbesondere die Berufsunfähigkeitsversicherung an Boden. Im Firmenkundenbereich verliert der Absatzindex vier Punkte und liegt bei aktuell 53 Indexpunkten. Hier ist die Nachfrage insbesondere bei Sachversicherungen sowie den Kreditversicherungen schwächer geworden.

Über das YouGov MaklerPanel:

Das MaklerPanel bietet Zugang zur Zielgruppe der unabhängigen Finanz- und Versicherungsmakler zu Marktforschungszwecken. Die registrierten Makler nehmen regelmäßig an Online-Befragungen des Makler-Absatzbarometers teil. Über diese Plattform haben Makler die Möglichkeit, als registriertes Mitglied durch die Teilnahme an Umfragen ihre Meinung zu verschiedenen branchenrelevanten Themen abzugeben.

Hier geht es zur Anmeldung für Versicherungs- und Finanzmakler:

<http://maklerpanel.yougov.de>

Weitere Informationen zur Studie finden Sie unter:

<http://research.yougov.de/services/makler-absatzbarometer/>

Pressekontakt:

Nikolas Buckstegen

- Manager PR -

Telefon: 0221 / 420 61 - 444

E-Mail: presse@yougov.de

Kontakt zur Studienleitung:

Peter Mannott

- Consultant -

Telefon: 0221 / 420 61 - 370

E-Mail: peter.mannott@yougov.de

Unternehmen:

YouGov Deutschland AG

Gustav - Heinemann - Ufer 72

50968 Köln

Über YouGov Deutschland AG:

YouGov ist ein im Jahr 2000 gegründetes, börsennotiertes Marktforschungsinstitut und einer der Pioniere im Einsatz von Online-Erhebungen zur Bereitstellung hochwertiger Daten in den Feldern Markt- und Sozialforschung. Neben dem Hauptsitz in London umfasst die weltweite YouGov-Gruppe u.a. Standorte in den USA, Skandinavien, Deutschland und dem Nahen Osten. YouGov ist ausgewiesener Spezialist für die Erforschung der Finanzdienstleistungs- und Versicherungsmärkte. Zahlreiche Unternehmen vertrauen seit vielen Jahren auf unsere Leistungen und unsere Erfahrung. YouGov liefert die relevanten Informationen rund um Marken, Produkte, Zielgruppen und Servicequalität und damit hochwertiges Entscheidungswissen für die Strategieentwicklung und die Optimierung von Marketing und Vertrieb. Individuelle Ad-Hoc-Studien werden ergänzt durch zahlreiche, zum Teil langjährige Monitorings im Privat- und Gewerbekundenmarkt, Image- und Werbetrackings, Vertriebspartner-befragungen und kontinuierliche Studien zu Produktinnovationen. Wir verzahnen unsere fundierten wirtschaftspsychologischen Analysen zudem mit onlinebasiertem Realtime Research für tägliche Informationen „in Echtzeit“.

Weitere Informationen finden Sie unter www.research.yougov.de

