

psychonomics Studie

---

# Erfolgsfaktoren im Bausparkassen-Außendienst 2008

Zufriedenheit, Bindung und Effizienz im Vertrieb  
der größten deutschen Bausparkassen

**inklusive der Highlight-Themen**

Personalentwicklung  
Karrierperspektiven und Anreizsysteme



**Axel Stempel**

Axel.Stempel@psychonomics.de  
T +49 (0) 221 42061-327  
Senior Projektmanager

Köln im Juni 2008

**psychonomics AG**



## Zielsetzung der Studie

Welchen Nutzen hat eine Benchmarkbefragung Ihrer Vertriebspartner?

### psychonomics-Studien im FDL-Markt zeigen: Vertriebspartnerorientierung wirkt!

**Maklerbefragungen:** Hohe Zusammenhänge zwischen Zufriedenheit und Ausbau/Reduktion der Geschäftsbeziehung

**Befragungen im Ausschließlichkeitsvertrieb:** Hoher Zusammenhang von Zufriedenheit und Bindung und deutlicher Zusammenhang zwischen Zufriedenheit und Unternehmenswachstum



### Die Studie bietet Ihnen Antworten auf die folgenden Fragen

- Wie zufrieden sind Ihre Außendienstler im Vergleich zu anderen Gesellschaften?
- Wie werden die eigenen Produkte beurteilt, wie die Produkte der Produktpartner?
- Wie werden einzelne Bereiche wie Innendienstleistungen, Vermittlerunterstützung und Schulungen, Kundenserviceleistungen und Image oder Prozesse und IT-Lösungen wahrgenommen?
- Wie kann die Zufriedenheit und Bindung von Vermittlern erhöht werden? In welchen Bereichen gibt es Optimierungspotenziale?
- Wie effizient sind die Vermittler: Wie viele Beratungstermine werden realisiert? Wie viele Produkte werden in den verschiedenen Sparten abgeschlossen?
- Sind die Vermittler erfolgreich im Cross-Selling?
- Wie punkten die Vermittler bei Kunden? Welche Vertriebsunterstützung wird benötigt?
- Wie entwickelt sich die Zufriedenheit der Vermittler im Zeitverlauf? Wie wirken bestimmte Maßnahmen?



# Eckdaten zur Untersuchung

## Stichprobe und Methodik

- Ausschließlichkeitsvermittler (§ 84er) / 50 Vermittler pro Gesellschaft
- Zufallsauswahl je Gesellschaft aus psychonomics Einfirmenvermittler-Datenbank
- Standardisierte Telefoninterviews (CATI), ca. 20 Minuten

## Standardmäßig untersuchte Gesellschaften

1. BHW/Postbank
2. LBS (überregional)
3. Schwäbisch Hall
4. Wüstenrot

## Andere Gesellschaften

- Allen anderen Gesellschaften bieten wir an, im Rahmen einer Eigenerhebung die Zufriedenheit und Erwartungshaltung Ihres Außendienstes zu messen und sich gleichzeitig im Benchmark mit den führenden Bausparkassen Deutschlands zu vergleichen.
- Voraussetzung ist die Bereitstellung von Adressen Ihrer Vermittler (möglichst 3-5-faches Oversampling).

## Zusatzstichproben und Exklusivfragen

- Neben der standardmäßigen Befragung von 50 Vermittlern pro Gesellschaft können kostengünstig Zusatzstichproben und Exklusivfragen für das eigene Haus gebucht werden.
- Zusatzstichproben bieten folgende Vorteile bzw. ermöglichen folgende Analysen:
  - Individuelle Relevanzanalysen für das eigene Haus
  - Differenzierung der Ergebnisse nach verschiedenen Zielgruppen (Vermittlerklassifizierung, Vertriebsgebiete, Funktionen,...)
  - Messung der Erwartungshaltung unterschiedlicher Zielgruppen
- Mit Exklusivfragen können Sie kostengünstig im Rahmen dieser Studie aktuelle hausspezifische Themen abfragen.





# Untersuchte Leistungsbereiche und Vertriebsselemente

Zeitreihen seit 2005 darstellbar

## Basisfragen (in jeder Befragungswelle gleichbleibend)

### 1. Vertreterbindung

- Gesamtzufriedenheit
- Passive Bindung (Treue, Abwanderungsüberlegungen)
- Aktive Bindung (spezifischer Vorteil des Versicherers, Weiterempfehlung unter Vertreterkollegen)

### 2. Produktbeurteilung

- Qualität und Höhe Guthabenzinsen von Bausparprodukten
- Qualität und Höhe Darlehenszinsen von Finanzierungsprod.
- Qualität und Höhe der Verzinsung von Partner-Produkten
  - Leben-, Renten-, Riesterversicherungsprodukte
  - Fonds-Produkte

### 3. Image und Service

- Ruf und Image aus Vertretersicht
- Serviceleistungen gegenüber Kunden
- Produkt- und Unternehmensbroschüren
- Zuteilung bzw. Auszahlung

### 4. Vertreterunterstützung und -betreuung

- Vertreterunterstützung insgesamt
- Qualität des Schulungsangebots
- Entscheidungsfreiheit in der Vermittlertätigkeit
- Nachvollziehbarkeit/ Verständlichkeit Vergütungsabrechnung
- Höhe der Provisionen
- Unterstützung in der Einarbeitungsphase

### 5. Beurteilung des Innendienstes

- Erreichbarkeit
- Schnelligkeit der Policierung
- Schnelligkeit der Bearbeitung von Anliegen
- Einsatzbereitschaft der Mitarbeiter
- Fachkompetenz der Mitarbeiter
- Zuverlässigkeit und Fehlerfreiheit des Innendienstes

### 6. Prozess- und IT-Kompetenz

- Vertrags- und Datenverwaltung
- Angebotssoftware
- Agentur- bzw. Bestandsverwaltungssoftware
- Nutzen der Software für die Kundenberatung

### 7. Vertriebsstrategie, -stil und -erfolg

- Anzahl Beratungstermine pro Woche
- Durchschnittliche Dauer von Kundenberatungen
- Anteil Neukundengeschäft
- Anzahl von Vertragsabschlüssen in verschiedenen Sparten
- Vertriebsstrategie und -stil
  - Neukundenfokussierung, Empfehlungsgeschäft, Produktfokussierung
- Vermittlungserfolg per Selbsteinschätzung
- Anzahl Bestandskunden
- Anzahl hauptberufliche und nebenberufliche Vermittler





# Highlight-Themen

## Highlight-Themen 2008: Personalentwicklung, Karriereperspektiven und Anreizsysteme

### 1. Personalentwicklung

- Qualität der Grundausbildung
- Unterstützung in der Einarbeitungsphase
- Qualität des Weiterbildungsangebots
- Feedbackinstrumente
- Abwicklung organisatorischer Fragen
- Qualität und Anzahl der Schulungs- und Qualifizierungsangebote
  - Produktschulungen
  - Vertriebs- und Verkaufsschulungen
  - IT und Technik

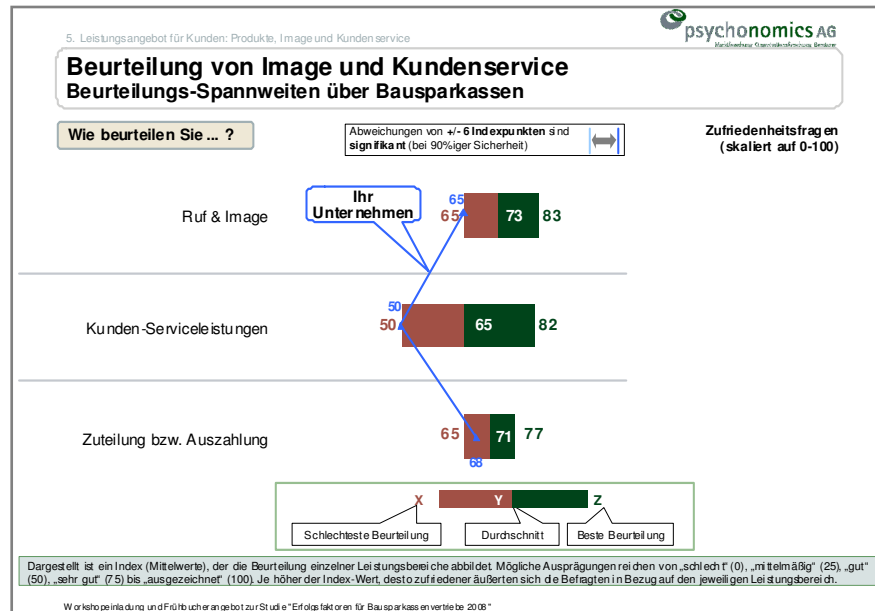
### 2. Karriereperspektiven und Anreizsysteme

- Beurteilung der persönlichen Aufstiegsmöglichkeiten
- Bewertung der Zielvereinbarung hinsichtlich
  - Fairness und Realitätsnähe
  - Nachvollziehbarkeit
  - Motivation
  - Unterstützung der Führungskraft
- Beurteilung der Wettbewerbe und Incentives



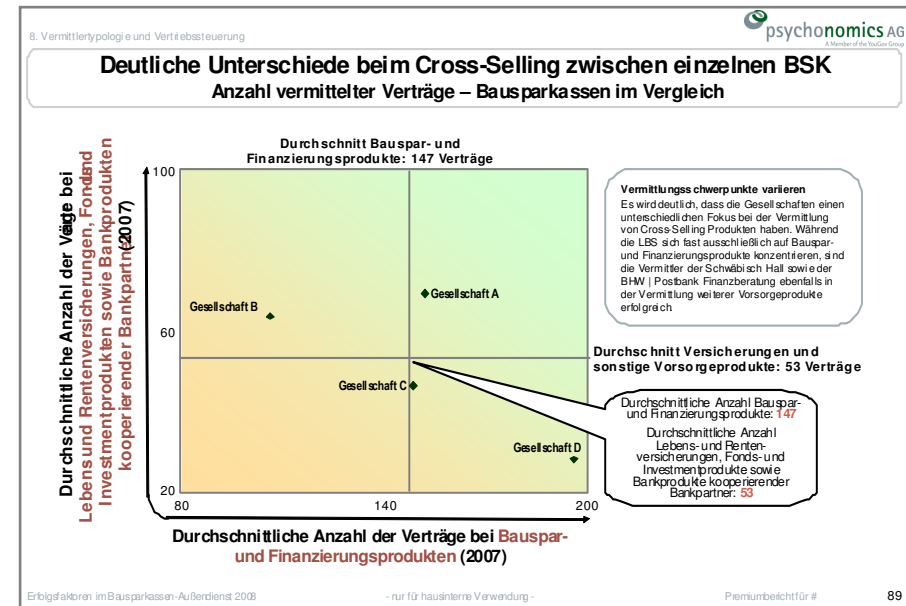


# Auszug aus den Studienergebnissen



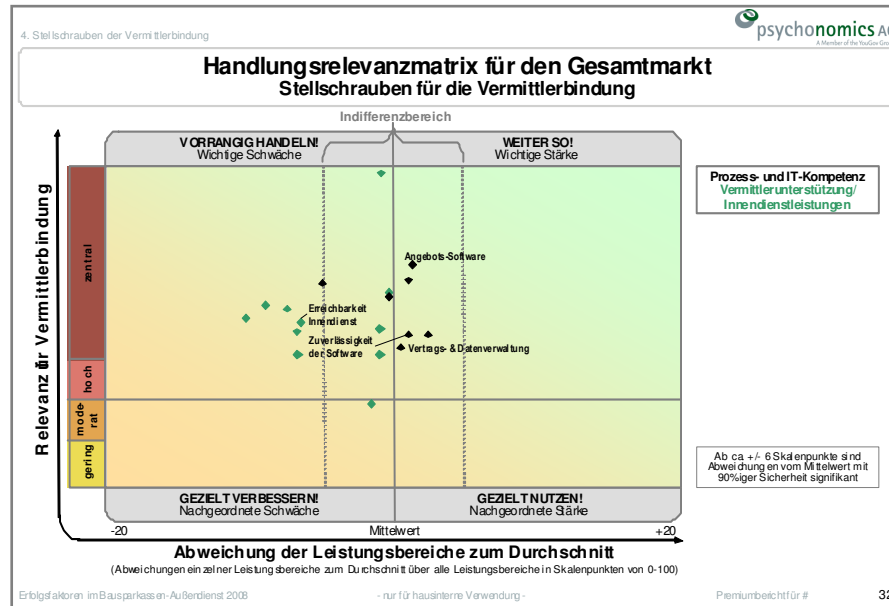
Profilanalysen: Wie sind einzelne Bausparkassen im Markt aus Vermittlersicht positioniert?

Wie erfolgreich sind die einzelnen Vermittler im Vertrieb und im Cross-Selling?



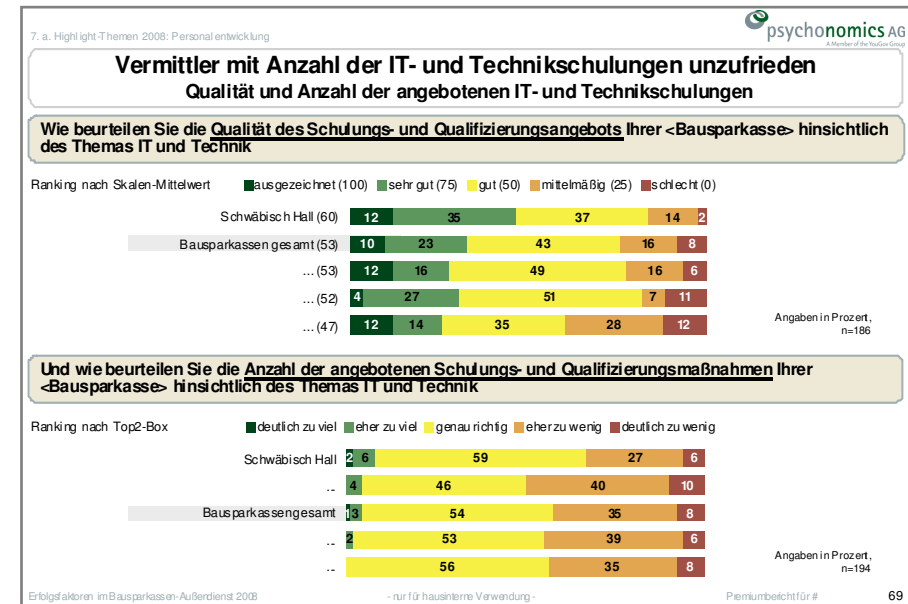


# Auszug aus den Studienergebnissen



Was sind die zentralen Treiber der Vermittlerbindung?  
In welchen Bereichen besteht Handlungsbedarf?

Ranking der Gesellschaften hinsichtlich diverser Leistungsbereiche





# Studienbestellung per FAX an psychonomics: 0221 - 42061-100

z. H. von Herrn Axel Stempel

## Studienbestellung (Preise zuzüglich der gesetzlichen Mehrwertsteuer)

- Studie „Erfolgsfaktoren im Bausparkassen-Außendienst“** 2.990 €  
(Farbdruck, Ringbindung, ca. 140 Seiten)
  
- Studie „Erfolgsfaktoren im Bausparkassen-Außendienst“ inklusive Befragung von 50 Vermittlern des eigenen Außendienstes und Einbindung der Ergebnisse in den Bericht (PPT-Datei, ca. 140 Seiten)** 4.990 €

## Kontaktdaten

Name	Unternehmen	Anschrift
Funktion	Email	Telefon
Ort, Datum	Unterschrift	