

+++ Pressemitteilung vom 27. April 2009 +++

Studie: Makler-Absatzbarometer
Schwerpunktthema „Auswirkungen der Finanzkrise“

Maklervertrieb trotz Krise zuversichtlich

Köln, 27. April 2009. Viele Versicherungs- und Finanzmakler in Deutschland klagen über Umsatzeinbußen im ersten Quartal 2009. Betroffen sind vor allem der Vertrieb von Finanzprodukten sowie Rentenversicherungen. Zwei von drei Maklern (63 Prozent) führen die rückläufige Geschäftsentwicklung unmittelbar auf die Finanzkrise zurück; jeder zweite erwartet zudem anhaltende Risiken.

Dennoch: Die meisten Makler sind überzeugt, in der Krise vergleichsweise deutlich besser bestehen zu können als ihre Vertriebskonkurrenz sowie die Produktgeber. Nahezu die Hälfte der Makler erwartet für 2009 im Vergleich zum Vorjahr sogar ein moderates Wachstum sowohl im Privat- als auch im Firmenkundengeschäft. Dies zeigt die aktuelle Ausgabe des vierteljährlichen "Makler-Absatzbarometer" des Marktforschungs- und Beratungsinstituts YouGovPsychonomics AG zur allgemeinen Absatzentwicklung und dem Schwerpunktthema „Auswirkungen der Finanzkrise im Maklervertrieb“. Bundesweit wurden mehr als 200 hauptberufliche Versicherungs- und Finanzmakler aus großen und kleineren Maklerbüros ausführlich zu den aktuellen und zukünftigen Marktentwicklungen befragt.

Kunden suchen verstärkt nach Sicherheit

Auf Kundenseite beobachten die Makler ein deutlich verstärktes Sicherheitsbedürfnis: Zwei Drittel der Nachfrager erkundigen sich demnach häufiger als noch vor Beginn der Finanzkrise nach der Sicherheit bestehender Verträge sowie der Bonität der Produktgeber. Zudem spielen Fragen nach der Ertragssituation und den Möglichkeiten der Umschichtung eine stärkere Rolle als üblich. Eine regelrechte „Kündigungswelle“ droht der Branche aus Maklersicht aber nicht: Lediglich jeder fünfte Vermittler gibt an, dass die Kunden sich häufiger nach den Stornobedingungen erkundigen. Gleichzeitig scheut sich derzeit aber jeder vierte Kunde vor dem Abschluss längerfristiger Verträge.

Sollten Sie die in dieser Pressemitteilung enthaltenen Informationen für Ihre Berichterstattung verwenden, bitten wir Sie um ein Belegexemplar.

Kundenkommunikation entscheidend

Ein Drittel der Makler will den negativen Auswirkungen der Finanzkrise mit einem erhöhtem Marketingaufwand und einer verstärkten Informations- und Aufklärungsarbeit begegnen. Im Umgang mit den besorgten Kunden fühlt sich allerdings jeder Zweite von den Versicherern eher im Stich gelassen. Erwartet werden vor allem eine größere Offenheit und Transparenz hinsichtlich der wirtschaftlichen Gesamtsituation der Unternehmen sowie entsprechendes Informationsmaterial, das auch in der unmittelbaren Kundenkommunikation eingesetzt werden kann. Gleichwohl wird der Versicherungswirtschaft als Ganzes eine deutlich stabilere Lage in der Krise als den Banken zugesprochen.

„Sicherheit ist derzeit das beherrschende Thema im Markt. Nur wer seinen Kunden das notwendige Vertrauen vermitteln kann, stößt überhaupt auf offene Ohren. Gerade jetzt zahlen sich der Aufbau stabiler persönlicher Kundenbeziehungen sowie eine überzeugende, mit den Vertriebspartnern abgestimmte Kommunikation unmittelbar aus“, erläutert Studienleiter Gunter Ellers.

Absatzindex: Tief im Privatkundengeschäft - Firmenkundengeschäft vergleichsweise stabil

Der vierteljährlich im Rahmen des Makler-Absatzbarometer erhobene „Makler-Absatzindex“ lag für das erste Quartal 2009 im Privatkundengeschäft mit nur noch plus 2 Indexpunkten unter dem Niveau des Vorquartals (+11) sowie sehr deutlich unter dem Niveau des Vergleichszeitraumes der Vorjahre (2008: +18; 2007: +27 Prozent; Wertbereich von minus 100 für stark abnehmend bis plus 100 für stark wachsend). Damit fällt der Absatzindex für Finanz- und Versicherungsprodukte im Maklervertrieb auf ein neues „historisches“ Tief. Deutlich im Abschwung befinden sich derzeit vor allem die Nachfrage nach Finanzprodukten sowie die Sparte Leben und Rente. Auf Produktebene müssen nahezu alle Rentenversicherungsprodukte Einbußen hinnehmen, vor allem die fondsgebundenen.

Im Bereich Leben können Berufsunfähigkeits- und Risikolebensversicherungen, sowohl im Vergleich zum Vorquartal als auch im Vergleich zum Vorjahr, gegen den Trend zulegen. Im Vergleich zum letzten Quartal hat sich in der Kranken-Sparte vor allem die Nachfrage nach privaten Krankenvollversicherungen abgeschwächt, während Krankenzusatzversicherungen wieder deutlich häufiger nachgefragt werden.

Für das Firmenkundengeschäft verzeichnet der Indikator der Nachfrageentwicklung im Maklervertrieb mit plus 17 Punkten gegenüber dem lebhaften Vorquartal (+25) zwar ebenfalls Schwächen, liegt aber noch nah am Niveau des Vorjahreszeitraums (+20). Damit zeigt sich das Firmenkundengeschäft insgesamt krisenfester als das Privatkundengeschäft; im laufenden Quartal erwarten die Makler allerdings auch hier einen Nachfragerückgang in allen Produktparten.

Jeder zweite Makler bleibt für 2009 optimistisch

Für das gesamte Geschäftsjahr 2009 erwartet trotz Finanzkrise weiterhin jeder zweite Privatkunden-Makler im Vergleich zum Vorjahr eine positive, moderat anziehende Geschäftsentwicklung. Knapp jeder Vierte (23 Prozent; Vorquartal: 18 Prozent) geht hingegen von rückläufigen Umsätzen im Privatkundengeschäft aus. Der Rest erwartet immerhin eine stabile Umsatzentwicklung. Im Firmenkundengeschäft hat sich die Zahl der Optimisten von 62 Prozent auf 48 Prozent verringert. Von einer tatsächlich negativen Geschäftsentwicklung geht aber nur jeder fünfte Firmenkundenmakler (19 Prozent) aus (Vorquartal: 13 Prozent). Das Monstrum „Finanzkrise“ bleibt jedoch auch hier hartnäckig.

Risiko oder Chance? – Auch eine Typfrage!

Verstärkt Risiken für das Privatkundengeschäft sieht der Maklertypus der „Spezialisten“, die „Analytiker“ bleiben hingegen „cool“ und sehen deutlich häufiger Chancen für das laufende Geschäftsjahr. Im Firmenkundengeschäft sind es insbesondere die „Allroundversorger“ und die „Gesetzten“, die um ihr eigenes Geschäft fürchten. Der Maklertyp „Verkäufer“ zeigt sich derweil gespalten: Im Privatkundengeschäft zählt er zu den größten Skeptikern, im Firmenkundengeschäft steht er an der Spitze der Optimisten.

Studienleitung:

Gunter Ellers / gunter.ellers@psychonomics.de / +49 (0)221 42061-343

+++ +++ +++

Über „Makler-Absatzbarometer“:

Das komplette rund 80-seitige „Makler-Absatzbarometer“ (Ausgabe I/2009) mit den Ergebnissen zur aktuellen Absatzentwicklung im Maklervertrieb (differenziert nach sechs Sparten im Privatkundengeschäft bzw. fünf Sparten im Firmenkundengeschäft und insgesamt 41 Produkten), sowie die ausführlichen Ergebnisse zum Vertiefungsthema „Auswirkungen der Finanzmarktkrise im Maklervertrieb“, ist als Einzelstudie oder im Rahmen eines vergünstigten Jahresabos über die YouGovPsychonomics AG erhältlich.

Das kommende „Makler-Absatzbarometer“ erscheint im Juli 2009. Interessierte Versicherer und Finanzdienstleister haben fortlaufend die Möglichkeit, exklusive Zusatzfragen in der vierteljährlichen Maklerumfrage von YouGovPsychonomics zu schalten.

Weitere Info (pdf) zum Makler-Absatzbarometer:

www.psychonomics.de/downloads/makler_absatzbarometer_und_panel.pdf

Über YouGovPsychonomics:

YouGovPsychonomics ist ein Marktforschungsinstitut mit Hauptsitz in Köln und Niederlassungen in Berlin, Wien und Klagenfurt. Als Teil der weltweiten YouGov-Gruppe mit derzeit 16 Niederlassungen in zwölf Ländern bietet YouGovPsychonomics hochqualifizierte Markt- und Organisationsforschung.

Pressekontakt

Kommunikations- und Pressebüro
Ansgar Metz
Haselbergstr. 19
D-50931 Köln
T +49 (0)177-295 3800
E-Mail: ansgar.metz@email.de

Sollten Sie die in dieser Pressemitteilung enthaltenen Informationen für Ihre Berichterstattung verwenden, bitten wir Sie um ein Belegexemplar.