

Versicherungsprodukte der Zukunft: Makler wollen Flexibilität - Studie „Mehrwerte für Makler schaffen 2014“

Geht es um grundlegende Wünsche der unabhängigen Finanz- und Versicherungsmakler in Deutschland bezüglich der Entwicklung von Versicherungsprodukten, so sind ihnen Flexibilität, Individualisierung, Einfachheit und Transparenz am wichtigsten.

Geht es um grundlegende Wünsche der unabhängigen Finanz- und Versicherungsmakler in Deutschland bezüglich der Entwicklung von Versicherungsprodukten, so sind ihnen Flexibilität, Individualisierung, Einfachheit und Transparenz am wichtigsten. Die Zukunftsvorstellungen der Makler sind damit an die aktuellen gesellschaftlichen Trends gekoppelt, die sich in vielen Branchen auf Produkt- und Service-Designs niederschlagen. Dies zeigen die Ergebnisse der Studie [„Mehrwerte für Makler schaffen 2014 - Digitalisierung des Maklervertriebs“](#) des Marktforschungs- und Beratungsinstituts YouGov in Zusammenarbeit mit der adesso AG.

Insgesamt wirkt sich die gesteigerte Kundenorientierung in der Entwicklung von Versicherungsprodukten sehr positiv auf den Versicherungsvertrieb aus. Dabei ist das Thema Flexibilität von Ein- und Auszahlungsmodalitäten im Bereich Leben und Altersvorsorge aus Sicht der Makler besonders wichtig, vor allem für die Gewinnung junger Kunden. Ein noch lösungsorientierterer Beratungsansatz wird auch durch Produkt-Module und spartenübergreifende Gesamtlösungen möglich. Sie helfen bei der bedarfsgerechten Erstellung von Angeboten. Starre Bündel werden dagegen von den Maklern abgelehnt. Automatische Tarif-Updates an gesetzliche Veränderungen oder anbieterspezifische Erweiterungen sind darüber hinaus den Maklern ebenfalls wichtig. Die Bedürfnisse nach Transparenz und Sicherheit von Kunden und Maklern werden besonders durch eine All-Risk-Deckung erfüllt. Aus Maklersicht sollten diese Angebote weiter ausgedehnt werden.

„Bei Produkt-Modulen sollten die Einfachheit und die Transparenz nicht leiden. Daher sind besonders intelligente IT-Lösungen gefordert, die eine schnelle individuelle Berechnung und Policierung ermöglichen“, weiß Burkhard Herold, Bereichsleiter Consulting Insurance bei adesso.

Alles in allem loben die Makler die stetige Verbesserung und Weiterentwicklung der Produkte, das breite Produktangebot sowie die gute Produktqualität. Kritik wird besonders an der hohen Komplexität und mangelnden Transparenz der Versicherungsprodukte geübt, besonders im Bereich der privaten Krankenversicherungen.

Die rund 100-seitige Trendstudie [„Mehrwerte für Makler schaffen 2014 - Digitalisierung des Maklervertriebs“](#) beinhaltet Detailergebnisse zum aktuellen Stand der Zusammenarbeit zwischen Versicherungswirtschaft und freien Maklerbüros sowie zu den Themen Online-Beratungstools, Anforderungen an die Zusammenarbeit, Kommunikation, Maklerportale und Maklerpools. Für die Studie wurde ein repräsentativer Querschnitt freier Makler mittels qualitativer Interviews und Online- sowie Offline-Gruppendiskussionen ausführlich zum aktuellen Stand und zu den Zukunftsperspektiven der Zusammenarbeit mit der Versicherungswirtschaft befragt.

Zusätzlich werden Best Practices von u. a. folgenden Unternehmen aufgezeigt: Alte Leipziger, aruna, Baden Badener, Canada Life, Cardea Life, Die Continentale, easy Login, FinanzPortal24, Fonds Finanz Maklerservice, Gothaer, Haftpflichtkasse Darmstadt, Helvetia, InterRisk, janitos, KS/AUXILIA, Levelnine, MORGEN & MORGEN, NAFI, VEMA, VHV und VOLKSWOHL BUND.

Weitere Informationen zur Studie finden Sie unter: <http://research.yougov.de/services/mehrwerte-fur-makler-schaffen/>

Pressekontakt:

Nikolas Buckstegen

- Manager PR -

Telefon: 0221 / 420 61 - 444

E-Mail: presse@yougov.de

Kontakt zur Studienleitung:

Dr. Oliver Gaedeke

- Vorstand und Leiter Finanzmarktforschung -

Telefon: 0221 / 420 61 - 364

E-Mail: oliver.gaedeke@yougov.de

Unternehmen:

YouGov Deutschland AG

Gustav - Heinemann - Ufer 72

50968 Köln

Internet: www.yougov.de

Über YouGov Deutschland AG:

YouGov ist ein 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

yougov