

Versicherungsstudie: Makler vergrößern Abstand zu Strukturvertrieben

Die Zusammenarbeit mit Maklern steht bei deutschen Versicherern hoch im Kurs. 91 Prozent der Personenversicherer sowie 83 Prozent der Schadenversicherer planen, ihre Maklerkooperationen bis 2014 auszubauen.

Die Zusammenarbeit mit Maklern steht bei deutschen Versicherern hoch im Kurs. 91 Prozent der Personenversicherer sowie 83 Prozent der Schadenversicherer planen, ihre Maklerkooperationen bis 2014 auszubauen. Im Gegenzug verlieren die Strukturvertriebe als Partner für die Assekuranz weiter an Boden. Nur 36 Prozent der Versicherer wollen entsprechende Vertriebskooperationen mittelfristig forcieren. Vor drei Jahren lag die Bereitschaft noch bei 47 Prozent. Zu diesem Ergebnis kommt der aktuelle "Branchenkompass 2011 Versicherungen" von Steria Mummert Consulting in Zusammenarbeit mit dem F.A.Z.-Institut.

Als größter Wachstumstreiber für Maklerkooperationen erweist sich die Einschätzung vieler Versicherer, dass sich deren Vertriebsmodell am ehesten mit dem Trend zu einer unabhängigen, allein dem Kunden verpflichteten Beratung verbinden lässt. Damit profitieren die Makler von den Schwächen anderer Finanzpartner. So hatten vor allem die pyramidal aufgebauten Strukturvertriebe in den vergangenen Jahren mit imagebedingten Absatzproblemen zu kämpfen. Aktuell plant nur noch jeder zweite Personenversicherer und knapp jeder vierte Schadenversicherer eine mittelfristige Kooperation mit Strukturvertrieben. Im Partnerranking bilden die Strukturvertriebe daher, wie schon 2008, das Schlusslicht - hinter Kapitalanlagegesellschaften.

Neben Maklern setzen die Versicherer zudem verstärkt auf Kooperationsmöglichkeiten mit Wettbewerbern aus der eigenen Branche. So stieg das Interesse an Vertriebspartnerschaften mit anderen Versicherern im Vergleich zu 2008 um fünf Prozentpunkte auf aktuell 71 Prozent. Vor allem Industriever sicherer haben ein überdurchschnittlich großes Interesse (74 Prozent) an diesen Partnerschaften. Ziel ist, wachsende Schadenrisiken auf mehrere Schultern zu verteilen. Dies äußert sich darin, dass manche Industriever sicherer eigene Leistungen von anderen Anbietern vertreiben lassen oder umgekehrt fremde Leistungen einkaufen.

Banken und Kapitalanlagegesellschaften müssen dagegen mit einer abnehmenden Kooperationsbereitschaft auf Seiten der Versicherer rechnen. Allerdings stellen Banken für Lebens- und Krankenversicherungen nach wie vor einen wichtigen Vertriebskanal dar. Anders sieht es mit der Relevanz der Kreditinstitute für die befragten Schadenversicherer aus, die sich lieber auf Makler stützen.

Ein ähnlich zweigeteiltes Bild zeigt sich im Hinblick auf den Vertrieb über Kapitalanlagegesellschaften. Bei den meisten Versicherern plant jeweils nur eine Minderheit Kooperationen mit Kapitalanlagegesellschaften. Eine Ausnahme bilden hier nur die Personenversicherer. Diese sind an einer Zusammenarbeit auf Vertriebsebene interessiert.

Hintergrundinformationen

Im April und Mai 2011 befragte das Marktforschungsinstitut forsa im Auftrag von Steria Mummert Consulting und dem F.A.Z.-Institut 100 Führungskräfte aus 100 der größten Versicherungsgesellschaften in Deutschland über ihre Investitionsziele und Geschäftspolitik bis 2014. Die Topentscheider repräsentieren die wichtigsten Sparten der Personen- und Schadenversicherung: Leben, Kranken, Kfz, Haftpflicht, Industrie/Gewerbe und sonstige Sachversicherungen. forsa führte die Befragung in Telefoninterviews nach der Methode des Computer Assisted Telephone Interview (CATI) durch.

InfoGrafik_klein

Pressekontakt:

Steria Mummert Consulting

Birgit Eckmüller

Tel.: +49 (0) 40 22703-5219

E-Mail: birgit.eckmueller@steria-mummert.de

Faktenkontor

Jörg Forthmann

Tel.: +49 (0) 40 253 185-111

E-Mail: joerg.forthmann@faktenkontor.de

steria