

Maklerbefragung zur Weiterbildung: Maklerakademien werden weiterhin am besten bewertet

Finanzmarktstudie „MaklerAbsatzbarometer I/2016“ - Die von Finanz- und Versicherungsmaklern am häufigsten genutzten Anbieter von Weiterbildungsmaßnahmen sind auch in diesem Jahr nach wie vor Versicherungsgesellschaften und Maklerpools. 45 Prozent der Makler geben an, erstere „sehr häufig“ oder „häufig“ zu Weiterbildungszwecken zu nutzen (2014: 43 Prozent), bei Maklerpools sind es 42 Prozent (2014: 34 Prozent).

Maklerakademien stehen bei der Nutzungshäufigkeit zwar nur an vierter Stelle, schneiden bei der Beurteilung aber wie schon 2014 am besten ab: 45 Prozent der Nutzer beurteilen die fachliche Qualität als „ausgezeichnet“ oder „sehr gut“. Dies geht aus der Studie „[MaklerAbsatzbarometer](#)“ des internationalen Marktforschungs- und Beratungsinstituts YouGov hervor, für die in der aktuellen Erhebungswelle 217 unabhängige Finanz- oder Versicherungsmakler vom 23.03. bis 31.03.2016 repräsentativ befragt wurden.

In Sachen Bekanntheit der verschiedenen Maklerakademien liegt die Deutsche Maklerakademie (DMA) klar vorn und wird von fast jedem zweiten Makler (47 Prozent) genannt. Und auch bei der Nutzung liegt die DMA vorn, gefolgt von der Allianz Maklerakademie.

Wird nach der Nutzungshäufigkeit verschiedener Schulungswege gefragt, so werden gesteuerte online-gestützte Weiterbildungsmaßnahmen, wie etwa Webinare, mittlerweile von mehr als zwei Dritteln der Makler (71 Prozent) mindestens häufig genutzt. Im Gegensatz dazu fällt der Anteil derer, die selbstgesteuerte online-gestützte Weiterbildungsmaßnahmen, wie Lernprogramme, Videos oder Podcasts, mindestens häufig nutzen, mit 21 Prozent erneut weit geringer aus. Bezüglich der Qualität ihrer online-gestützten Weiterbildungsmaßnahmen schneiden Allianz, AXA, CanadaLife und R+V (genannt in alphabetischer Reihenfolge) am besten ab.

Steigender Absatz im Privat- und Firmenkundengeschäft

Wie die aktuelle Erhebung des „[MaklerAbsatzbarometer](#)“ zeigt, hat sich der Absatz des Privatkundengeschäfts im Vergleich zum vierten Quartal 2015 von 59 Indexpunkten (Wertebereich von 0-100, Expansionsschwelle = 50) auf 61 Indexpunkte leicht verbessert. Auf Spartenebene lässt sich im Bereich Finanz-Produkte der stärkste Anstieg im Vergleich zum letzten Quartal beobachten (von 44 auf 52 Indexpunkte).

Der Absatzindex im Firmenkundengeschäft verzeichnet im Vergleich zum letzten Quartal ebenfalls einen Anstieg um 3 Punkte auf nun 62 Indexpunkte. Auf Spartenebene ist nach dem Abfall im letzten Quartal des Vorjahres im bAV-Bereich mit 6 Indexpunkten wieder ein Anstieg zu beobachten. Auch Rechtsschutz-Versicherungsprodukte können hier um 4 Indexpunkte zulegen.

Das „[MaklerAbsatzbarometer](#)“ ist ein vierteljährliches Monitoring des Maklergeschäfts. Das aktuelle Produkthighlight „Weiterbildung“ zeigt neben Themen wie Häufigkeit der Nutzung und Qualitätsbeurteilung von Weiterbildungsangeboten aus Sicht der Makler Optimierungspotenziale auf und gibt Aufschluss über die Wichtigkeit der unterschiedlichen Weiterbildungsinhalte.

Weitere Informationen zur Studie finden Sie unter:

<http://yougov.de/loesungen/reports/studien/makler-absatzbarometer/>

Kontakt zur Studienleitung:

YouGov Deutschland AG

Peter Mannott

Senior Consultant

Tel.: +49 (0) 221 420 61 - 370

E-Mail: peter.mannott@yougov.de

Pressekontakt:

Nikolas Buckstegen

Telefon: 0221 / 420 61 - 444

E-Mail: presse@yougov.de

Unternehmen

YouGov Deutschland AG

Gustav - Heinemann - Ufer 72

50968 Köln

Internet: www.yougov.de

Über YouGov Deutschland AG

Im Jahr 2000 in London gegründet, ist YouGov mittlerweile mit mehr als 28 Standorten in Europa, den USA, im Nahen Osten, Afrika und Asien vertreten. YouGov gilt als Pionier in der Online-Marktforschung und gehört nach Angaben der renommierten American Marketing Association zu den Top 25 Marktforschungsunternehmen der Welt.