

Die beliebtesten **BU-** und **private Vorsorge** Anbieter aus Maklersicht



(ac) Welche Versicherer erfüllen aus Sicht unabhängiger Versicherungsvermittler die Anforderungen marktgerechter Produkte und Services? Eine Antwort darauf geben die AssCompact Awards. Aktuell wurden die Preisträger in den Sparten BU und private Vorsorge ermittelt.

Zusammen mit dem unabhängigen Beratungshaus SMARTcompagnie hat AssCompact unabhängige Versicherungsvermittler zu den Themen Berufsunfähigkeit und private Altersvorsorge befragt. Im Ergebnis wurden nicht nur die beliebtesten Anbieter in den beiden Sparten gekürt, sondern auch entsprechende Marktgegebenheiten und Tendenzen analysiert.

Der AssCompact Award BU

Aus der Perspektive der Vermittler spielt das Thema der Arbeitskraftabsicherung seit einigen Jahren eine immer stärker werdende Rolle im Vertrieb. So rangiert die Berufsunfähigkeitsversicherung in den letzten fünf Jahren regelmäßig unter den Top 3 der beliebtesten Produkte (Neugeschäft) der Vermittler (siehe AssCompact TRENDS 2008 bis 2012). In der vorliegenden Untersuchung zum AssCompact Award 2012 – Berufsunfähigkeitsversicherung wird dies eindrucksvoll bestätigt: 55% der BU-Experten bescheinigen einen sehr deutlichen Ausbau (Umsatz) ihres BU-Geschäftes in den letzten Jahren. Für dieses Jahr rechnet etwa die Hälfte der BU-Experten damit, dass sie sogar mehr BU-Geschäft als im Vorjahr schreiben werden.

Größter Wachstumstreiber innerhalb der BU-Produkte bildet nach Meinung der Vermittler dabei die Selbst-

ständige Berufsunfähigkeitsversicherung. Explizit dieser Form der Arbeitskraftabsicherung werden mit deutlichem Abstand die besten Entwicklungschancen eingeräumt. Dabei bildet auch die direkte Kundenansprache zu den möglichen „finanziellen Folgen der Berufsunfähigkeit“ das Hauptmotiv der Vermittler.

Um aus Produkthanbietersicht in der Gunst dieser Vermittler ganz oben in der Partnerauswahl zu stehen, gibt es, eine Vielzahl von Kriterien aus den Bereichen Unternehmensführung, Produkte und Services zu berücksichtigen. Dabei wägen die Vermittler die Marktrelevanz einzelner Kriterien sehr genau für das BU-Geschäft gegeneinander ab. So zählen beispielsweise das Preis-Leistungs-Verhältnis, die Flexibilität der Produkte und Tarife und die Qualität in der Neugeschäftsabwicklung zu den Begeisterungsfaktoren in der BU-Vorsorge. Marketing-Materialien und Fachinformationen sind ebenfalls wichtig, werden in ihrer Bedeutung als quasi notwendige Mindestvoraussetzung einer Zusammenarbeit in der BU-Vermittlung eingeschätzt (Hygienefaktor). Dies gilt ebenso für Kriterien wie die persönliche Betreuung vor Ort und das Image des Versicherungsunternehmens.

Über alle untersuchten Leistungskriterien flossen so rund 20.000 Einzelstimmen der Vermittler in das

Gesamtergebnis zum AssCompact Award 2012 – BU ein. Top-Anbieter sind jene Gesellschaften, welche auf breiter Linie die Makler mit ihren Leistungen in Vertriebs-, Produkt- und Servicethemen überzeugen konnten.

Die Top-Anbieter in der BU	
1. Platz	ALTE LEIPZIGER
2. Platz	VOLKSWOHL BUND
3. Platz	NÜRNBERGER
4. Platz	Swiss Life
5. Platz	Allianz
6. Platz	HDI-Gerling
7. Platz	Condor
8. Platz	Stuttgarter
9. Platz	Die Continentale
10. Platz	Dialog

Der AssCompact Award Private Vorsorge

Das Thema der Altersvorsorge spielt bei Maklern traditionell eine große Vertriebsrolle. So liegt in der Breite des Vermittlermarktes der größte Umsatztreiber (noch immer) im Vorsorgegeschäft (siehe AssCompact TRENDS 2006 – 2012). In der vorliegenden Untersuchung zum AssCompact Award 2012 – Private Vorsorge wird es deutlich: Etwa 1 Mio. Euro schreiben spezialisierte Makler pro Jahr an Neugeschäft (Beitragssumme) in der privaten Vorsorge. Damit hat diese Gruppe an Vermittlern deutlich mehr Vorsorgegeschäft generiert als im letzten Untersuchungszeitraum. Sie schaffen es, etwa 30 Vorsorgeverträge pro Jahr neu zu vermitteln.

Größter Umsatztreiber dabei sind heute die „ungeförderten“ Dritte-Schicht-Produkte. Den stärksten Umsatztrend sehen Vermittler künftig in den Schicht-Zwei-Produkten, allerdings zu „Lasten“ anderer Vorsorgeprodukte. Jeder zehnte Vorsorge-Vermittler rechnet für das laufende Jahr sogar mit Courtagerrückgängen in diesem Geschäft.

Im Umkehrschluss bedeutet dies für die Produktanbieter ein sich weiter verschärfender Wettbewerb um die Gunst des Vermittlers. Um überhaupt in die Auswahlpräferenz des Vermittlers zu gelangen, unterscheidet dieser mehrere Kriterien nach ihrer Bedeutung für das private Altersvorsorge-Geschäft. Diejenigen Anbieter, welche insgesamt am besten im Wett-

bewerbsvergleich abgeschnitten haben, zeigen alleamt eine Gemeinsamkeit: Sie punkten über alle zwölf untersuchten Kriterien aus den Bereichen Unternehmensführung, Produkte, Vertriebsunterstützung und Abwicklungsservice hinweg.

In der Fondsgebundenen Versicherung schaffen es die drei erstpräferierten Unternehmen, etwa ein Drittel aller Maklerstimmen auf sich zu vereinen. Damit bleibt dieser Markt im Vergleich zu den anderen untersuchten Produktlinien „noch“ am diversifiziertesten, wie die tabellarische Gegenüberstellung zeigt:

	Anteil Vermittlerstimmen Top 3 Unternehmen	Anteil Vermittlerstimmen Top 10 Unternehmen
Rentenversicherung (Deckungsstock)	60%	87%
Riester	52%	83%
Rürup	41%	78%
Fondsgebundene Versicherung	33%	73%

Ergebnis der Untersuchung ist, dass im Schnitt in der Breite des Marktes die Vermittler ihr gesamtes privates Vorsorgegeschäft regelmäßig auf etwa vier Produktanbieter verteilen. Die stärkste Konzentration liegt dabei in der Produktlinie der klassischen Rentenversicherung (deckungsstockbasierend).

In diesem Bereich schaffen es die drei am häufigsten favorisierten Anbieter auf über 60% der Vermittlerstimmen aus der Breite des Vermittlermarktes. Im Umkehrschluss bedeutet dies für engagierte Produktanbieter in dieser Produktlinie, dass sie ihre Anstrengungen in punkto Maklerservices und Produktfeatures möglichst exakt auf die konkreten Maklerbedürfnisse ausrichten sollten. Anderenfalls droht dem Anbieter, in Zeiten eines schrumpfenden Altersvorsorgemarktes wertvolle Geschäftspotenziale an den Wettbewerb zu verlieren, so Harry Holzhäuser von der Managementberatung SMARTcompagnie.

Dabei sind die Unterschiede selbst unter den Top-Drei-Unternehmen zum Teil recht deutlich. So schafft es die Stuttgarter Versicherung in der klassischen Rentenversicherung mit rund 10% Vermittlerstimmen auf den 3. Platz. Die Allianz (Platz 2) gelingt es, bereits fast doppelt so viele Stimmen auf sich zu vereinen. Absoluter Liebling in der klassischen Rentenversicherung ist mit knappen 30% Stimmanteil das Dortmunder Unternehmen VOLKSWOHL BUND. ▶

Die Award-Gewinner 2012 in den Produktlinien der „Privaten Vorsorge“ im Überblick	
Fondsgebundene Rentenversicherung	
Platz 1	VOLKSWOHL BUND
Platz 2	Allianz
Platz 3	Friends Provident
Klassische Versicherung	
Platz 1	VOLKSWOHL BUND
Platz 2	Allianz
Platz 3	Stuttgarter
Riester	
Platz 1	DWS
Platz 2	VOLKSWOHL BUND
Platz 3	Allianz
Rürup	
Platz 1	VOLKSWOHL BUND
Platz 2	Allianz
Platz 3	ALTE LEIPZIGER

Einschätzungen zum BU- und privaten Altersvorsorgemarkt

Das Versicherungsgeschäft in der privaten Altersvorsorge verlangsamt sich in den letzten Jahren im Gesamtmarkt. Dabei sind die Rückgänge in der Neugeschäftsentwicklung vertriebswegeübergreifend spürbar. So ist zu beobachten, dass sich die Maklerertragsquellen langsam mehr in Richtung des Sachversicherungsgeschäftes bewegen und damit „weg“ von der Altersvorsorge (siehe AssCompact TRENDS 2006 – 2012).

„Das Paradoxe an dieser Entwicklung“, so Harry Holzhäuser von der Managementberatung SMARTcompagnie, „die Altersvorsorgeberatung hat heute mehr Bedeutung als je zuvor.“ Die Anlageentscheidungen für die Altersvorsorge werden durch ständige Reformen der staatlichen Sicherungssysteme immer weiter auf den einzelnen Kunden übertragen, der mehr und mehr Eigenverantwortung übernehmen soll. Daneben wird der Beratungsbedarf durch eine Vielzahl von (zum Teil komplexen) Produkten zusätzlich im Markt erhöht. Das finanzielle Bildungsniveau der privaten Vorsorgesparer reicht alleine häufig nicht aus, um für die Ruhestandsplanung fundierte Finanzentscheidungen treffen zu können. Der Bedarf ist demnach da, aber die Nachfrage ist gebremst. Die Banken- und Eurokrise haben das Vertrauen vieler Kleinanleger in Finanzdienstleister und -produkte erschüttert. Nun ist die Frage, wie man auch als Produktgeber dafür sorgt, dass dieses Vertrauen zurückgewonnen werden kann und Kunden möglichst gute Altersvorsorgeentscheidungen treffen können. Exakt

hier liefert die Begleitstudie zum AssCompact Award 2012 – Private Vorsorge wertvolle Hinweise.

Deutliche Wachstumssignale im Markt gehen aus dem Bereich der Arbeitskraftabsicherung hervor. Selten sind sich Verbraucherschutzverbände und Versicherungsgesellschaften so nahe wie in diesem Punkt: Die Berufsunfähigkeitsvorsorge zählt zu den wichtigen Versicherungen, deren Abschluss immer wieder öffentlich empfohlen wird. Auch auf Kundenseite setzt sich diese Auffassung mehr und mehr durch. Alleine der Bereich der Selbstständigen Berufsunfähigkeitsversicherung konnte nach aktuellen GDV-Zahlen um über 16% im Neuzugang wachsen. Auch die Berufsunfähigkeitszusatzversicherung (BUZ) entwickelt sich weiter positiv im Markt. Aufgrund der Diskussion um Altersarmut und Arbeitsfähigkeit bemessen immer mehr Menschen diesem Schutz so eine höhere Bedeutung bei. ■

Zu den AssCompact Awards

Die Begleitstudien zu den AssCompact Awards zählen heute im Vermittlermarkt mit zu den wertvollsten Orientierungsinstrumenten des Managements von Produkthanbietern. Sie liefern den Unternehmen regelmäßig aus der Breite der Vermittlerschaft ein dezidiertes Bild darüber, wie deren Produkte, die Vertriebsunterstützung und die angebotenen Services überhaupt wahrgenommen werden. Dieses direkte, ungeschönte und zugleich sehr fundierte Vermittlerfeedback ist es, was die Untersuchungen in ihrer Qualität mit auszeichnet.

Für jedes Untersuchungsobjekt (Berufsunfähigkeit/private Altersvorsorge) nehmen ausschließlich Makler und Mehrfachvertreter teil, welche selbst einen umfassend großen Erfahrungshorizont in der Vermittlung und Betreuung von BU- und pAV-Geschäft mitbringen. Die teilnehmenden Vermittler stammen aus ganz Deutschland, sind überwiegend Inhaber ihres Maklerunternehmens, gehören verschiedenen Altersgruppen an und haben unterschiedliche Unternehmensgrößen.

Jede Vermittlerstimme ist daher eine wichtige Experten-Meinung, mit einem fundierten Urteilsvermögen. Sie liefert den Produktgebern enorm wichtige Hinweise für konkrete Optimierungsansätze zum Beispiel für die angebotenen Produkte, die Vertriebsunterstützung und den Abwicklungsservice.

Die aktuellen AssCompact Studien „BU“ und „Private Vorsorge“ können unter www.asscompact.de bezogen werden. Der Preis der Studien beträgt jeweils 1.775 Euro zzgl. MwSt. Ansprechpartnerin: Sandra Rotsching, Tel. 0921 7575835, E-Mail: rotsching@bbg-gruppe.de.