



Neue IBM Studie: Versicherungsagentur 24 - Junge Vermittler bauen Multi-Channel-Service auf

Neue IBM Studie: Versicherungsagentur 24 - Junge Vermittler bauen Multi-Channel-Service auf
Versicherungsstudie von YouGov und IBM zu "Erfolgsfaktoren im Ausschließlichkeitsvertrieb 2012"
Köln/Stuttgart-Ehningen - 12 Okt 2012: Die Ergebnisse der Studie "Erfolgsfaktoren im Ausschließlichkeitsvertrieb 2012", in welcher jährlich die Zufriedenheit, Motivation und Bindung im Versicherungsaußendienst ermittelt werden, zeigt, dass neue Kommunikationswege, wie Social Media, von jüngeren Vermittlern mit stark wachsender Relevanz für die berufliche und Kundenkommunikation eingesetzt werden, auch wenn dies von den Versicherern nur bedingt begleitet wird. Die Zufriedenheit der Vermittler insgesamt ist gegenüber dem Vorjahr gestiegen. Dies paßt in das insgesamt positive Bild, mit dem die deutsche Wirtschaft derzeit vielen Turbulenzen der Weltmärkte trotzt. Die Studie wird von IBM und von der YouGov AG erstellt. Für die aktuelle Ausgabe der jährlichen Studie wurden 1.232 Ausschließlichkeitsvermittler von 26 großen deutschen Versicherungsunternehmen zu ausgewählten Trends in der Branche befragt.
Der deutsche Versicherungsmarkt zeigt sich robust gegenüber externen Störfaktoren wie etwa dem ungünstigen Zins- und Währungsumfeld. So hat, laut Studienergebnis, auch die Vermittlungshäufigkeit bei den meisten Produkten zugelegt. Bei Kfz-Versicherungen stieg der Anteil derjenigen Vermittler, die dieses Produkt "sehr häufig" oder "häufig" vermitteln, um 1,4 Prozentpunkte. Die Rechtsschutzversicherungs-Produkte konnten sogar um 3,7 Prozentpunkte zulegen. Lediglich bei den Fonds- und Investmentprodukten sowie Altersvorsorgeprodukten mit staatlicher Förderung musste ein Vermittlungsrückgang verzeichnet werden. Die Zunahme bei der Vermittlung der Lebens- und Rentenversicherungen ohne staatliche Förderungen sowie der Bauspar- und Finanzierungsprodukte wirkt dieser Entwicklung jedoch entgegen. Am Ende schloss jeder Vermittler im Jahr 2011 durchschnittlich 15 Verträge mehr ab als im vorangegangenen Jahr.
Dies wirkt sich erwartungsgemäß positiv auf die Stimmung der Vermittler aus. Dass die Zunahme der Gesamtzufriedenheit allerdings nicht nur und ausschließlich mit der Marktentwicklung zu begründen ist, wird bei Analyse der verschiedenen Leistungsbereiche der Versicherer deutlich. Sowohl bei der Vermittlerbetreuung und der Innendienstleistung als auch bei der IT- und Prozess-Unterstützung haben die Versicherer im Vergleich zu den Vorjahresergebnissen zugelegt. Im Durchschnitt sind nun 69 Prozent der Vermittler von ihrer Gesellschaft begeistert und beurteilen sie mit "ausgezeichnet" oder "sehr gut".
Junge Vermittler gestalten Agentur 24 auf eigene Faust
Während ein Großteil der Agenturen mittlerweile mit eigener Homepage im Internet vertreten ist, beschränkt sich die Nutzung von Social-Media-Plattformen auf ein knappes Viertel. Auch bei der Unterstützung der Agenturen durch die Versicherungsgesellschaften ist ein starkes Gefälle zwischen Homepage und Social-Media vorzufinden. Während 67 Prozent der Agenturen eine Homepage von Ihrer Agentur gestellt bekommen, liegt der Wert der von der Versicherung bereitgestellten Unterstützung für Social-Media-Auftritte bei lediglich 21 Prozent. Hier besteht somit noch großer Handlungsspielraum für die Versicherer, um aus der Konkurrenz herauszustechen - insbesondere, wenn man die wachsende Nutzerschaft von Social-Media-Plattformen berücksichtigt. So sind die unter 40-jährigen Vermittler schon heute mit gut 40 Prozent Nutzeranteil weit überdurchschnittlich auf den bekannten Netzwerken beruflich aktiv. Altersübergreifend wird aus beruflichen Gründen von 19 Prozent der Agenturen Facebook als präferierte Social-Media-Plattform genutzt, mit deutlichem Abstand vor XING. Schon in der Vorjahresbefragung konnte festgestellt werden, dass für die Neukundengewinnung insbesondere die Kontakte über das Berufsnetzwerk XING von hierin aktiven Vermittlern erfolgreich genutzt wird.
Bestandskundenbetreuung und Cross-Selling Schwerpunkt vieler Agenturen
Knapp die Hälfte der Agenturtätigkeit fällt im Durchschnitt auf die Betreuung der Bestandskunden; für Neukundenakquise und Agenturverwaltung /-organisation wird nur je ein Viertel aufgewendet. Dem entsprechend lagen 2011 die Zahlen der Cross-Selling-Abschlüsse auch wie gewohnt deutlich über denen der Neukundenverträge. Bei dieser Bedeutung des Bestandskundengeschäfts überrascht es durchaus, dass fast 50 Prozent der Agenturen scheinbar ohne konkrete Betreuungsvorgaben arbeiten. Vom Versicherer vorgegebene Richtlinien gibt es nur bei lediglich 27 Prozent der Agenturen. Insgesamt wird die Unterstützung bei der Bestandskundenbetreuung auch nur durchwachsen beurteilt, ein gutes Viertel der Vermittler beurteilt diese mit "mittelmäßig" oder "schlecht". Ihren eigenen Erfolg bei der Bestandskundensicherung sowie beim Cross-Selling beurteilen die Vermittler dagegen überwiegend positiv.
Anstrengungen der Versicherungen zahlen sich aus
Die Bedeutung der verschiedenen Leistungsbereiche der Versicherungsgesellschaften auf die Vermittlerbindung zeugen seit Jahren von einem hohen Maß an Konstanz. Vermittlerunterstützung, Innendienstleistung und Servicequalität sind auch dieses Jahr wieder die Bereiche, die den Vermittler an die Gesellschaft besonders stark binden. Marktgerechte Produkte sind natürlich weiterhin als Hygienefaktor von zentraler Bedeutung, fallen aber aufgrund dieser speziellen Eigenschaft in der unmittelbaren Relevanz etwas ab. Umso positiver ist die aktuelle Entwicklung zu bewerten. In fast allen der relevanten Leistungsdimensionen ist eine positive Entwicklung über die Gesamtheit der untersuchten Gesellschaften zu verzeichnen.
Vermittlerbetreuung und Innendienstleistung mit positiver Entwicklung
Im Schnitt haben die Versicherungen sich bei den verschiedenen Merkmalen der Vermittlerbetreuung und den Innendienstleistungen durchgängig verbessert. Nichtsdestotrotz ist die Leistungsspannweite zwischen den einzelnen Gesellschaften weiterhin enorm. Einige Versicherungen zeigen auf beeindruckender Weise, in welcher Qualität man die eigenen Vermittler unterstützen kann und können als Best-Case fungieren. Der Großteil der untersuchten Gesellschaften hat trotz Verbesserungen weiterhin Potential nach oben, so dass es sich lohnt, auch in den kommenden Jahren hier nicht nachzulassen.
Lebens- und Fondsprodukte trotz den widrigen Umständen
Beachtenswert sind die relativ geringen Veränderungen bei der Bewertung der Lebens- und Rentenversicherung. Trotz der bekannt kritischen Zinslage auf den Finanzmärkten sehen die Vermittler die Höhe der Verzinsung von Lebens- und Rentenversicherungen nur geringfügig verschlechtert. Die Bewertung der Produktqualität konnte das Vorjahres-Niveau sogar halten. Zulegen konnten die Bauspar- und Finanzierungsprodukte, wobei erwartungsgemäß insbesondere die Höhe der Darlehenszinsen positiver als noch im Vorjahr beurteilt wurde. Daneben legten dieses Jahr vor allem die Kompositprodukte zu, aber auch die Krankenzusatz-Produkte entwickelten sich positiv.
Die Studie kann bei YouGov bestellt werden. Ansprechpartner für die Studie ist bei der YouGov AG Peter Mannott, peter.mannott@yougov.de.

Kontakt:
Hans-Jürgen Rehm
Unternehmenskommunikation
IBM Deutschland, Systems and Technology Group, Supercomputing, Anwendungsentwicklung, Systems Management, Sicherheit, Banken, Versicherungen und Region Berlin
+49 7034 15 1887
+49 171 556 69 40
 hansrehm@de.ibm.com

Pressekontakt

IBM Deutschland

71137 Ehningen

Firmenkontakt

IBM Deutschland

71137 Ehningen

IBM gehört mit einem Umsatz von 95,8 Milliarden US-Dollar im Jahr 2009 zu den weltweit größten Anbietern im Bereich Informationstechnologie (Hardware, Software und Services) und B2B-Lösungen. Das Unternehmen beschäftigt derzeit 399.400 Mitarbeiter und ist in über 170 Ländern aktiv. Die IBM in Deutschland mit Hauptsitz bei Stuttgart ist die größte Landesgesellschaft in Europa. Mehr Informationen über IBM unter: ibm.com/de/ibm/unternehmen/index.html IBM ist heute das einzige Unternehmen in der IT-Branche, das seinen Kunden die komplette Produktpalette an fortschrittlicher Informationstechnologie anbietet: Von der Hardware, Software über Dienstleistungen und komplexen Anwendungslösungen bis hin zu Outsourcingprojekten und Weiterbildungsangeboten.