

Makler wünschen innovative Versicherungsprodukte

06.08.2008, 05:26 | Handel, Wirtschaft, Finanzen, Banken & Versicherungen

Pressemitteilung von: *psychonomics AG*

Jeder zweite unabhängige Versicherungs- und Finanzmakler in Deutschland hält Innovationen im Produktangebot der Versicherungswirtschaft für notwendig; 14 Prozent sehen hier sogar dringenden Handlungsbedarf. Gespeist wird diese Einschätzung nicht zuletzt durch die häufig stagnierende und teils auch rückläufige Absatzentwicklung in den letzten 12 Monaten.

Den stärksten Innovationsbedarf identifizieren die Makler in den Bereichen Lebens- und Rentenversicherung, Geldanlageprodukte und Krankenversicherung. Gewünscht werden vor allem eine flexiblere Produktgestaltung, eine höhere Transparenz und Einfachheit der Produkte sowie verbesserte Renditechancen.

Dies zeigt die aktuelle Ausgabe des "Makler-Absatzbarometer" (II/2008) des Marktforschungs- und Beratungsinstituts psychonomics AG zum Schwerpunktthema "Produktinnovationen". Ein repräsentativer Querschnitt unabhängiger Versicherungs- und Finanzmakler wurde dabei zum wahrgenommenen Innovationsbedarf in einzelnen Produktsparten, zu den zentralen Stellschrauben und konkreten Vorschlägen für Produktinnovationen sowie zu den innovativsten Produktentwicklungen und Produktgebern der letzten 12 Monate befragt.

Stellschrauben für spartenspezifische Produktinnovationen

In der Leben-/Renten-Sparte wünschen die ungebundenen Vermittler insbesondere mehr Flexibilität in der Vertragsgestaltung, insbesondere auch durch eine stärkere Orientierung am Lebenszyklus der Kunden. Als Produktgeber, die in der letzten Zeit hier besonders interessante und vertriebswirksame Produkte auf den Markt gebracht haben, nennen die Makler am häufigsten die Allianz, Gerling und den Volkswohlbund (alphabetische Reihenfolge).

Die größten Erfolgchancen in der Kranken-Sparte werden Zusatztarifen bzw. Baukastensystemen, transparenten Produkten mit klaren Leistungsbeschreibungen und flexiblen Tarifwechseloptionen aus Vertriebsperspektive eingeräumt. Hier werden vor allem die jüngsten Innovationen von CSS und Continentale hervorgehoben.

Für die Ankurbelung des Vertriebs von Geldanlageprodukten stellen aus Maklersicht vor allem vereinfachte Produkte und Produkte mit höheren, steuergünstigen Renditeperspektiven die zentralen Erfolgsfaktoren dar. Bei den Sachversicherungen werden sowohl „All-Risk“-Lösungen sowie einer flexibleren modular zusammenstellbaren Leistungs- bzw. Produktauswahl Erfolgchancen eingeräumt. In der Rechtsschutzsparte werden neben einer größeren Transparenz wie auch bei Unfallversicherungen vor allem mehr Einschlüsse gefordert. Übergreifend wird eine teils immer noch zu geringe Kunden- und Bedarfsorientierung bei der Produktgestaltung der Versicherungswirtschaft bemängelt.

„Regelmäßige bedarfsgerechte Produktinnovationen schaffen zusätzliche Nachfrage und bieten eine gute Grundlage für eine erkennbare Differenzierung vom Wettbewerb.“, erläutert Gunther Ellers, Studienleiter bei der psychonomics AG.

Absatzentwicklung weiter unter Vorjahresniveau

Der von psychonomics quartalsweise erhobene allgemeine Absatz-Index liegt für das 2. Quartal 2008 im Privatkundengeschäft bei plus 12 Indexpunkten und damit sowohl unter dem Niveau des Vorquartals (+18) als auch deutlich unter Vorjahresniveau (+23; Wertbereich von minus 100 für stark abnehmend bis plus 100 für stark wachsend). Im Firmenkundengeschäft zeigt sich mit aktuell plus 22 Indexpunkten gegenüber dem Vorquartal (+20) eine leicht erholte Tendenz, im Vergleich zum Vorjahreszeitraum (+33) jedoch ebenfalls ein schwächeres Geschäftsklima.

Einbußen bei den Privatkunden mussten insbesondere in der Leben- und Sach-Sparte und insbesondere beim Absatz von

Rentenversicherungsprodukten (mit Ausnahme der Rürup-Rente) sowie bei Kfz-Versicherungen und Privat-Haftpflicht hingenommen werden. Im Geschäft mit den Firmenkunden zeigen sich mit Ausnahme der Rechtsschutz-Sparte hingegen alle Sparten vom recht schwachen ersten Quartal erholt; insbesondere die Nachfrage nach bAV-Produkten und Kreditversicherungen legte zu und liegt sogar über dem Niveau des Vorjahres.

Abnehmender Optimismus für 2008

Für das laufende Geschäftsjahr zeigt sich nur noch knapp die Hälfte (48%) der Makler im Privatkundengeschäft optimistisch und erwartet zumindest moderat steigende Umsätze, im Vorquartal waren dies noch 58 Prozent. 17 Prozent gehen hingegen mittlerweile von einer rückläufigen Entwicklung ihrer Umsätze aus; 35 Prozent erwarten gleich bleibende Umsätze (Vorquartal: 11 Prozent). Im Firmenkundengeschäft zeigen sich insgesamt etwas positivere aber ebenfalls keine euphorischen Gesamterwartungen.

Das komplette, rund 130-seitige Makler-Absatzbarometer II/2008 - mit den differenzierten Ergebnissen zur Absatzentwicklung nach sechs Sparten im Privatkundengeschäft bzw. fünf Sparten im Firmenkundengeschäft und insgesamt 41 Produkten sowie den ausführlichen Ergebnissen zum Vertiefungsthema „Produktinnovationen“ ist als Einzelstudie oder im Rahmen eines vergünstigten Jahresabos über die psychonomics AG erhältlich.

Das Makler-Absatzbarometer III/2008 erscheint im Oktober 2008. Für interessierte Versicherungsunternehmen besteht fortlaufend die Möglichkeit, exklusive Zusatzfragen im vierteljährlichen Makler-Absatzbarometer-Bus zu schalten.

Studienleiter: Gunther Ellers – E-Mail: gunther.ellers@psychonomics.de - Tel.: +49 (0)221 42061-343.

Allgemeine Studieninfo (pdf): www.psychonomics.de/downloads/makler_absatzbarometer_und_panel.pdf

Portrait

Die psychonomics AG ist ein führendes Marktforschungs- und Beratungsinstitut mit Hauptsitz in Köln. Das Leistungsspektrum umfasst die systematische Analyse, Gestaltung und Steuerung erfolgskritischer Beziehungen von Unternehmen zu ihren Kunden, Mitarbeitern und Vertriebspartnern sowie zu Investoren und der Öffentlichkeit.

Zum Kundenkreis von psychonomics zählen viele Marktführer aus den Bereichen Dienstleistung, Handel und Verarbeitendes Gewerbe. Derzeit beschäftigt das 1991 als Spin-Off des Instituts für Wirtschafts- und Sozialpsychologie der Universität zu Köln gegründete Unternehmen an den Standorten Köln, Berlin, Wien und Klagenfurt ein Team aus über 130 hoch qualifizierten Analysten und Beratern.

Seit 2007 ist die psychonomics AG Mitglied der weltweit tätigen YouGov Gruppe mit Stammsitz in London.

Weitere Info: www.psychonomics.de

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/232001/Makler-wuenschen-innovative-Versicherungsprodukte.html>