

Erfolgsfaktoren im Ausschließlichkeitsvertrieb 2022

Zufriedenheit, Motivation und Bindung im Versicherungsaußendienst

Branchenweite Benchmark-Untersuchung zur Zufriedenheit, Motivation und Bindung im Versicherungsaußendienst jährlich seit 2003

Dr. Oliver Gaedeke, Katharina Päßgen, Florian Trippler
Wissenschaftliche Begleitung durch **Prof. Dr. Fred Wagner** (Universität Leipzig)



Konstanz in der Grundstruktur der Erhebung

Basisinstrument, Untersuchungsdesign und Projektplan

Basisinstrument: Alle Leistungsbeurteilungen gehen in die Treiber- und Benchmark-Analyse ein

Basisinstrument: Inhalte des jährlichen Basisteils

Vertreterbindung

- NPS (Weiterempfehlung unter Vertreterkollegen)
- Gesamtzufriedenheit
- Passive Bindung: Treue und Abwanderungsüberlegungen
- Aktive Bindung: spezifischer Vorteil und NPS

Produktbeurteilungen

- Qualität und Prämien bzw. Verzinsung von folgenden Produkten
 - Leben- und Renten-, fondsgebundene Renten- und BU-Versicherungen
 - Krankenvoll- und Krankenzusatzversicherungen
 - Kfz-, Unfall-, Haftpflicht-, Hausrat-, Wohngebäude-, Rechtsschutzversicherungen
 - Finanzierungsprodukte und Fonds

Image und Service

- Ruf und Image aus Vertretersicht
- Serviceleistungen gegenüber Kunden
- Schadenabwicklung
- Leistungsabwicklung
- Qualität der Produktbroschüren

Vermittlerunterstützung und -betreuung

- Vermittlerunterstützung insgesamt
- Qualität des Schulungsangebots
- Entscheidungsfreiheit in der Vermittlertätigkeit
- Verständlichkeit der Provisionsabrechnung
- Höhe der Provisionen
- Wettbewerbe und Incentives

Beurteilung des Innendienstes

- Erreichbarkeit des Innendienstes
- Bearbeitungsdauer von Vertreteranliegen
- Einsatzbereitschaft der Mitarbeiter
- Fachkompetenz der Mitarbeiter
- Zuverlässigkeit und Fehlerfreiheit des Innendienstes

IT-Kompetenz

- Schnelligkeit der Policierung
- Angebotssoftware
- Agentur- bzw. Bestandsverwaltungssoftware
- Nutzen der Software für die Kundenberatung
- Bestandsdatenanalyse für Vertriebsarbeit
- automatische Generierung von Verkaufsimpulsen
- Qualität des Vermittlerportals bzw. Intranets

Vertriebstätigkeit

- Vermittlungshäufigkeit nach 9 Produktbereichen
- Neugeschäftsentwicklung im Vorjahresvergleich für LV, KV und Sach
- **Anzahl Beratungstermine pro Woche** in diesem Jahr
- **Anteil ganzheitliche Beratungsgespräche** wieder in '23
- Anteil der Beratungsgespräche in der Agentur
- Anteil Neukundengeschäft
- Anzahl von Vertragsabschlüssen in verschiedenen Sparten
- Anzahl Firmen- und Neukunden
- Nutzung von Kontaktwegen zu Kunden

Zeitreihen der letzten 6 Jahre sind Bestandteil der Berichterlegung

Zusatzerhebungen und -analysen z. B. nach Regionen oder Vermittlerstatus sind auf Wunsch möglich

Basisinstrument: Untersuchungsdesign

Stichprobe und Methodik

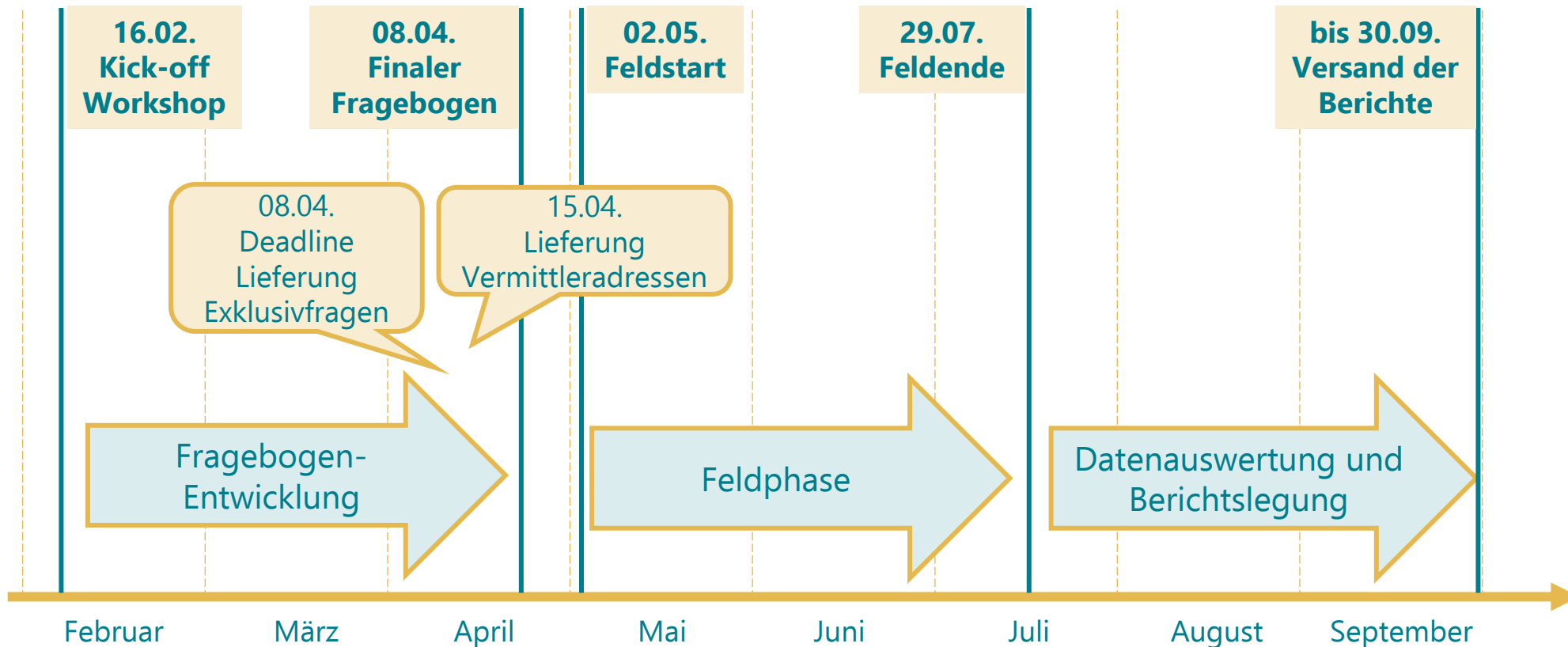
- |Min. 1.100 Versicherungsvermittler (ca. 90% HGB, §84er; 10% Festangestellte) mit n=50 Vermittler pro Gesellschaft
- |Vertreter mit Schwerpunkt im Privatkundengeschäft oder zumindest Privat- und Firmenkundengeschäft mit gleicher Bedeutung
- |Standardisierte Telefoninterviews (CATI), ca. 25 Minuten
- |Befragungszeitraum Mai-Juli 2022
- |Versand der Ergebnisberichte bis Ende September 2022

Untersuchte Gesellschaften

Allianz	HDI
ARAG	HUK-Coburg
AXA	LVM
Barmenia	Mecklenburgische
Continentale	Nürnberger
Concordia	Provinzial Rheinland
Debeka	R+V
DEVK	SIGNAL IDUNA
ERGO	VGH
Gothaer	Württembergische
HanseMerkur	Zurich

Die Erhebung findet von Mai bis Juli statt und die Berichte werden bis Ende September geliefert

Basisinstrument: Projektzeitplan



In der Befragung sind zwei Highlight-Themen mit jeweils rund 10 Fragen vorgesehen

Highlight-Themen: Vorschläge Sirius Campus

Online Ökosysteme für Neukundengewinnung

- Die Gewinnung von und der Beziehungsaufbau zu Neukunden wurde in 2021 als größte Herausforderung für Versicherungsvertreter ermittelt
- Gleichzeitig engagieren sich immer mehr Vertreter in unterschiedlichen Ökosystemen im Internet, um neue Kunden anzusprechen und zu gewinnen.
- Fragen
 - Eingesetzte und erfolgreiche Strategien
 - Gewinnung bestimmter Kundentypen
 - Unterstützung von Versicherern: Impulse, Material, Trainings, etc.
 - Ausblick / Planungen
- mögliche Zeitreihen mit 2020, 2018

Innendienst-Services

- Spartenspezifische Qualitätswahrnehmung
 - Erreichbarkeit
 - Zuverlässigkeit
 - Fachkompetenz
 - Schnelligkeit
- Integration Intranet vs. telefonischer Service
 - nach Anlässen
- Erwartungen / Voraussetzungen für höhere Nutzung von Online-Services
- Einführung von Online-Services bei eigenen Kunden
- mögliche Zeitreihen mit 2015

Bisherige Themen und Fragen können als Zeitreihe in der Untersuchung aufgegriffen werden

Highlight-Themen: Rückblick

2021

- Veränderungen der Agenturarbeit durch Corona
- Nachhaltige Versicherungsprodukte

2020

- Online-Marketing in der Agentur
- Firmenkunden

2019

- Digitalisierung
- Markenidentität

2018

- Neukundengewinnung
- Digitale Kommunikation

2017

- Provision und Vergütungssystem
- Zukunftssicherheit

2016

- Prozess- und Servicequalität Innendienst
- Zentrale Unterstützungsleistungen

2015

- Innendienst und Agenturdigitalisierung
- Online-Marketing und Self-Service

2014

- Agenturunterstützung bei Personalrekrutierung und -ausbau
- Ganzheitliche Beratung

2013

- Image
- Mediale Welt

2012

- Bestandskundenbetreuung
- Agentur 24

2011

- Social Media

2010

- Vertreterunterstützung bei der Marktbearbeitung
- Ganzheitliche Beratung

2009

- Firmenkundengeschäft
- Verkaufsliteratur

2008

- Die VVG-Reform aus Vermittlersicht
- Prozess- und Servicequalität im Innendienst

2007

- Überregionale Werbung
- Bestandskundenbetreuung
- Multikanalvertrieb



Entscheidungsprozesse verstehen und wirksam gestalten

Über Sirius Campus

Bestellung der Benchmark-Untersuchung „Erfolgsfaktoren im Ausschließlichkeitsvertrieb 2022“

Bestellung: Bitte als Scan / PDF an info@siriuscampus.de

Studienbestellung	
<input type="checkbox"/> Premiumbericht (Basisteil und Highlight) mit individuellen Ergebnissen zum eigenen Haus (inkl. CATI-Stichprobe n=50) im pptx-Format mit individueller Treiber- und IPM-Analyse, offene Nennung nach NPS-Frage als Verbatims, inkl. individuellem Tabellenband im Excel-Format	9.800 €
<input type="checkbox"/> Management Summary speziell für Ihr Unternehmen: ca. 30 Seiten im pptx-Format – exkl. Vertiefungsthemen (nur bei Bestellung des Premiumberichtes)	2.600 €
<input type="checkbox"/> Management Summary speziell für Ihr Unternehmen: ca. 40 Seiten im pptx-Format – inkl. Vertiefungsthemen (nur bei Bestellung des Premiumberichtes)	3.600 €
<input type="checkbox"/> Schaltung von Exklusivfragen für den eigenen Vertrieb inkl. Zusatzauswertung (offene Fragen als Verbatims; max. 10 Zusatzfragen)	je Frage 700 €
<input type="checkbox"/> Zusatzanalyse Auswertung nach speziellen Quoten der Versicherungsgesellschaften	auf Anfrage möglich
<input type="checkbox"/> Präsentation der Ergebnisse in Ihrem Haus, zzgl. Reisekosten	2.400 €
<input type="checkbox"/> Wir bestellen eine Zusatzstichprobe gemäß Details auf der nächsten Seite	Übertrag: _____ €
<input type="checkbox"/> Mit unserer Bestellung akzeptieren wir die AGB und die Regelungen dieses Angebots auf den folgenden Seiten	



Name, Vorname:	E-Mail:
Abteilung / Position:	Tel.:
Unternehmen:	Datum:
Straße, Nr.:	PO / Bestellnummer (falls vorhanden):
PLZ Ort:	Unterschrift:

Alle Preise verstehen sich zzgl. der ges. MwSt.

Bestellung einer Zusatzstichprobe in der Untersuchung „Erfolgsfaktoren im Ausschließlichkeitsvertrieb 2022“

Bestellung: Bitte als Scan / PDF an info@siriuscampus.de

CATI-Zusatzstichprobe	
CATI-Befragung für Basisteil und Highlight: Programmierung, Feldsteuerung, Integration in den Individual-Bericht	
<input type="checkbox"/> 50	3.900 €
<input type="checkbox"/> 100	7.700 €
<input type="checkbox"/> 150	11.500 €
<input type="checkbox"/> _____ (bitte in 50er Schritten angeben)	<i>Auf Anfrage</i>

Datum:	Unterschrift:
--------	---------------

Alle Preise verstehen sich zzgl. der ges. MwSt.

Angebotsbedingung

Die **Preise** für die vorgestellte Studie beziehen sich nur auf die dargestellten Leistungen und dazugehörigen Bedingungen. Änderungen der Leistungen erfordern eine textliche Vertragsanpassung inkl. angepasster Leistungsbeschreibung und angepasstem Investitionsumfang für den Auftraggeber. Entsprechendes gilt auch für den Zeitplan.

Diese Studie sowie alle einzelnen **Studienergebnisse sind Eigentum der Sirius Campus GmbH**.

Studienbezieher ist **nur eine unternehmensinterne Verwendung** der Studienergebnisse gestattet. Die Weitergabe an Dritte ist nicht gestattet. Insbesondere die Veröffentlichung, Weitergabe oder sonstige Verbreitung in jeglichen Medien der Benchmark-Ergebnisse (Ergebnisse anderer Gesellschaft) ist zu jedem Zeitpunkt jetzt und in Zukunft untersagt.

Die Veröffentlichung eigener gesellschaftsbezogener Ergebnisse ist nur mit Genehmigung durch Sirius Campus GmbH möglich (Fallzahlen beachten!), Wettbewerbergebnisse sind von einer Veröffentlichung jederzeit ausgeschlossen.

Veröffentlichungen erfolgen grundsätzlich unter der Angabe der Quelle (Studiename, Sirius Campus als Hrsg., ggf. öffentlich genannte Unterstützer und Jahr).

Die Rechte am konzeptionellen und methodischen Vorgehen inkl. spezifischer Analysekonzepte und Nutzung existierender Kunden-, Berater- oder Vermittlertypen liegen und **verbleiben unbefristet** bei der Sirius Campus GmbH.

Wenn nicht anders vereinbart, werden Ergebnisse von Zusatzstichproben in die Analysen und Berichtlegung integriert, wenn Sie mit der Haupt-CATI-Erhebung übereinstimmen.

Es gelten die gesetzlichen Bestimmungen für Gewährleistungen im Rahmen der projektbezogenen Leistungen für Beratung und Forschung. Die Sirius Campus GmbH haftet nicht für die Umsetzung von Handlungsempfehlungen durch den Auftraggeber für wirtschaftliche oder andere Zwecke des Unternehmens und möglicher Folgeschäden.

Alle Preise verstehen sich **zzgl. der gesetzlichen Umsatzsteuer**. Die Rechnungen sind innerhalb von 14 Tagen nach Zustellung fällig. Abzüge oder Skonti werden nicht gewährt. Es wird eine Anzahlungsrechnung zu 60% nach der Beauftragung und eine Abschlussrechnung nach Berichtsablieferung gestellt.

Das Sirius Campus Team für die Benchmark-Untersuchung Erfolgsfaktoren im Ausschließlichkeitsvertrieb

Kontakt



Katharina Päffgen

Director

Katharina.Paeffgen@siriuscampus.de

Direkt: +49 152 38 24 66 42



Dr. Oliver Gaedeke

Gründer & Geschäftsführer

Oliver.Gaedeke@siriuscampus.de

Direkt: +49 152 38 24 66 40



Florian Trippler

Consultant

Florian.Trippler@siriuscampus.de

Direkt: +49 152 38 24 66 46



Entscheidungsprozesse verstehen und wirksam gestalten

Über Sirius Campus

Entscheidungsprozesse mit Behavioral Economics optimieren und Erfolge ernten

Über Sirius Campus

Wirksame Angebote entwickeln



Kunden entschieden machen



Aufmerksamkeitsstarke Ansprache gestalten



Kauf- und Preisbereitschaft steigern



Absatz und Ertrag steigern





sirius
campus

Verkaufst du noch oder gestaltest
du schon den Entscheidungsprozess
deiner Kunden?

Sirius Campus GmbH | Im Klapperhof 33c | 50670 Köln

info@siriuscampus.de | +49 221 42 330 200 | www.siriuscampus.de

Geschäftsführer: Christoph Müller & Dr. Oliver Gaedeke | Sitz der Gesellschaft: Köln | Handelsregister: HRB 94315 | Amtsgericht Köln