

Erfolgsfaktoren im Ausschließlichkeitsvertrieb 2023

Zufriedenheit, Motivation und Bindung im Versicherungsaußendienst

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

Dr. Oliver Gaedeke, Niklas Geib
Wissenschaftliche Begleitung durch **Prof. Dr. Fred Wagner** (Universität Leipzig)

Erfolgsfaktoren im Ausschließlichkeitsvertrieb 2023

Gliederung des Angebots

1. Untersuchungsinhalte und Projektplan
2. Angebot

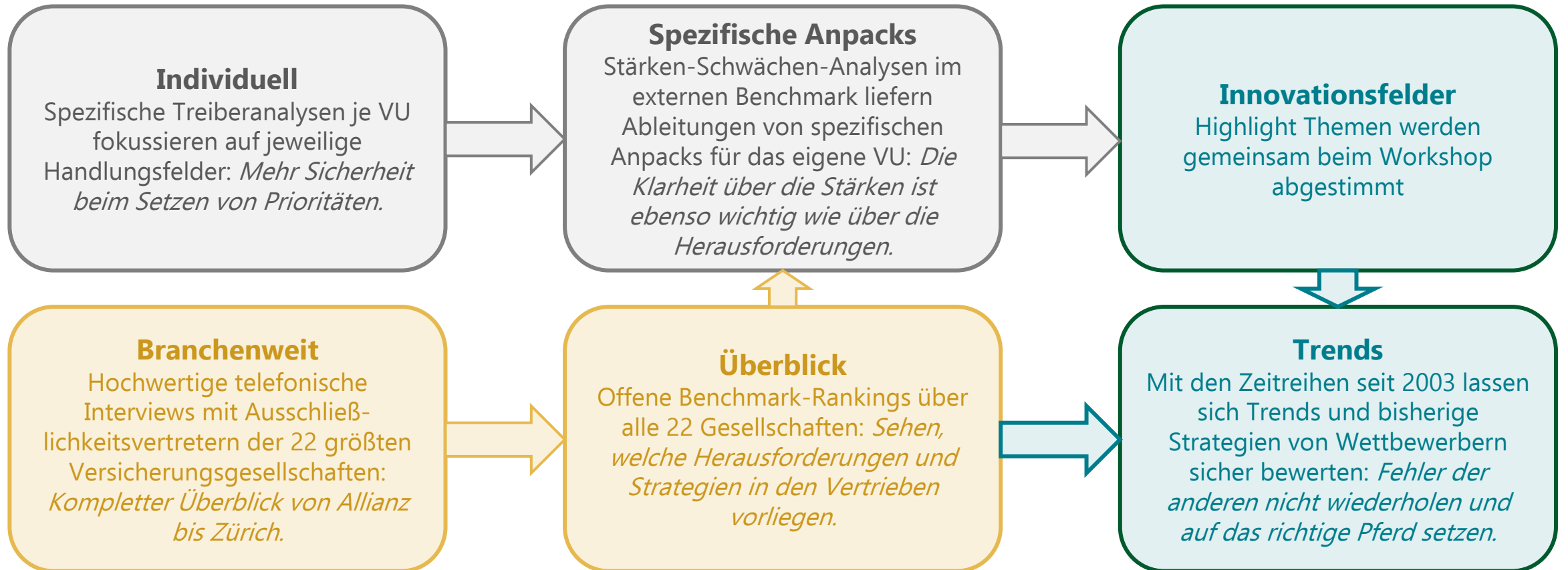


Motivation und Bindung der Ausschließlichkeitsvermittler

1. Untersuchungsinhalte und Projektplan

Handlungsfelder im Zusammenarbeit mit dem Ausschließlichkeitsvertrieb erkennen und Strategien wirksam definieren

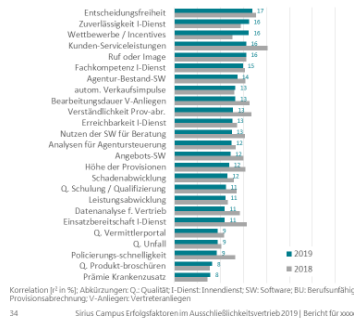
Ziele der Benchmark-Untersuchung „Erfolgsfaktoren im Ausschließlichkeitsvertrieb“



Erfolgreiche Führung heißt, die richtigen Anpacks zum richtigen Zeitpunkt einzusetzen

Ziele der Benchmark-Untersuchung

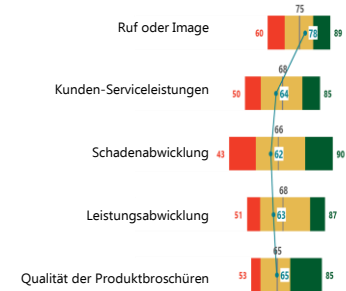
1



Vermittlermotivation

AO-spezifische Treiberanalysen zeigen die großen Hebel auf
→ Konzentration auf die relevanten Anpacks
 Zusätzlich wird die Wirkung auf die Vertriebsleistung untersucht
→ Erfolgsstellschrauben

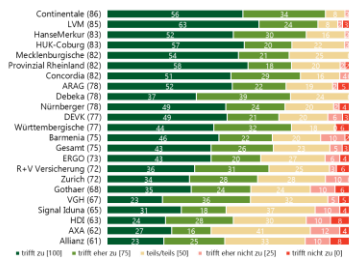
Benchmarking und Best-Practices



Stärken-Schwäche-Analysen und Begeisterungstifter als O-Töne
→ Fokussierung auf dringende Handlungsfelder und Stärken

2

3



Rankings

Detaillierte Rankings über alle befragten Versicherungsgesellschaften und gestellten Fragen.

Highlight Themen 2023

- **Nachhaltigkeit** in der Beratung und in der Agentur (Vergleich mit 2020)
- **Beratungsprozesse** hinsichtlich Umfang (ganzheitlich vs. Produkt), jährlicher Risikocheck, Ansprache, Kundenorientierung hinsichtlich Preis- und Qualitätsorientierung (Vergleich zu 2014)

4

Basisinstrument: Alle Leistungsbeurteilungen gehen in die Treiber- und Benchmark-Analyse ein und Zeitreihen ab 2018

Zeitreihen der letzten 6 Jahre sind Bestandteil der Berichterlegung

Basisinstrument: Inhalte des jährlichen Basisteils

Vertreterloyalität und -motivation

- Gesamtzufriedenheit und Motivation
- 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
- automatische Generierung von Verkaufsimpulsen
- Qualität des Vermittlerportals bzw. Intranets
- Stabilität der IT-Systeme
- Qualität vollautomatischer Prozesse

Vertriebstätigkeit

- Vermittlungshäufigkeit nach 9 Produktbereichen
- Neugeschäftsentwicklung im Vorjahresvergleich für LV, KV und Sach
- Anzahl Beratungstermine pro Woche wieder in 2024
- Anteil ganzheitliche Beratungsgespräche in 2023
- Anteil der Beratungsgespräche in der Agentur
- Anteil Neukundengeschäft
- Anzahl von Vertragsabschlüssen in verschiedenen Sparten
- Anzahl Firmen- und Privatkunden
- Nutzung von Kontaktwegen zu Kunden

Nachhaltigkeit in der Finanz- und Versicherungsberatung wird zu einem immer relevanteren Thema in der Beratung

Highlight 1 in 2023: Nachhaltigkeit

- Nachhaltigkeit (vergleichbar zu 2021)
 - Umsetzung der ESG-konformen Beratung
 - Produktangebot und Kommunikationsmittel der VUs
 - Nachhaltigkeitskonzepte in der Agentur
 - Wirkung in der Kundenberatung / Preisbereitschaft
 - Zeitreihe mit 2021
- Wie gut fühlen Sie sich durch Ihre Gesellschaft im Themenbereich Nachhaltigkeit unterstützt?
- Wie unterstützt Sie Ihre Gesellschaft im Bereich Umweltmanagement (z. B. einzelne Themen, wie E-Autos, nachhaltige Büroausstattung, nachhaltige Werbung, CO2 neutraler Energiebezug etc.)?
- Wie unterstützt Sie Ihre Gesellschaft im Bereich Soziales (z. B. Gesundheit & Soziales, Antidiskriminierungsrichtlinie, ...)?
- Wie unterstützt Sie Ihre Gesellschaft im Bereich der Unternehmensführung (z. B. eigene Zertifizierungen und externe Zertifizierungen, ...)?

Ablauf und Erfolge von Beratungsprozessen – Impulse für Trainings zur kundenorientierten Beratungsqualität

Zeitreihe zu „ganzheitliche Beratung“ aus 2014 und 2010

Highlight 2 in 2023: Beratungsprozess

- Beratungsauftrag: Ganzheitlich vs. produktspezifisch, IDD Bedürfniserfassung (vgl. zu 2014)
- Jahresüberprüfung / Risiko-Check: Methoden, Anzahl, Kundenreaktionen, Durchsetzungsargumente, etc.
- Einschätzung der Kunden: Preis- vs. Qualitätsorientiert, Reaktionen auf Preisgestaltungen
- Prozess: Ansprache, Produktvorstellungen, emotionale Kaufverstärker
- Entscheidertypen: Welche Unterschiede erkennen Vermittler bei ihren Kunden?

Übersicht Highlight Themen der Vorjahre

2022

- I Innendienst-Services
- I Vertriebsunterstützung durch zentrale Einheiten

2021

- I Nachhaltige Versicherungsprodukte
- I Veränderung der Agenturarbeit durch Corona

2020

- I Online-Marketing
- I Firmenkunden

2019

- I Digitalisierung
- I Markenidentität

2018

- I Neukundengewinnung
- I Digitale Kommunikation

2017

- I Provision und Vergütungssystem
- I Zukunftssicherheit

2016

- I Prozess- und Servicequalität Innendienst
- I Zentrale Unterstützungsleistungen

2015

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

2014

- I Agenturunterstützung bei Personalrekrutierung und -ausbau
- I Ganzheitliche Beratung

2013

- I Image
- I Mediale Welt

2012

- I Bestandskundenbetreuung
- I Agentur 24

2011

- I Social Media
- I Agenturberatung

2010

- I Vertreterunterstützung bei der Marktbearbeitung
- I Ganzheitliche Beratung

2009

- I Firmenkundengeschäft
- I Verkaufsliteratur

2008

- I Die VVG-Reform aus Vermittlersicht
- I Prozess- / Servicequalität im Innendienst

2007

- I Überregionale Werbung
- I Bestandskundenbetreuung
- I Multikanalvertrieb

2006

- I Agenturberatung
- I Softwareunterstützung in der Beratung und Bestandsbearbeitung
- I Vermittleraktivitäten zur Neugeschäftsgenerierung

Für jeden Ausschließlichkeitsvertrieb werden 50 telefonische Interviews á 28-30 Min. durchgeführt

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. 28-33 Minuten
- | Befragungszeitraum Mai-Juli 2023
- | Versand der Ergebnisberichte bis Ende September 2023

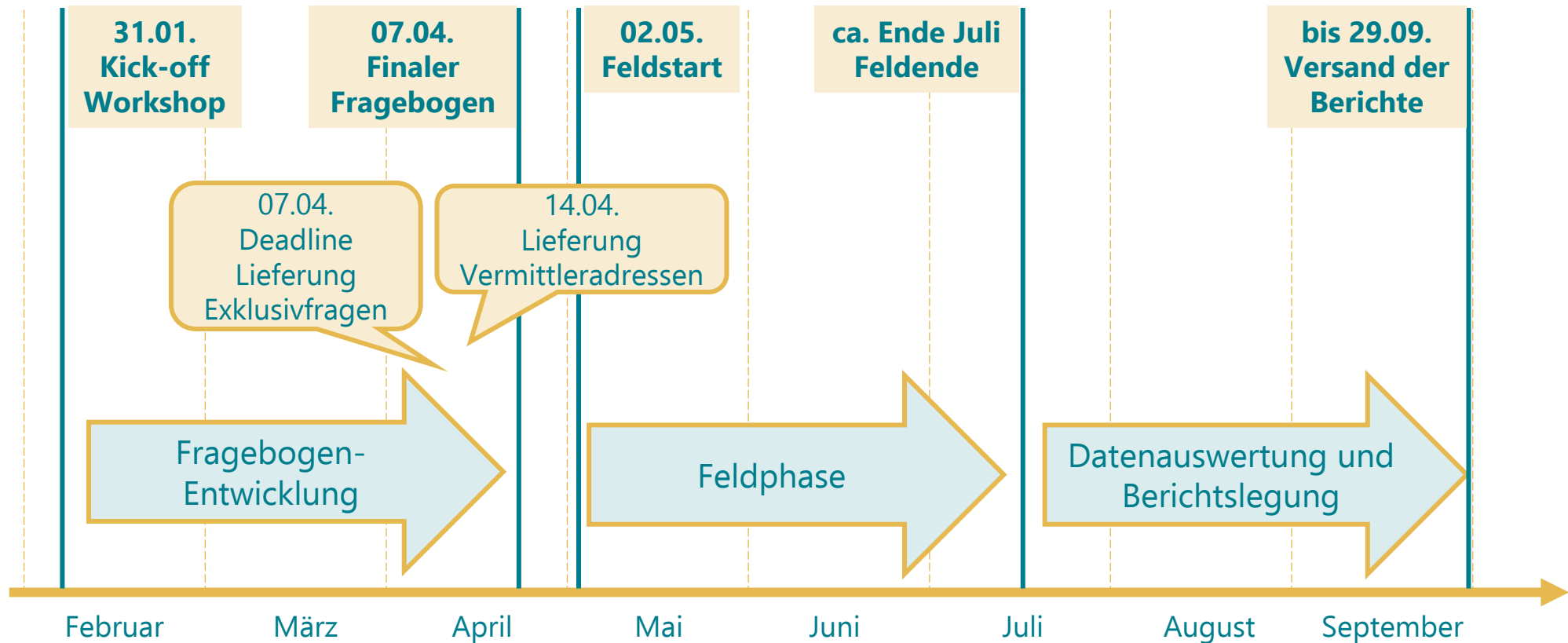
Untersuchte Gesellschaften

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

Teilnehmende Versicherer informieren und motivieren ihre Vermittler zur Teilnahme an der Befragung.

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

Projektplan





Flexible Teilnahmemöglichkeiten

Angebot

Bestellung der Benchmark-Untersuchung „Erfolgsfaktoren im Ausschließlichkeitsvertrieb 2023“

Bestellung bitte bis zum
3. März 2023 einreichen

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

Studienbestellung	
<input type="checkbox"/> Premiumbericht 2023 (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	10.800 €
<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"/> Zusatzstichprobe CATI n=50 auf insgesamt n=100, ggf. inkl. Quotierung	4.800 €
<input type="checkbox"/> Zusatzstichprobe CATI n=100 auf insgesamt n=150, ggf. inkl. Quotierung	9.200 €
<input type="checkbox"/> Zusatzstichprobe CATI n=150 auf insgesamt n=200, ggf. inkl. Quotierung	13.400 €
<input type="checkbox"/> exklusive Zusatzfragen für den eigenen Vertrieb inkl. Zusatzauswertung (offene Fragen als Verbatims; max. 10 Zusatzfragen)	je Frage 700 €
<input type="checkbox"/> Präsentation der Ergebnisse in Ihrem Haus oder per Video-Call	2.400 €
<input type="checkbox"/> Mit unserer Bestellung akzeptieren wir die AGB und die Regelungen dieses Angebots auf den folgenden Seiten	

bitte
ankreuzen

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., zzgl. Reisekosten vor Vorort-Präsentationen



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!), Wettbewerberergebnisse 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



Dr. Oliver Gaedeke

Geschäftsführer

Oliver.Gaedeke@siriuscampus.de

Direkt: +49 152 38 24 66 40



Niklas Geib

Consultant

Niklas.Geib@siriuscampus.de

Direkt: +49 152 38 24 66 43



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**

Vertriebssteuerung ist wie Markenführung: Sie braucht konstante und klare Botschaften

Sirius Campus ist auf die Optimierung von Vertriebsprozessen auf Basis von Behavioral Economics spezialisiert

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