

*jährlich seit 2003*

# Erfolgsfaktoren im Ausschließlichkeitsvertrieb 2025

**Zufriedenheit, Motivation und Bindung im Versicherungsaußendienst**

Angebot zur Teilnahme an der Benchmark-Untersuchung

Wissenschaftliche Begleitung durch **Prof. Dr. Fred Wagner** (Universität Leipzig)

Bild: Snapwire from StockSnap

Unser Ziel ist...

# Erfolgsfaktoren im Ausschließlichkeitsvertrieb 2025

## Gliederung des Angebots

1. Untersuchungsinhalte und Projektplan
2. Angebot
3. Kontakt und über Sirius Campus



# Motivation und Bindung der Ausschließlichkeitsvermittler

1. Untersuchungsinhalte und Projektplan



# Handlungsfelder in der Zusammenarbeit mit dem Ausschließlichkeitsvertrieb erkennen und Strategien wirksam definieren

Ziele der Benchmark-Untersuchung „Erfolgsfaktoren im Ausschließlichkeitsvertrieb“

## **Stärken und Schwächen im Benchmark**

Vorteils- und Nachteilswahrnehmung der Vertreter werden im Benchmark-Vergleich zu relevanten Hinweisen für Stärken und Schwächen.

## **offenes Benchmark**

Das offene Benchmark erlaubt einen spezifischen Vergleich mit besonders ähnlichen Versicherern.

## **Blick auf Trends und Innovationen**

Highlight-Themen greifen aktuelle Themen auf und ermöglichen einen Blick auf relevante Trends und Innovationen.

## **VU-spezifische Treiberanalysen**

Je teilnehmenden Versicherer wird eine Treiberanalyse erstellt, da die Beziehungsstrukturen der Vertriebe sehr unterschiedlich sind.

## **Zeitreihen als wichtigster Benchmark**

In Zeitreihen der letzten 6 Jahre wird über alle untersuchten Leistungsbereiche die VU-spezifische sowie die Marktentwicklung gegenübergestellt.

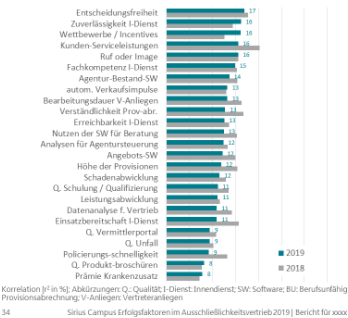
## **Erkennen von Innovationsbedarf**

Vermittlererwartungen und –bedarf nach Neuerungen bei der Betreuung, im Service oder im digitalen Bereich werden deutlich

# Erfolgreiche Führung heißt, die richtigen Anpacks zum richtigen Zeitpunkt einzusetzen

## Ziele der Benchmark-Untersuchung

1



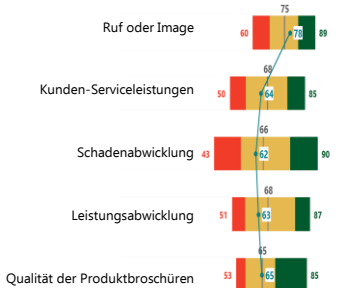
**Vermittlermotivation**

AO-spezifische Treiberanalysen zeigen die großen Hebel auf  
→ **Konzentration auf die relevanten Anpacks**

Zusätzlich wird die Wirkung auf die Vertriebsleistung untersucht  
→ **Erfolgsschrauben**

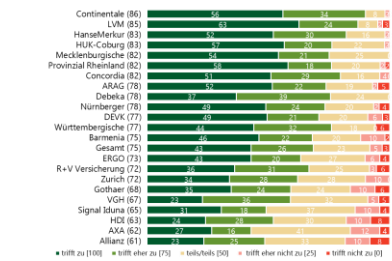
## Benchmarking und Best-Practices

2



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

3



**Detaillierte Rankings** über alle befragten Versicherungsgesellschaften und gestellten Fragen .

## Highlight Themen 2024

4

- **Werden im Entwicklungsworkshop am 29.01.2024 abgestimmt!**

# Basisinstrument: Alle Leistungsbeurteilungen gehen in die Treiber- und Benchmark-Analyse ein und Zeitreihen ab 2020

## 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

in 2025 mit  
Nachhakenfrage

### Beurteilung des Innendienstes

- Erreichbarkeit des Innendienstes
- Bearbeitungsdauer von Vertreteranliegen
- Informationsbereitstellung zu Neuerungen aus der Zentrale (neu in 2025)
- Einsatzbereitschaft der Mitarbeiter (in 2025 eingespart)
- Fachkompetenz der Mitarbeiter
- Zuverlässigkeit und Fehlerfreiheit des Innendienstes

### IT-Kompetenz

- Schnelligkeit der Policierung
- KI-Kompetenz (neu in 2025)
- 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
- Anteil ganzheitliche Beratungsgespräche
- Anteil der Beratungsgespräche in der Agentur
- Anteil Neukundengeschäft
- Anzahl von Vertragsabschlüssen in verschiedenen Sparten
- Anzahl Firmen- und Privatkunden
- Nutzung von Kontaktwegen zu Kunden

wieder in 2026

in 2025

Zeitreihen der letzten 6 Jahre sind  
Bestandteil der Berichterlegung

# Vertiefende Fragen zur Agenturentwicklung sowie zu Beitragsanpassungen und Kundenrückgewinnungen

## Highlight-Themen in 2025

### **Agenturentwicklung**

- Wie können Versicherer ihre Agenturen am besten bei der Personalgewinnung, Kompetenzaufbau und Wachstum unterstützen? (teilweise mit Zeitreihen zu 2014)
- Welche Schulungen und Trainings werden genutzt und wie werden sie beurteilt?
- Wie wird bereits KI zu verschiedenen Themenfeldern genutzt bzw. KI-Tools gewünscht?

### **Beitragsanpassungen und Kundenrückgewinnung**

- Wie sind Vertreter bei Beitragsanpassungen involviert?
- Welche Rabattmodelle werden eingesetzt und welche haben sich bewährt?
- Sind Beitragsanpassungen in Kombination mit Bündelrabatten Treiber für den Ausbau von Kundenbeziehungen?
- Wie wird über Kündigungen informiert?
- Was machen Vermittler für die Rückgewinnung?
- Mit welchen Mitteln können sie die Kundenbindung aufrechterhalten?

# Übersicht Highlight Themen der Vorjahre

## **2024**

- I Online-Marketing
- I Markenidentität

## **2023**

- I Beratungsprozess
- I Nachhaltigkeit

## **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- und Servicequalität im Innendienst

## **2007**

- I Überregionale Werbung
- I Bestandskundenbetreuung
- I Multikanalvertrieb



# Für jeden Ausschließlichkeitsvertrieb werden 50 telefonische Interviews durchgeführt

Basisinstrument: Untersuchungsdesign

## Stichprobe und Methodik

- I Recherche und Rekrutierung der Vertreter / Agenturleiter durch Sirius Campus.
- I Min. 1.100 Versicherungsvermittler (ca. 90% HGB, §84er; 10% Festangestellte) mit n=50 Vermittler pro Gesellschaft
- I Vertreter mit Schwerpunkt im Privatkundengeschäft oder zumindest Privat- und Firmenkundengeschäft mit gleicher Bedeutung
- I Standardisierte Telefoninterviews (CATI), ca. 30 Minuten

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

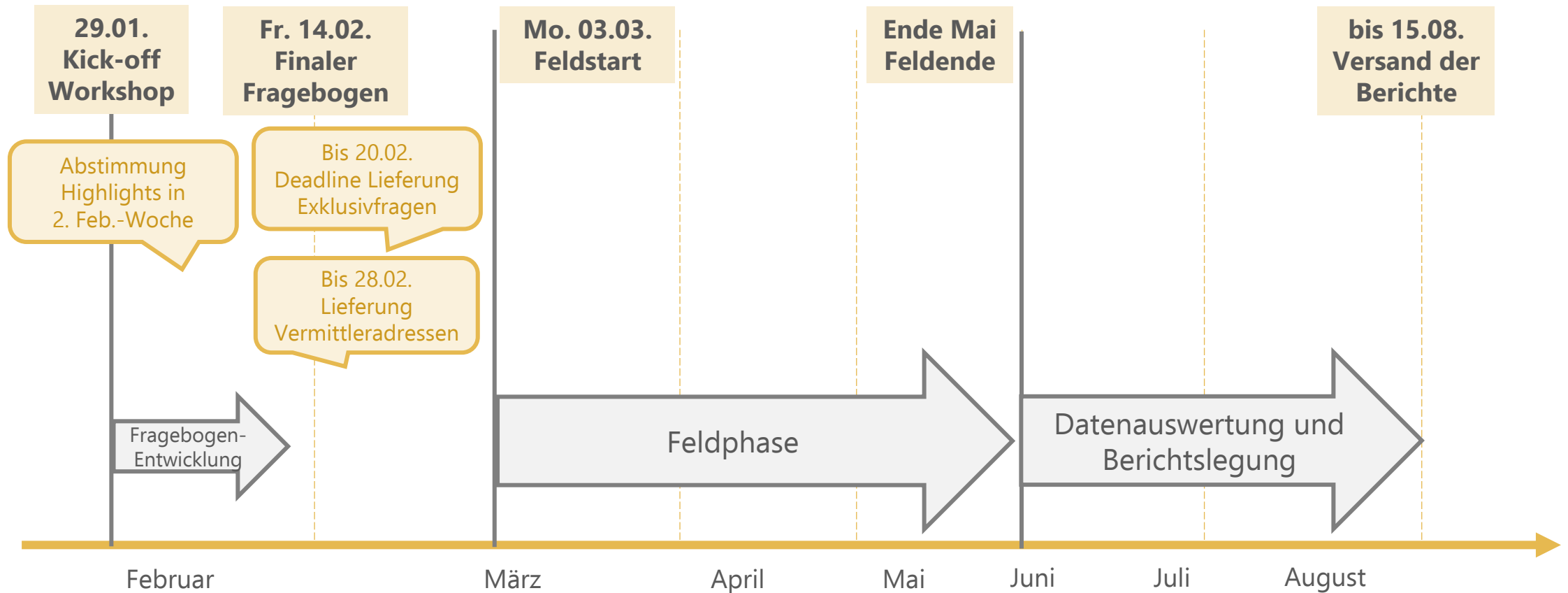
## Untersuchte Gesellschaften

Allianz	HUK-Coburg
ARAG	LVM
AXA	Mecklenburgische
Barmenia	Nürnberger
Continental	Provinzial
Concordia	R+V
Debeka	SDK
DEVK	SIGNAL IDUNA
ERGO	VGH
Gothaer	Württembergische
HanseMerkur	Zurich
HDI	... ggf. weitere Versicherer

# Feldzeit März bis Mai 2025

Individuelle Feldzeitabstimmung in diesem Zeitraum möglich

Basisinstrument: Projektzeitplan





# Flexible Teilnahmemöglichkeiten

2. Angebot

# Bestellung der Benchmark-Untersuchung „Erfolgsfaktoren im Ausschließlichkeitsvertrieb 2025“

Bestellung: Bitte als Scan / PDF an [info@siriuscampus.de](mailto:info@siriuscampus.de)

Bestellung bitte bis zum  
14. Feb. 2025 einreichen

Studienbestellung	
<input type="checkbox"/> <b>Premiumbericht 2024</b> (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, <b>inkl. individuellem Tabellenband im Excel-Format</b>	11.650 €
<input type="checkbox"/> <b>Management Summary</b> speziell für Ihr Unternehmen: ca. 30 Seiten im pptx-Format – <b>exkl. Vertiefungsthemen</b> (nur bei Bestellung des Premiumberichtes)	2.600 €
<input type="checkbox"/> <b>Management Summary</b> speziell für Ihr Unternehmen: ca. 40 Seiten im pptx-Format – <b>inkl. Vertiefungsthemen</b> (nur bei Bestellung des Premiumberichtes)	3.600 €
<input type="checkbox"/> <b>Zusatzstichprobe CATI n=50 / 100 / 150</b> auf insgesamt n=100 / 150 / 200, ggf. inkl. Quotierung, <i>bitte Variante einkreisen</i>	5.000 € / 9.500 € / 13.900 €
<input type="checkbox"/> <b>exklusive Zusatzfragen für den eigenen Vertrieb</b> inkl. Zusatzauswertung (offene Fragen als Verbatims; max. 10 Zusatzfragen)	je Frage 700 €
<input type="checkbox"/> <b>exklusive Zusatzfragen für alle Vertriebe</b> inkl. Zusatzauswertung (n=50 je VU, offene Fragen als Verbatims; max. 3 Zusatzfragen)	je Frage 2.600 €
<input type="checkbox"/> <b>Präsentation der Ergebnisse</b> in Ihrem Haus oder per Video-Call	2.400 €
<input type="checkbox"/> Mit unserer Bestellung akzeptieren wir die <b>AGB</b> und die Regelungen dieses Angebots auf den folgenden Seiten	

bitte  
ankreuzen

bitte Rechnungsadresse angeben	
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 dazugehörenden 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**.

Studienbeziehen 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.





# Entscheidungsprozesse verstehen und wirksam gestalten

3. Kontakt und über Sirius Campus

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



**Dr. Oliver Gaedeke**

Gründer & Geschäftsführer

[Oliver.Gaedeke@siriuscampus.de](mailto:Oliver.Gaedeke@siriuscampus.de)

Direkt: +49 152 38 246 640



**Onat Murtezaoglu**

Consultant

[Onat.Murtezaoglu@siriuscampus.de](mailto:Onat.Murtezaoglu@siriuscampus.de)

Direkt: +49 152 38 24 66 41

# 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



[www.siriuscampus.de](http://www.siriuscampus.de) und [www.select-typen.de](http://www.select-typen.de)

# Vertriebssteuerung ist wie Markenführung: Sie braucht konstante und klare Botschaften

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