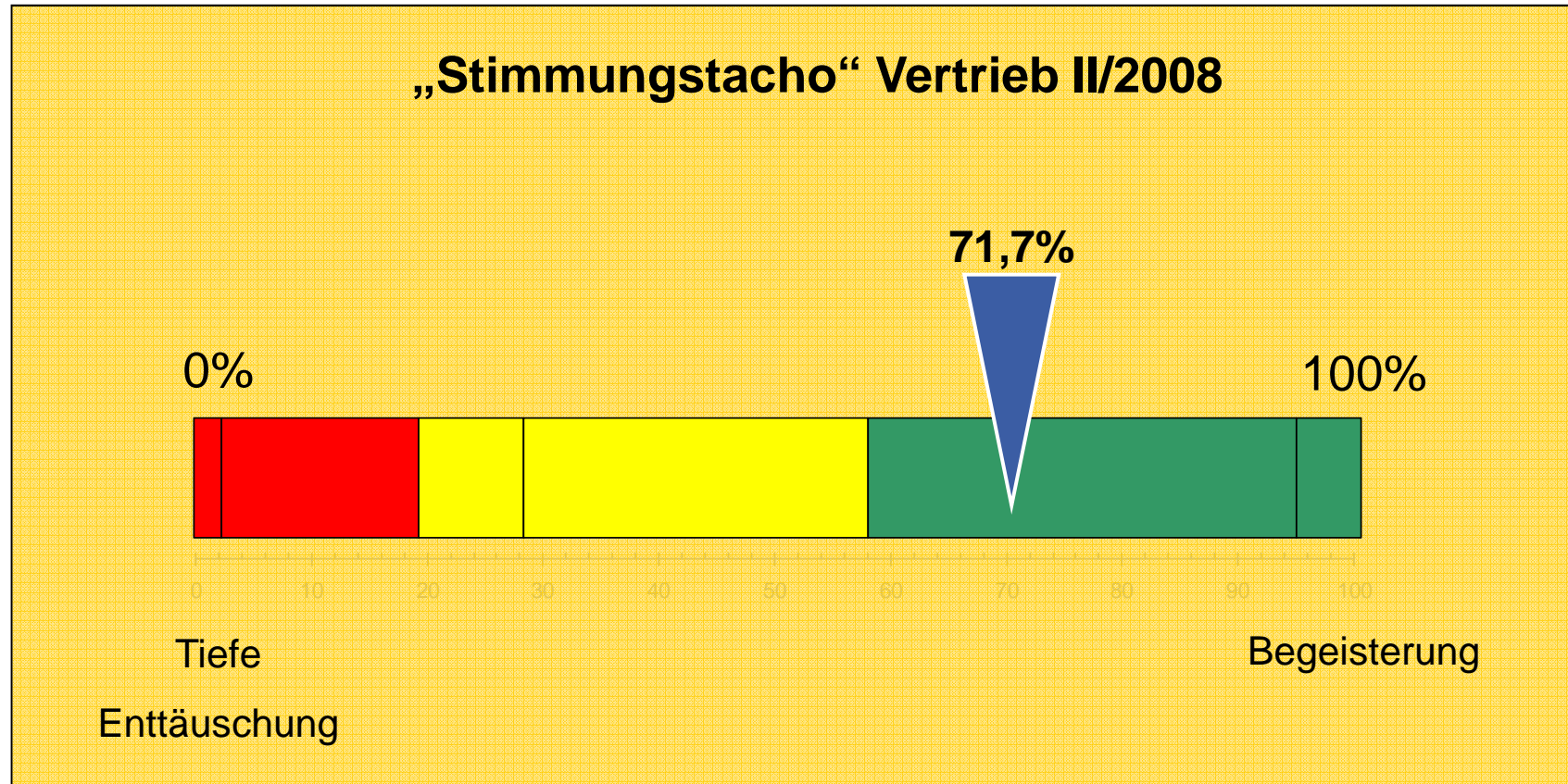


AssCompact TRENDS II/2008

BERATERBEFRAGUNG

Ergebnisse einer Befragung von unabhängigen Assekuranz- und Finanz-Beratern zur aktuellen Stimmung im Vertrieb von Finanzdienstleistungen



Lesehilfe: der „Stimmungstacho“ fasst die Antworten wie folgt zusammen: rot = Summe aus „bin tief enttäuscht“ und „bin unzufrieden“ / gelb = „bin unentschlossen“ und „bin zufrieden“ / grün = „bin motiviert“ und „bin begeistert“. Der Stand der Tachonadel steht für den Prozentsatz der Vermittler, deren Stimmung mindestens „bin zufrieden“ ist.

| | Seite | | Seite |
|--|-----------|---|-----------|
| 1. Zielsetzung der Befragung | 7 | 6. Favoriten der unabhängigen Vermittler | 27 |
| 2. Methodik & Stichprobenbeschreibung | 9 | 6.1. Produktlinien im Überblick | 28 |
| 3. Vertriebsstimmung 2008 | 14 | 6.2. Favoriten nach Produktlinien | 36 |
| 3.1. Gesamtstimmung im Vertrieb | 15 | Banken (Kredit) | 36 |
| 3.2. Trend „Stimmungstacho“ Vertrieb | 16 | Bausparkassen | 38 |
| 3.3. Zufriedenheit mit den Ergebnissen Q1 2008 | 17 | Berufsunfähigkeitsversicherung | 40 |
| 3.4. Umsatzentwicklung unabhängiger Vermittler | 18 | Beteiligungen | 42 |
| 4. Kundennachfrage | 19 | Betriebliche Altersvorsorge | 44 |
| 4.1. Die wichtigsten Nachfragemotive | 20 | Dread-Disease-Versicherung | 46 |
| 4.2. Alle Nachfragemotive im Überblick | 22 | Fondsgebundene Rentenversicherung | 48 |
| 5. Produktabsatz | 23 | Haftpflichtversicherung | 50 |
| 5.1. Hitparade der Produkte im 1. Quartal 2008 | 24 | Investmentfonds (offen) | 52 |
| 5.2. Beurteilung der Produkte im Überblick | 25 | Kraftfahrtversicherung | 54 |
| | | PKV-Krankenvollversicherung | 56 |
| | | PKV-Krankenzusatzversicherung | 58 |
| | | Private Pflegeversicherung | 60 |

| | Seite | | Seite |
|--|-----------|-------------------------------------|------------|
| Rechtsschutzversicherung | 62 | 7.7. Thema „Riester“ | 84 |
| Rentenversicherung | 64 | Vertriebsunterstützung | 84 |
| Riester-Vorsorge | 66 | Abwicklungsservice | 85 |
| Risiko-Lebensversicherung | 68 | 7.8. Veränderungen der Favoriten | 86 |
| Rürup-Vorsorge | 70 | | |
| Sachversicherung | 72 | 8. Unternehmensdarstellungen | 107 |
| Unfallversicherung | 74 | 8.1. bbg Betriebsberatungs GmbH | 108 |
| | | 8.2. SMARTcompagnie GmbH | 109 |
| 7. Ausblick und Trends | 76 | | |
| 7.1. Erwartungen an das Vertriebsjahr 2008 | 77 | 9. Siegel AssCompact Trends | 110 |
| 7.2. Die wichtigsten Trenderwartungen | 78 | | |
| 7.3. Absatzerwartung im Überblick | 79 | 10. Weitere Studien | 112 |
| 7.4. Produkt-Trend-Indikator | 80 | | |
| 7.5. Erwartungen an die Produktgeber | 82 | | |
| 7.6. Auswirkungen der Reformen | 83 | | |

7. AUSBLICK UND TRENDS

7.6. AUSWIRKUNGEN DER REFORMEN

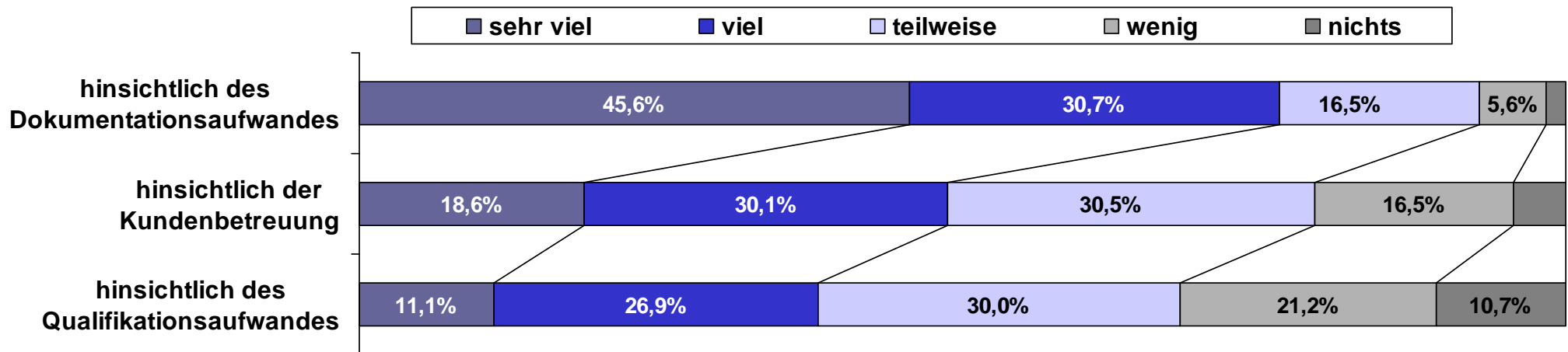
Die gravierenden Reformen der jüngsten Vergangenheit haben die ganze Branche bewegt. So auch die freien Vermittler, die sich mit einigen Neuerungen auseinander setzen mußten.

Die größten Änderungen haben die befragten Vermittler nach eigenen Angaben im Bereich des Dokumentationsaufwandes erfahren. Für über 3/4 der Befragten hat sich in diesem Bereich viel geändert.

Betrachtet man die gesamte Kundenbetreuung, so geben 48,7% der Befragten an, dass sich hier viel geändert hat.

Erstaunlich: Am wenigsten Veränderung haben die freien Vermittler hinsichtlich des Qualifikationsaufwandes erfahren. Über 60% sehen hier keine große Veränderung.

Was hat sich Ihrer Meinung nach im Zuge der EU-Vermittlerrichtlinie und der VVG-Reform für Sie verändert? (934)



8. UNTERNEHMENS DARSTELLUNGEN

8.2. SMARTcompagnie GmbH

- » Wir bieten Management-Beratung, praxisorientiertes Training und vertriebsunterstützende Tools in höchster Qualität mit maximalem Nutzen für unsere Kunden.
- » Wir sind in der Finanzdienstleistungsbranche verwurzelt. Im Fokus unserer Dienstleistung steht das Vertriebs-Management von Unternehmen der Finanzdienstleistungsbranche.
- » Der Erfolg der Strategie liegt in der Umsetzung. In der erfolgreichen Umsetzung der Strategie liegt unser Nutzen. Dafür stehen wir – mit all unserer Erfahrung, Kompetenz und höchstem persönlichen Engagement.
- » Unsere Expertise resultiert aus langjährigen Erfahrungen (seit 1987) im Vertrieb und dem Management in der Assekuranz, Bank und der Fondsbranche.

Unser Profil:

- » Unternehmen: SMARTcompagnie GmbH
- » Gegründet: 2005 in Heidenrod / Rhein-Main-Gebiet
- » Gesellschaftszweck: Management-Beratung, Trainings-Konzeption und Durchführung, Moderation und Sales-Tools
- » Regionale Ausrichtung: bundesweit
- » Spezialisierung: Finanzdienstleister, Vertrieb
- » Kunden: Banken, Versicherer, KAGen, Pools, Portale, Bausparkassen, Vertriebsorganisationen

Hiermit bestelle ich (bitte ankreuzen)

- die Studie **AssCompact Trends II/2008** zum Preis von 650 EUR zzgl. MwSt.
- ein **Abonnement*** (viermal erscheinende Studie **AssCompact Trends** zum Vorzugspreis von 1.990 EUR, statt 2.600 EUR bei Einzelbezug zzgl. MwSt.)
- ein Exemplar der **Studie zum Fondspolizen-Award 2008** zum Preis 995 € zzgl. MwSt.
- ein Exemplar der **Studie zum Haftpflicht-Award 2008** zum Preis 995 € zzgl. MwSt.
- Bitte informieren Sie mich zu gegebener Zeit über die **Studie zum PKV-Award 2008**.
- Bitte informieren Sie mich zu gegebener Zeit über die **Studie zum BU-Award 2008**.
- Bitte informieren Sie mich zu gegebener Zeit über die **Studie zum bAV-Award 2008**.

Unternehmen _____

Vorname und Name _____

Funktion und Abteilung _____

Straße und Hausnummer _____

Postleitzahl und Ort _____

E-Mail-Adresse _____

Telefon _____

Datum und Unterschrift _____

Fax-Hotline: 089 / 954 399 447

*Das Abonnement verlängert sich automatisch um jeweils ein Jahr, sofern keine Kündigung zum Ablauf des Jahres erfolgt.