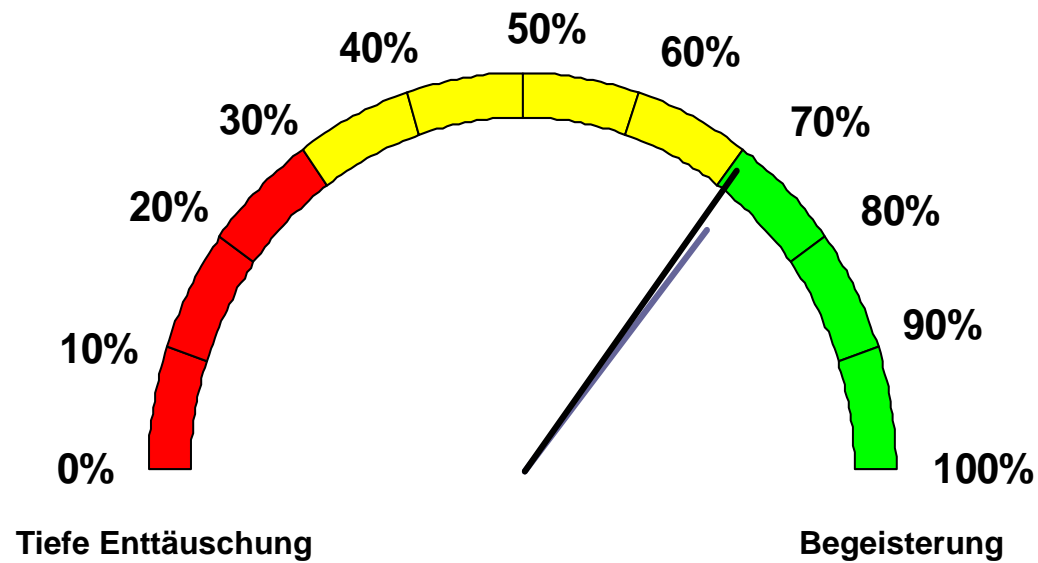


AssCompact TRENDS III/2008

BERATERBEFRAGUNG

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



Aktuelle Stimmung:	70,6 %
Stimmung II/2008:	71,7 %

Erläuterung:

Die Tachonadel steht für den Prozentsatz der befragten Vermittler, deren Stimmung mindestens „ich bin zur Zeit zufrieden“, „bin motiviert“ oder „bin begeistert“ ist.

	Seite
1. Zielsetzung der Befragung	7
2. Methodik & Stichprobenbeschreibung	9
3. Vertriebsstimmung 2008	14
3.1. Gesamtstimmung im Vertrieb	15
3.2. Trend „Stimmungstacho“ Vertrieb	16
3.3. Zufriedenheit mit den Ergebnissen Q2 2008	17
3.4. Umsatzentwicklung unabhängiger Vermittler	19
4. Kundennachfrage	20
4.1. Die wichtigsten Nachfragemotive	21
4.2. Alle Nachfragemotive im Überblick	23
5. Produktabsatz	24
5.1. Hitparade der Produkte im 2. Quartal 2008	25
5.2. Beurteilung der Produkte im Überblick	26

	Seite
6. Favoriten der unabhängigen Vermittler	28
6.1. Produktlinien im Überblick	29
6.2. Favoriten nach Produktlinien	39
Banken (Kredit)	39
Bausparkassen	41
Berufsunfähigkeitsversicherung	43
Beteiligungen	45
Betriebliche Altersvorsorge	47
Britische Lebensversicherung	49
Dread-Disease-Versicherung	51
Einmalbeitrags-Rentenversicherung	53
Fondsgebundene Rentenversicherung	54
Fonds-Vermögensverwaltung	56
Grundfähigkeitsversicherung	57
Haftpflichtversicherung	58
Investmentfonds (offen)	60

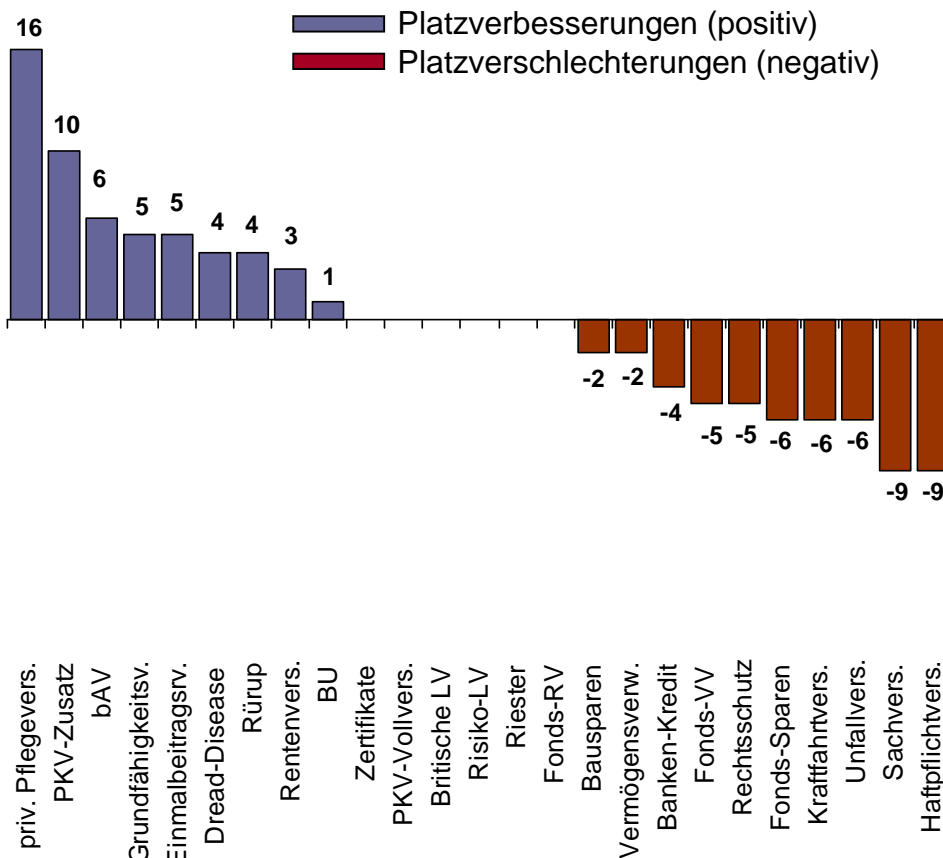
	Seite		Seite
Kraftfahrtversicherung	62	7.3 Absatzermwartung im Überblick	89
PKV-Vollversicherung	64	7.4 Produkt-Trend-Indikator	90
PKV-Zusatzversicherung	66	7.5 Erwartungen an die Produktgeber	92
Private Pflegeversicherung	68	7.6 Auswirkungen der Reformen	93
Rechtsschutzversicherung	70	7.7. Thema „Software“	94
Rentenversicherung	72	Nutzung und Kostenrahmen	94
Riester-Vorsorge	74	Bedeutungskriterien	95
Risiko-Lebensversicherung	76	7.8. Veränderungen der Favoriten	96
Rürup-Vorsorge	78		
Sachversicherung	80	8. Unternehmensdarstellungen	118
Unfallversicherung	82	8.1. bbg Betriebsberatungs GmbH	119
Vermögensverwaltung	84	8.2. SMARTcompagnie GmbH	120
7. Ausblick und Trends	86	9. Siegel AssCompact Trends	121
7.1. Erwartungen an das Vertriebsjahr 2008	87		
7.2. Die wichtigsten Trenderwartungen	88	10. Weitere Studien	123

7. AUSBLICK UND TRENDS

7.4. PRODUKT-TREND-INDIKATOR

Rangdifferenz zwischen Produktabsatz 2. Quartal 2008¹ und der künftigen Bedeutung der Produkte / Produktlinie²

(Angaben: absolute Rang-Abweichung)



1: siehe Folie 25
2: siehe Folie 88

Der Produkt-Trend-Indikator wurde entwickelt, um mögliche Trends aus der heutigen Vertriebsstimmung abzuleiten. Hierfür wurden die Produkte, die im 2. Quartal 2008 stark nachgefragt wurden, sowie die Bedeutung der Produkte in der Zukunft übereinander gelegt und abgeglichen. Daraus wurde dieser Indikator für mögliche Produkttrends abgeleitet. Genutzt wurde die jeweilige Rangfolge der Produkte auf Basis der relativen Anteile für die Positiv-Wertungen.

Die Tabelle zeigt also mögliche Aufsteiger und Absteiger in der Bedeutung der Produktlinien für die unabhängigen Vermittler.

Von besonderem Interesse sind die „Ausreißer“ mit mehr als 3 Punkten Abweichungen der genannten Produktlinien. Hier zeichnen sich deutliche Verschiebungen ab.

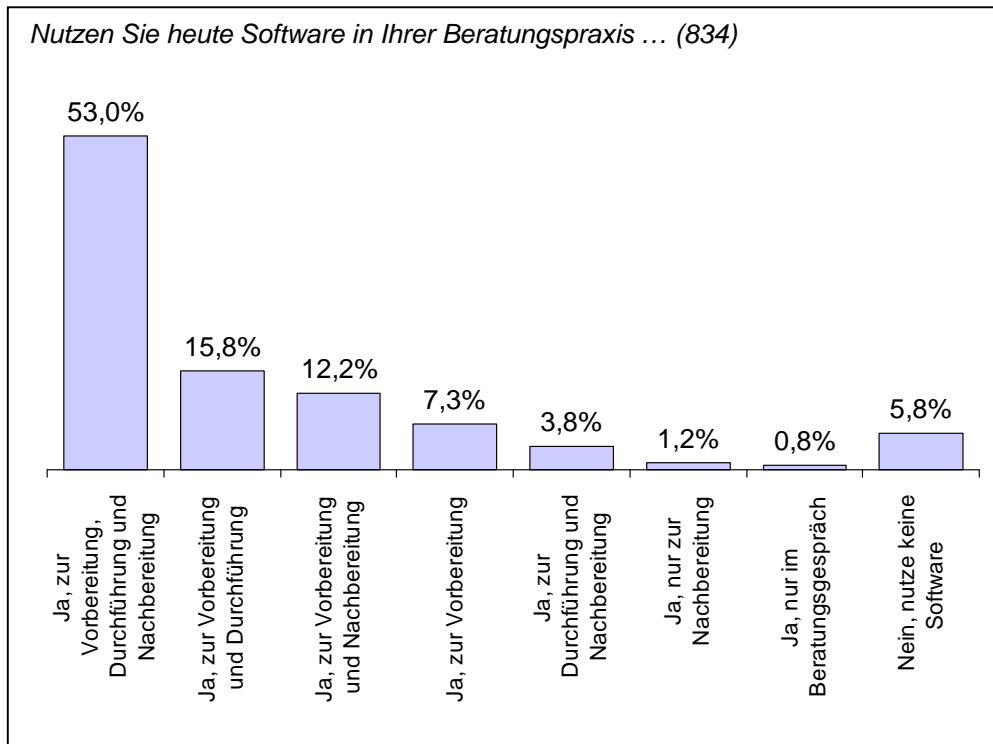
Fazit:

- Trend-Aufsteiger sind Private Pflegeversicherung, die PKV-Zusatzversicherung und die betriebliche Altersversorgung.
- Trend-Absteiger sind die Unfallversicherung, die Sachversicherung und die Haftpflichtversicherung.

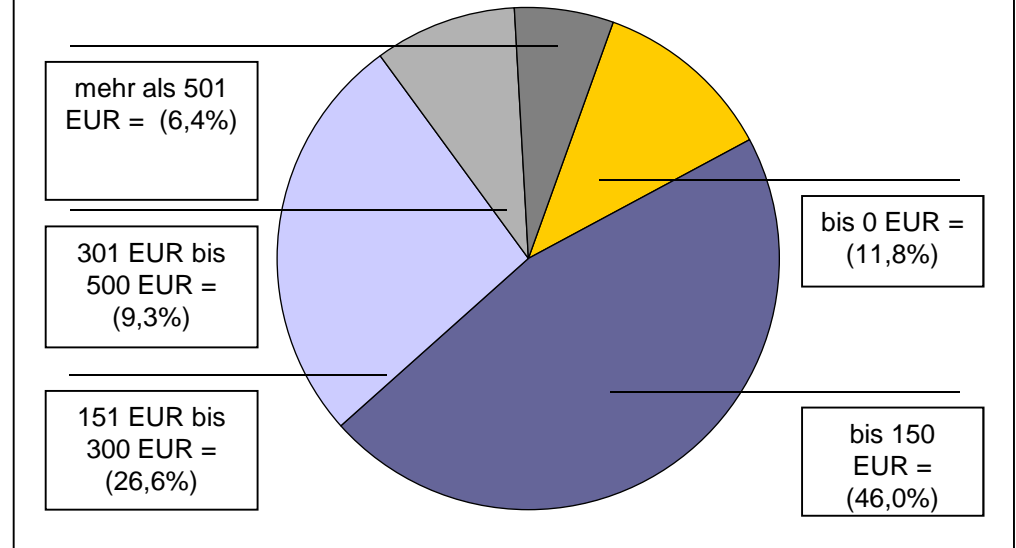
7. AUSBLICK UND TRENDS

7.7. THEMA SOFTWARE: NUTZUNG UND KOSTENRAHMEN

Über die Hälfte der unabhängigen Vermittler nutzt Software zur Vorbereitung, Durchführung und Nachbereitung von Beratungsgesprächen (53%). Lediglich 5,8% der Befragten nutzt keine Software im Beratungsalltag.



Wie hoch ist Ihre monatliche Investition insgesamt in betriebliche Software, also z.B. Angebots- und Vergleichssoftware, Kundenverwaltungsprogramme, Dokumentation und Archivierung, spezielle bAV-Software, etc.? (832)



Knapp 3/4 aller Vermittler nutzt Software bis zu einer monatlichen Investition von 300 EUR. Die größte Gruppe der Befragten (46%) zahlt monatlich maximal 150 EUR.

Jeder Zehnte nutzt kostenlose Angebote. Softwareprodukte mit monatlichen Kosten über 300 EUR nutzen vergleichsweise wenige Vermittler.

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- und Produkt-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 folgende Studien (bitte ankreuzen):

Fax-Hotline: 089 / 954 399 447

AssCompact Trends

- ein Exemplar der **Studie AssCompact Trends III/2008** zum Preis von 650 EUR zzgl. MwSt.

- ein **AssCompact Trends-Abonnement*** (4 mal erscheinende Studie) zum Vorzugspreis von 1.990 EUR, statt 2.600 EUR bei Einzelbezug zzgl. MwSt.

* Das Abonnement verlängert sich automatisch um jeweils ein Jahr. Natürlich können Sie das Abo jederzeit zum Kalenderjahr kündigen.

Besteller-Informationen

Unternehmen

Vor-, Zuname

Funktion, Abteilung

Strasse, Haus-Nr.

PLZ, Ort

E-Mail, Telefon

Datum, Unterschrift