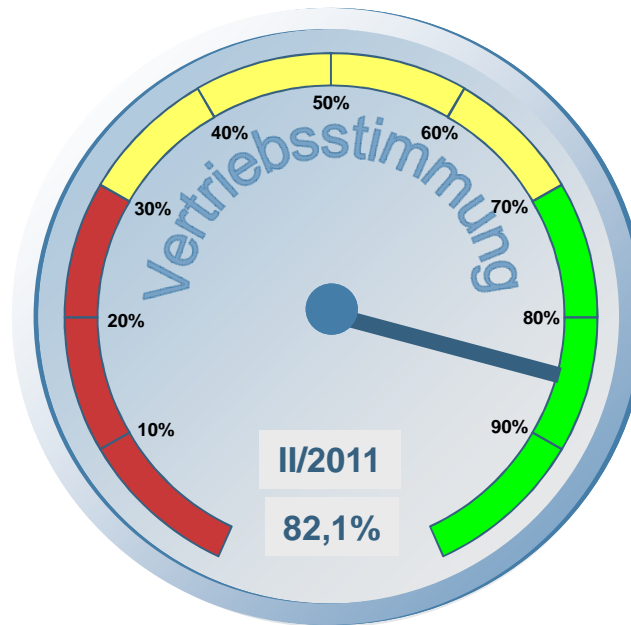


Sonderthemen des Quartals:
Wo kommt das Geschäft her?

TRENDS II/2011

BERATERBEFRAGUNG

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



TRENDS I/2011: 85,2%

Veränderung in %-Punkten: -3,1%

Erläuterung:

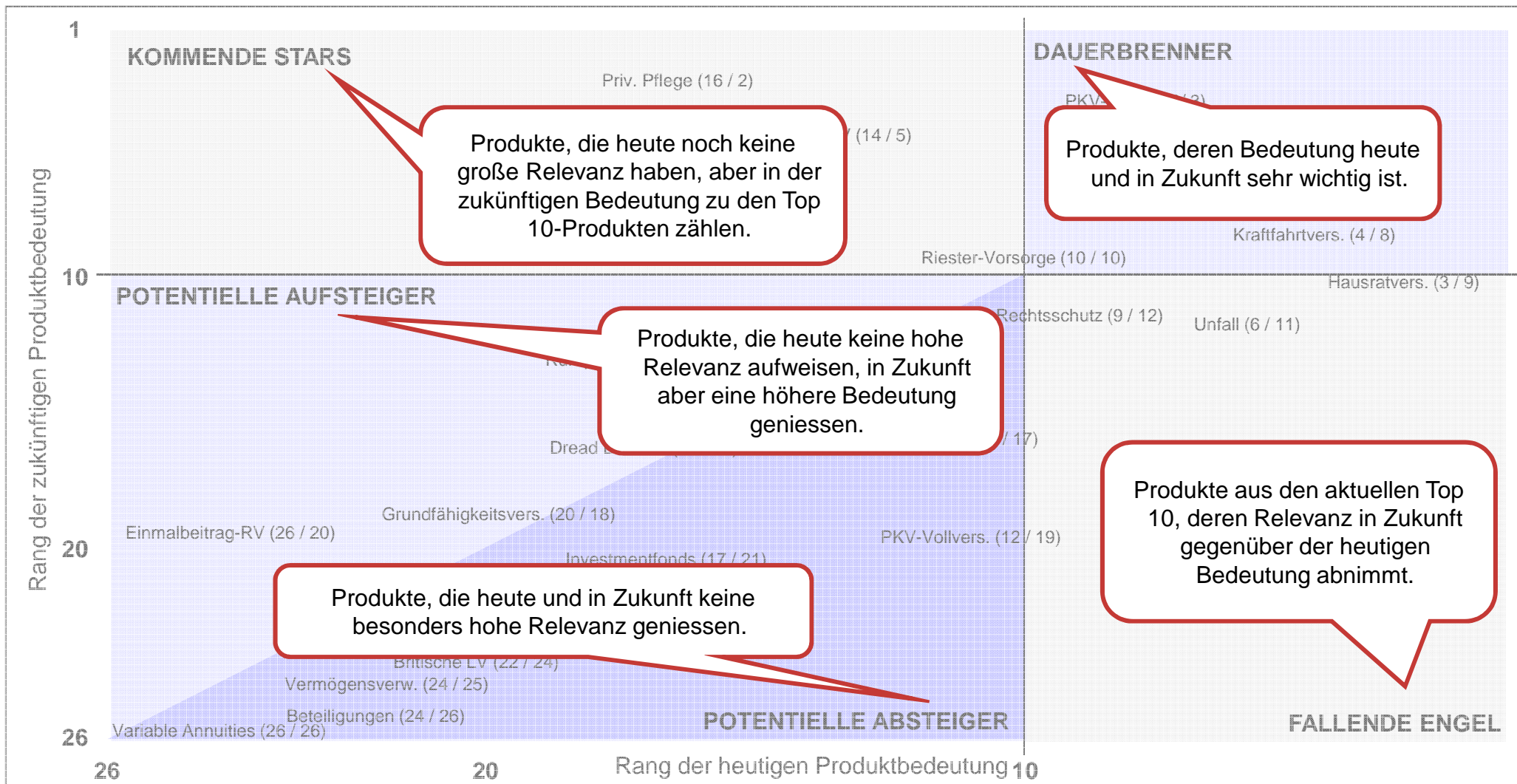
Die Tachonadel steht für den Prozentsatz der befragten Vermittler, deren Stimmung „ich bin zur Zeit zufrieden“, „bin motiviert“ und „bin begeistert“ ist.

	Seite		Seite
1. Zielsetzung der Befragung	7	6. Favoriten der Vermittler	36
2. Methodik & Stichprobenbeschreibung	9	6.1. Altersvorsorge im Überblick	37
3. Vertriebsstimmung 2011	17	Betriebliche Altersversorgung	40
3.1. Gesamtstimmung im Vertrieb	18	Britische Lebensversicherung	41
3.2. Gründe der positiven Gesamtstimmung	19	Einmalbeitrag-Rentenversicherung	42
3.3. Gründe der negativen Gesamtstimmung	20	Fondsgebundene Rentenversicherung	43
3.4. Trend „Stimmungstacho“ Vertrieb	21	Klassische Rentenversicherung	44
3.5. Zufriedenheit mit den Ergebnissen I/2011	22	Riester-Vorsorge	45
3.6. Umsatzentwicklung unabhängiger Vermittler	24	Rürup-Vorsorge	46
3.7. Gründe der positiven Umsatzentwicklung	25	6.2. Risikovorsorge im Überblick	48
3.8. Gründe der negativen Umsatzentwicklung	26	Berufsunfähigkeitsversicherung	51
4. Kundenansprache	28	Dread-Disease-Policen	52
4.1. Die wichtigsten Ansprachemotive	29	Grundfähigkeitsversicherung	53
4.2. Alle Ansprachemotive im Überblick	30	Private Pflegeversicherung	54
5. Produktabsatz	32	PKV-Vollversicherung	55
5.1. Hitparade der Produkte im Quartal I/2011	33	PKV-Zusatzversicherung	56
5.2. Beurteilung der Produkte im Überblick	34	Risiko-Lebensversicherung	57

	Seite		Seite
6.3. Sach / HUK im Überblick	59	7.5. Erwartungen an die Produktgeber	84
Hausratversicherung	61	7.6. Veränderungen der Favoriten	85
Krafftfahrtversicherung	62	8. Sonderthema: Wo kommt der Umsatz her	112
Private Haftpflichtversicherung	63	8.1. Zielgruppen / Themen	113
Rechtsschutzversicherung	64	8.2. Umsatzanteil nach Schwerpunkten	114
Unfallversicherung	65	8.3. Altersvorsorge / Lebensversicherung	119
Wohngebäudeversicherung	66	8.4. Gesundheitsvorsorge / Krankenversicherung	121
6.4. Kapitalanlage & Finanzierung im Überblick	68	8.5. Investmentfondsgeschäft	123
Bausparkassen	70	8.6. Bestandszusammensetzung	124
Beteiligungen	71	9. Unternehmensdarstellungen	126
Fonds-Vermögensverwaltung	72	9.1. bbg Betriebsberatungs GmbH	127
Investmentfonds	73	9.2. SMARTcompagnie GmbH	128
Kredite (Banken)	74	10. Siegel AssCompact Trends	129
Vermögensverwaltung	75	11. Weitere Studien	131
7. Ausblick und Trends	77		
7.1. Erwartungen an das Vertriebsjahr 2011	78		
7.2. Die wichtigsten Trenderwartungen	79		
7.3. Absatzerwartung im Überblick	80		
7.4. Produkt-Trend-Indikator	81		

7. AUSBLICK UND TRENDS

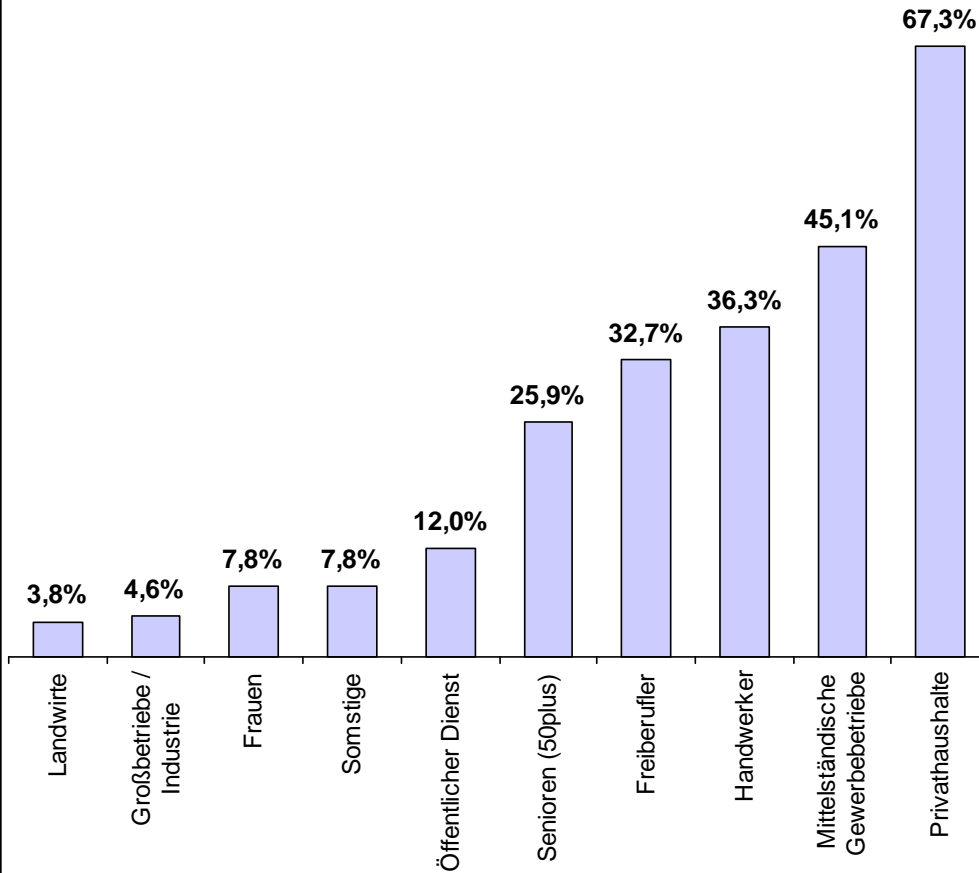
7.4. PRODUKT-TREND-INDIKATOR



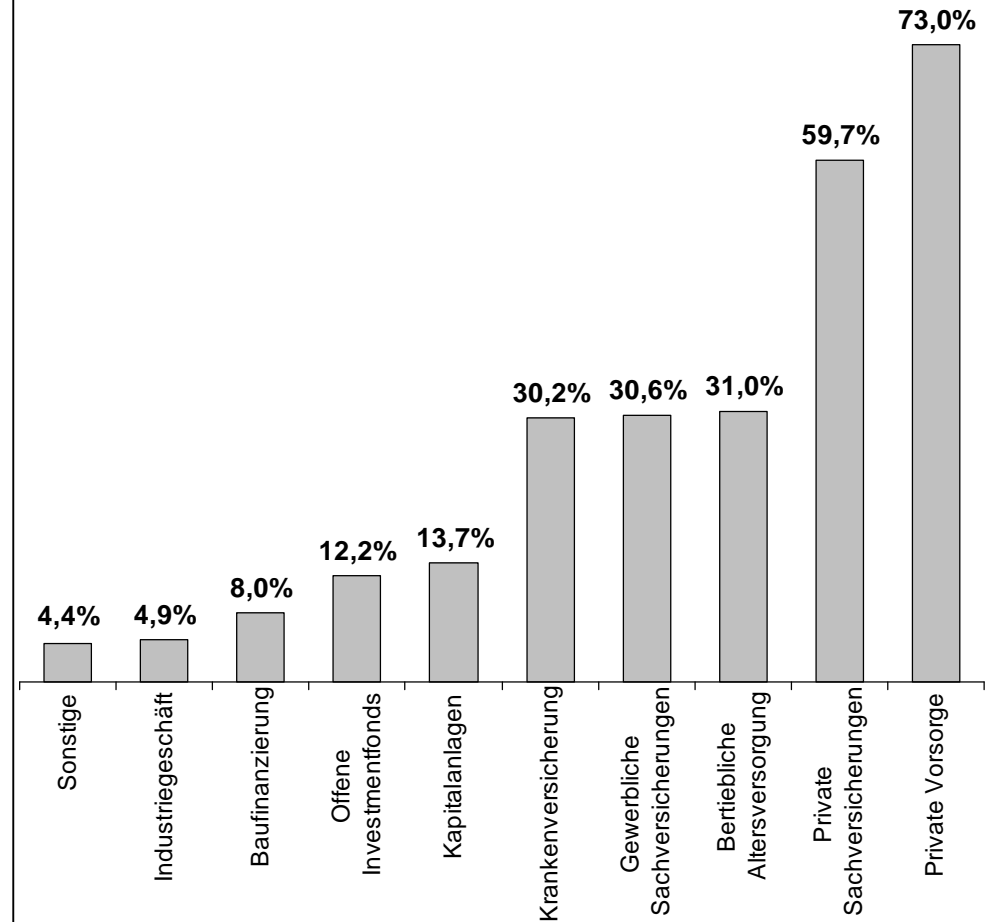
8. SONDERTHEMA

8.1. Wo kommt das Geschäft her?

Welche Kundenzielgruppe haben Sie schwerpunktmäßig im Fokus? (474)
(Mehrfachnennungen möglich)



Auf welche Themen setzen Sie schwerpunktmäßig? (474)
(Mehrfachnennungen möglich)



9. UNTERNEHMENS DARSTELLUNGEN

9.2. SMARTcompagnie GmbH

- » Wir sind ein inhabergeführtes, neutrales Beratungsunternehmen und bieten Management-Beratung, Marktforschung, praxisorientiertes Training und vertriebsunterstützende Tools in höchster Qualität mit maximalem Nutzen für unsere Kunden.
- » Wir sind in der Finanzdienstleistungsbranche tief 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 1985) im Vertrieb und dem Management in der Assekuranz und Bank.

Unser Profil:

- » Unternehmen: SMARTcompagnie GmbH
- » Gegründet: 2005 in Eltville am Rhein
- » Sitz: Eltville – Martinsthal
- » Gesellschaftszweck: Management-Beratung, Trainings-Konzeption und Durchführung, Moderation, Tool-Entwicklung und Marktforschung
- » Regionale Ausrichtung: Deutschland, Österreich, Schweiz
- » Spezialisierung: Finanzdienstleistungsbranche, Vertriebs- und Produktmanagement
- » Kunden: Banken, Versicherer, KAGen, Pools, Portale, Bausparkassen, Vertriebsorganisationen

ANTWORTCOUPON

Hiermit bestelle ich folgende Studien (bitte ankreuzen):

Fax-Hotline: 089 / 954 399 447

AssCompact TRENDS

- ein Exemplar der **Studie AssCompact TRENDS II/2011** zum Preis von 900 EUR zzgl. gesetzlicher Mehrwertsteuer als pdf-Datei.
- ein Exemplar des **AssCompact TRENDS 2010 Jahrbuch** mit allen Sonderthemen zum Preis von 1.980 EUR zzgl. gesetzlicher Mehrwertsteuer als pdf-Datei.
- ein **AssCompact TRENDS-Abonnement*** (4-mal erscheinende Studie) zum Vorzugspreis von 2.900 EUR, statt 3.600 EUR bei Einzelbezug, zzgl. gesetzlicher Mehrwertsteuer als pdf-Datei.

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

Besteller-Informationen

Unternehmen

Vor-, Zuname

Funktion, Abteilung

Strasse, Haus-Nr.

PLZ, Ort

E-Mail, Telefon

Datum, Unterschrift

Weitere Informationen zu AssCompact TRENDS finden Sie unter www.asscompact.de oder unter www.smartcompagnie.de.

Bei Fragen zu AssCompact TRENDS können Sie sich gerne an uns wenden.

Diana Wirsing / bbg Betriebsberatung GmbH

oder

Christopher Kahl / SMARTcompagnie GmbH

Telefon: 0921-7575 835 / Mail: wirsing@bbg-online.de

Telefon: 06123-974 82 64 / Mail: ck@smartcompagnie.de