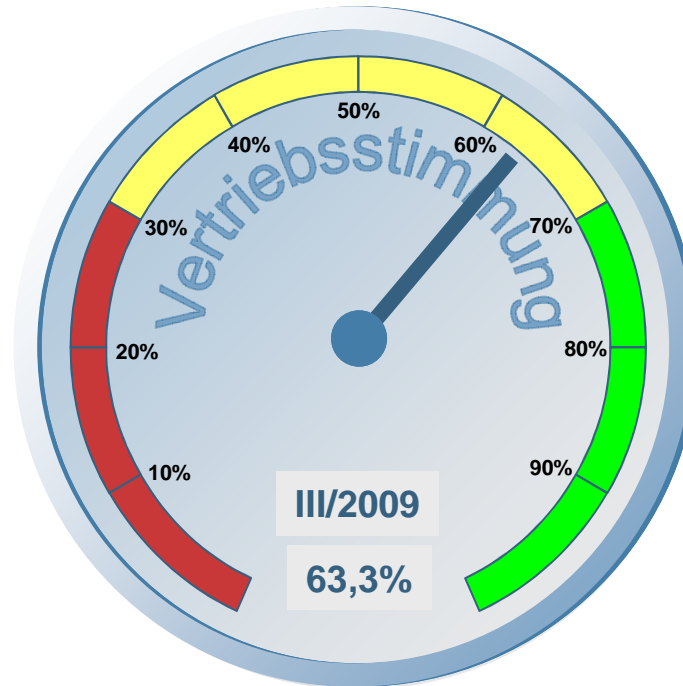


AssCompact TRENDS III/2009

BERATERBEFRAGUNG

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



TRENDS II/2009:

66,0%

Veränderung in %-Punkten:

-2,7%

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 unabhängigen Vermittler	31
2. Methodik & Stichprobenbeschreibung	9	6.1. Altersvorsorge im Überblick	32
3. Vertriebsstimmung 2009	14	Betriebliche Altersversorgung	35
3.1. Gesamtstimmung im Vertrieb	15	Britische Lebensversicherung	37
3.2. Gründe der positiven Gesamtstimmung	16	Einmalbeitrag-Rentenversicherung	39
3.3. Gründe der negativen Gesamtstimmung	17	Fondsgebundene Rentenversicherung	41
3.4. Trend „Stimmungstacho“ Vertrieb	18	Klassische Rentenversicherung	43
3.5. Zufriedenheit mit den Ergebnissen II/2009	19	Riester-Vorsorge	45
3.6. Umsatzentwicklung unabhängiger Vermittler	21	Rürup-Vorsorge	47
3.7. Gründe der positiven Umsatzentwicklung	22	Variable Annuities	49
3.8. Gründe der negativen Umsatzentwicklung	23	6.2. Risikovorsorge im Überblick	51
4. Kundenansprache	24	Berufsunfähigkeitsversicherung	54
4.1. Die wichtigsten Ansprachemotive	25	Dread-Disease-Policen	56
4.2. Alle Ansprachemotive im Überblick	27	Grundfähigkeitsversicherung	58
5. Produktabsatz	28	Private Pflegeversicherung	60
5.1. Hitparade der Produkte im Quartal II/2009	29	PKV-Vollversicherung	62
5.2. Beurteilung der Produkte im Überblick	30	PKV-Zusatzversicherung	64
		Risiko-Lebensversicherung	66

	Seite		Seite
6.3. Sach / HUK im Überblick	68	7.5. Erwartungen an die Produktgeber	103
Hausratversicherung	70	7.7. Veränderungen der Favoriten	104
Krafftfahrtversicherung	72	8. Sonderthema: Finanz- und Wirtschaftskrise	132
Private Haftpflichtversicherung	74	8.1. Bisheriger Einfluss	133
Rechtsschutzversicherung	76	8.2. Betroffene Geschäftsfelder	134
Unfallversicherung	78	8.3. Beurteilung der Krise	135
Wohngebäudeversicherung	80	8.4. Maßnahmen gegen die Krise	136
6.4. Kapitalanlage & Finanzierung im Überblick	82	8.5. Zukünftiger Einfluss	137
Banken (Kredit)	84	8.6. Leistungsdruck	138
Bausparkassen	86	8.7. Private Lebensumstände	139
Beteiligungen	88	8.8. Vermittlerbild in der Öffentlichkeit	140
Fonds-Vermögensverwaltung	90	8.9. Rechtfertigungsdruck	141
Investmentfonds	92	8.10. Manager vs. Vermittler	142
Vermögensverwaltung	94	9. Unternehmensdarstellungen	143
7. Ausblick und Trends	96	9.1. bbg Betriebsberatungs GmbH	144
7.1. Erwartungen an das Vertriebsjahr 2009	97	9.2. SMARTcompagnie GmbH	145
7.2. Die wichtigsten Trenderwartungen	98	10. Siegel AssCompact Trends	146
7.3. Absatzerwartung im Überblick	99	11. Weitere Studien	148
7.4. Produkt-Trend-Indikator	100		

Methode:

Die Befragung wurde als Online-Befragung für den deutschen Markt durchgeführt.

Die Zieladressen stammen aus dem Adressen-Pool der Fachzeitschrift „AssCompact“. Die Teilnehmer wurden per E-Mail kontaktiert. Das E-Mail enthielt einen persönlichen Link auf die Befragung im Internet. Die einzelnen Fragen waren nacheinander zu beantworten. Fragen, die nicht beantwortet werden wollten, konnten vom Teilnehmer übersprungen werden. Jeder Teilnehmer konnte nur einmal an der Befragung teilnehmen. Nach einer Unterbrechung der Umfrage konnte der Teilnehmer die Befragung später an gleicher Stelle fortführen.

Zeitraum:

Die Befragung wurde zwischen dem 06.07.2009 und dem 20.07.2009 durchgeführt.

Grundgesamtheit:

17.224 per E-Mail angeschriebene Personen aus dem Adressen-Pool der Fachzeitschrift „AssCompact“.

Stichprobengröße:

Bewertbarer Response von 945 Teilnehmern, die allerdings nicht durchgängig alle Fragen beantwortet haben mussten. Dies entspricht einer Responsequote von 5,5%.

3. VERTRIEBSSTIMMUNG 2009

3.3. GRÜNDE FÜR DIE NEGATIVE GESAMTSTIMMUNG

Was sind die Gründe für Ihre aktuelle, negative Gesamtstimmung? (ausgewählte Einzelstimmen)

Finanzkrise	Umsätze	Bürokratie	Produkte	Sonstige
» Kein Vertrauen in den Markt.	» Es zählt nur das Neugeschäft.	» Die gesamte Politik wirkt kontraproduktiv.	» Die Akzeptanz der Produkte am Markt.	» Provisionen stagnieren seit Jahren.
» Die große Unsicherheit und Angst wegen der Krise.	» Die Schere zwischen Haftung und Provision geht immer weiter auseinander.	» Papierkrieg!	» Die schlechte Info-Politik der Gesellschaften.	» Keinerlei Betreuung, zu wenig Roadshows.
» Die Leute haben kein Geld zum Investieren und zögern mit Entscheidungen.	» Geschäfte sind sehr rückläufig.	» Laufend neue Vorschriften.	» Zu wenig innovative Anlage-Produkte.	» Mich erschreckt die Unehrlichkeit der Branche.
» Finanzkrise hat erst begonnen: Die Anleger werden noch viel Geld verlieren.	» Schleppende Umsätze.	» Es werden nur Hürden, Auflagen und Kosten geschaffen, anstatt Entscheidungssicherheit.		» Zu wenig Qualität am Markt.
» Unklare Wirtschaftslage.	» Trotz Mehraufwand keine Umsatzsteigerung.	» Bürokratieraufwand, zu viel Papier.		» Sehr lange Stornohaftungszeiten.
» Negative Berichterstattung in den Medien.		» Zu viel Formalismus durch die Politik.		
» Arbeitslosigkeit.		» Unsinnige Bürokratie und Haftung.		

Hinweis: Die Antworten wurden nach der Befragung verschiedenen Oberbegriffen zuzortiert und auszugsweise dargestellt.

8. FINANZ- UND WIRTSCHAFTSKRISE

8.1. BISHERIGER EINFLUSS

Auf die Frage nach dem bisherigen Einfluss der Finanz- und Wirtschaftskrise auf den geschäftlichen Erfolg gaben die Teilnehmer folgende Antworten:

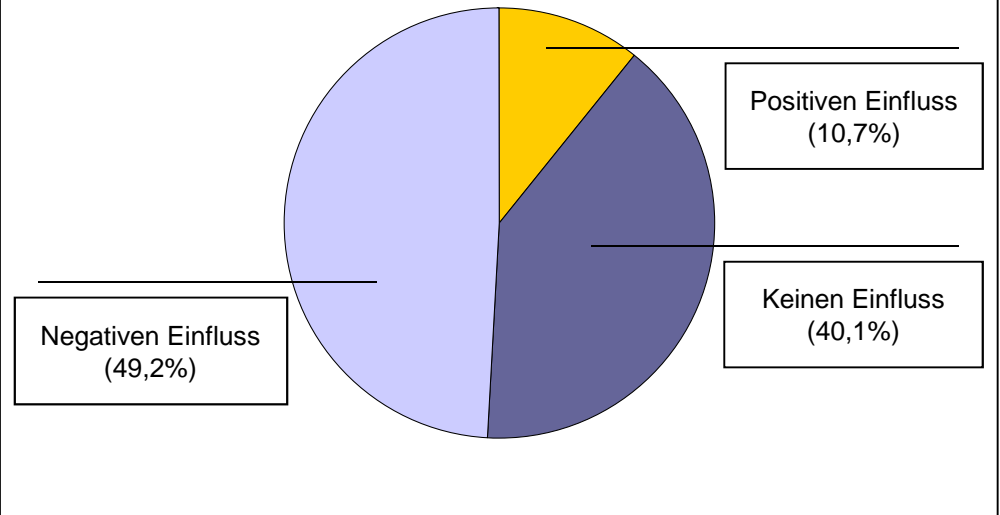
Der größte Anteil (49,2%) der befragten Vermittler sieht einen „negativen Einfluss“ auf den geschäftlichen Erfolg.

Rund 40% erachten aktuell darin „keinen Einfluss“ auf die persönlichen Geschäftserfolge.

10,7% bescheinigen der Finanz- und Wirtschaftskrise sogar einen „positiven Einfluss“ auf Ihr Geschäft.

Damit verspürt fast die Hälfte der Vermittler einen Einfluss auf ihren geschäftlichen Erfolg.

Welchen Einfluss hatte die Finanz- und Wirtschaftskrise bisher auf Ihren geschäftlichen Erfolg? (725)



9. UNTERNEHMENS DARSTELLUNGEN

9.2. 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 Tool-Entwicklung
- » Regionale Ausrichtung: bundesweit
- » Spezialisierung: Finanzdienstleistungsbranche, Vertriebs- und Produktmanagement
- » Kunden: Banken, Versicherer, KAGen, Pools, Portale, Bausparkassen, Vertriebsorganisationen

Hiermit bestelle ich folgende Studien (bitte ankreuzen):

Fax-Hotline: 089 / 954 399 447

AssCompact TRENDS
<input type="checkbox"/> ein Exemplar der Studie AssCompact TRENDS III/2009 zum Preis von 750 EUR zzgl. MwSt. als pdf-Datei
<input type="checkbox"/> ein AssCompact TRENDS-Abonnement* (4 mal erscheinende Studie) zum Vorzugspreis von 2.250 EUR, statt 3.000 EUR bei Einzelbezug, zzgl. MwSt. als pdf-Datei
<small>» Das Abonnement verlängert sich automatisch um jeweils ein Jahr. Natürlich können Sie das Abo jederzeit zum Kalenderjahr kündigen.</small>

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

Telefon: 0921-7575 835

Mail: wirsing@bbg-online.de

oder

Christopher Kahl

SMARTcompagnie GmbH

Telefon: 06775-968 8964

Mail: ck@smartcompagnie.de