

Pools & Dienstleister 2018

April 2018

MARKTSTUDIE

Ergebnisse aus einer Befragung von
Assekuranz- und Finanzvermittlern

Öffentlichkeitsauszug der Fonds Finanz Maklerservice GmbH

bbg
Betriebsberatungs GmbH
Bindlacher Straße 4
95448 Bayreuth

Telefon: +49 (0) 921-75758-0
Telefax: +49 (0) 921-75758-20
E-Mail: info@bbg-gruppe.de
Web: www.bbg-gruppe.de

Geschäftsführer:
Dieter Knörrer, Jürgen Neumann, Konrad Schmidt

Ansprechpartner: Dr. Christian Durchholz, Florian Stasch

Wissenschaftlicher Beirat: Professor Dr. Matthias Beenken
(FH Dortmund)



IVV-Institut für Versicherungsvertrieb
Beratungsgesellschaft mbH
Markt 5
06526 Sangerhausen

Telefon: +49 (0) 3464-2797-730
Telefax: +49 (0) 3464-2797-732
E-Mail: info@ivv-beratung.de
Web: www.ivv-beratung.de

Geschäftsführer: Steffen Ritter



Diese Studie ist einschließlich aller Bestandteile (insbesondere Abbildungen) urheberrechtlich geschützt. Verwertungen, die nicht ausdrücklich gemäß den Bestimmungen des Urheberrechts zugelassen sind, bedürfen der vorherigen schriftlichen Zustimmung der Herausgeber. Insbesondere gilt dies für Vervielfältigungen, Verbreitungen, Bearbeitungen (insbesondere Übersetzungen) sowie jegliche elektronische Verarbeitung, insbesondere die elektronische Publikation. Davon ausgenommen ist die Publikation dieses Öffentlichkeitsauszugs durch die Fonds Finanz Maklerservice GmbH.

Basis für die Erstellung dieser Studie sind die Antworten der Befragten. Die Herausgeber haben sich auf die Richtigkeit der Antworten verlassen. Eine Überprüfung der Konsistenz ist erfolgt, bei Bedarf wurde eine Korrektur durchgeführt. Die Vollständigkeit und Richtigkeit der Daten wurde jedoch nicht zusätzlich durch einen unabhängigen Dritten geprüft.

Die jeweils angegebenen Punkte, Zahlen und Prozentwerte wurden gerundet. Daher können im Ergebnis Rundungsdifferenzen entstehen.

Das Untersuchungsdesign und methodisches Vorgehen zur Befragung von Assekuranz- und Finanzvermittlern wurde gesondert in einem Dokument zusammengefasst und steht unter dem folgenden Link zur Verfügung: www.asscompact-studien.de. Käufer der Studie dürfen auf dieses Dokument verlinken um Verbrauchern – im Falle der Siegelnutzung – die Möglichkeit zur Kenntnisnahme, zur Prüfung der Ergebnisse und zur Prüfung der Prüfungssystematik zu geben. Eine anderweitige Nutzung ist nicht zulässig.

Soweit nicht anders vereinbart, unterliegt das Nutzungsrecht des von AssCompact vergebenen Siegels bei dem jeweiligen Unternehmen keinem Ablaufdatum und ist unbegrenzt nutzbar. Die Nutzungserlaubnis kann jedoch jederzeit von AssCompact widerrufen werden. Insbesondere bei Missbrauch behält sich AssCompact vor, das jeweilige Unternehmen zur Löschung des vergebenen Siegels aufzufordern bzw. die mit Siegel gedruckten Unterlagen zu vernichten.

| | |
|--|-----------|
| 1. Management-Summary | 5 |
| 2. Untersuchungsdesign & methodisches Vorgehen | 7 |
| 3. Ergebnisse | 18 |
| 3.1 Bewertungsschema | 19 |
| 3.2 Favoriten der Vermittler – Vorsorge / Leben | 25 |
| 3.3 Favoriten der Vermittler – Kranken | 38 |
| 3.4 Favoriten der Vermittler – Sach / HUK | 51 |
| 3.5 Favoriten der Vermittler – Finanzanlage / Finanzierung | 64 |
| 4. Stellenwert | 77 |
| 4.1 Zusammenarbeit | 78 |
| 4.2 Gebühren / Beiträge | 88 |
| 4.3 Erwartungen & Herausforderungen | 93 |
| 5. Unternehmensdarstellung | 97 |

1. MANAGEMENT-SUMMARY

Top-3-Favoriten der Vermittler

Vorsorge / Leben



Kranken



Sach / HUK



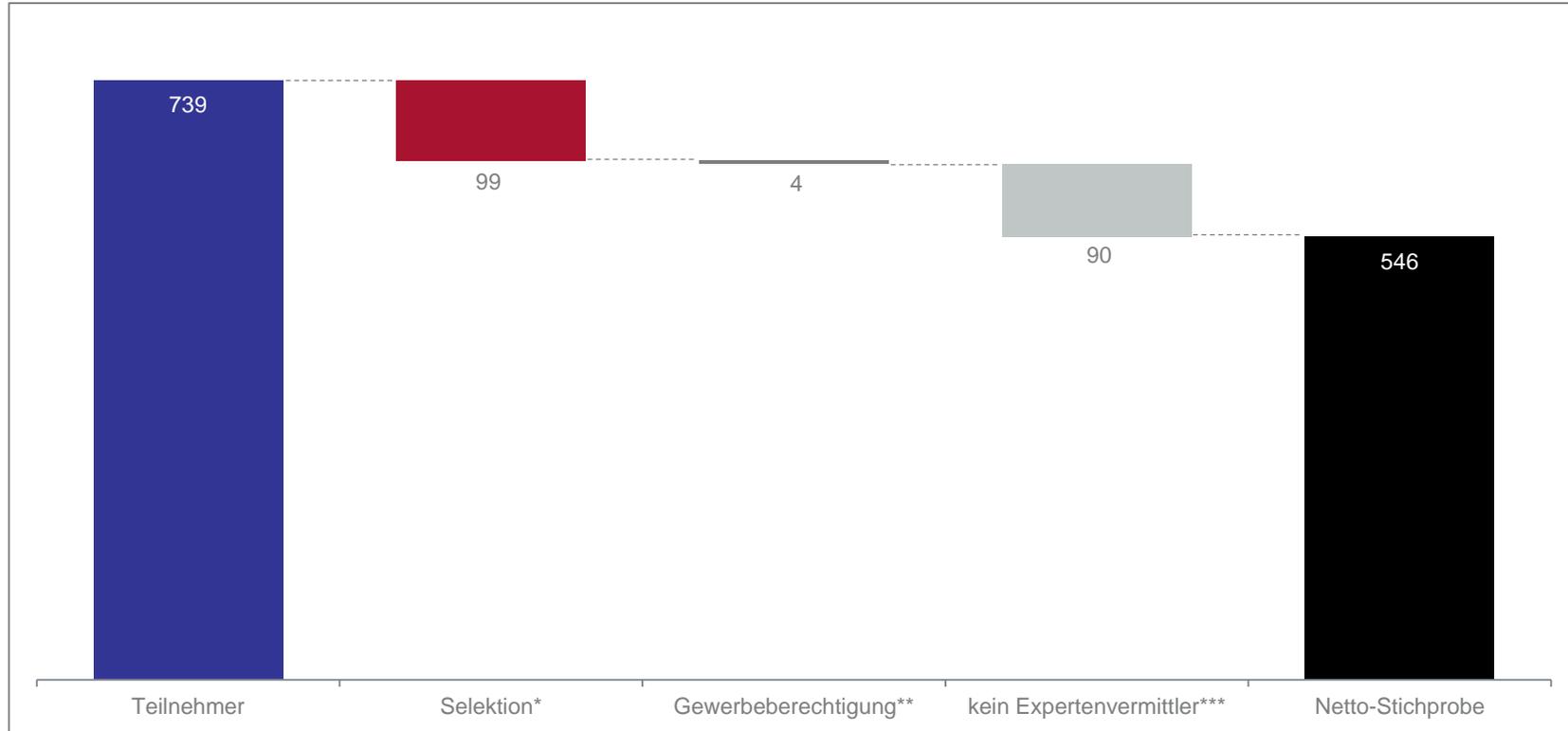
Finanzanlage / Finanzierung



2. UNTERSUCHUNGSDESIGN & METHODISCHES VORGEHEN

- Deskriptives Untersuchungsdesign
- Standardisierte Online-Befragung vom 02.02.2018 bis 27.02.2018
- Konzentrationsverfahren
- Stichprobe: N = 739
- Netto-Stichprobe: n = 546
- Zielgruppe:
 - Vermittler aus der Finanz- und Versicherungsbranche mit Zulassung nach (Mehrfachnennungen möglich):
 - 90,3% Versicherungsmakler nach § 34d Abs. 1 GewO
 - 27,6% Kapitalanlagevermittler nach § 34f Abs. 1 GewO
 - 20,9% Darlehensvermittler nach § 34c Abs. 1 Nr. 2 GewO
 - Vermittler aus der Finanz- und Versicherungsbranche mit ...
 - ... einem Durchschnittsalter von 53,0 Jahren
 - ... einer Branchenerfahrung von 23,6 Jahren
 - ... einer Geschlechtsverteilung von 11,5% weiblichen Vermittlerinnen und 88,5% männlichen Vermittlern
- Sehr gutes Abbild der Finanz- und Versicherungsvermittler hinsichtlich der Alters- und Geschlechtsstruktur

Umfrageteilnehmer

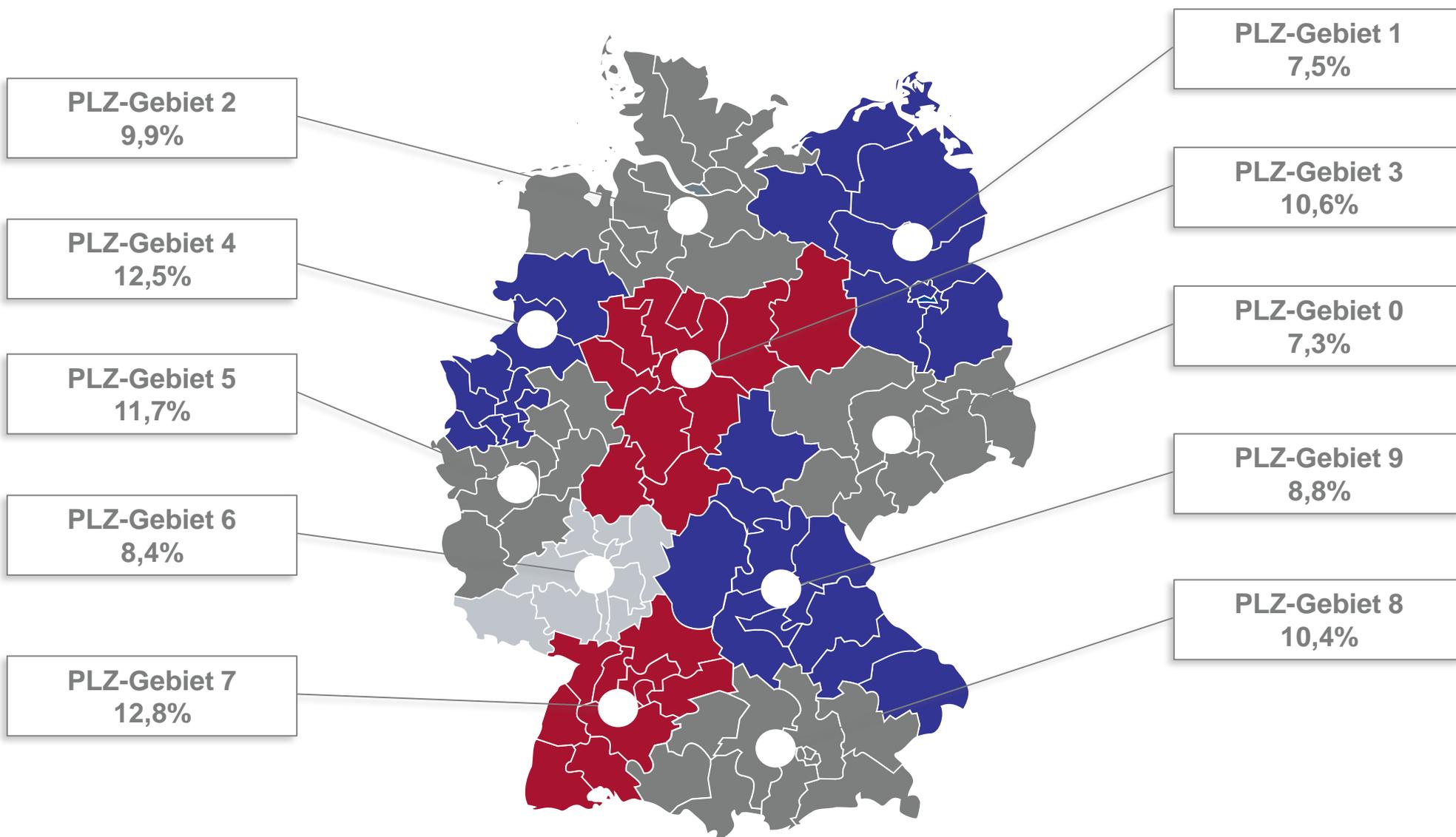


*Selektionskriterien: unrealistische Beantwortungsdauer, Abbruch nach wenigen Fragen

**Gewerbeberechtigung: Antwortoption „Gebundener Versicherungsvertreter“

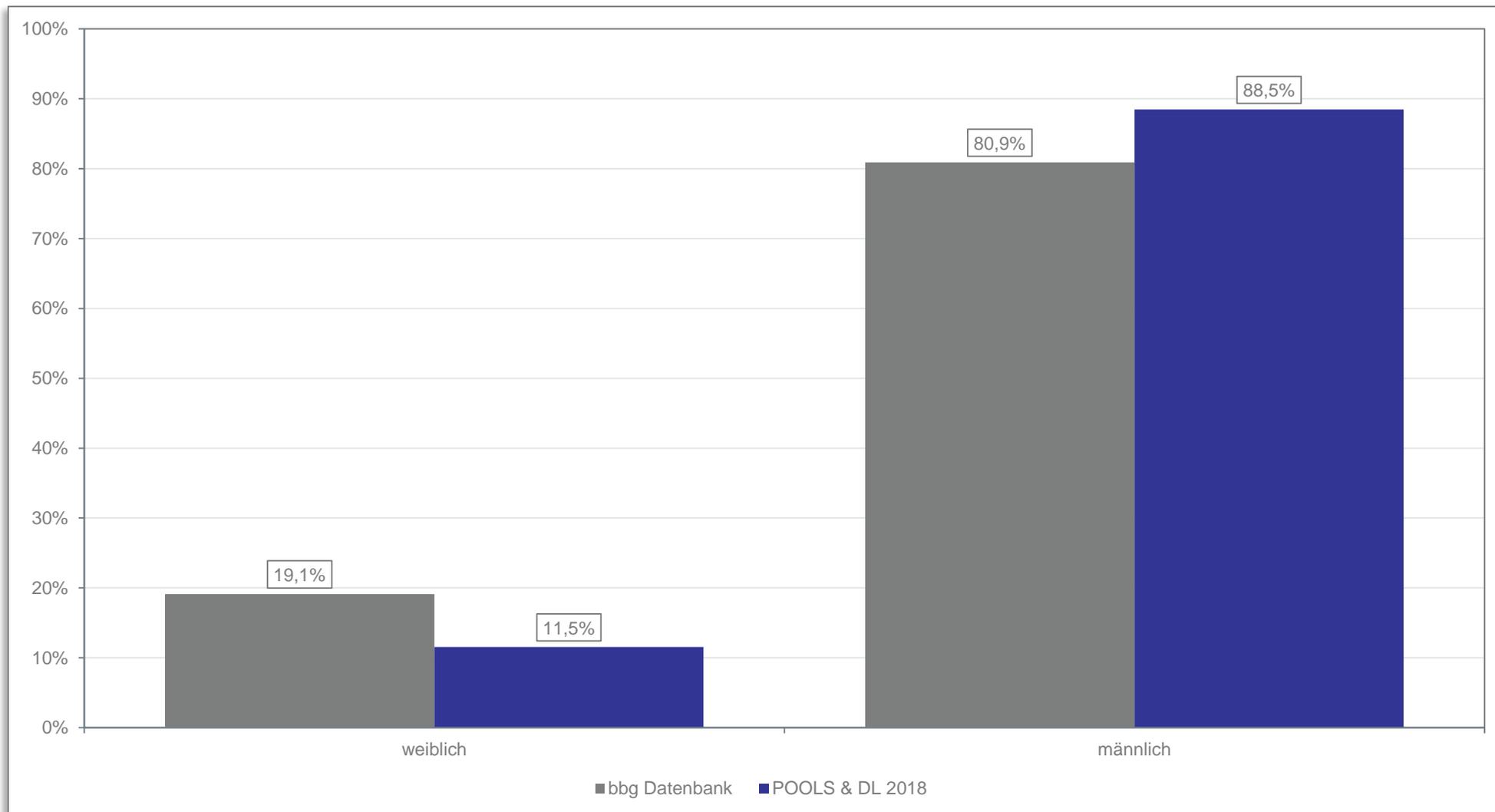
***kein Expertenvermittler: Antwortoption "Ich vermittele keine der aufgelisteten Produkte."

Regionale Verteilung der Befragten



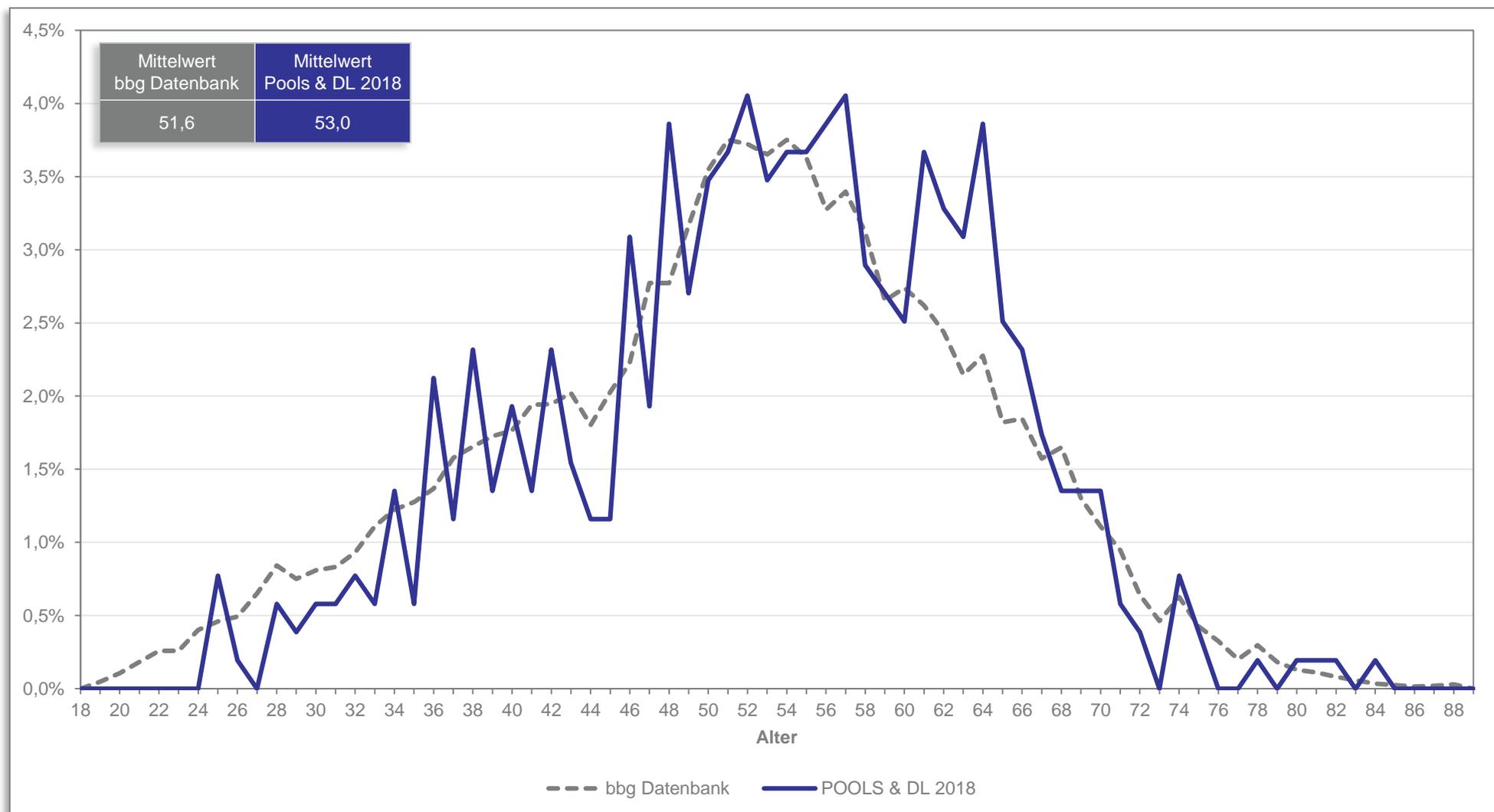
Repräsentativität

Geschlechtsverteilung in der bbg Datenbank vs. Geschlechtsverteilung in der Stichprobe



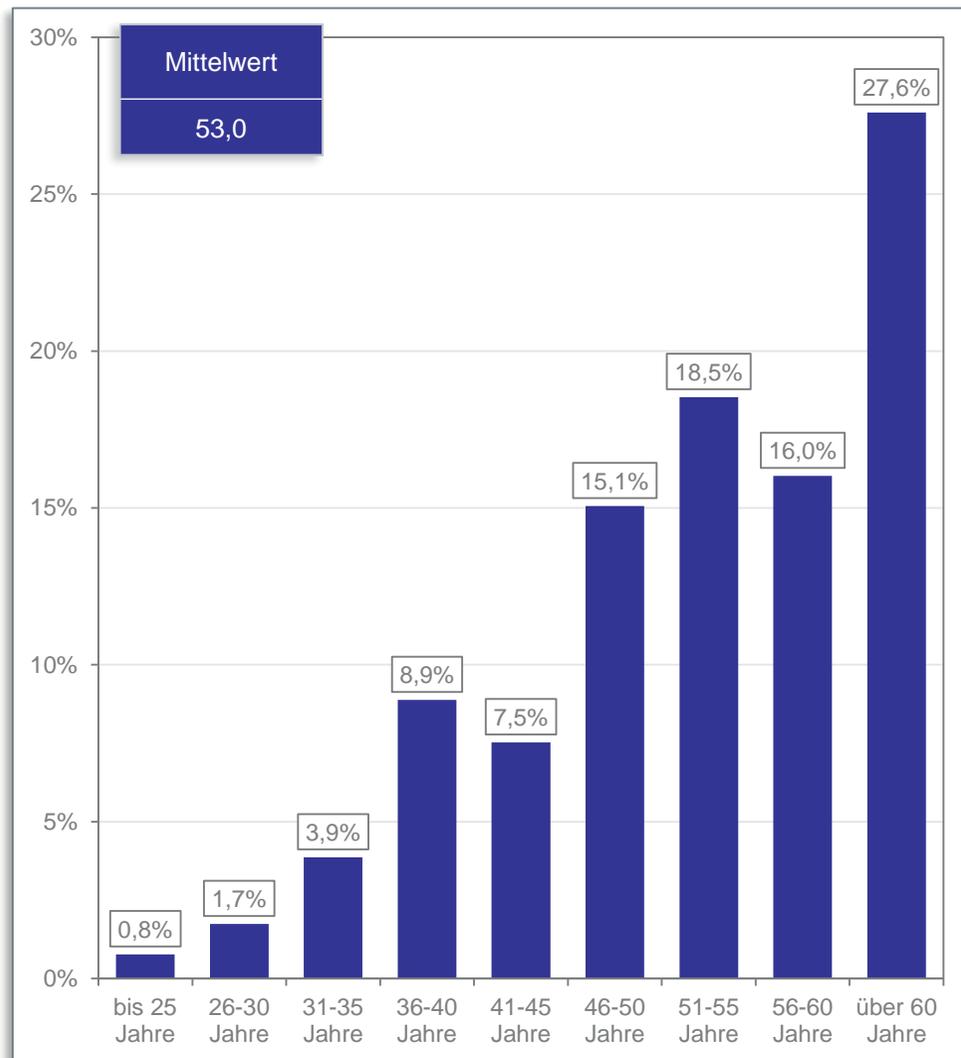
Repräsentativität

Altersverteilung in der bbg Datenbank vs. Altersverteilung in der Stichprobe



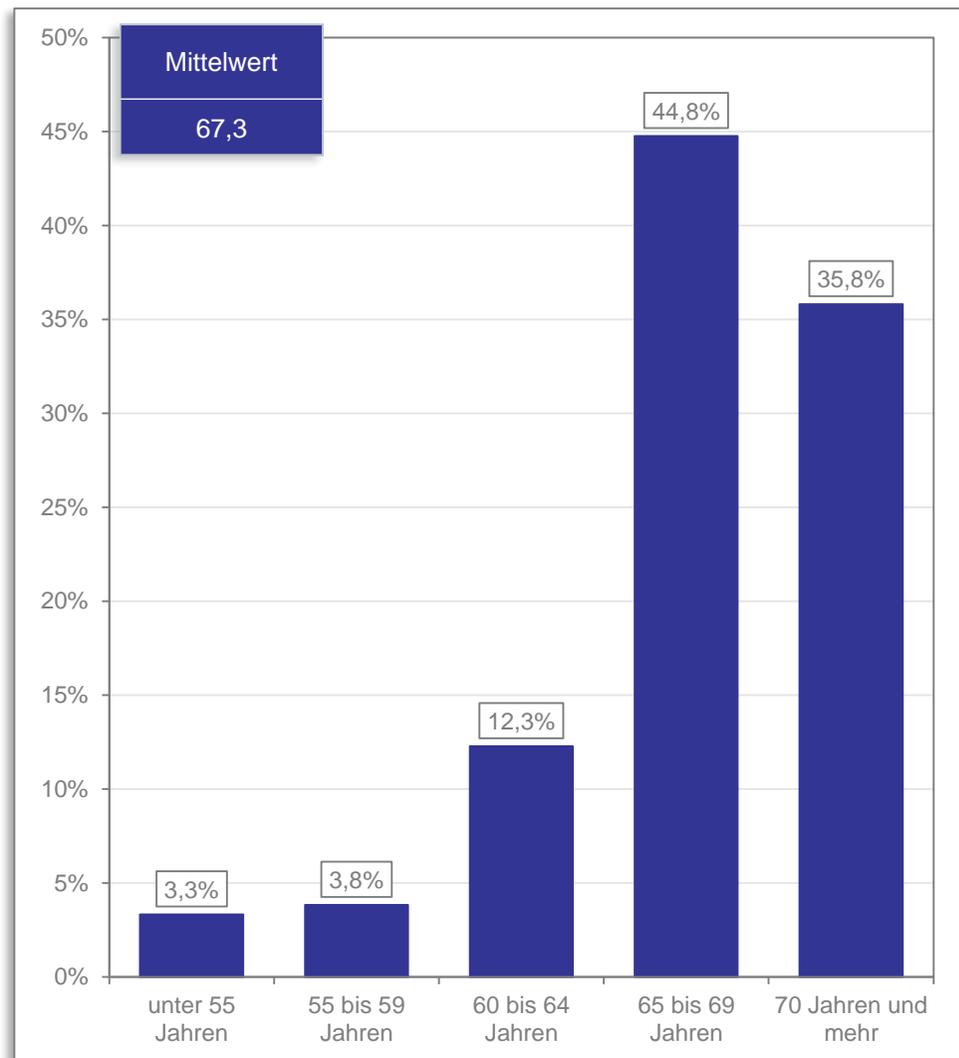
Alter

Bitte sagen Sie uns noch, wie alt Sie sind.



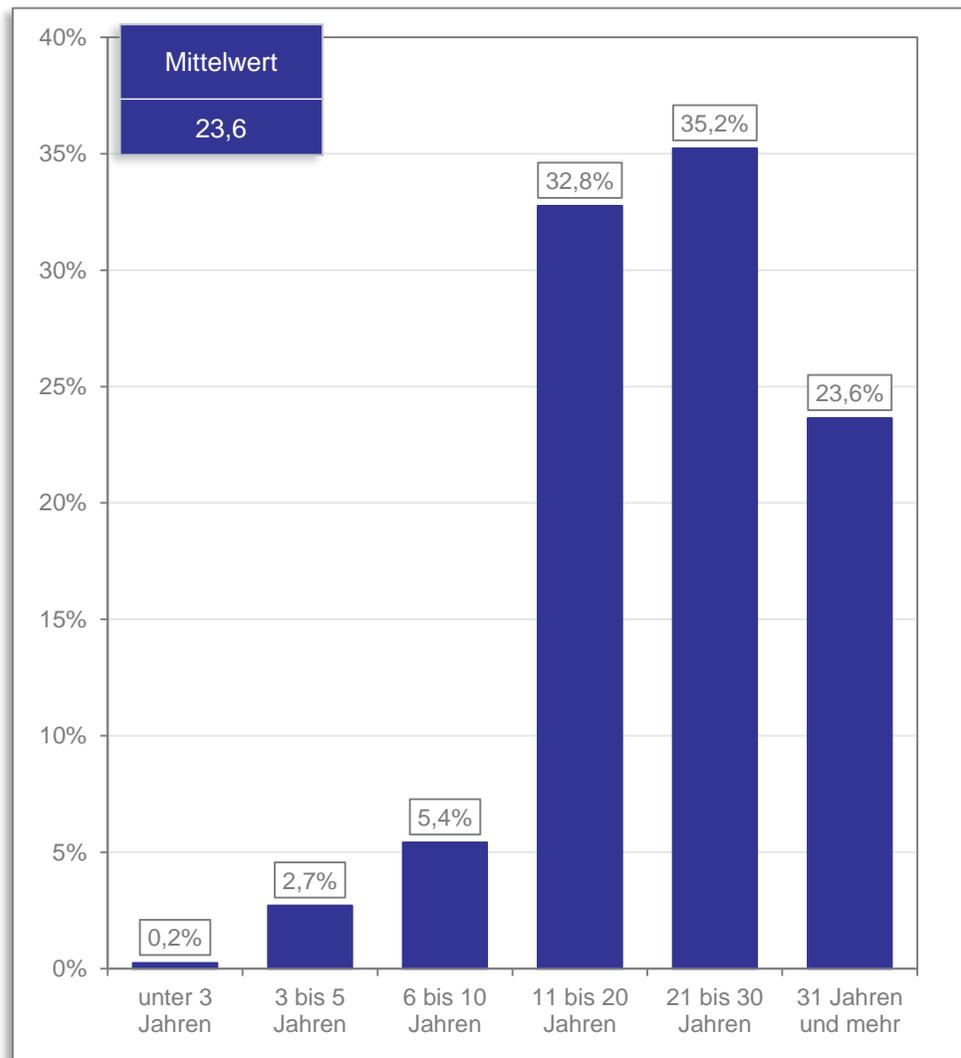
Ausstiegsalter

Wann planen Sie aus dem Berufsleben auszusteigen?



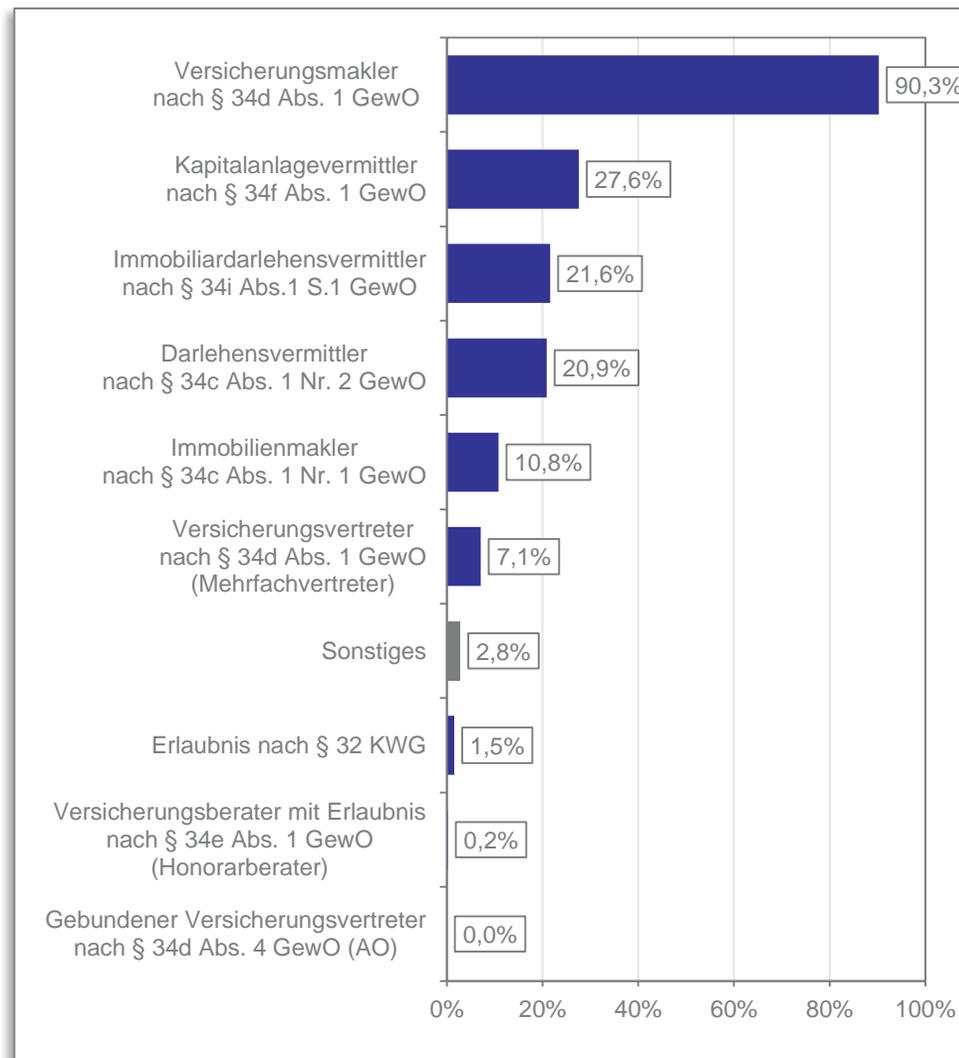
Berufserfahrung

Ich bin im Finanzdienstleistungsbereich tätig seit ...



Tätigkeit

Ich bin tätig als ...



Ziele der Untersuchung 2018

- Die **Qualitätsmessung der Anbieter** im Bereich der Pools & Dienstleister **aus Sicht der unabhängigen Vermittler** ist ein wichtiger Indikator zur Wettbewerbsanalyse.
- Dieses **Benchmarking** dient einerseits zum **Leistungsvergleich** mit der Konkurrenz. Andererseits eignet es sich zur **Prognose** möglicher Konkurrenzreaktionen auf ein verändertes Preis-Qualitätsangebot der betrachteten Anbieter.
- Daher werden in der Befragung folgende **Ziele** verfolgt:
 - Ermittlung eines Rankings
 - Ermittlung der Höhe des Geschäftsanteils ("Share of Wallet")
 - Ermittlung der wichtigsten Einflussgrößen auf den Unternehmenserfolg (= Leistungskriterien)
 - Ermittlung der Zufriedenheit der Makler und Mehrfachvertreter mit den Anbietern
 - Ermittlung der Einstellungsloyalität
 - Ermittlung der Marktpositionierung
 - Ermittlung von Stärken und Schwächen
 - Ermittlung der Einstellung hinsichtlich marktrelevanter Fragestellungen
- Die Studie „**AssCompact AWARD – Pools & Dienstleister 2018**“ liefert zentrale Erkenntnisse zur Einordnung im Wettbewerb.
- Die Gesellschaften können somit ihre eigene Leistung mit den Leistungen der Konkurrenz vergleichen und zielorientierte Maßnahmen implementieren.

Bewertungsschema 2018

- Basis des Rankings ist der etablierte **Share of Wallet (SoW)**, also die Verteilung der Geschäftsanteile auf die Gesellschaften.
- Die qualitative Bewertung der Produktgeber basiert auf **12 Leistungskriterien (LK)**.
- Der Einsatz einer **100er Skala** in diesem Zusammenhang ermöglicht ein feinstufiges Qualitätsurteil.
- Zur Ermittlung der **Relevanz der Leistungskriterien** wird eine Regressionsanalyse durchgeführt. Dabei werden die Wichtigkeiten der Leistungskriterien statistisch geschätzt.
- Neben den **Top-3-platzierten Gesellschaften** gemäß SoW pro untersuchtem Bereich werden auch die jeweils **besten Anbieter pro Leistungskriterium** mit einem Siegel ausgezeichnet



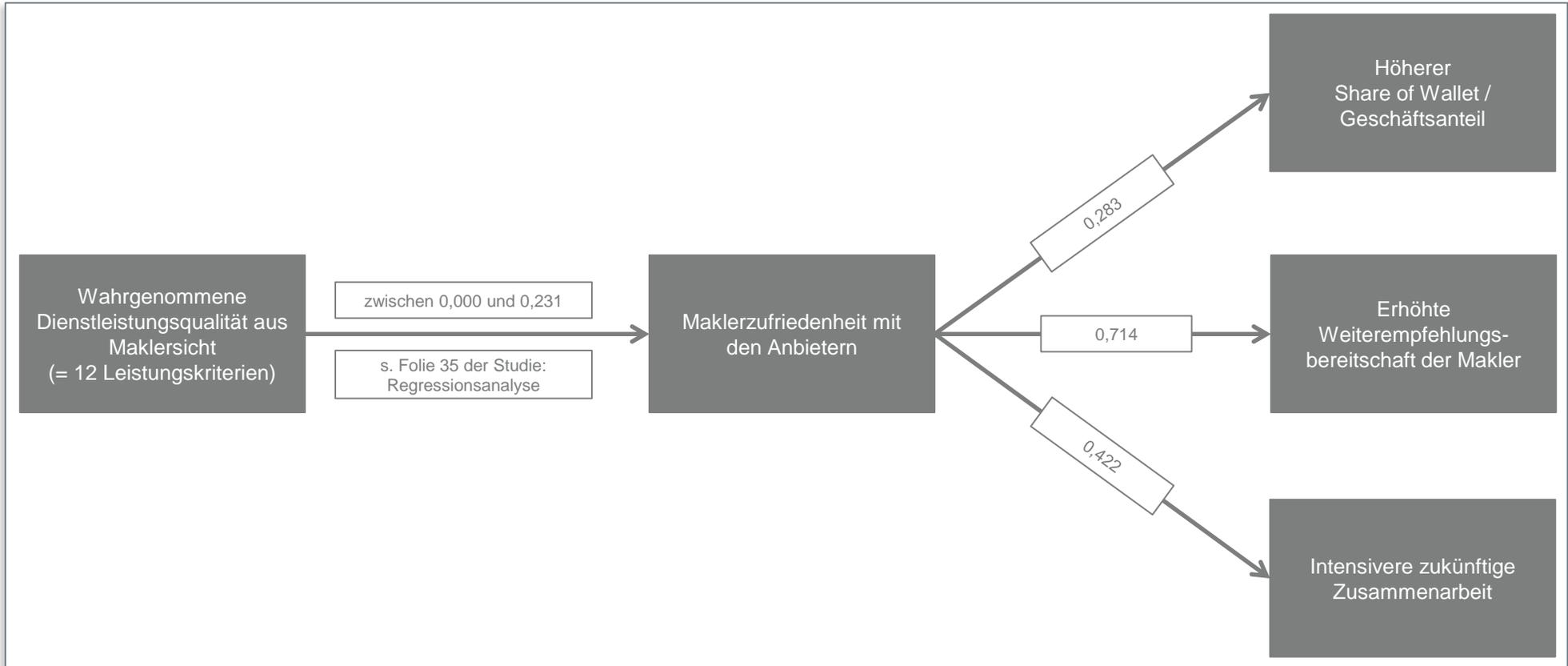
Beste zentrale Vertriebsunterstützung | Bestes Image | Beste Produkt- / Fachinformationen
Beste Aufnahmepolitik | Beste Courtagevereinbarungen | Beste Beratungs- / Angebotssoftware
Beste wahrgenommene Unabhängigkeit | Beste Vielfalt in der Produktauswahl
Beste Auswahl an Deckungskonzepten | Bester Bestandskundenservice
Beste Online-Plattform | Beste regionale Vertriebsunterstützung



- Die Einstellungsloyalität der unabhängigen Vermittler wird anhand des **Net-Promoter-Score** (= Netto-Weiterempfehlungswert) und der **zukünftigen Zusammenarbeit** abgebildet.
- Jeder Umfrageteilnehmer kann den Anbietern in einer offenen Antwortform **direktes Feedback** und **konstruktive Hinweise zur Verbesserung** mitteilen.
- Die **Individualanalyse** für jedes bewertete Unternehmen enthält:
 - Benchmark der Leistungskriterien
 - Erweiterung zur Analyse der Wichtigkeiten pro Leistungskriterium
 - Abratungen und Abratungsgründe
 - Verteilung der Geschäftsanteile
 - Konstruktives Feedback

Bewertungsschema 2018 – Zusammenhang zwischen Dienstleistungsqualität und ökonomischem Erfolg

Korrelationswerte zwischen den Erfolgsgrößen



Je besser das Angebot der Produktgeber, desto höher ist auch die Zufriedenheit der Makler mit den Anbietern. Eine hohe Maklerzufriedenheit führt wiederum zu einem höheren Share of Wallet, zu einer erhöhten Weiterempfehlungsbereitschaft sowie zu einer intensiveren zukünftigen Zusammenarbeit.

Fazit: Eine Optimierung des Serviceangebots für Makler führt demnach langfristig zu einem höheren ökonomischen Erfolg.

3. ERGEBNISSE

3. ERGEBNISSE

3.1 BEWERTUNGSSCHEMA

Share of Wallet (SoW)

Überblick

1

AssCompact AWARD 2018
Pools / Dienstleister / Haftungsdächer / Verbünde

Betrachten Sie die letzten 12 Monate: Wie hoch war der Anteil Ihres Sach- / HUK-Geschäftes mit diesen Pools / Dienstleistern / Haftungsdächern / Verbänden in etwa (nach Stück)?

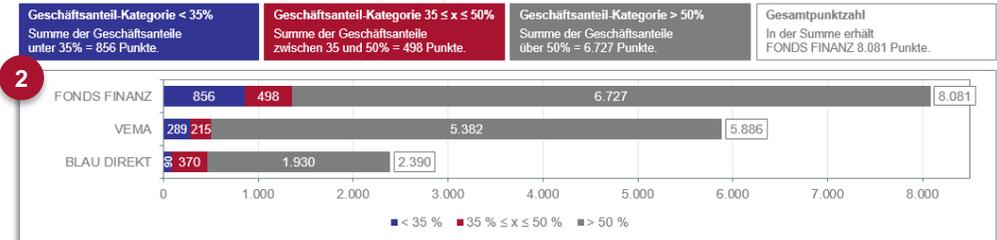
Bitte verteilen Sie 100 %. Wenn Sie mit einigen Pools keine Verträge / Courtageeinnahmen erzielt haben, dann lassen Sie bitte das Feld frei.

| | |
|--|---|
| <input checked="" type="checkbox"/> 100 % Gesamtsumme (errechnet sich automatisch) | <input type="checkbox"/> % FONDSNET |
| <input type="checkbox"/> % 1:1 ASSEKURANZSERVICE | <input type="checkbox"/> % GERMANBROKER |
| <input type="checkbox"/> % AMEXPOOL | <input type="checkbox"/> % INVERS |
| <input type="checkbox"/> % APELLA | <input type="checkbox"/> % JUNG, DMS & CIE. |
| <input type="checkbox"/> % ARUNA | <input type="checkbox"/> % KAB |
| <input type="checkbox"/> % ASC | <input type="checkbox"/> % MAXPOOL |
| <input type="checkbox"/> % BCA | <input type="checkbox"/> % NETFONDS |
| <input type="checkbox"/> % BLAU DIREKT | <input type="checkbox"/> % PMA |
| <input type="checkbox"/> % CHARTA | <input type="checkbox"/> % SDV |
| <input type="checkbox"/> % CONCEPT IF | <input type="checkbox"/> % VEMA |
| <input type="checkbox"/> % DEGENIA / DMU | <input type="checkbox"/> % VFM |
| <input type="checkbox"/> % DEMA | <input type="checkbox"/> % VFFV - DER SACHPOOL |
| <input type="checkbox"/> % DEUTSCHER MAKLERVERBUND (DEMV) | <input type="checkbox"/> % WFO |
| <input type="checkbox"/> % FINET | <input checked="" type="checkbox"/> 100 % SONSTIGER ANBIETER (SHUK) |
| <input type="checkbox"/> % FONDS FINANZ | |

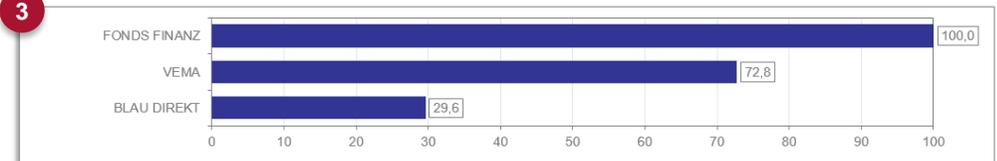
Bitte notieren Sie den Namen des sonstigen Anbieters:

3.1 Bewertungsschema

Share of Wallet (SoW) Index SoW



3



Pools & Dienstleister 2018

Bewertungsansatz Share of Wallet (SoW):

- Die Vermittler werden gebeten zu ihren präferierten Anbietern jeweils ihre Geschäftsanteile (nach Stück) in Prozent anzugeben. Die Prozentwerte werden als Punktwerte interpretiert, sodass jeder Vermittler maximal 100 Punkte auf alle Anbieter verteilen kann.
- Die realisierten Geschäftsanteile werden nach ihrer Höhe in drei Kategorien (< 35 %; 35 ≤ x ≤ 50 %; > 50 %) eingeteilt. Dadurch wird verdeutlicht, wie sich die Gesamtpunktzahl zusammensetzt.
- Abschließend wird ein Index gebildet, bei dem der Anbieter mit dem höchsten SoW 100 Punkte erhält und die weiteren Anbieter anhand ihrer Abstände zum höchsten SoW prozentual abgestuft werden.

Zufriedenheitsanalyse anhand der Leistungskriterien Überblick

1 AssCompact AWARD 2018
Pools / Dienstleister / Haftungsdächer / Verbünde

Betrachten Sie die letzten 12 Monate: Wie hoch war der Anteil Ihres Sach- / HUK-Geschäfts mit diesen Pools / Dienstleistern / Haftungsdächern / Verbänden in etwa (nach Stück)?

Bitte wählen Sie 20%. (Weniger als angegeben führt keine Vergabe / Chargenvergabe aus). Bitte geben Sie Ihre die 100 an.

| | |
|--|--|
| <input checked="" type="checkbox"/> 100 % Gesamtsumme (erweitert sich automatisch) | <input type="checkbox"/> FONDSNET |
| <input type="checkbox"/> % 11 ANKERANLAGEVERBUND | <input type="checkbox"/> % GERMANBROKER |
| <input type="checkbox"/> % AMERPOOL | <input type="checkbox"/> % INVERS |
| <input type="checkbox"/> % AFELLA | <input type="checkbox"/> % JUNG, DMS & COE |
| <input type="checkbox"/> % ARUNA | <input type="checkbox"/> % KAB |
| <input type="checkbox"/> % ABC | <input type="checkbox"/> % MAXPOOL |
| <input type="checkbox"/> % BCA | <input type="checkbox"/> % NETFONDS |
| <input type="checkbox"/> % BLAU DIREKT | <input type="checkbox"/> % PSA |
| <input type="checkbox"/> % CHARTA | <input type="checkbox"/> % SOV |
| <input type="checkbox"/> % CONCEPT IF | <input type="checkbox"/> % VEMA |
| <input type="checkbox"/> % DEGENA / DAU | <input type="checkbox"/> % VFM |
| <input type="checkbox"/> % DEMA | <input type="checkbox"/> % VFI - DER SACHPOOL |
| <input type="checkbox"/> % DEUTSCHER MAKLERVERBUND (DEMY) | <input type="checkbox"/> % WIFO |
| <input type="checkbox"/> % FINET | <input type="checkbox"/> % SONSTIGER ANBIETER (SHUK) |
| <input type="checkbox"/> % FONDS FINANZ | <input type="checkbox"/> 100 |

Bitte notieren Sie den Namen des sonstigen Anbieters:

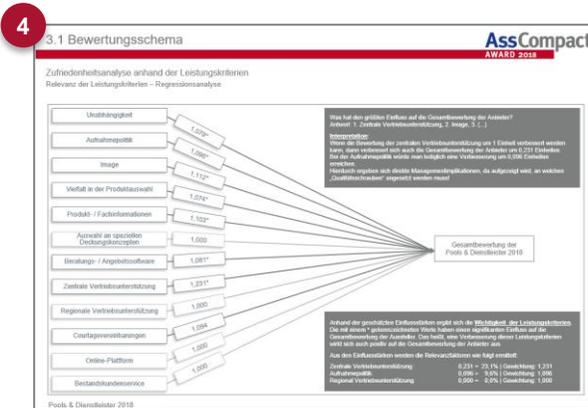
2 AssCompact AWARD 2018
Pools / Dienstleister / Haftungsdächer / Verbünde

Inwiefern stimmen Sie als unabhängiger Vermittler folgenden Aussagen zu?

Die Unabhängigkeit ist sehr gut.
(z. B. Höhe der Beteiligungen durch Produktgeber, Eigenkapital, insolvenzrische Stornorücklagen etc.)

Bitte teilen Sie uns Ihre Zustimmung mit, indem Sie den Regler mit der Maus bewegen. Alternativ können Sie auch einen Wert manuell eingeben.

| Unternehmen | keine Zustimmung | keine Angabe | volle Zustimmung |
|-----------------------------------|------------------|--------------|------------------|
| UNTERNEHMEN XY (Vorsorge / Leben) | 0% | | 100% |
| UNTERNEHMEN XY (Kranken) | 0% | 12 % | 100% |
| UNTERNEHMEN XY (SHUK) | 0% | 50 % | 100% |
| UNTERNEHMEN XY (Finanzen) | 0% | 18 % | 100% |



3 3.1 Bewertungsschema
AssCompact AWARD 2018

Zufriedenheitsanalyse anhand der Leistungskriterien
Index Gesamtzufriedenheit (GZFR) - halbjährliche Daten für den Bereich „Sach / HUK“

| Leistungskriterien | Bewertung | | | | | | | | | | | | |
|-------------------------|-----------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | |
| ARUNA | 91 | 94 | 92 | 93 | 97 | 95 | 100 | 97 | 96 | 79 | 73 | 91 | 91 |
| VEMA | 85 | 93 | 92 | 88 | 83 | 96 | 83 | 83 | 89 | 72 | 89 | 72 | 87 |
| DEUTSCHER MAKLERVERBUND | 90 | 92 | 91 | 91 | 93 | 99 | 92 | 83 | 84 | 89 | 76 | 86 | 83 |
| Relevanzfaktor | 1,231 | 1,112 | 1,102 | 1,098 | 1,094 | 1,089 | 1,079 | 1,074 | 1,066 | 1,060 | 1,048 | 1,040 | 1,030 |

Gewichtete GZFR:
Die Durchschnittswerte je Anbieter und Leistungskriterium werden mit einem Relevanzfaktor gewichtet und zu einer Gesamtbewertung summiert.

| Anbieter | Gewichtete GZFR |
|-------------------------|-----------------|
| ARUNA | 91 |
| VEMA | 87 |
| DEUTSCHER MAKLERVERBUND | 85 |

Bewertungsansatz Gesamtzufriedenheit

1. Alle Anbieter, die $\geq 5\%$ SoW erhalten, werden in einen Lostopf gelegt, aus dem maximal 3 Anbieter zufällig gezogen werden. Hierdurch wird der Aufwand der Umfrageteilnehmer reduziert und eine Gleichverteilung der Antworten über die Gesellschaften angestrebt.
2. Die Vermittler werden gebeten, ihre Zufriedenheit mit den Anbietern auf Basis von 12 Leistungskriterien anhand einer 100er-Skala zu bewerten.
3. Die Durchschnittswerte je Anbieter und Leistungskriterium werden mit einem Relevanzfaktor gewichtet und zu einer Gesamtbewertung summiert.
4. Die Relevanz eines Leistungskriteriums wird auf Basis einer Regressionsanalyse statistisch geschätzt.

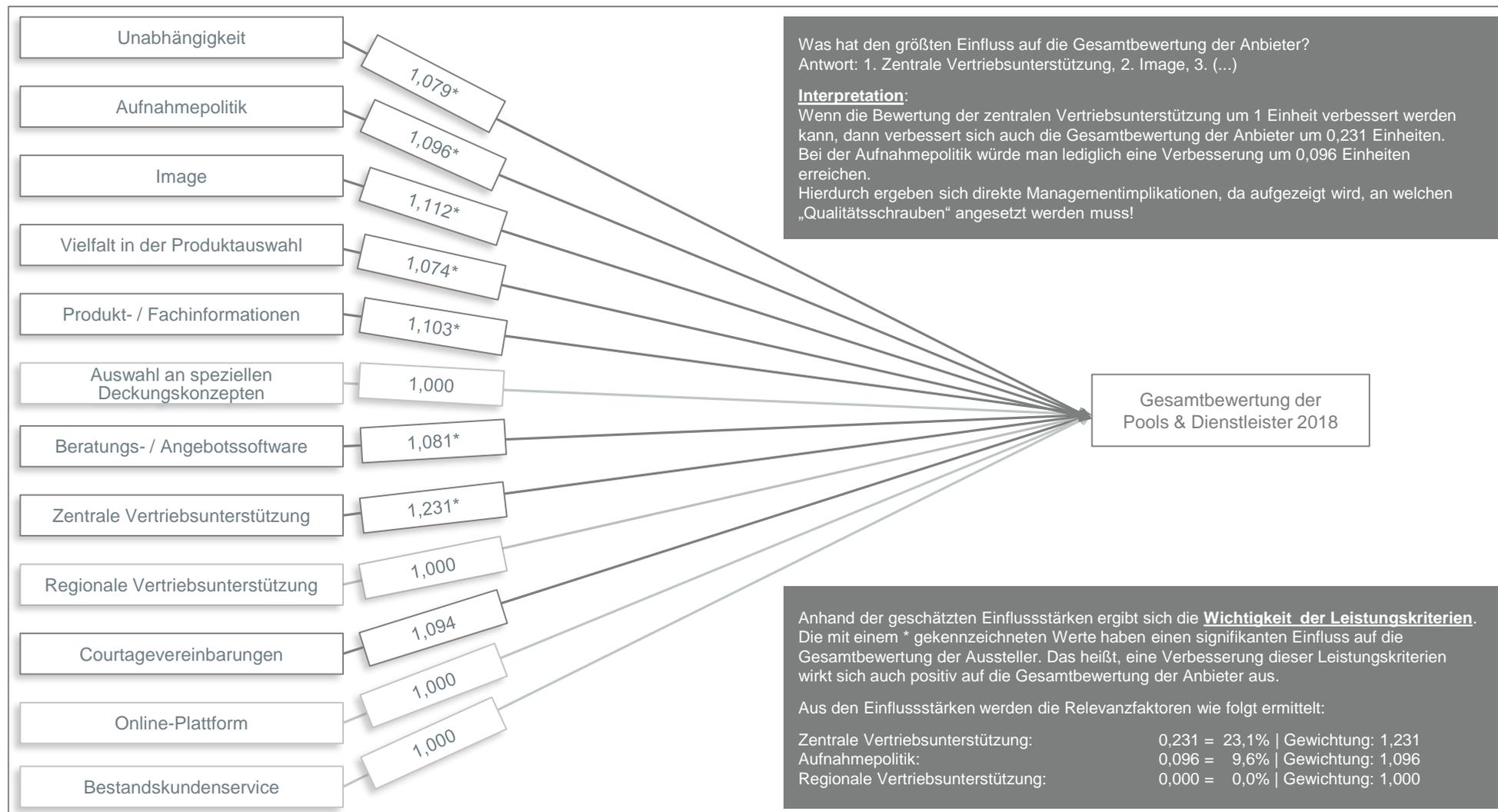
Zufriedenheitsanalyse anhand der Leistungskriterien

Leistungskriterien

| Dimension | Kriterium | Beispiele |
|-------------------------------|---|---|
| Unternehmensführung | Unabhängigkeit des Pools | Höhe der Beteiligungen durch Produktgeber, Eigenkapital, insolvenz sichere Stornorücklagen, ... |
| | Aufnahmepolitik des Pools | Aufnahmegebühr, Mitgliedsbeitrag, Nutzungsgebühren für Software, ... |
| | Image des Pools / Dienstleisters | Image, Innovationsstärke, Bekanntheit, ... |
| Produktmanagement | Vielfalt in der Produktauswahl | Versicherungen (LV, KV, Komposit), Fonds, Finanzierungen, Beteiligungen, sonstige Bankdienstleistungen für das Privat- und Firmenkundengeschäft, ... |
| | Produkt- / Fachinformationen | Präsentationen, Produktbeschreibungen, steuerrechtliche Änderungen, ... |
| | Auswahl an speziellen Deckungskonzepten | Besondere Produktlösungen für ausgewählte Kundengruppen, ... |
| Vertriebsunterstützung | Beratungs- und Angebotssoftware | Software zur Bedarfsermittlung, Tarifierungssoftware, Vergleichssoftware, Dokumentation, Protokolle, Übersichtlichkeit und Verständlichkeit der Ausdrucke, ... |
| | Zentrale Vertriebsunterstützung | Marketing-Unterstützung, Hotlines, Produkt- und Marktresearch, vergleichende Produktinformationen, Angebotsservice, Erreichbarkeit von Produkt- oder Sparten spezialisten, Qualität (Know-how und Response) der Fachspezialisten, ... |
| | Regionale Vertriebsunterstützung | Schulungsangebot, Roadshows, Messen, ... |
| Abwicklungsservice | Courtagevereinbarungen | Courtagehöhe, Abrechnungszeitraum, Bonuscourtage, Courtage direkt vom Produktlieferanten, Transparenz über Courtagevereinbarungen, Stornoreservebedingungen, sonstige Gebühren, Mitgliedsbeiträge, ... |
| | Online-Plattform | Online-Policierungen, Anträge, Ansicht von Bearbeitungsständen, ... |
| | Bestandskundenservice | Angebot eines Kundenverwaltungsprogrammes oder einer entsprechenden Schnittstelle, Kontoauszüge, Zugriffsmöglichkeiten auf Kundendaten, Abwicklung von Fachfragen, Unterstützung bei Bestandsübertragung, ... |

Zufriedenheitsanalyse anhand der Leistungskriterien

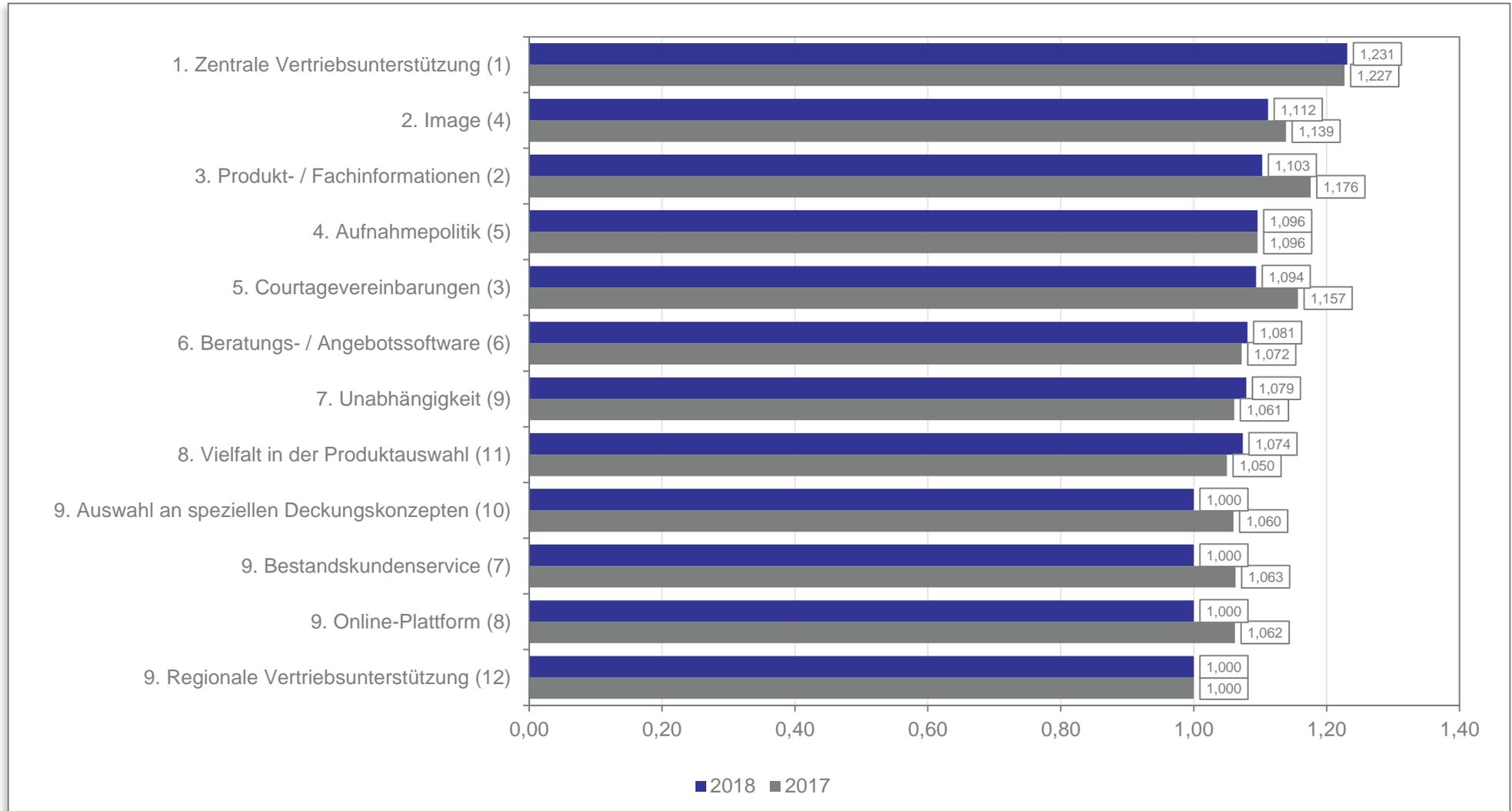
Relevanz der Leistungskriterien – Regressionsanalyse



3.1 Bewertungsschema

Zufriedenheitsanalyse anhand der Leistungskriterien

Relevanz der Leistungskriterien



3. ERGEBNISSE

3.2 FAVORITEN DER VERMITTLER – VORSORGE / LEBEN

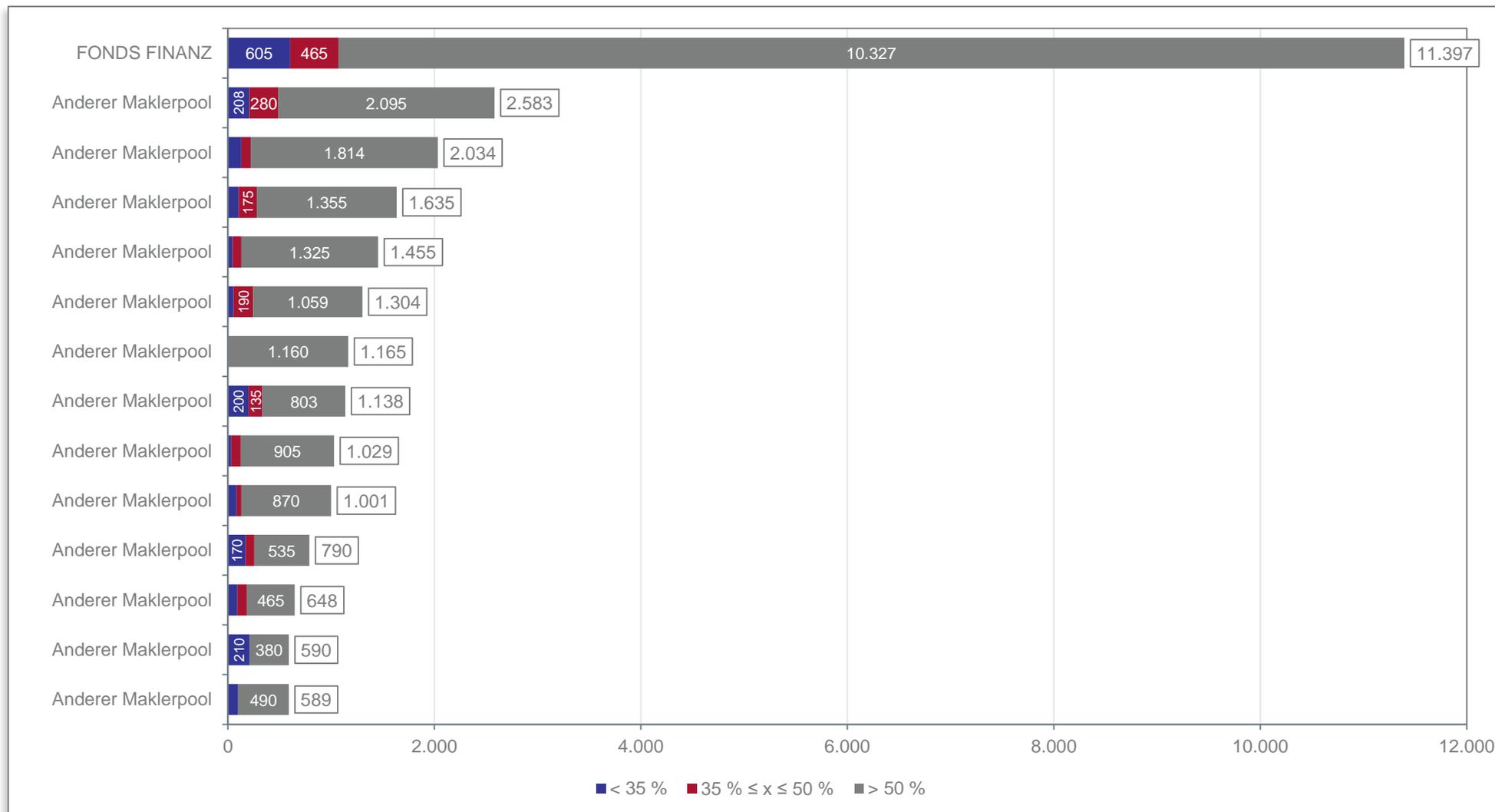
Ranking der Top-Anbieter

| Vorsorge / Leben | |
|------------------|--------------------|
| Platz 1 | FONDS FINANZ |
| Platz 2 | Anderer Maklerpool |
| Platz 3 | Anderer Maklerpool |
| Platz 4 | Anderer Maklerpool |
| Platz 5 | Anderer Maklerpool |
| Platz 6 | Anderer Maklerpool |
| Platz 7 | Anderer Maklerpool |
| Platz 8 | Anderer Maklerpool |
| Platz 9 | Anderer Maklerpool |
| Platz 10 | Anderer Maklerpool |
| Platz 11 | Anderer Maklerpool |
| Platz 12 | Anderer Maklerpool |
| Platz 13 | Anderer Maklerpool |
| Platz 14 | Anderer Maklerpool |



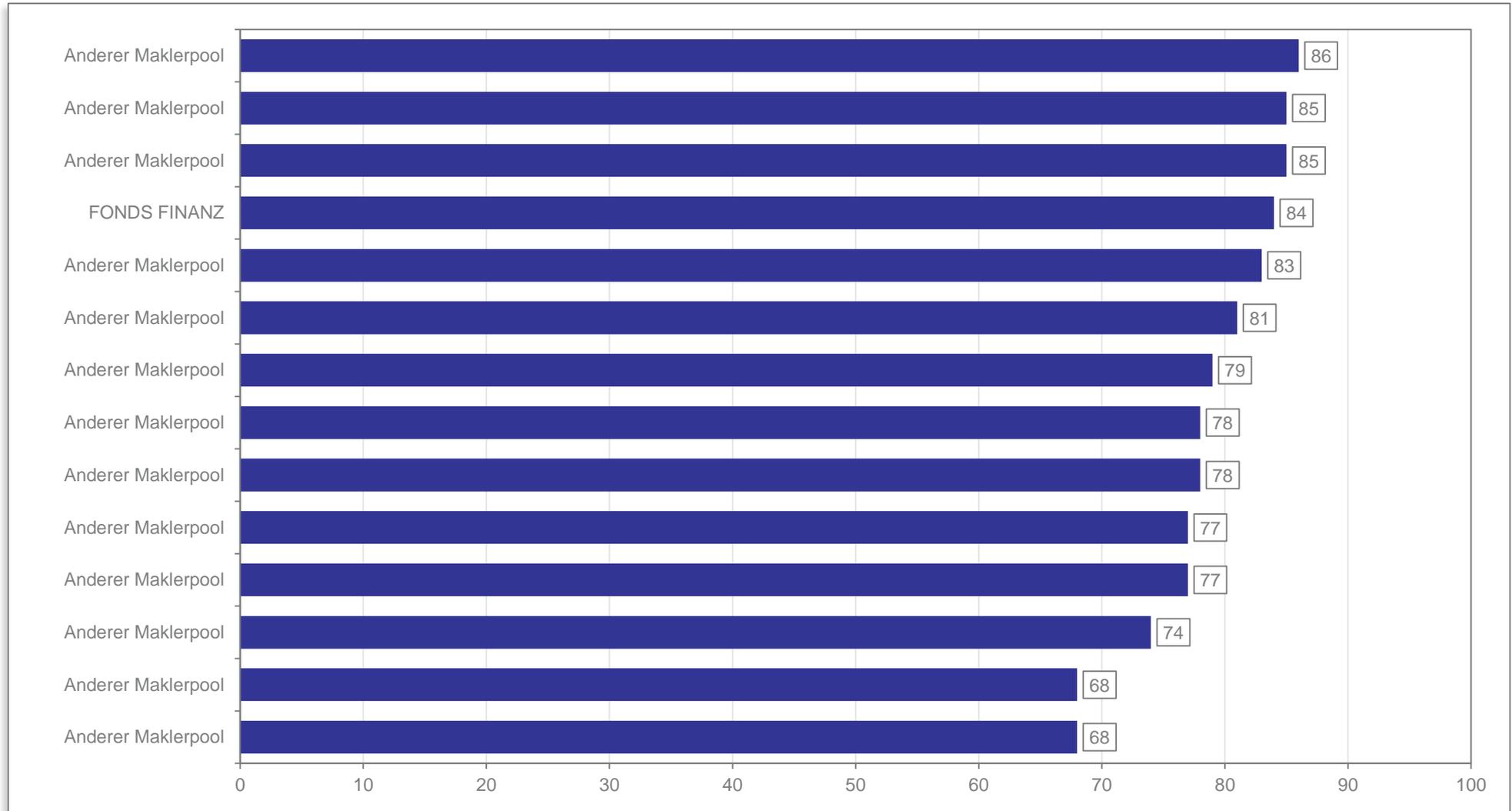
3.2 Favoriten der Vermittler – Vorsorge / Leben

Share of Wallet



Zufriedenheit

Gewichtete Gesamtzufriedenheit



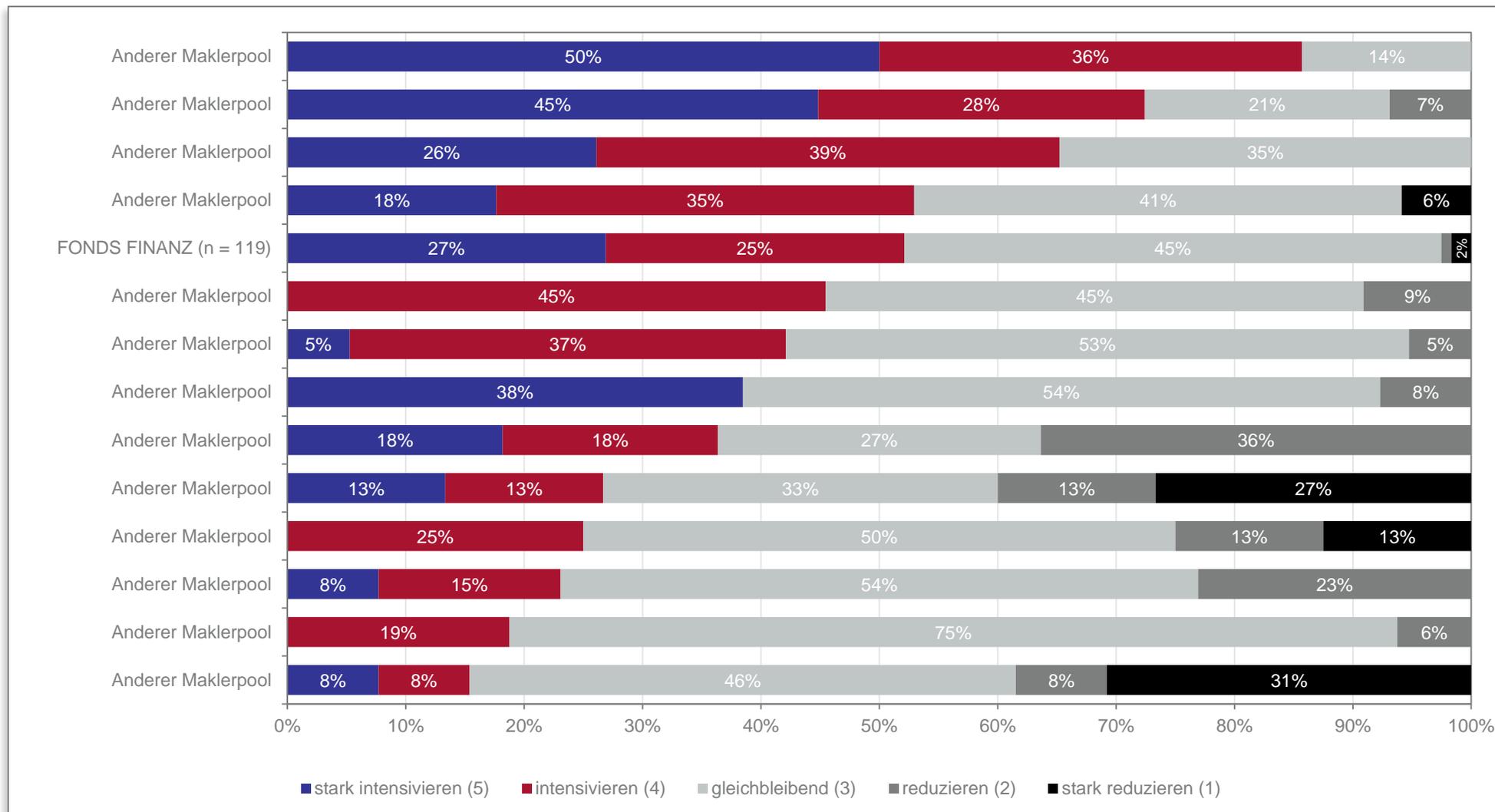
Zufriedenheit

■ Top-3-Punktwerte pro LK ■ Flop-3-Punktwerte pro LK

| Leistungskriterien | Zentrale Vertriebsunterstützung | Image | Produkt- / Fachinformationen | Aufnahmepolitik | Courtagevereinbarungen | Beratungs- / Angebotssoftware | Unabhängigkeit | Vielfalt in der Produktauswahl | Auswahl an speziellen Deckungskonzepten | Bestandskundenservice | Online-Plattform | Regionale Vertriebsunterstützung | gewichtete Gesamtzufriedenheit (GZFR) |
|--------------------|---------------------------------|-------|------------------------------|-----------------|------------------------|-------------------------------|----------------|--------------------------------|---|-----------------------|------------------|----------------------------------|---------------------------------------|
| Anbieter | Ø-Punkte | | | | | | | | | | | | |
| Anderer Maklerpool | 73 | 87 | 90 | 99 | 88 | 83 | 100 | 98 | 92 | 75 | 78 | 71 | 86 |
| Anderer Maklerpool | 83 | 93 | 83 | 97 | 92 | 81 | 100 | 99 | 78 | 69 | 67 | 79 | 85 |
| Anderer Maklerpool | 79 | 91 | 89 | 94 | 94 | 75 | 93 | 91 | 79 | 81 | 73 | 77 | 85 |
| FONDS FINANZ | 83 | 87 | 87 | 91 | 90 | 84 | 87 | 91 | 71 | 77 | 83 | 74 | 84 |
| Anderer Maklerpool | 80 | 88 | 89 | 86 | 87 | 83 | 91 | 85 | 72 | 76 | 81 | 77 | 83 |
| Anderer Maklerpool | 87 | 82 | 88 | 81 | 85 | 76 | 92 | 88 | 86 | 64 | 69 | 65 | 81 |
| Anderer Maklerpool | 84 | 83 | 84 | 90 | 86 | 78 | 87 | 85 | 63 | 81 | 76 | 48 | 79 |
| Anderer Maklerpool | 80 | 85 | 79 | 78 | 89 | 68 | 93 | 87 | 66 | 88 | 81 | 45 | 78 |
| Anderer Maklerpool | 75 | 85 | 81 | 74 | 84 | 75 | 84 | 91 | 83 | 76 | 71 | 52 | 78 |
| Anderer Maklerpool | 75 | 74 | 81 | 86 | 88 | 85 | 74 | 79 | 68 | 72 | 79 | 63 | 77 |
| Anderer Maklerpool | 79 | 86 | 76 | 79 | 73 | 81 | 75 | 82 | 76 | 78 | 75 | 67 | 77 |
| Anderer Maklerpool | 77 | 67 | 70 | 83 | 89 | 66 | 82 | 82 | 67 | 76 | 62 | 69 | 74 |
| Anderer Maklerpool | 64 | 73 | 68 | 90 | 66 | 65 | 76 | 71 | 70 | 67 | 64 | 39 | 68 |
| Anderer Maklerpool | 67 | 73 | 73 | 67 | 63 | 68 | 75 | 75 | 71 | 63 | 65 | 59 | 68 |
| Relevanzfaktor | 1,231 | 1,112 | 1,103 | 1,096 | 1,094 | 1,081 | 1,079 | 1,074 | 1,000 | 1,000 | 1,000 | 1,000 | |

Zukünftige Zusammenarbeit

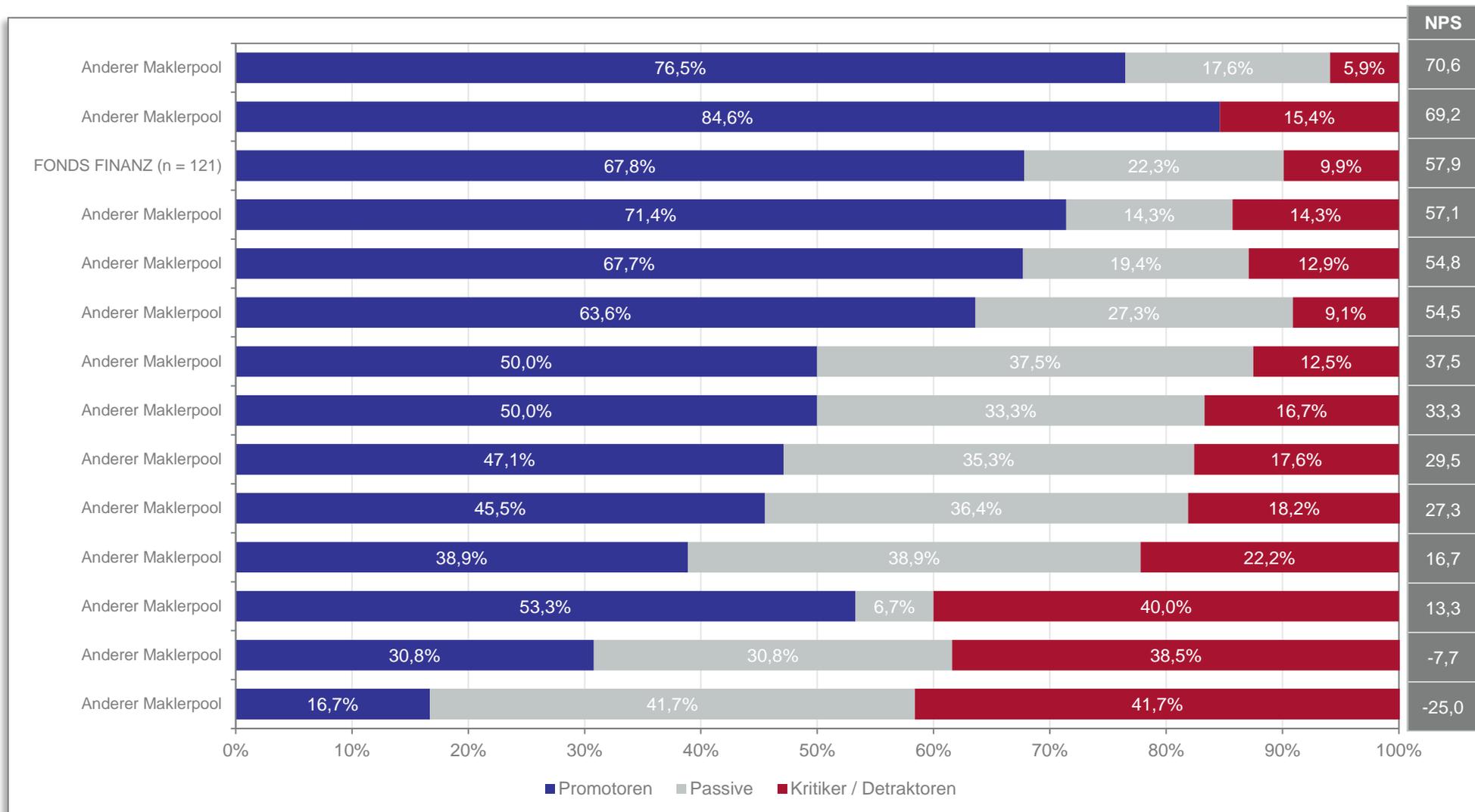
Wie werden Sie die zukünftige Zusammenarbeit mit folgenden Gesellschaften gestalten?



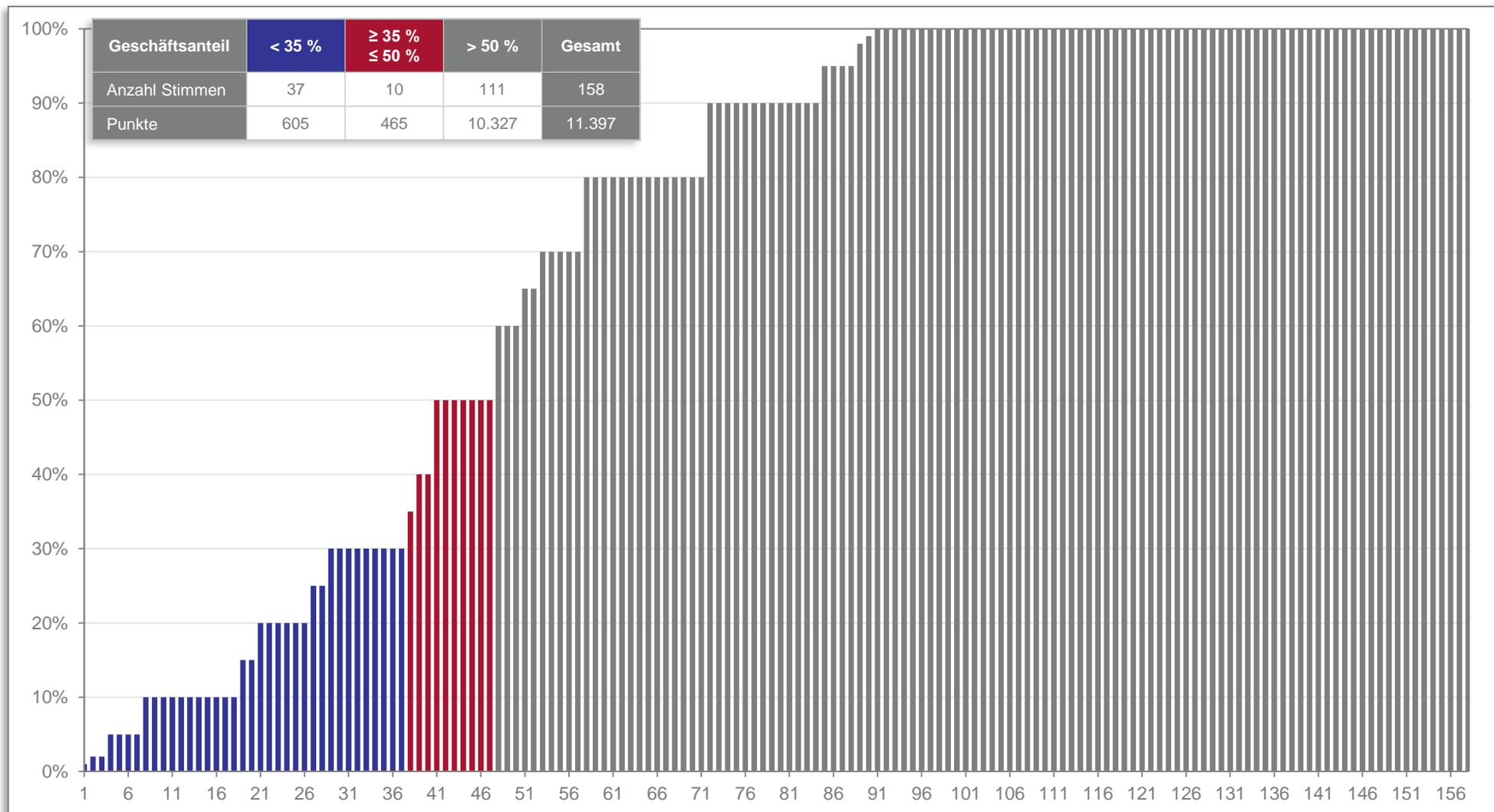
Net-Promoter-Score (NPS)

Auf einer Skala von 0-10, wie wahrscheinlich ist es, dass Sie die aufgeführten Gesellschaften einem befreundeten Kollegen weiterempfehlen?

Vom Prozentwert der „Promotoren“ (alle, die eine 9 oder 10 angekreuzt haben) wird der Prozentwert der „Kritiker / Detraktoren“ (Werte 0 bis 6) abgezogen.

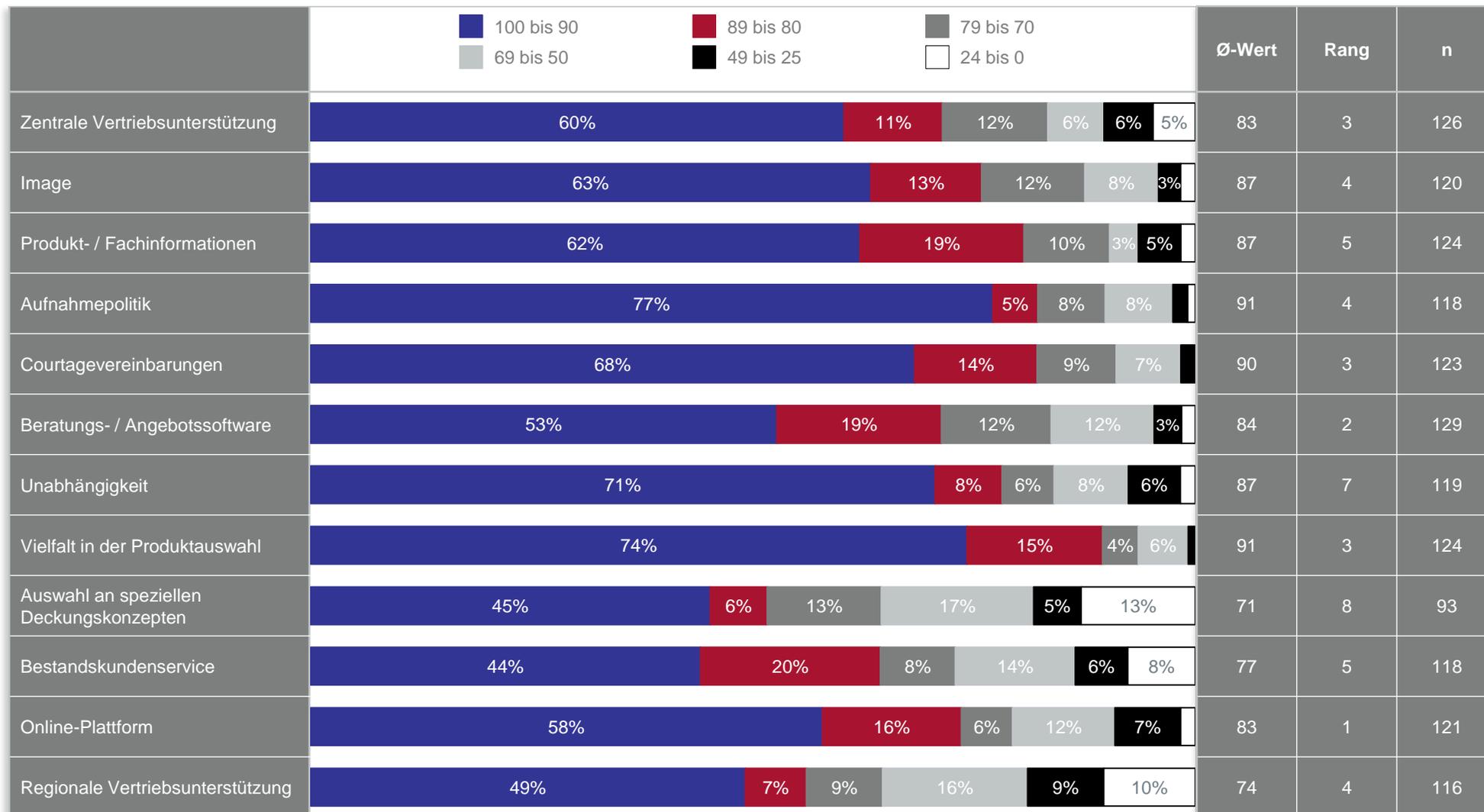


Analyse der Top-Anbieter
FONDS FINANZ | Share of Wallet



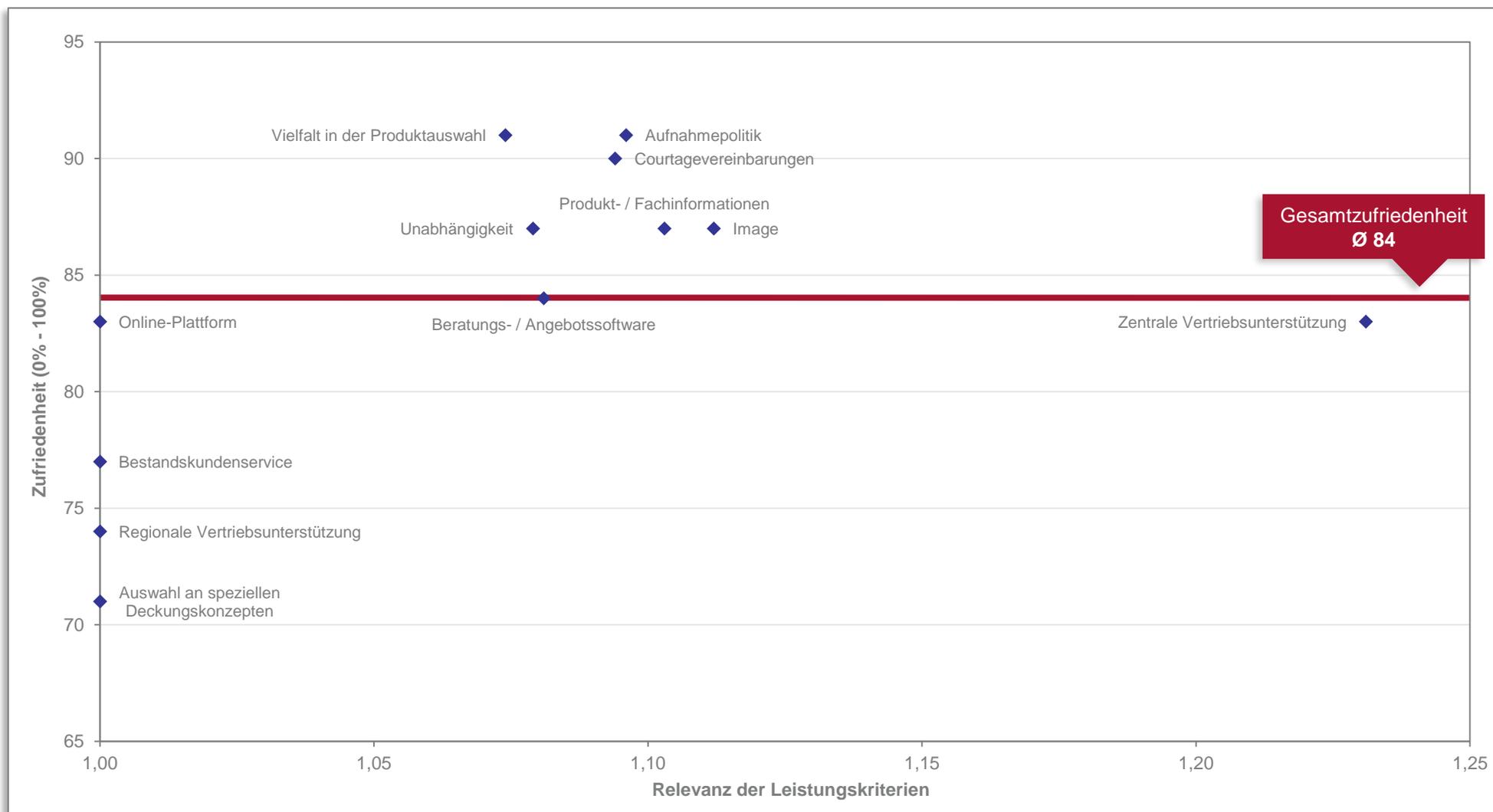
Analyse der Top-Anbieter

FONDS FINANZ | Leistungskriterien



Analyse der Top-Anbieter

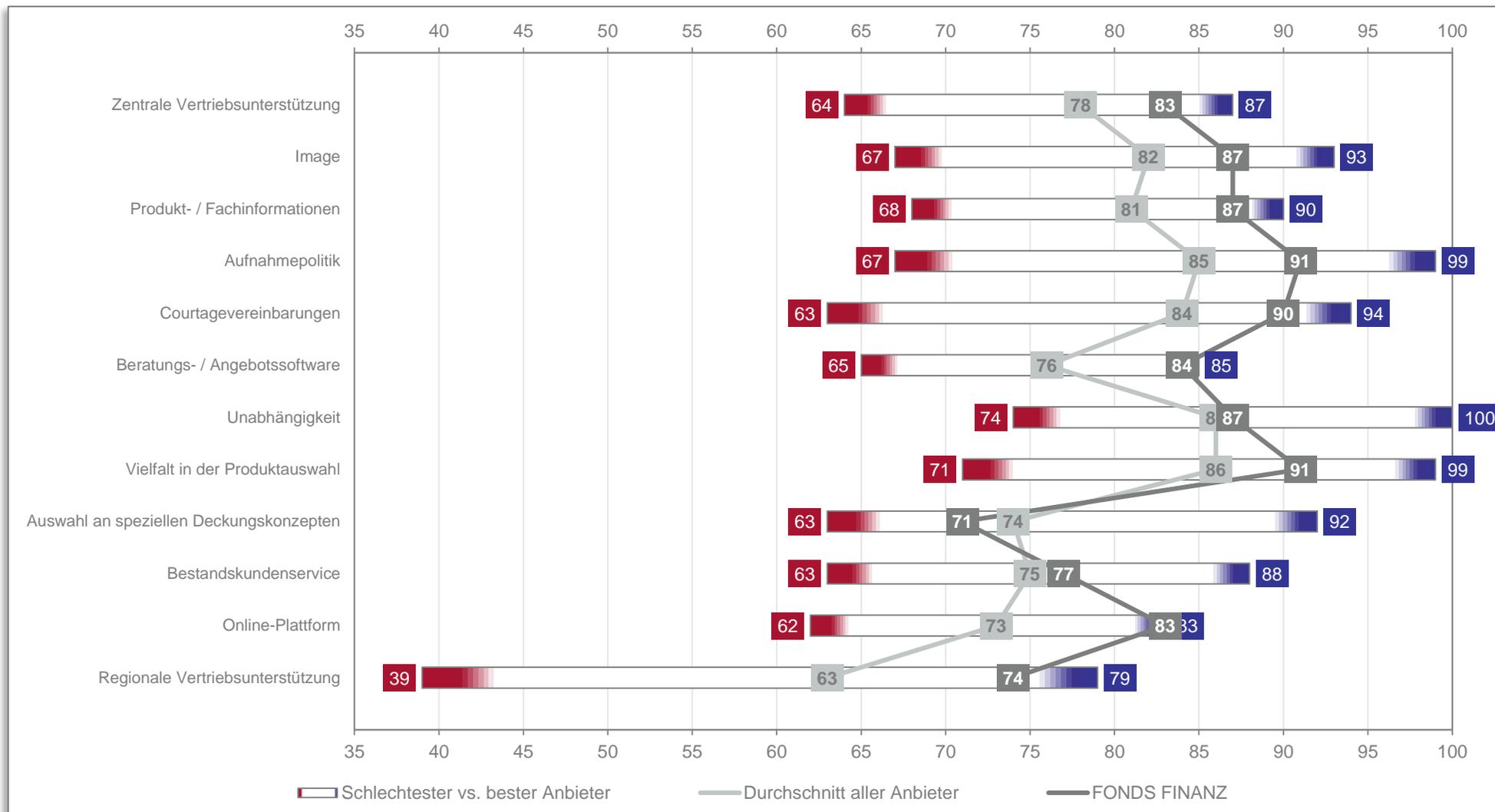
FONDS FINANZ | interne Stärken- / Schwächen-Analyse



3.2 Favoriten der Vermittler – Vorsorge / Leben

Analyse der Top-Anbieter

FONDS FINANZ | wettbewerbsorientierte Stärken- / Schwächenanalyse



Analyse der Top-Anbieter
FONDS FINANZ | Management-Matrix

| Leistungskriterium | Wichtigkeit | Erreichungsgrad Abweichung vom Mittelwert der Konkurrenz | Erreichungsgrad Abweichung von Gesamtzufriedenheit |
|---|-------------|--|--|
| Zentrale Vertriebsunterstützung | ++ | + | 0 |
| Image | ++ | + | + |
| Produkt- / Fachinformationen | ++ | + | + |
| Aufnahmepolitik | + | + | + |
| Courtagevereinbarungen | + | + | + |
| Beratungs- / Angebotssoftware | + | + | 0 |
| Unabhängigkeit | + | 0 | + |
| Vielfalt in der Produktauswahl | + | + | + |
| Auswahl an speziellen Deckungskonzepten | 0 | - | -- |
| Bestandskundenservice | 0 | 0 | - |
| Online-Plattform | 0 | + | 0 |
| Regionale Vertriebsunterstützung | 0 | ++ | - |

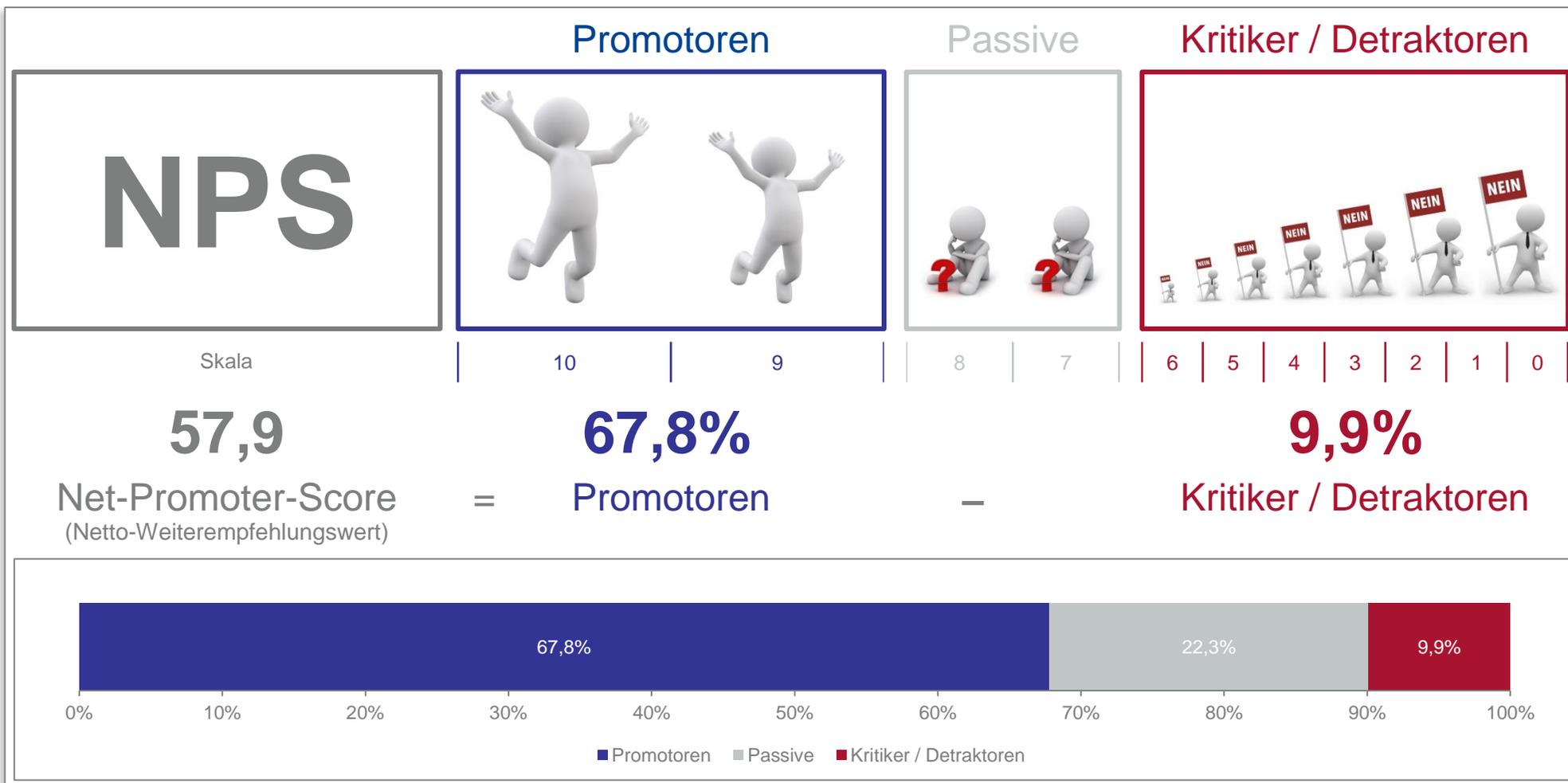
| Legende | | | |
|--|----|------------------|-----------------|
| Wichtigkeit (Relevanz des Leistungskriteriums) | ++ | sehr wichtig | > 1,10 |
| | + | wichtig | 1,00 < x < 1,10 |
| | 0 | durchschnittlich | = 1,00 |
| Erreichungsgrad (Abweichung) | ++ | viel besser | > +10 |
| | + | etwas besser | +2,5 bis +10 |
| | 0 | durchschnittlich | -2,5 bis +2,5 |
| | - | etwas schlechter | -10 bis -2,5 |
| | -- | viel schlechter | < -10 |

Analyse der Top-Anbieter

FONDS FINANZ | Net-Promoter-Score (NPS) (n = 121)

Auf einer Skala von 0-10, wie wahrscheinlich ist es, dass Sie die aufgeführten Gesellschaften einem befreundeten Kollegen weiterempfehlen?

Vom Prozentwert der „Promotoren“ (alle, die eine 9 oder 10 angekreuzt haben) wird der Prozentwert der „Kritiker / Detraktoren“ (Werte 0 bis 6) abgezogen.



3. ERGEBNISSE

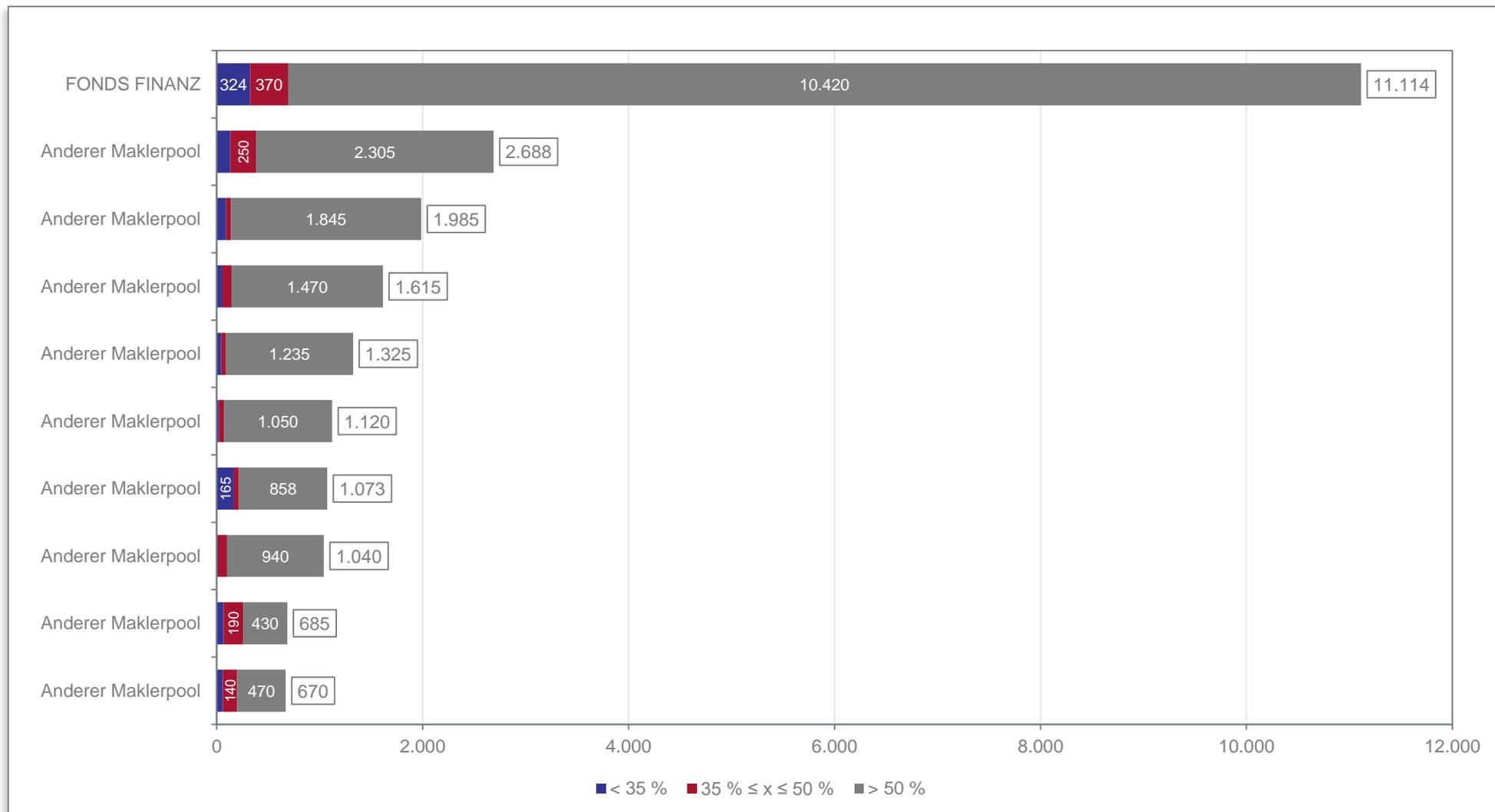
3.3 FAVORITEN DER VERMITTLER – KRANKEN

Ranking der Top-Anbieter

| Kranken | |
|----------|--------------------|
| Platz 1 | FONDS FINANZ |
| Platz 2 | Anderer Maklerpool |
| Platz 3 | Anderer Maklerpool |
| Platz 4 | Anderer Maklerpool |
| Platz 5 | Anderer Maklerpool |
| Platz 6 | Anderer Maklerpool |
| Platz 7 | Anderer Maklerpool |
| Platz 8 | Anderer Maklerpool |
| Platz 9 | Anderer Maklerpool |
| Platz 10 | Anderer Maklerpool |

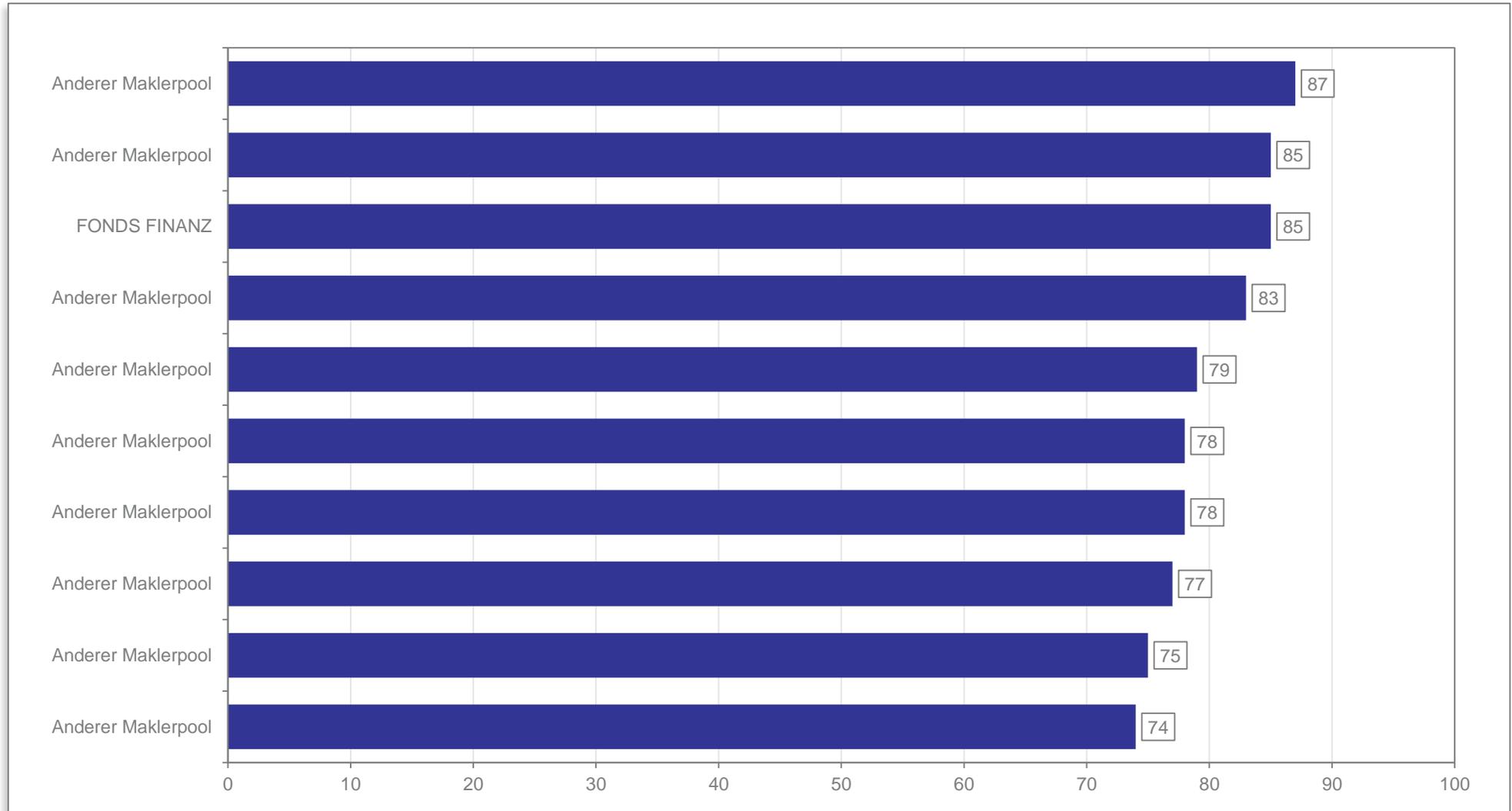


Share of Wallet



Zufriedenheit

Gewichtete Gesamtzufriedenheit



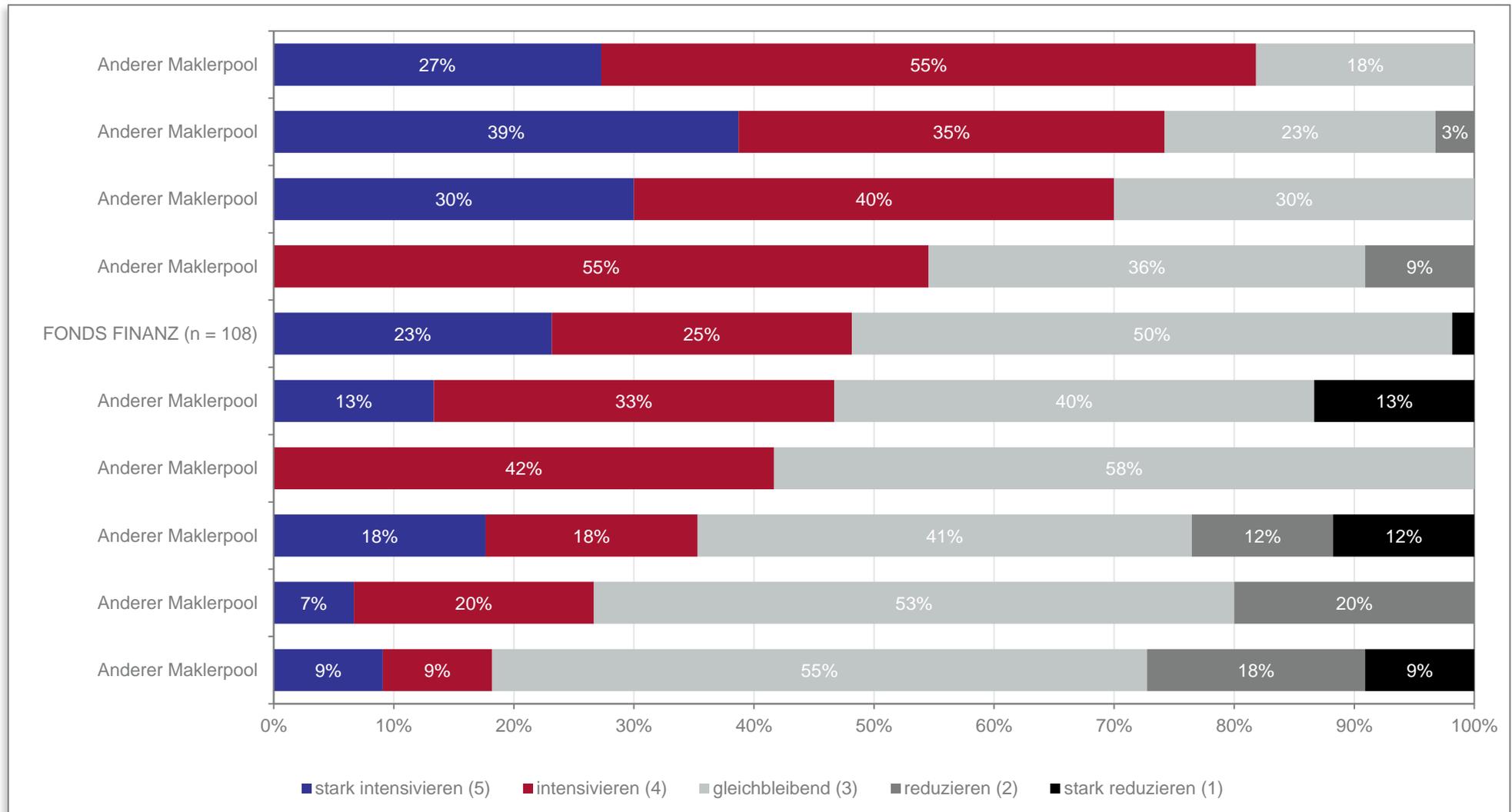
Zufriedenheit

■ Top-3-Punktwerte pro LK ■ Flop-3-Punktwerte pro LK

| Leistungskriterien | Zentrale Vertriebsunterstützung | Image | Produkt- / Fachinformationen | Aufnahmepolitik | Courtagevereinbarungen | Beratungs- / Angebotssoftware | Unabhängigkeit | Vielfalt in der Produktauswahl | Auswahl an speziellen Deckungskonzepten | Bestandskundenservice | Online-Plattform | Regionale Vertriebsunterstützung | gewichtete Gesamtzufriedenheit (GZFR) |
|--------------------|---------------------------------|-------|------------------------------|-----------------|------------------------|-------------------------------|----------------|--------------------------------|---|-----------------------|------------------|----------------------------------|---------------------------------------|
| Anbieter | Ø-Punkte | | | | | | | | | | | | |
| Anderer Maklerpool | 83 | 94 | 88 | 96 | 98 | 84 | 100 | 100 | 81 | 71 | 64 | 82 | 87 |
| Anderer Maklerpool | 85 | 86 | 88 | 88 | 93 | 82 | 91 | 87 | 84 | 82 | 77 | 75 | 85 |
| FONDS FINANZ | 83 | 88 | 88 | 90 | 89 | 86 | 87 | 92 | 72 | 78 | 85 | 74 | 85 |
| Anderer Maklerpool | 86 | 89 | 85 | 82 | 93 | 81 | 96 | 92 | 70 | 89 | 88 | 45 | 83 |
| Anderer Maklerpool | 81 | 72 | 77 | 88 | 96 | 71 | 90 | 82 | 74 | 73 | 63 | 75 | 79 |
| Anderer Maklerpool | 83 | 80 | 82 | 83 | 86 | 80 | 89 | 83 | 72 | 63 | 64 | 66 | 78 |
| Anderer Maklerpool | 74 | 86 | 85 | 86 | 86 | 77 | 87 | 81 | 67 | 67 | 75 | 67 | 78 |
| Anderer Maklerpool | 85 | 76 | 76 | 90 | 85 | 74 | 92 | 87 | 52 | 79 | 69 | 50 | 77 |
| Anderer Maklerpool | 76 | 72 | 76 | 86 | 89 | 73 | 71 | 79 | 71 | 72 | 70 | 57 | 75 |
| Anderer Maklerpool | 74 | 76 | 77 | 82 | 73 | 73 | 75 | 85 | 69 | 68 | 74 | 66 | 74 |
| Relevanzfaktor | 1,231 | 1,112 | 1,103 | 1,096 | 1,094 | 1,081 | 1,079 | 1,074 | 1,000 | 1,000 | 1,000 | 1,000 | |

Zukünftige Zusammenarbeit

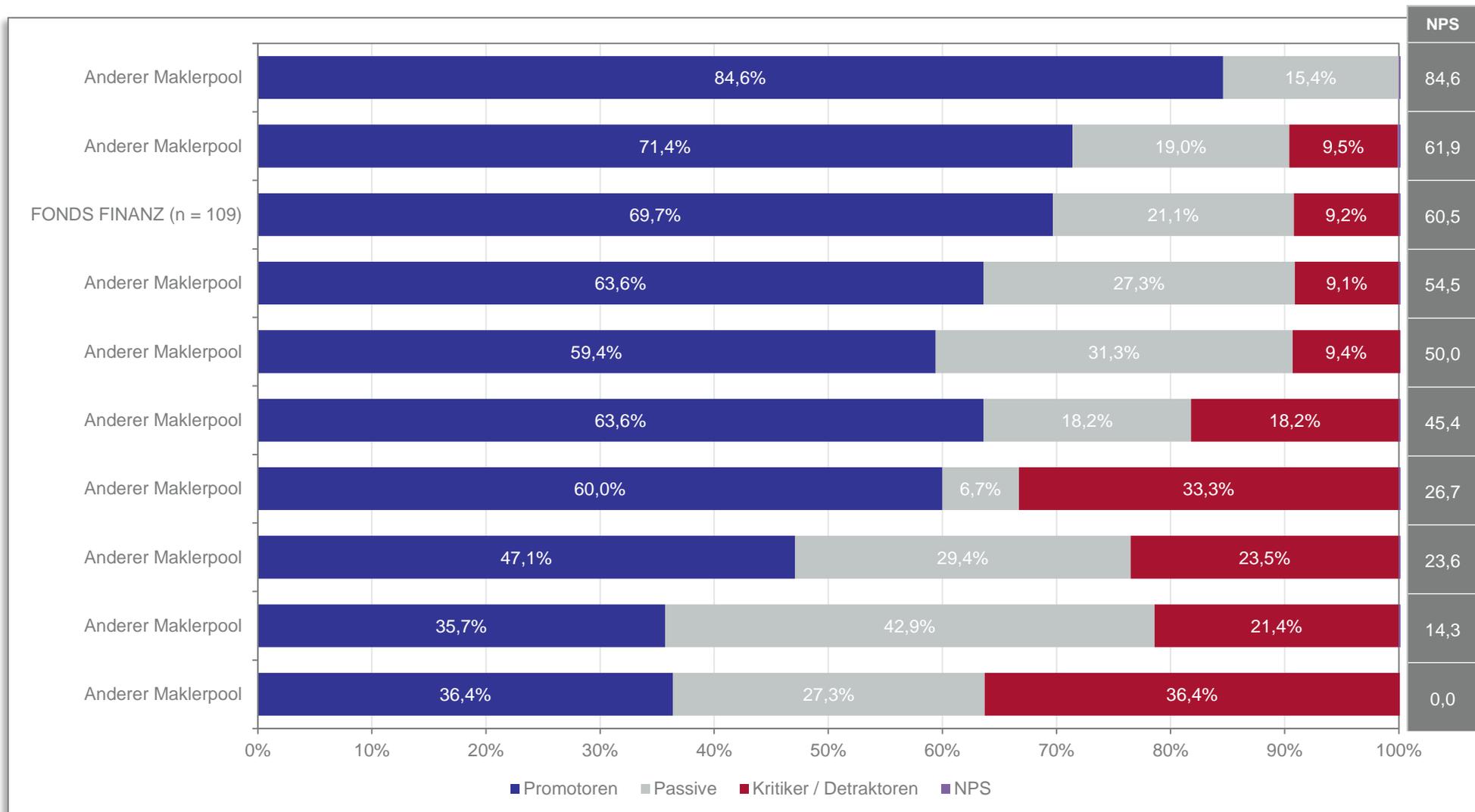
Wie werden Sie die zukünftige Zusammenarbeit mit folgenden Gesellschaften gestalten?



Net-Promoter-Score (NPS)

Auf einer Skala von 0-10, wie wahrscheinlich ist es, dass Sie die aufgeführten Gesellschaften einem befreundeten Kollegen weiterempfehlen?

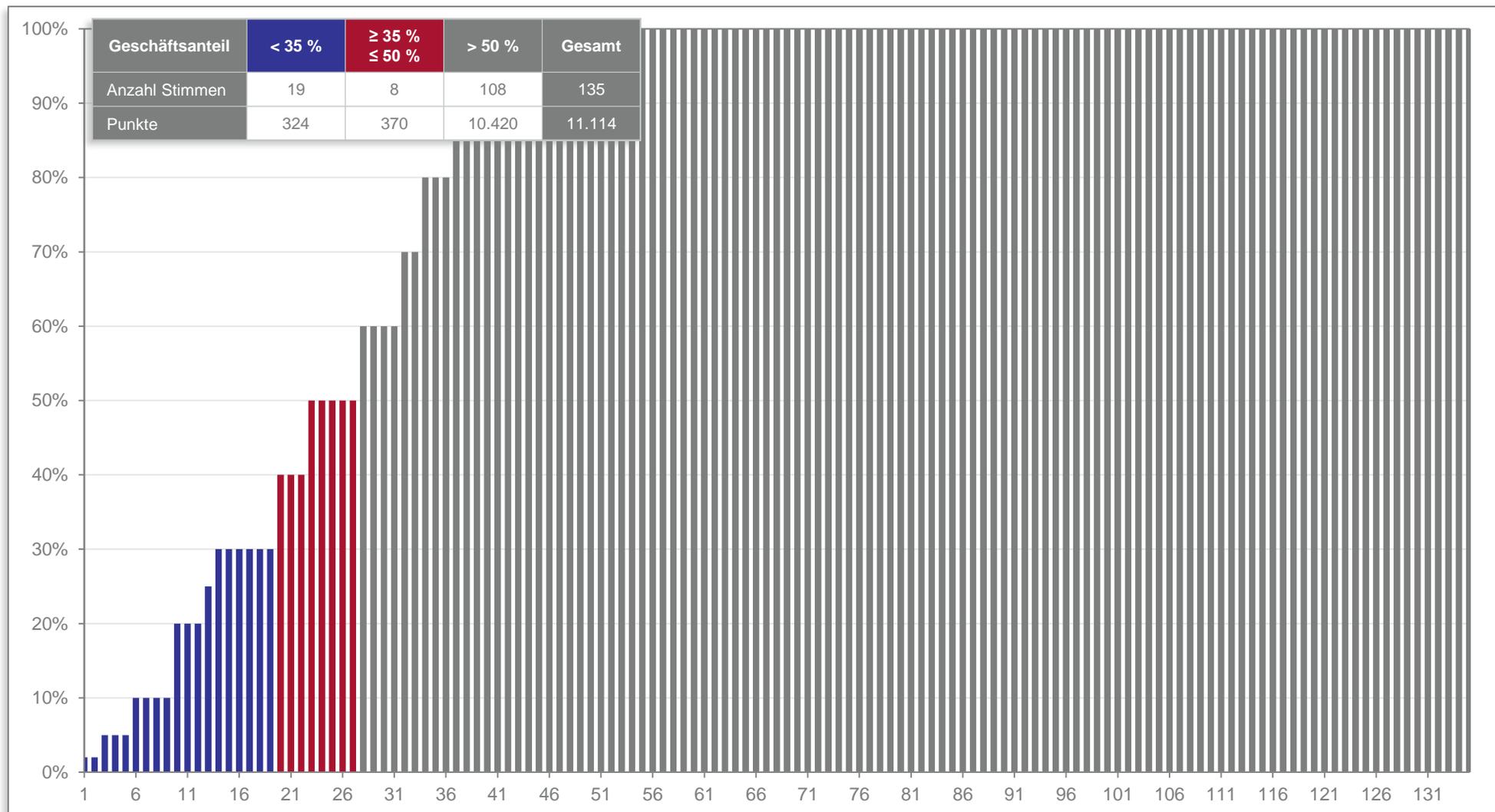
Vom Prozentwert der „Promotoren“ (alle, die eine 9 oder 10 angekreuzt haben) wird der Prozentwert der „Kritiker / Detraktoren“ (Werte 0 bis 6) abgezogen.



3.3 Favoriten der Vermittler – Kranken

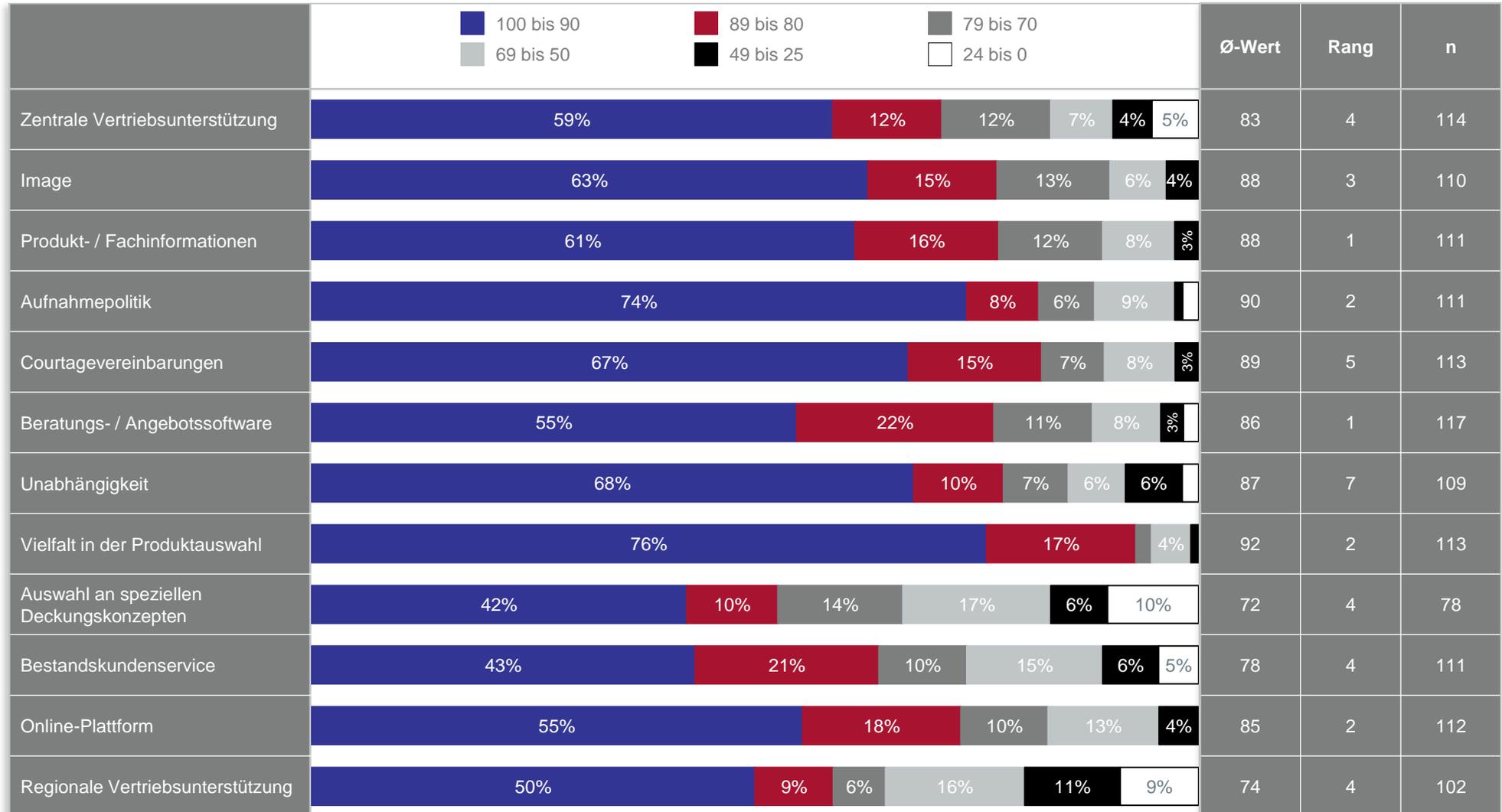
Analyse der Top-Anbieter

FONDS FINANZ | Share of Wallet



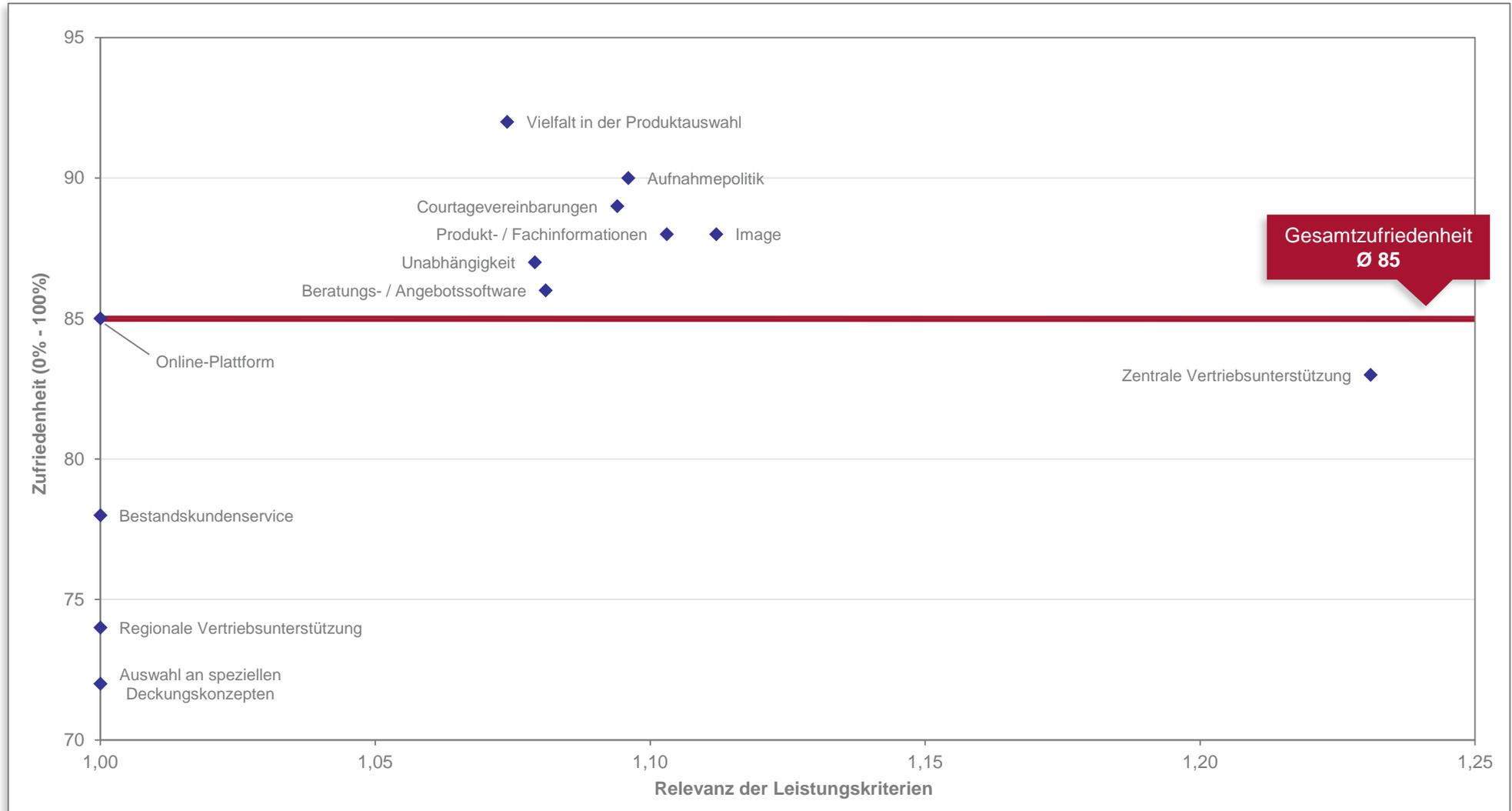
3.3 Favoriten der Vermittler – Kranken

Analyse der Top-Anbieter
FONDS FINANZ | Leistungskriterien



Analyse der Top-Anbieter

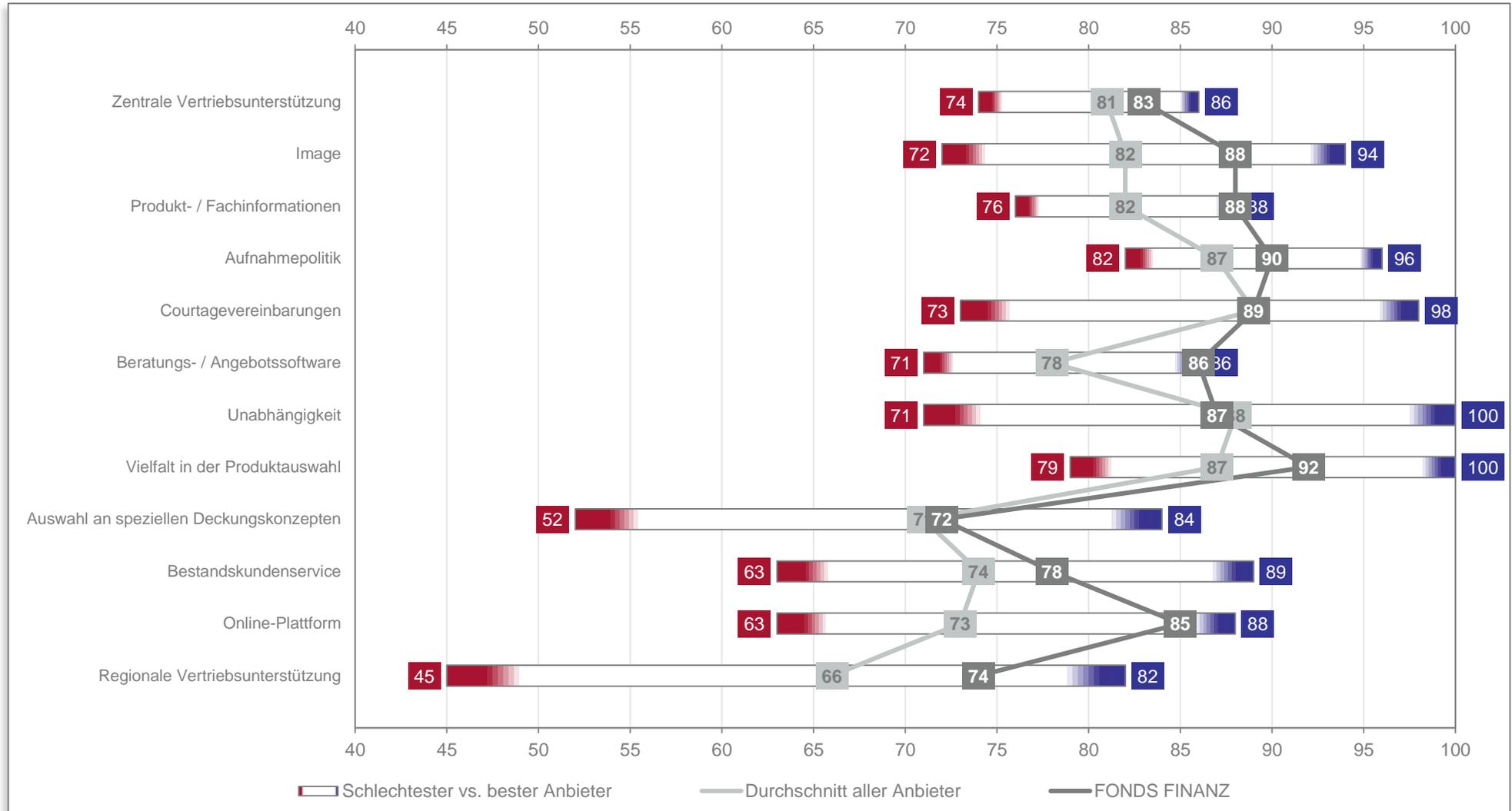
FONDS FINANZ | interne Stärken- / Schwächen-Analyse



3.3 Favoriten der Vermittler – Kranken

Analyse der Top-Anbieter

FONDS FINANZ | wettbewerbsorientierte Stärken- / Schwächenanalyse



Analyse der Top-Anbieter

FONDS FINANZ | Management-Matrix

| Leistungskriterium | Wichtigkeit | Erreichungsgrad Abweichung vom Mittelwert der Konkurrenz | Erreichungsgrad Abweichung von Gesamtzufriedenheit |
|---|-------------|--|--|
| Zentrale Vertriebsunterstützung | ++ | 0 | 0 |
| Image | ++ | + | + |
| Produkt- / Fachinformationen | ++ | + | + |
| Aufnahmepolitik | + | + | + |
| Courtagevereinbarungen | + | 0 | + |
| Beratungs- / Angebotssoftware | + | + | 0 |
| Unabhängigkeit | + | 0 | 0 |
| Vielfalt in der Produktauswahl | + | + | + |
| Auswahl an speziellen Deckungskonzepten | 0 | 0 | -- |
| Bestandskundenservice | 0 | + | - |
| Online-Plattform | 0 | ++ | 0 |
| Regionale Vertriebsunterstützung | 0 | + | -- |

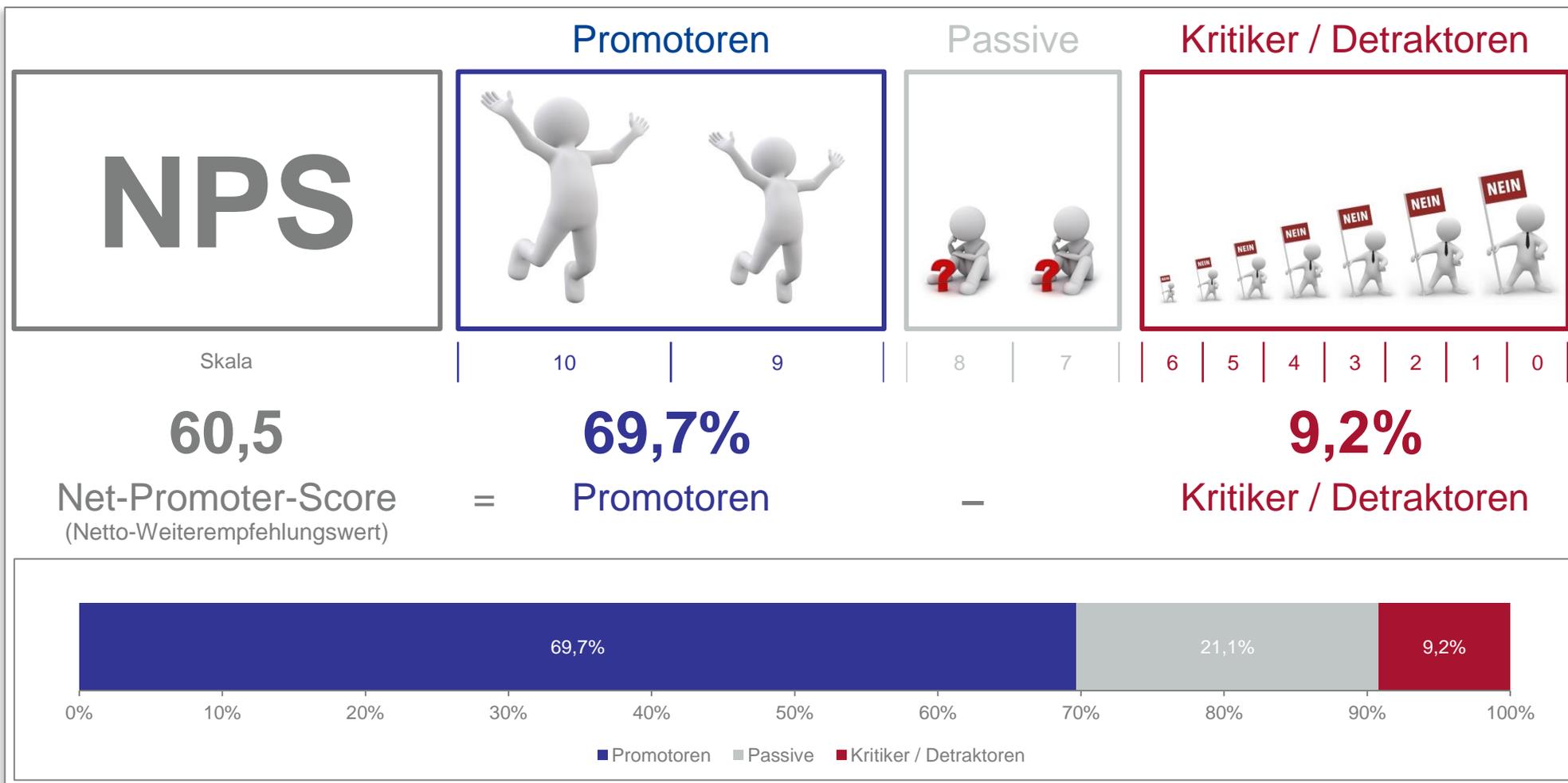
| Legende | | | |
|--|----|------------------|-----------------|
| Wichtigkeit (Relevanz des Leistungskriteriums) | ++ | sehr wichtig | > 1,10 |
| | + | wichtig | 1,00 < x < 1,10 |
| | 0 | durchschnittlich | = 1,00 |
| Erreichungsgrad (Abweichung) | ++ | viel besser | > +10 |
| | + | etwas besser | +2,5 bis +10 |
| | 0 | durchschnittlich | -2,5 bis +2,5 |
| | - | etwas schlechter | -10 bis -2,5 |
| | -- | viel schlechter | < -10 |

Analyse der Top-Anbieter

FONDS FINANZ | Net-Promoter-Score (NPS) (n = 109)

Auf einer Skala von 0-10, wie wahrscheinlich ist es, dass Sie die aufgeführten Gesellschaften einem befreundeten Kollegen weiterempfehlen?

Vom Prozentwert der „Promotoren“ (alle, die eine 9 oder 10 angekreuzt haben) wird der Prozentwert der „Kritiker / Detraktoren“ (Werte 0 bis 6) abgezogen.



3. ERGEBNISSE

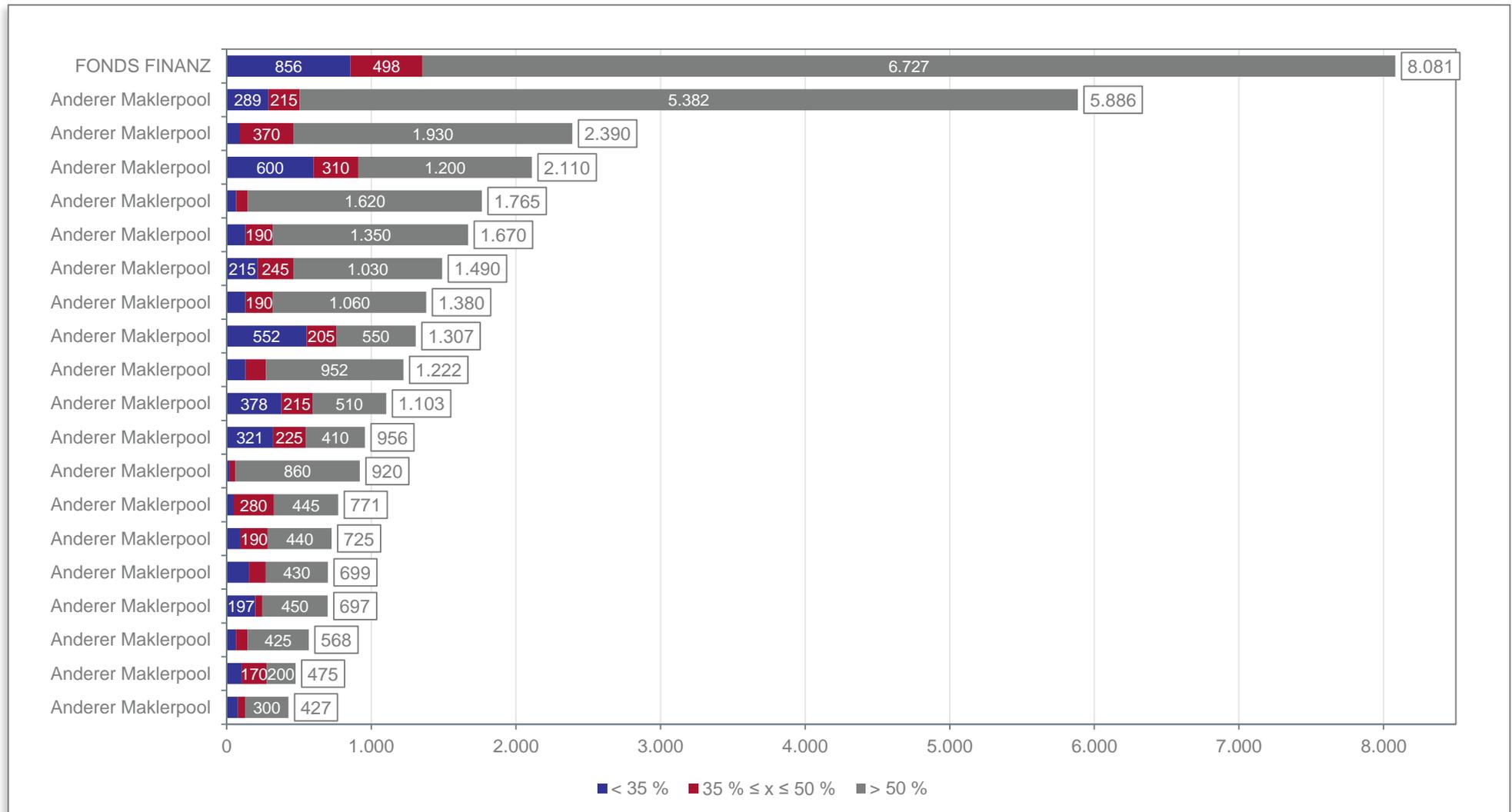
3.4 FAVORITEN DER VERMITTLER – SACH / HUK

Ranking der Top-Anbieter

| Sach / HUK | |
|------------|--------------------|
| Platz 1 | FONDS FINANZ |
| Platz 2 | Anderer Maklerpool |
| Platz 3 | Anderer Maklerpool |
| Platz 4 | Anderer Maklerpool |
| Platz 5 | Anderer Maklerpool |
| Platz 6 | Anderer Maklerpool |
| Platz 7 | Anderer Maklerpool |
| Platz 8 | Anderer Maklerpool |
| Platz 9 | Anderer Maklerpool |
| Platz 10 | Anderer Maklerpool |
| Platz 11 | Anderer Maklerpool |
| Platz 12 | Anderer Maklerpool |
| Platz 13 | Anderer Maklerpool |
| Platz 14 | Anderer Maklerpool |
| Platz 15 | Anderer Maklerpool |
| Platz 16 | Anderer Maklerpool |
| Platz 17 | Anderer Maklerpool |
| Platz 18 | Anderer Maklerpool |
| Platz 19 | Anderer Maklerpool |
| Platz 20 | Anderer Maklerpool |



Share of Wallet



Zufriedenheit

Gewichtete Gesamtzufriedenheit



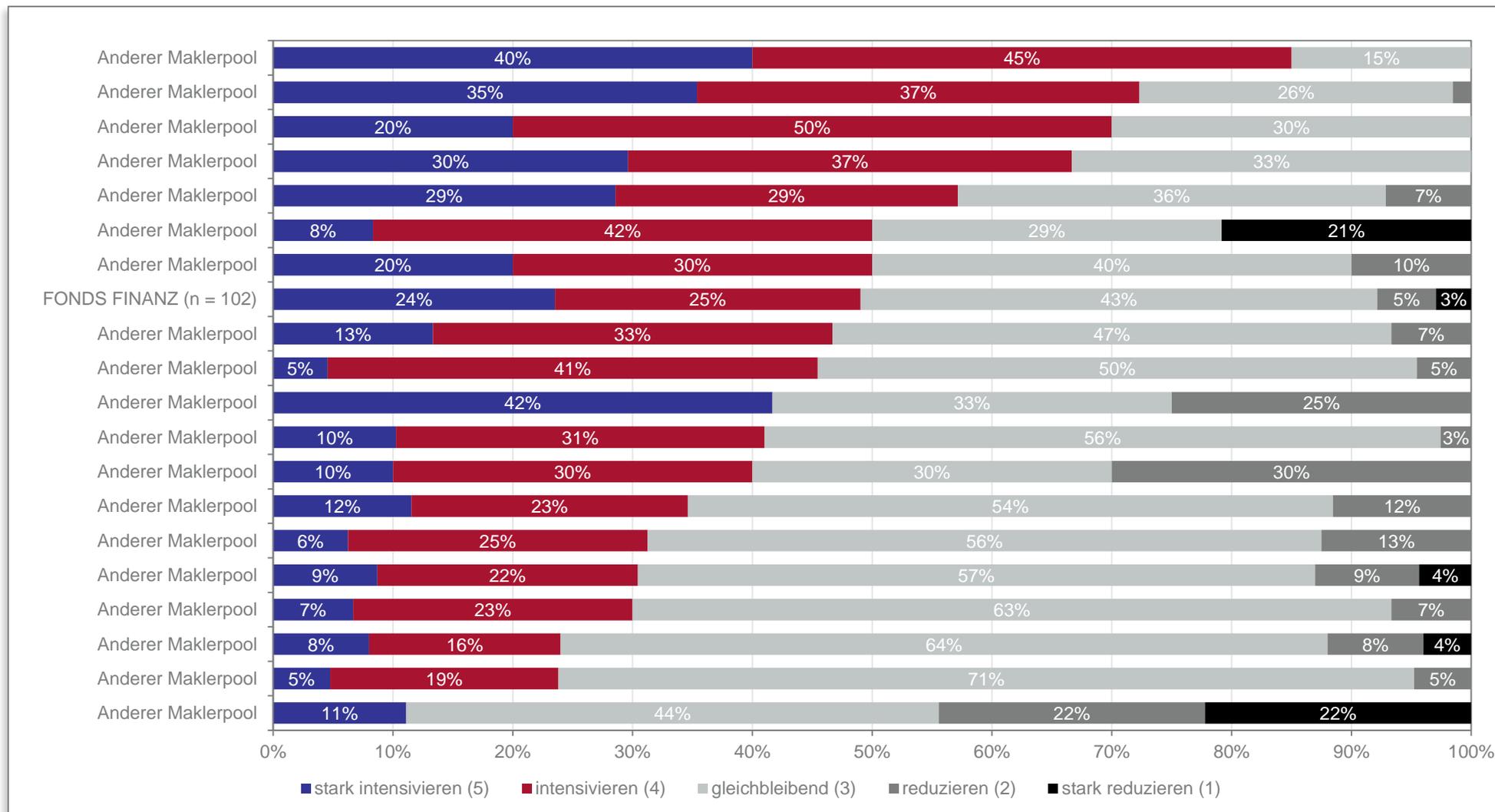
Zufriedenheit

■ Top-3-Punktwerte pro LK ■ Flop-3-Punktwerte pro LK

| Leistungskriterien | Zentrale Vertriebsunterstützung | Image | Produkt- / Fachinformationen | Aufnahmepolitik | Courtagevereinbarungen | Beratungs- / Angebotssoftware | Unabhängigkeit | Vielfalt in der Produktauswahl | Auswahl an speziellen Deckungskonzepten | Bestandskunden-service | Online-Plattform | Regionale Vertriebsunterstützung | gewichtete Gesamtzufriedenheit (GZFR) |
|--------------------|---------------------------------|-------|------------------------------|-----------------|------------------------|-------------------------------|----------------|--------------------------------|---|------------------------|------------------|----------------------------------|---------------------------------------|
| Anbieter | Ø-Punkte | | | | | | | | | | | | |
| Anderer Maklerpool | 91 | 94 | 92 | 98 | 97 | 84 | 100 | 97 | 90 | 78 | 73 | 91 | 91 |
| Anderer Maklerpool | 85 | 93 | 92 | 88 | 88 | 90 | 91 | 91 | 89 | 77 | 89 | 72 | 87 |
| Anderer Maklerpool | 77 | 90 | 82 | 93 | 93 | 93 | 95 | 92 | 68 | 84 | 86 | 66 | 85 |
| Anderer Maklerpool | 70 | 81 | 90 | 98 | 79 | 90 | 91 | 93 | 97 | 75 | 81 | 69 | 84 |
| FONDS FINANZ | 84 | 86 | 86 | 92 | 87 | 81 | 87 | 87 | 76 | 79 | 84 | 72 | 84 |
| Anderer Maklerpool | 73 | 87 | 87 | 96 | 84 | 88 | 87 | 84 | 93 | 74 | 87 | 56 | 83 |
| Anderer Maklerpool | 72 | 89 | 81 | 93 | 83 | 76 | 92 | 77 | 88 | 79 | 82 | 80 | 83 |
| Anderer Maklerpool | 84 | 87 | 88 | 87 | 90 | 78 | 90 | 84 | 84 | 70 | 76 | 60 | 82 |
| Anderer Maklerpool | 80 | 84 | 83 | 92 | 88 | 82 | 88 | 75 | 78 | 79 | 86 | 54 | 81 |
| Anderer Maklerpool | 81 | 86 | 83 | 78 | 84 | 84 | 88 | 85 | 75 | 87 | 89 | 49 | 81 |
| Anderer Maklerpool | 88 | 85 | 87 | 73 | 87 | 83 | 80 | 85 | 84 | 72 | 80 | 67 | 81 |
| Anderer Maklerpool | 78 | 80 | 86 | 88 | 76 | 82 | 84 | 76 | 87 | 84 | 85 | 56 | 80 |
| Anderer Maklerpool | 79 | 87 | 88 | 80 | 71 | 84 | 91 | 87 | 81 | 70 | 78 | 64 | 80 |
| Anderer Maklerpool | 78 | 85 | 79 | 93 | 78 | 70 | 81 | 89 | 85 | 72 | 67 | 77 | 80 |
| Anderer Maklerpool | 77 | 78 | 77 | 83 | 79 | 78 | 80 | 86 | 79 | 76 | 81 | 52 | 77 |
| Anderer Maklerpool | 78 | 81 | 75 | 91 | 77 | 76 | 84 | 79 | 75 | 64 | 78 | 50 | 76 |
| Anderer Maklerpool | 72 | 76 | 81 | 81 | 84 | 78 | 71 | 83 | 66 | 66 | 76 | 59 | 75 |
| Anderer Maklerpool | 75 | 78 | 73 | 89 | 76 | 84 | 77 | 80 | 73 | 66 | 78 | 46 | 75 |
| Anderer Maklerpool | 73 | 73 | 74 | 81 | 79 | 69 | 77 | 79 | 70 | 73 | 70 | 62 | 73 |
| Anderer Maklerpool | 70 | 72 | 73 | 64 | 82 | 79 | 94 | 66 | 77 | 58 | 75 | 41 | 71 |
| Relevanzfaktor | 1,231 | 1,112 | 1,103 | 1,096 | 1,094 | 1,081 | 1,079 | 1,074 | 1,000 | 1,000 | 1,000 | 1,000 | |

Zukünftige Zusammenarbeit

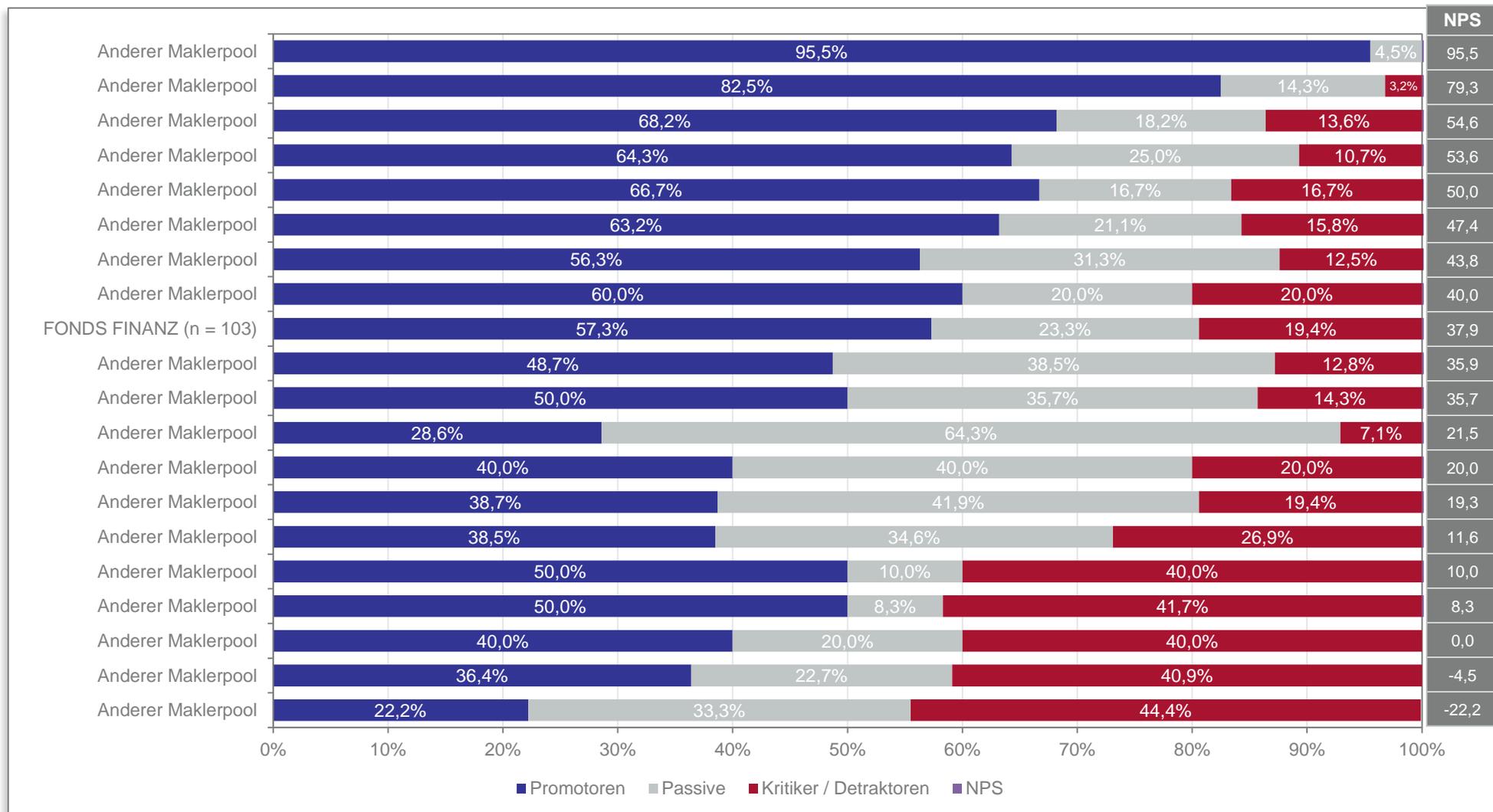
Wie werden Sie die zukünftige Zusammenarbeit mit folgenden Gesellschaften gestalten?



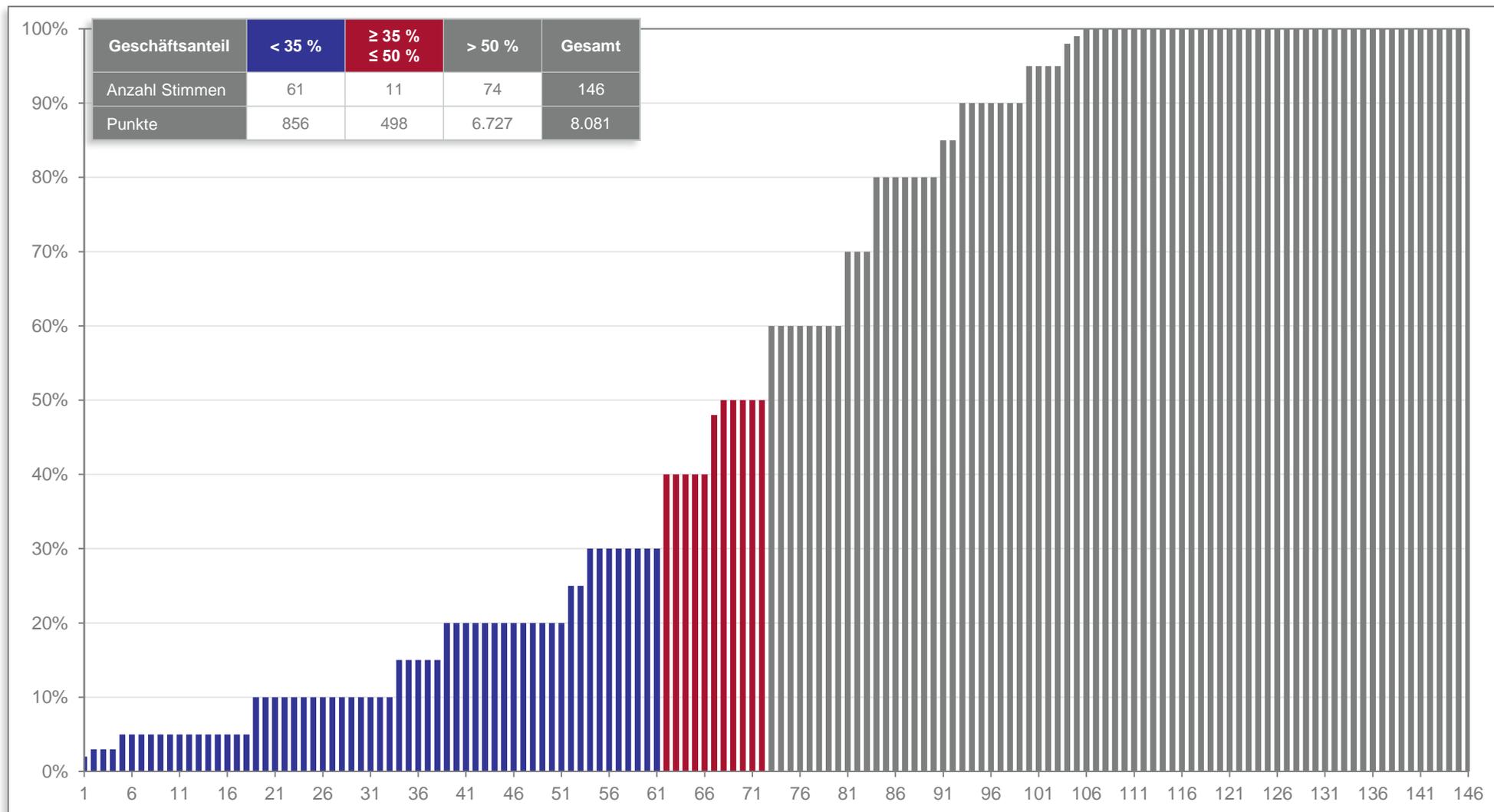
Net-Promoter-Score (NPS)

Auf einer Skala von 0-10, wie wahrscheinlich ist es, dass Sie die aufgeführten Gesellschaften einem befreundeten Kollegen weiterempfehlen?

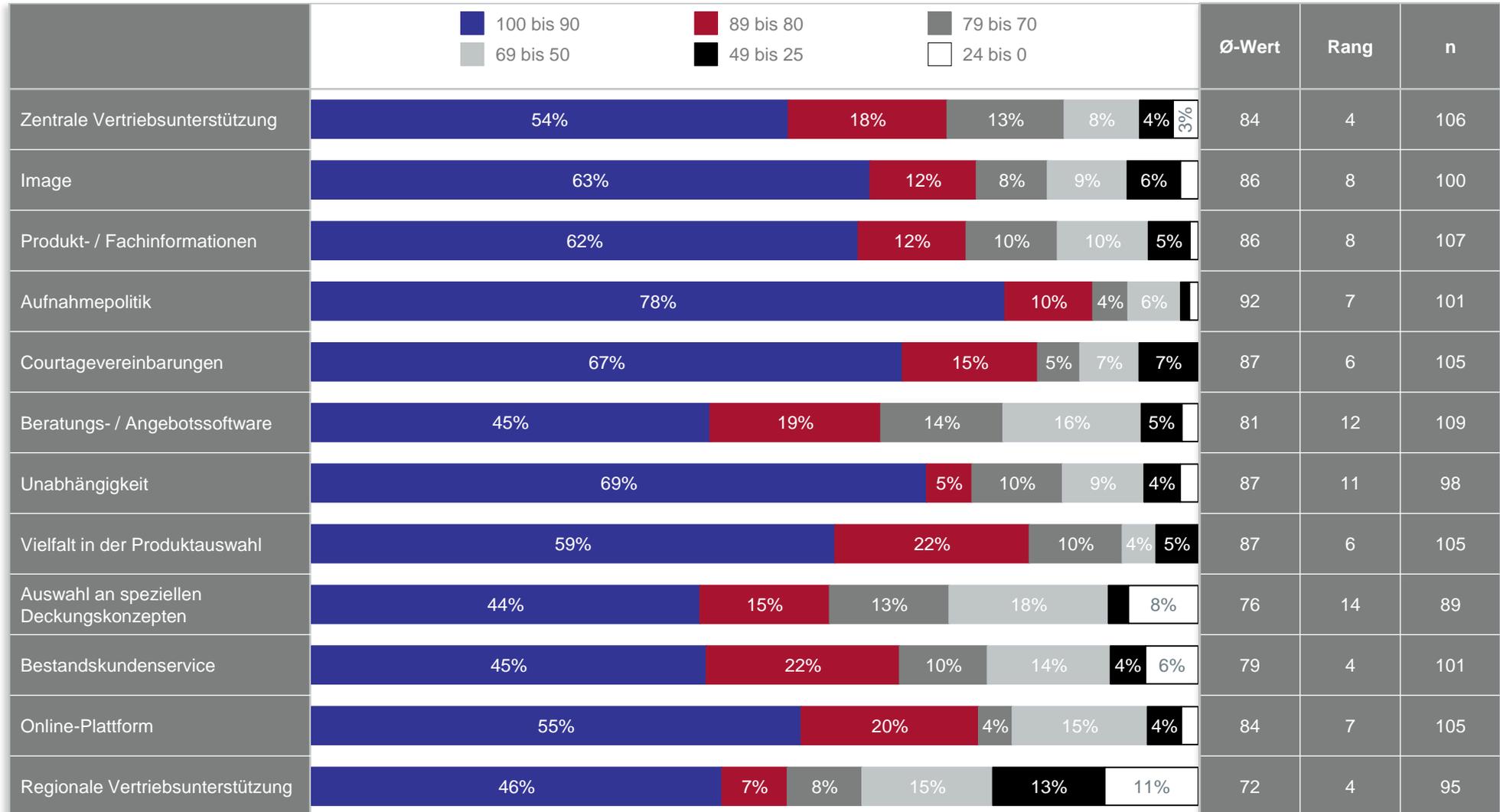
Vom Prozentwert der „Promotoren“ (alle, die eine 9 oder 10 angekreuzt haben) wird der Prozentwert der „Kritiker / Detraktoren“ (Werte 0 bis 6) abgezogen.



Analyse der Top-Anbieter
FONDS FINANZ | Share of Wallet

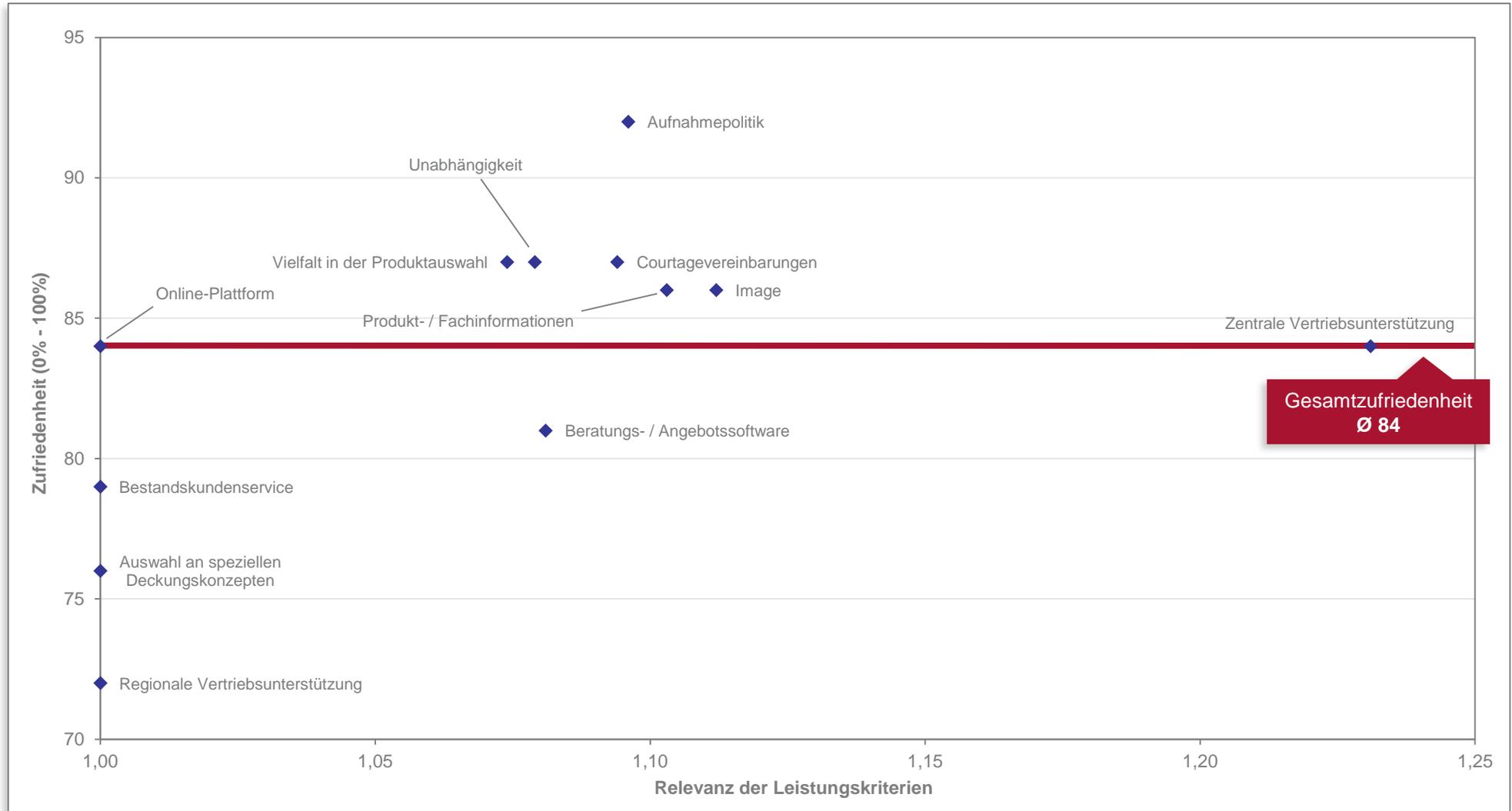


Analyse der Top-Anbieter
FONDS FINANZ | Leistungskriterien



Analyse der Top-Anbieter

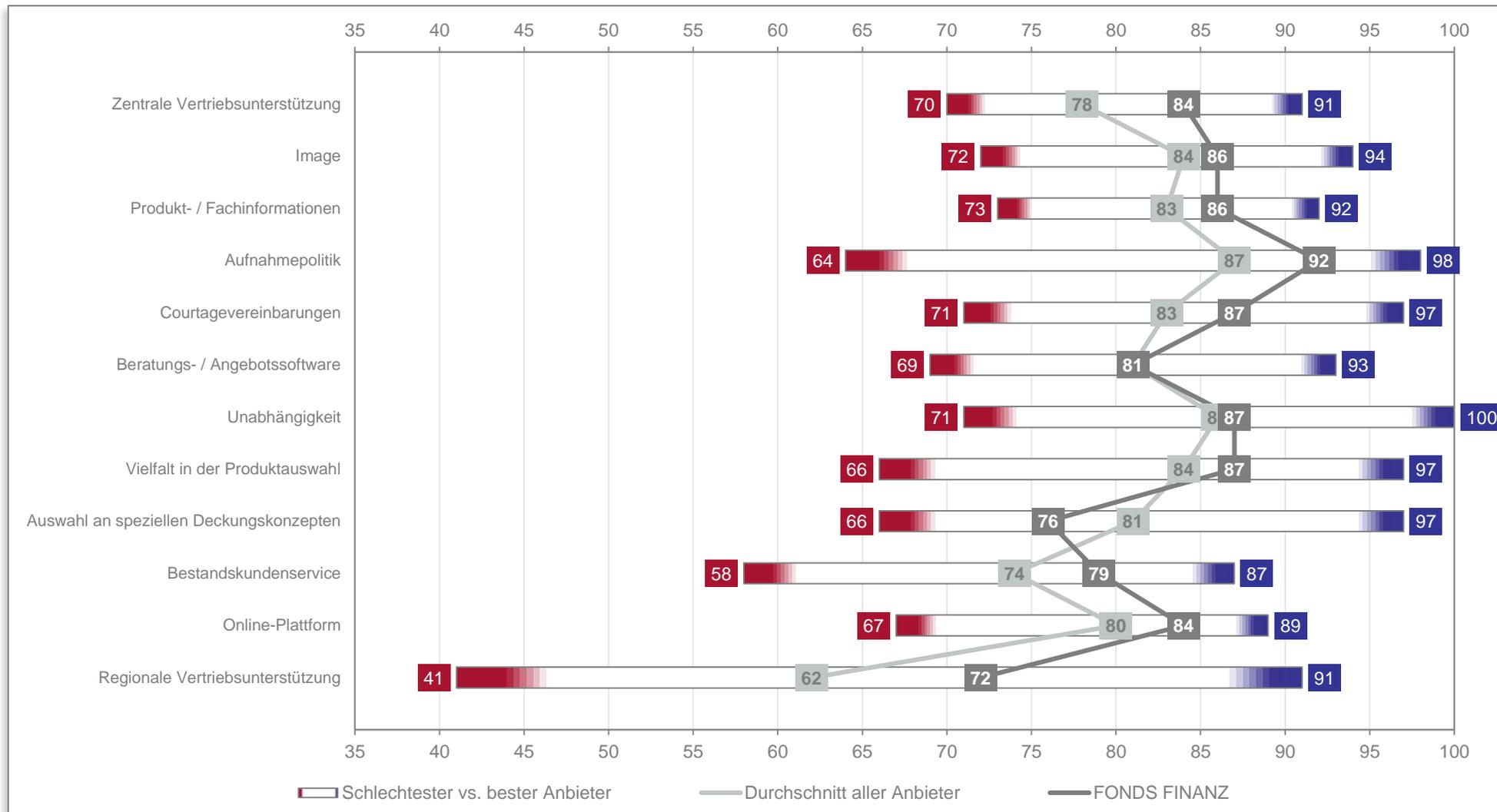
FONDS FINANZ | interne Stärken- / Schwächen-Analyse



3.4 Favoriten der Vermittler – Sach / HUK

Analyse der Top-Anbieter

FONDS FINANZ | wettbewerbsorientierte Stärken- / Schwächenanalyse



Analyse der Top-Anbieter
FONDS FINANZ | Management-Matrix

| Leistungskriterium | Wichtigkeit | Erreichungsgrad Abweichung vom Mittelwert der Konkurrenz | Erreichungsgrad Abweichung von Gesamtzufriedenheit |
|---|-------------|--|--|
| Zentrale Vertriebsunterstützung | ++ | + | o |
| Image | ++ | o | o |
| Produkt- / Fachinformationen | ++ | + | o |
| Aufnahmepolitik | + | + | + |
| Courtagevereinbarungen | + | + | + |
| Beratungs- / Angebotssoftware | + | o | - |
| Unabhängigkeit | + | o | + |
| Vielfalt in der Produktauswahl | + | + | + |
| Auswahl an speziellen Deckungskonzepten | o | - | - |
| Bestandskundenservice | o | + | - |
| Online-Plattform | o | + | o |
| Regionale Vertriebsunterstützung | o | + | -- |

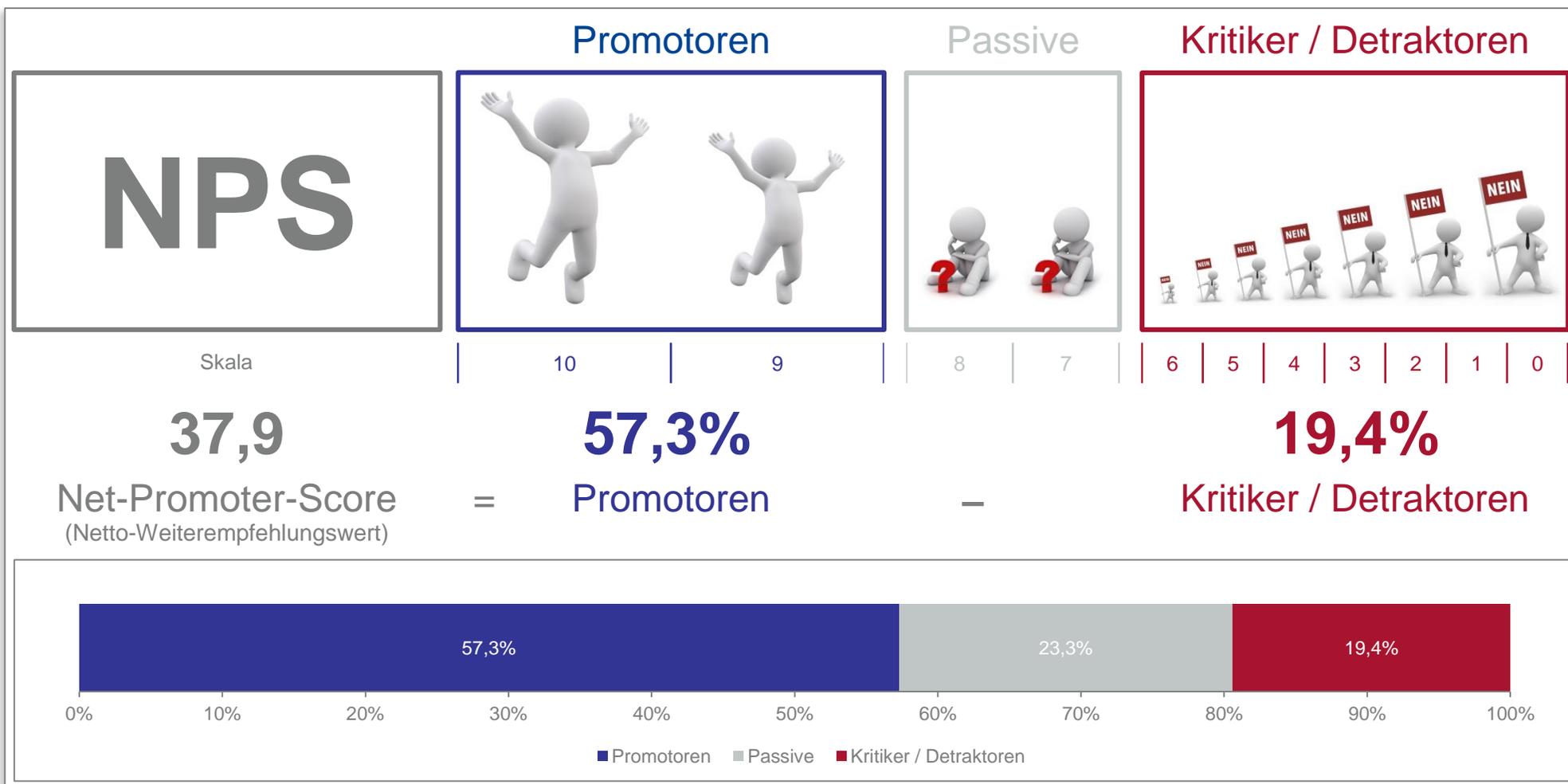
| Legende | | | |
|--|----|------------------|-----------------|
| Wichtigkeit (Relevanz des Leistungskriteriums) | ++ | sehr wichtig | > 1,10 |
| | + | wichtig | 1,00 < x < 1,10 |
| | o | durchschnittlich | = 1,00 |
| Erreichungsgrad (Abweichung) | ++ | viel besser | > +10 |
| | + | etwas besser | +2,5 bis +10 |
| | o | durchschnittlich | -2,5 bis +2,5 |
| | - | etwas schlechter | -10 bis -2,5 |
| | -- | viel schlechter | < -10 |

Analyse der Top-Anbieter

FONDS FINANZ | Net-Promoter-Score (NPS) (n = 103)

Auf einer Skala von 0-10, wie wahrscheinlich ist es, dass Sie die aufgeführten Gesellschaften einem befreundeten Kollegen weiterempfehlen?

Vom Prozentwert der „Promotoren“ (alle, die eine 9 oder 10 angekreuzt haben) wird der Prozentwert der „Kritiker / Detraktoren“ (Werte 0 bis 6) abgezogen.



3. ERGEBNISSE

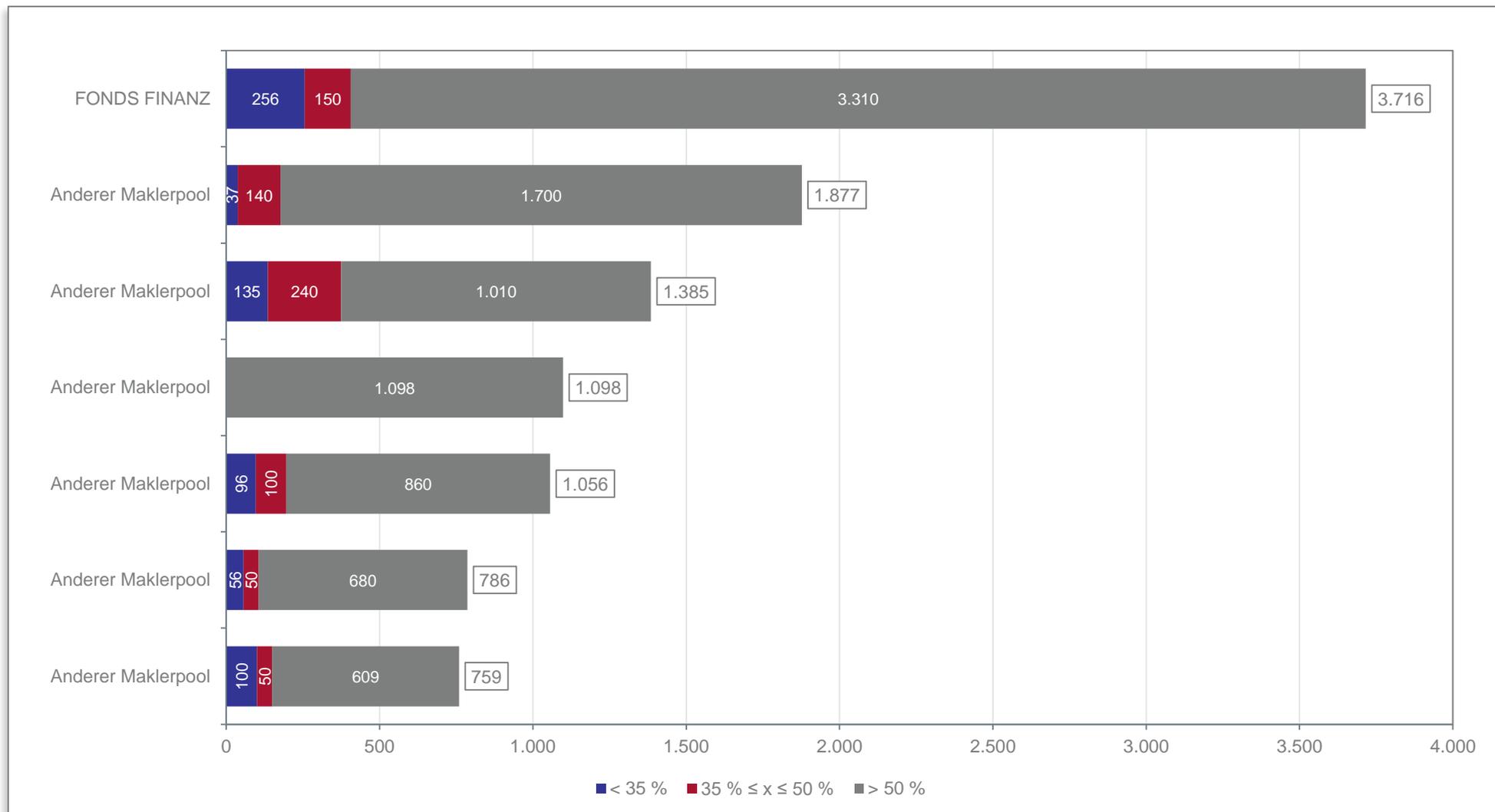
3.5 FAVORITEN DER VERMITTLER – FINANZANLAGE / FINANZIERUNG

Ranking der Top-Anbieter

| Finanzanlage / Finanzierung | |
|-----------------------------|--------------------|
| Platz 1 | FONDS FINANZ |
| Platz 2 | Anderer Maklerpool |
| Platz 3 | Anderer Maklerpool |
| Platz 4 | Anderer Maklerpool |
| Platz 5 | Anderer Maklerpool |
| Platz 6 | Anderer Maklerpool |
| Platz 7 | Anderer Maklerpool |

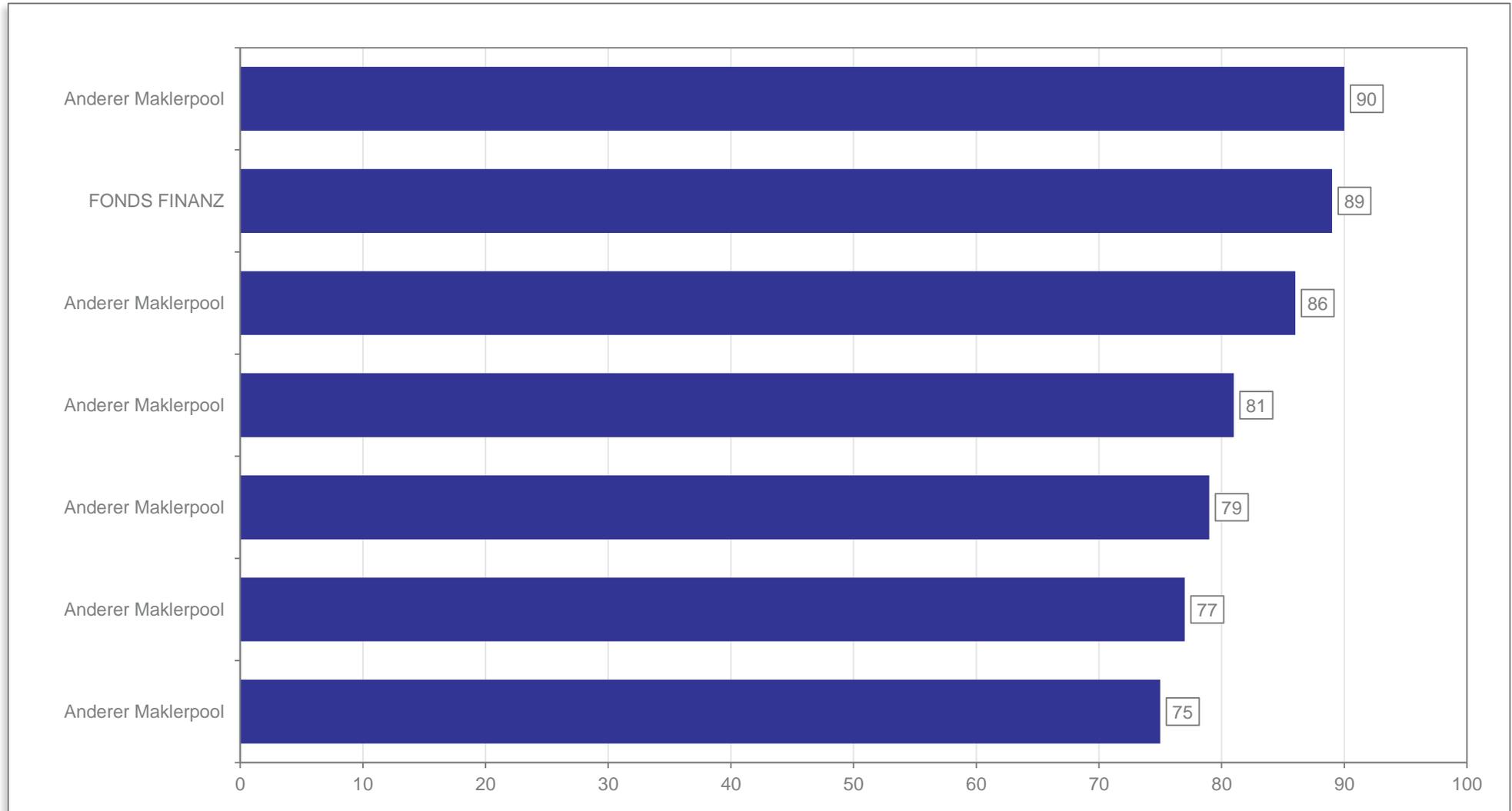


Share of Wallet



Zufriedenheit

Gewichtete Gesamtzufriedenheit



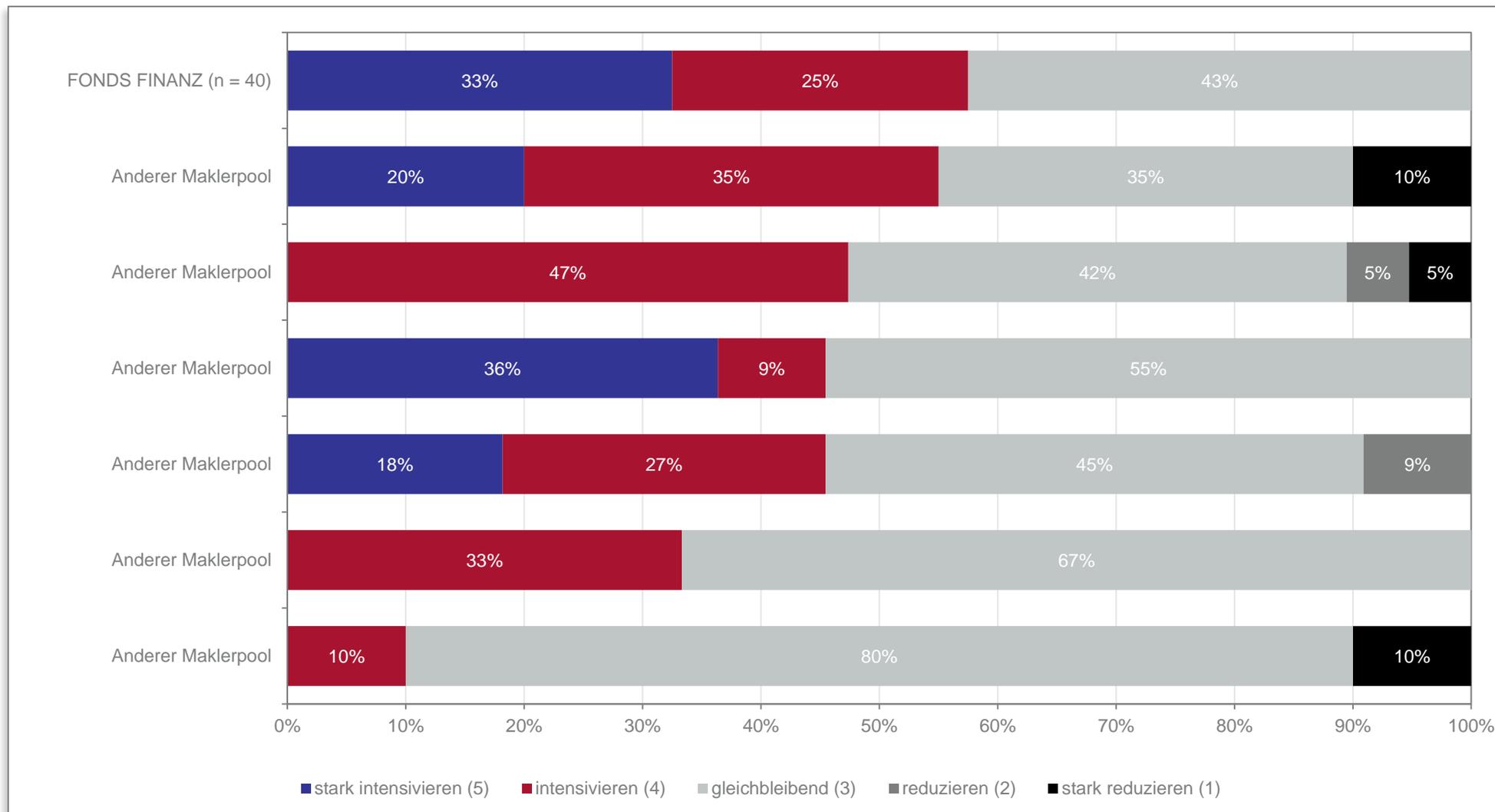
Zufriedenheit

■ Top-3-Punktwerte pro LK ■ Flop-3-Punktwerte pro LK

| Leistungskriterien | Zentrale Vertriebsunterstützung | Image | Produkt- / Fachinformationen | Aufnahmepolitik | Courtagevereinbarungen | Beratungs- / Angebotssoftware | Unabhängigkeit | Vielfalt in der Produktauswahl | Auswahl an speziellen Deckungskonzepten | Bestandskunden-service | Online-Plattform | Regionale Vertriebsunterstützung | gewichtete Gesamtzufriedenheit (GZFR) |
|--------------------|---------------------------------|-------|------------------------------|-----------------|------------------------|-------------------------------|----------------|--------------------------------|---|------------------------|------------------|----------------------------------|---------------------------------------|
| Anbieter | Ø-Punkte | | | | | | | | | | | | |
| Anderer Maklerpool | 86 | 94 | 86 | 98 | 95 | 86 | 97 | 99 | 81 | 80 | 85 | 92 | 90 |
| FONDS FINANZ | 89 | 90 | 91 | 95 | 93 | 89 | 93 | 92 | 74 | 85 | 87 | 84 | 89 |
| Anderer Maklerpool | 85 | 88 | 87 | 90 | 86 | 91 | 91 | 87 | 82 | 81 | 92 | 72 | 86 |
| Anderer Maklerpool | 83 | 81 | 78 | 90 | 81 | 86 | 86 | 87 | 70 | 83 | 81 | 70 | 81 |
| Anderer Maklerpool | 75 | 84 | 81 | 78 | 79 | 83 | 74 | 83 | 73 | 77 | 86 | 70 | 79 |
| Anderer Maklerpool | 78 | 73 | 82 | 80 | 90 | 84 | 70 | 82 | 77 | 71 | 77 | 62 | 77 |
| Anderer Maklerpool | 74 | 77 | 84 | 80 | 74 | 73 | 76 | 87 | 73 | 64 | 69 | 68 | 75 |
| Relevanzfaktor | 1,231 | 1,112 | 1,103 | 1,096 | 1,094 | 1,081 | 1,079 | 1,074 | 1,000 | 1,000 | 1,000 | 1,000 | |

Zukünftige Zusammenarbeit

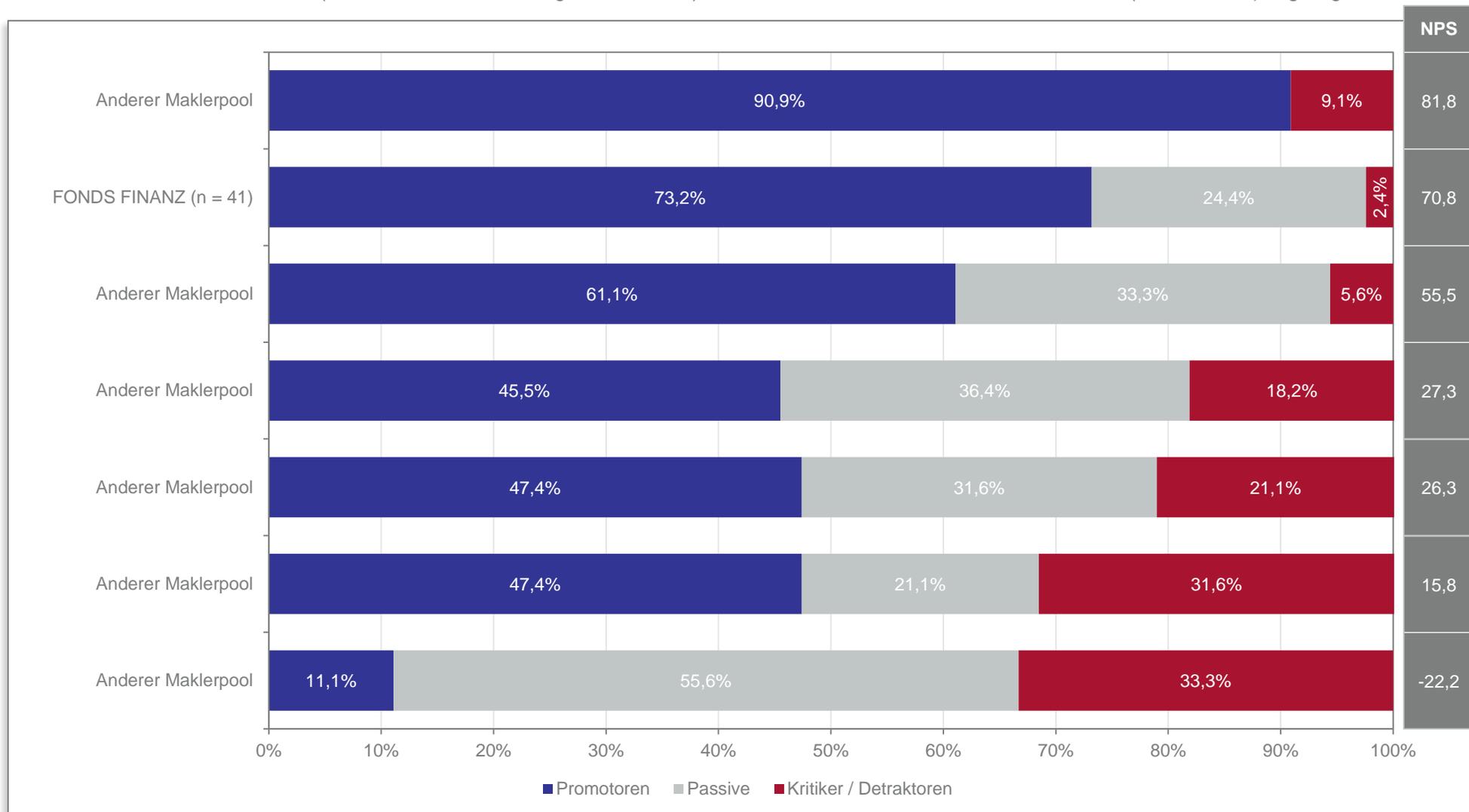
Wie werden Sie die zukünftige Zusammenarbeit mit folgenden Gesellschaften gestalten?



Net-Promoter-Score (NPS)

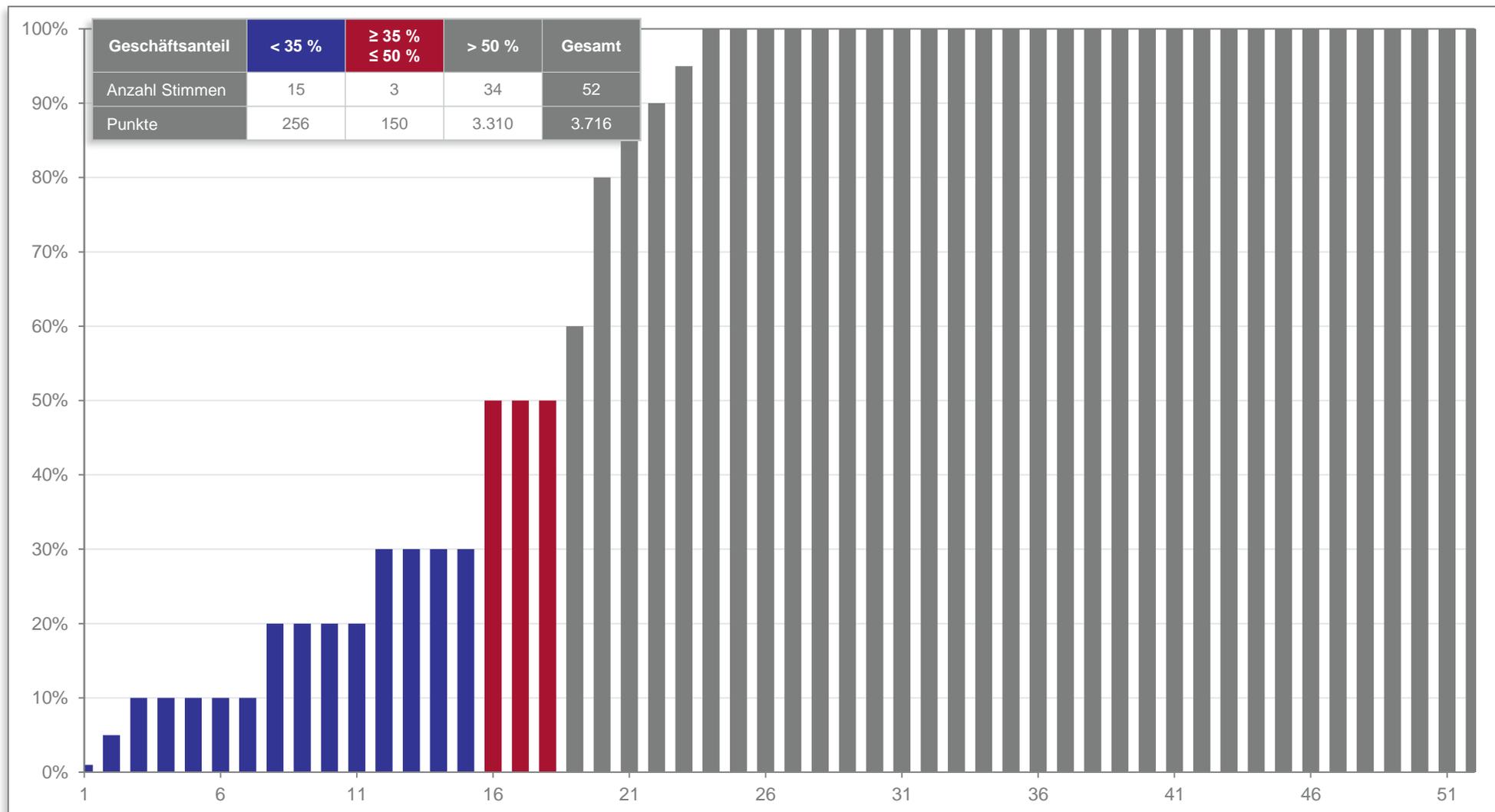
Auf einer Skala von 0-10, wie wahrscheinlich ist es, dass Sie die aufgeführten Gesellschaften einem befreundeten Kollegen weiterempfehlen?

Vom Prozentwert der „Promotoren“ (alle, die eine 9 oder 10 angekreuzt haben) wird der Prozentwert der „Kritiker / Detraktoren“ (Werte 0 bis 6) abgezogen.



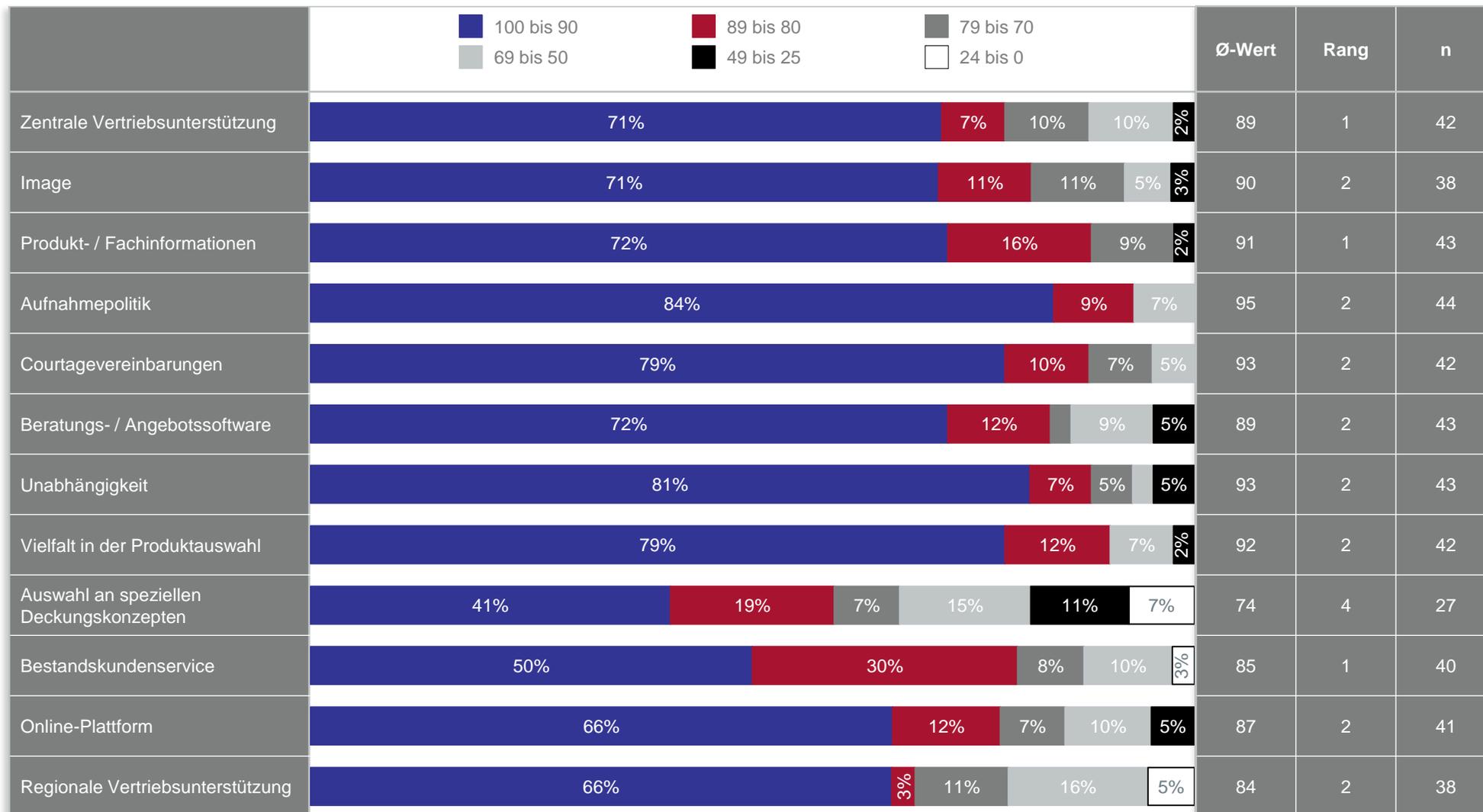
Analyse der Top-Anbieter

FONDS FINANZ | Share of Wallet



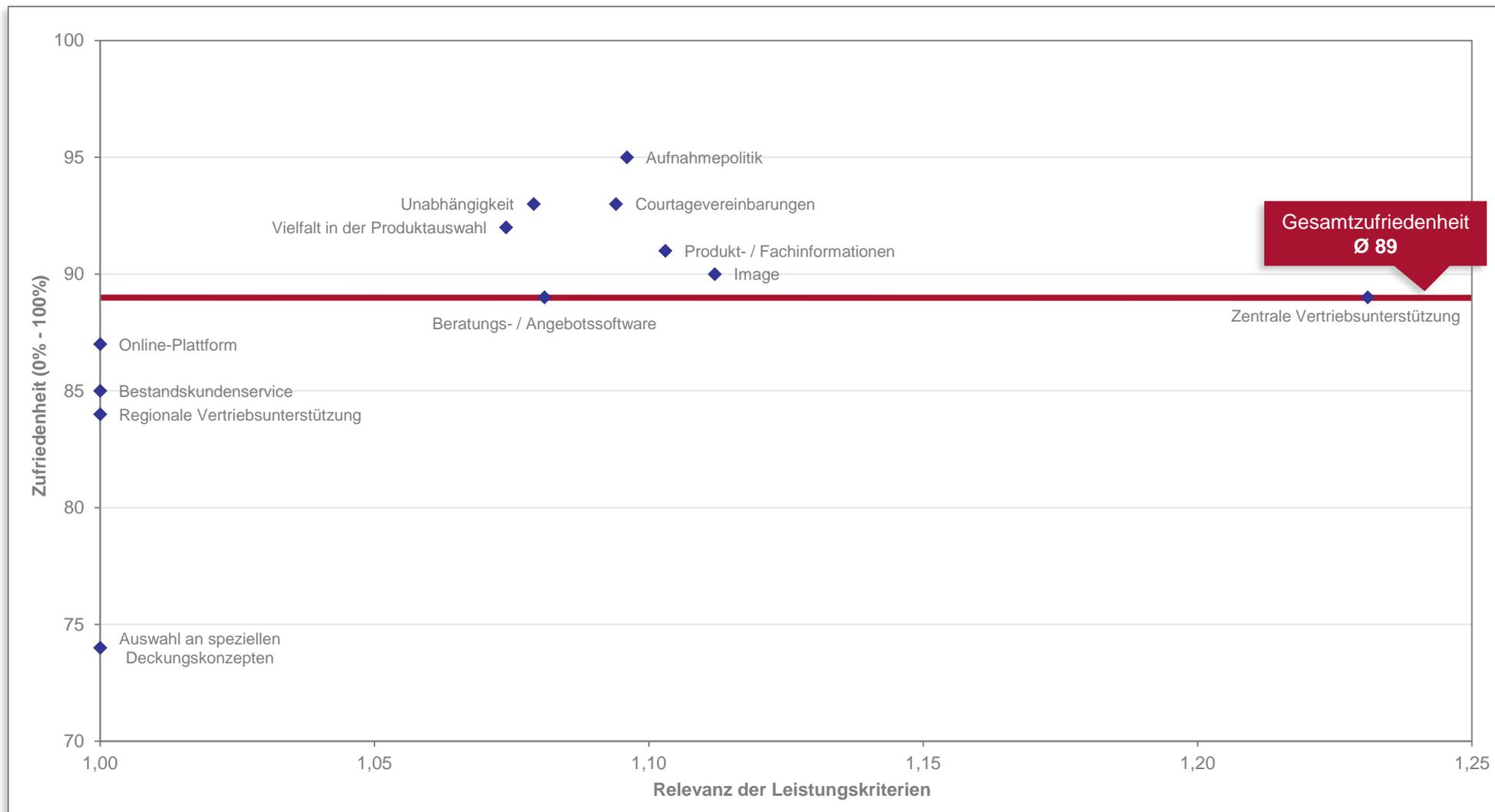
Analyse der Top-Anbieter

FONDS FINANZ | Leistungskriterien



Analyse der Top-Anbieter

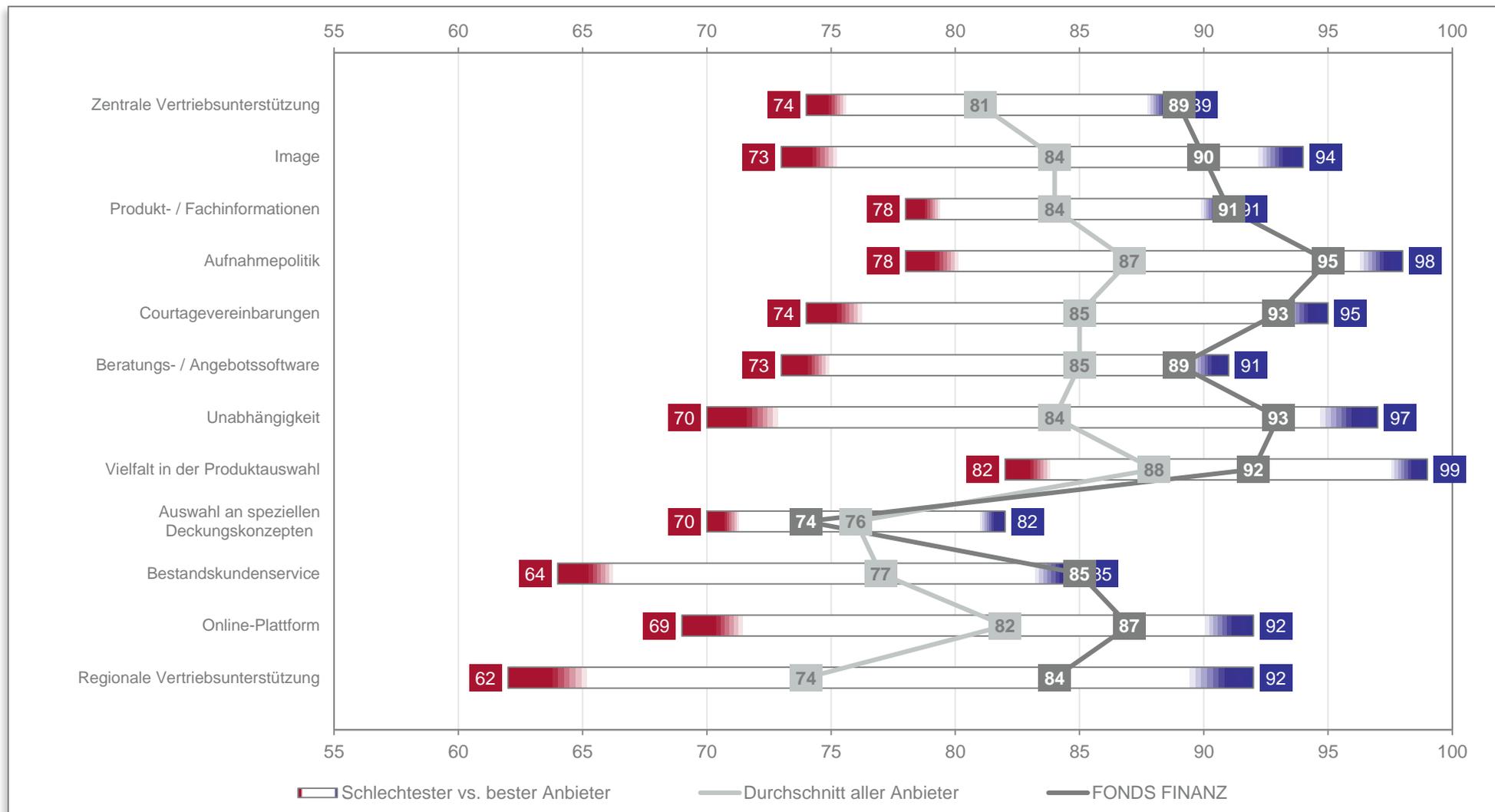
FONDS FINANZ | interne Stärken- / Schwächen-Analyse



3.5 Favoriten der Vermittler – Finanzanlage / Finanzierung

Analyse der Top-Anbieter

FONDS FINANZ | wettbewerbsorientierte Stärken- / Schwächenanalyse



Analyse der Top-Anbieter
FONDS FINANZ | Management-Matrix

| Leistungskriterium | Wichtigkeit | Erreichungsgrad Abweichung vom Mittelwert der Konkurrenz | Erreichungsgrad Abweichung von Gesamtzufriedenheit |
|---|-------------|--|--|
| Zentrale Vertriebsunterstützung | ++ | + | 0 |
| Image | ++ | + | 0 |
| Produkt- / Fachinformationen | ++ | + | 0 |
| Aufnahmepolitik | + | + | + |
| Courtagevereinbarungen | + | + | + |
| Beratungs- / Angebotssoftware | + | + | 0 |
| Unabhängigkeit | + | + | + |
| Vielfalt in der Produktauswahl | + | + | + |
| Auswahl an speziellen Deckungskonzepten | 0 | 0 | -- |
| Bestandskundenservice | 0 | + | - |
| Online-Plattform | 0 | + | 0 |
| Regionale Vertriebsunterstützung | 0 | + | - |

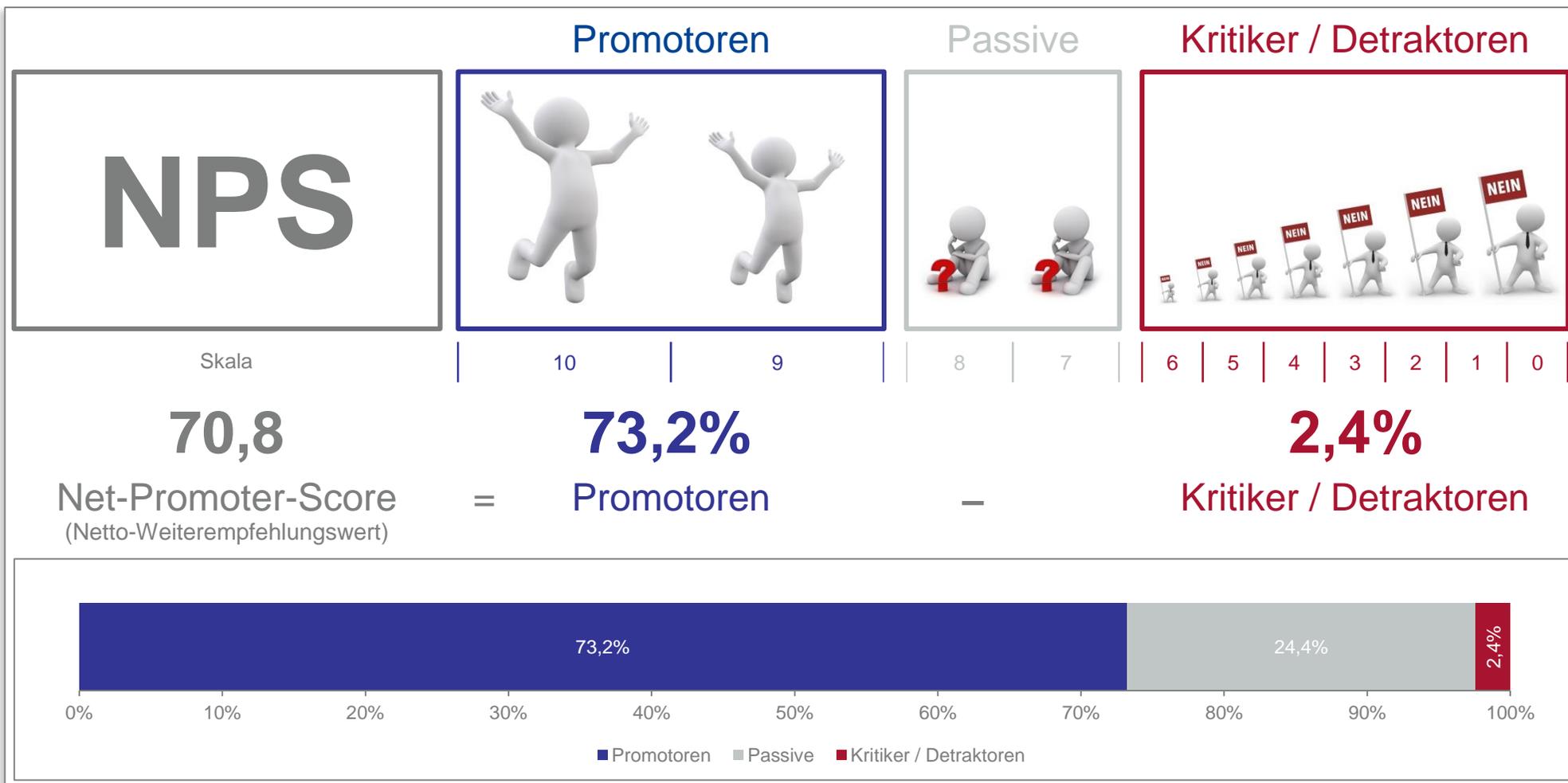
| Legende | | | |
|--|----|------------------|-----------------|
| Wichtigkeit (Relevanz des Leistungskriteriums) | ++ | sehr wichtig | > 1,10 |
| | + | wichtig | 1,00 < x < 1,10 |
| | 0 | durchschnittlich | = 1,00 |
| Erreichungsgrad (Abweichung) | ++ | viel besser | > +10 |
| | + | etwas besser | +2,5 bis +10 |
| | 0 | durchschnittlich | -2,5 bis +2,5 |
| | - | etwas schlechter | -10 bis -2,5 |
| | -- | viel schlechter | < -10 |

Analyse der Top-Anbieter

FONDS FINANZ | Net-Promoter-Score (NPS) (n = 41)

Auf einer Skala von 0-10, wie wahrscheinlich ist es, dass Sie die aufgeführten Gesellschaften einem befreundeten Kollegen weiterempfehlen?

Vom Prozentwert der „Promotoren“ (alle, die eine 9 oder 10 angekreuzt haben) wird der Prozentwert der „Kritiker / Detraktoren“ (Werte 0 bis 6) abgezogen.



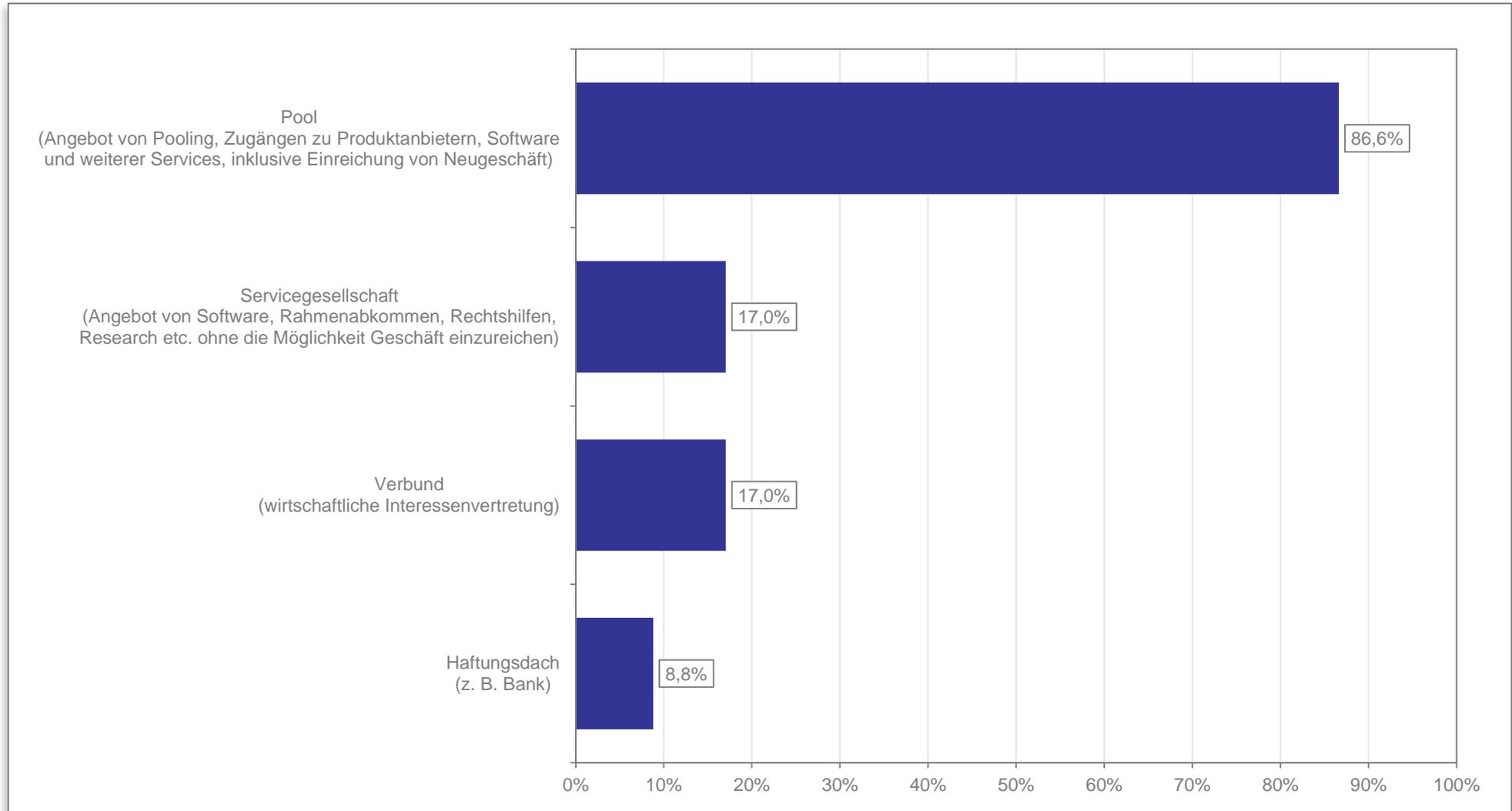
4. STELLENWERT

4. STELLENWERT

4.1 ZUSAMMENARBEIT

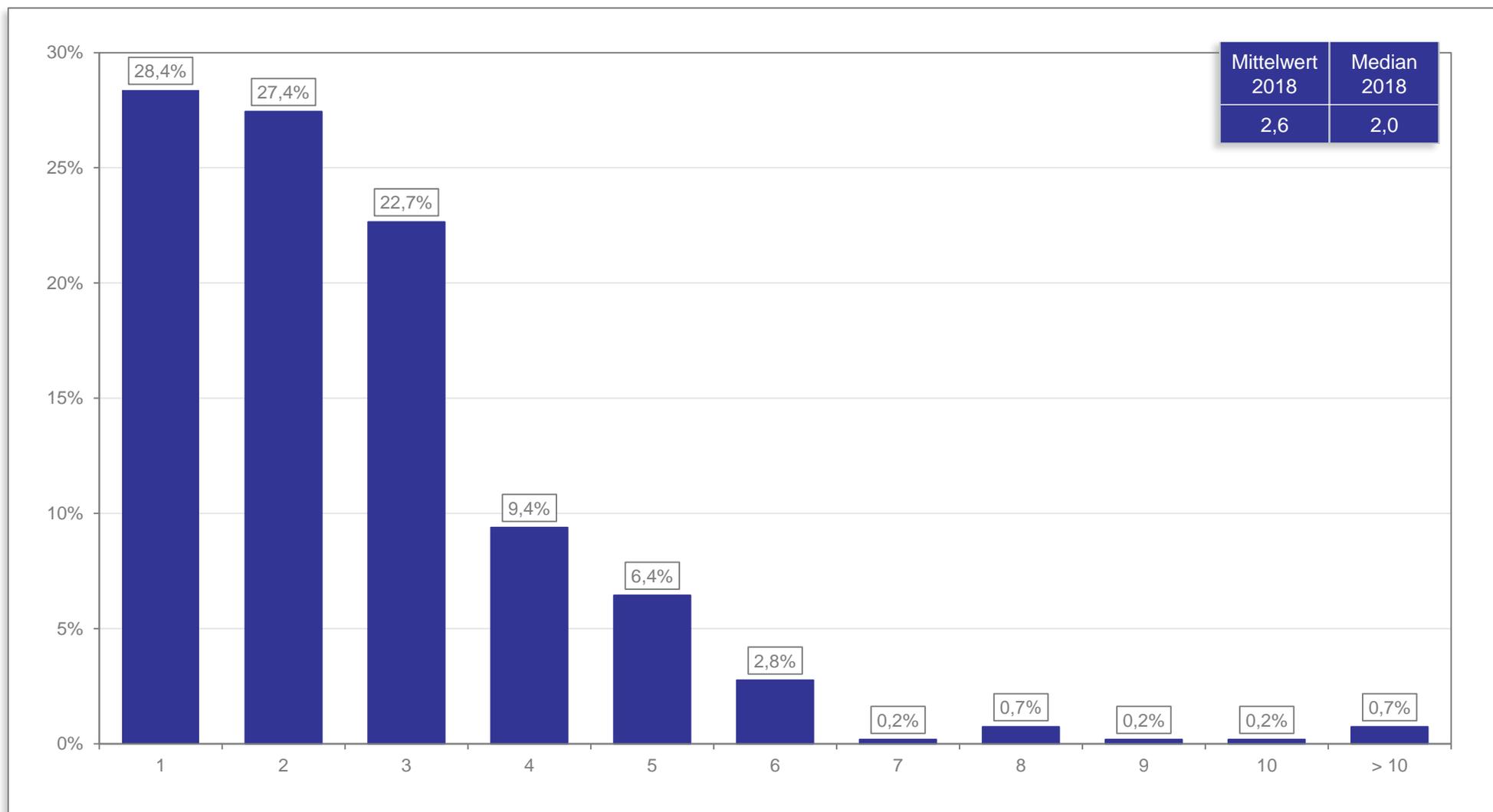
Zusammenarbeit mit Pools, Verbänden, Servicegesellschaften & Haftungsdächern

Mit welchen Anbietern arbeiten Sie regelmäßig zusammen? (Mehrfachnennungen möglich)



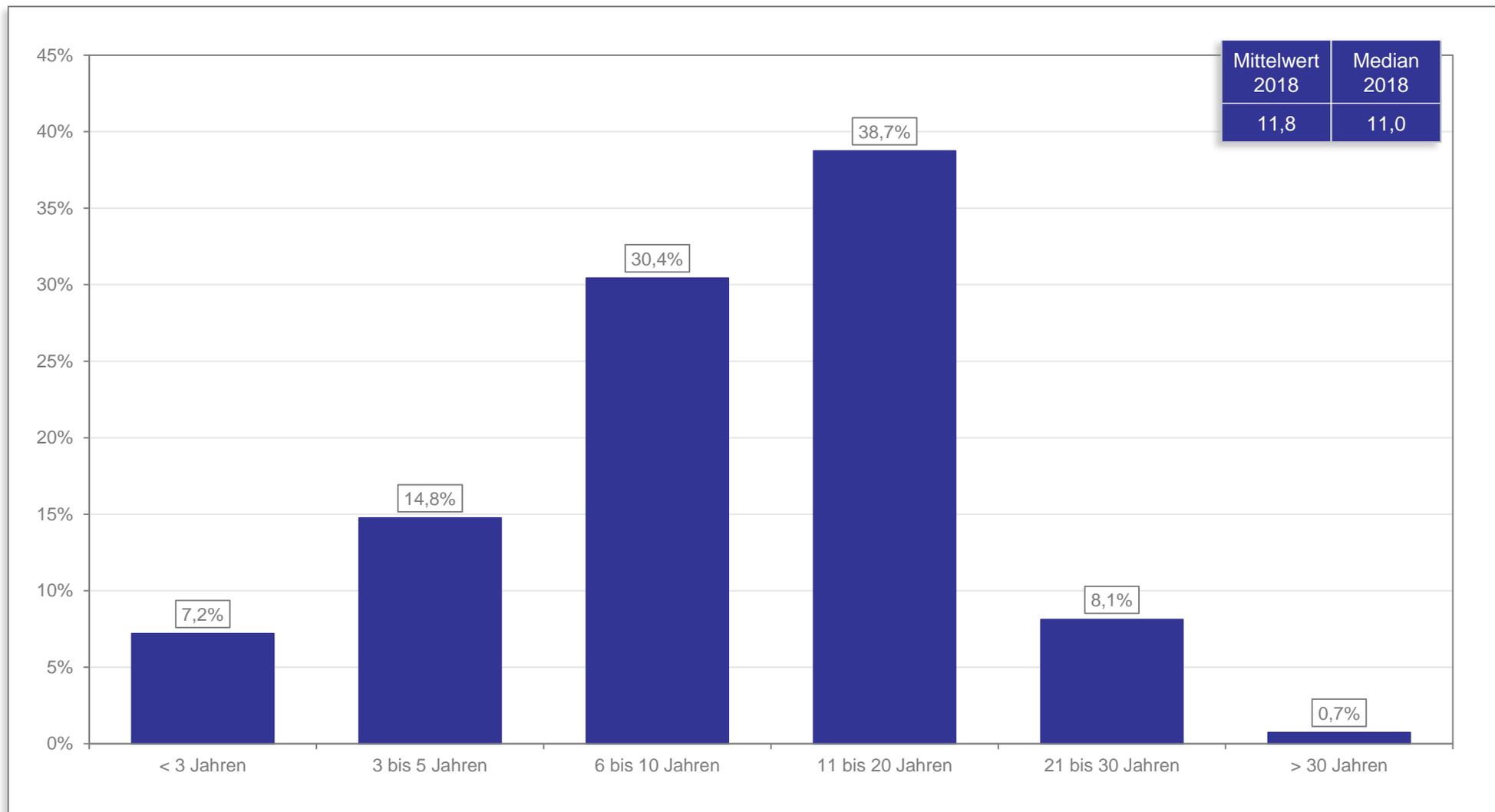
Anzahl der Pool- & Dienstleister-Anbindungen

Zu wie vielen Pools / Dienstleistern / Haftungsdächern / Verbänden haben Sie heute eine Anbindung?



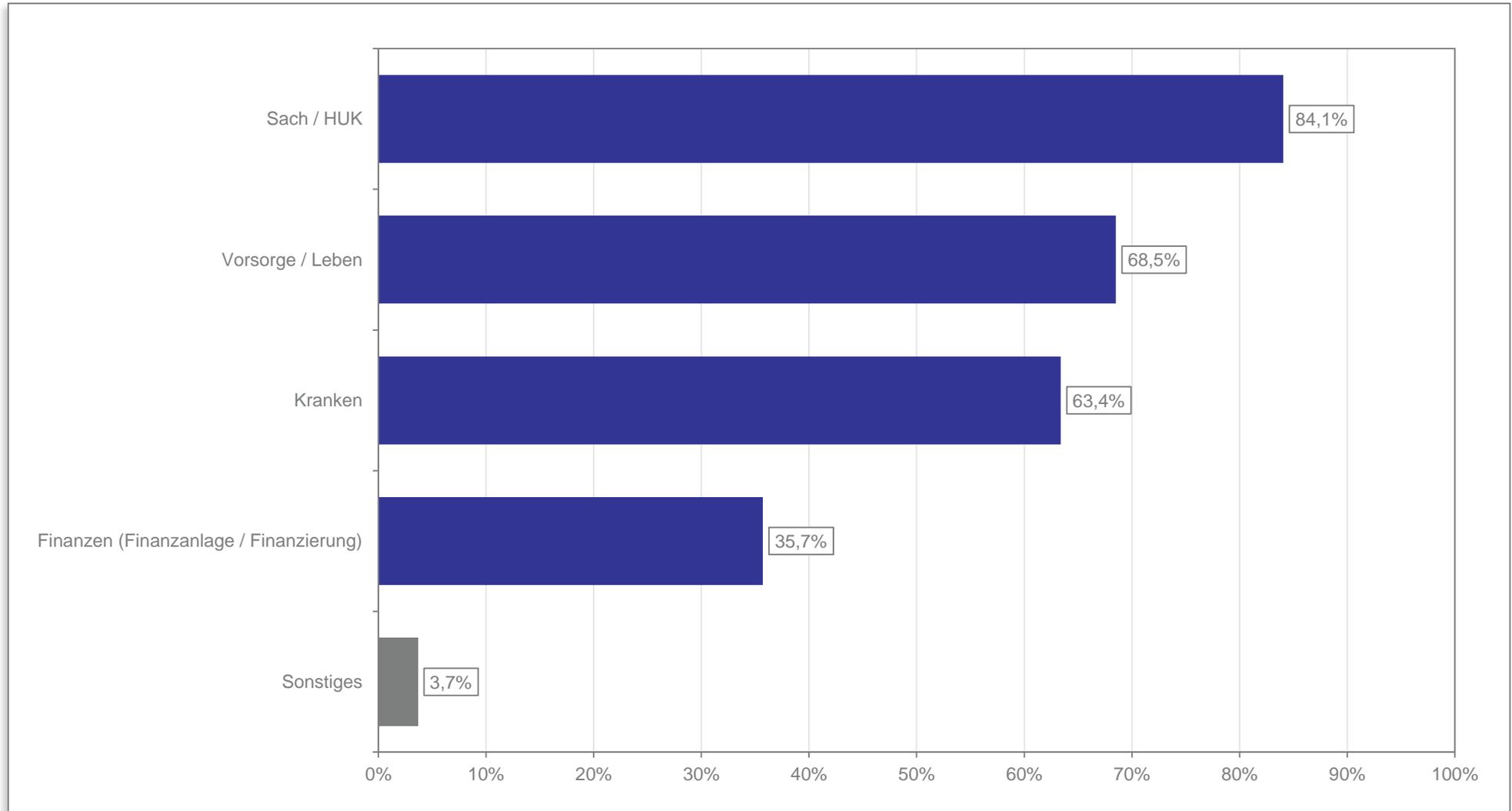
Anzahl der Jahre der Zusammenarbeit

Seit wie vielen Jahren arbeiten Sie bereits regelmäßig mit Pools / Dienstleistern / Haftungsdächern / Verbänden zusammen?



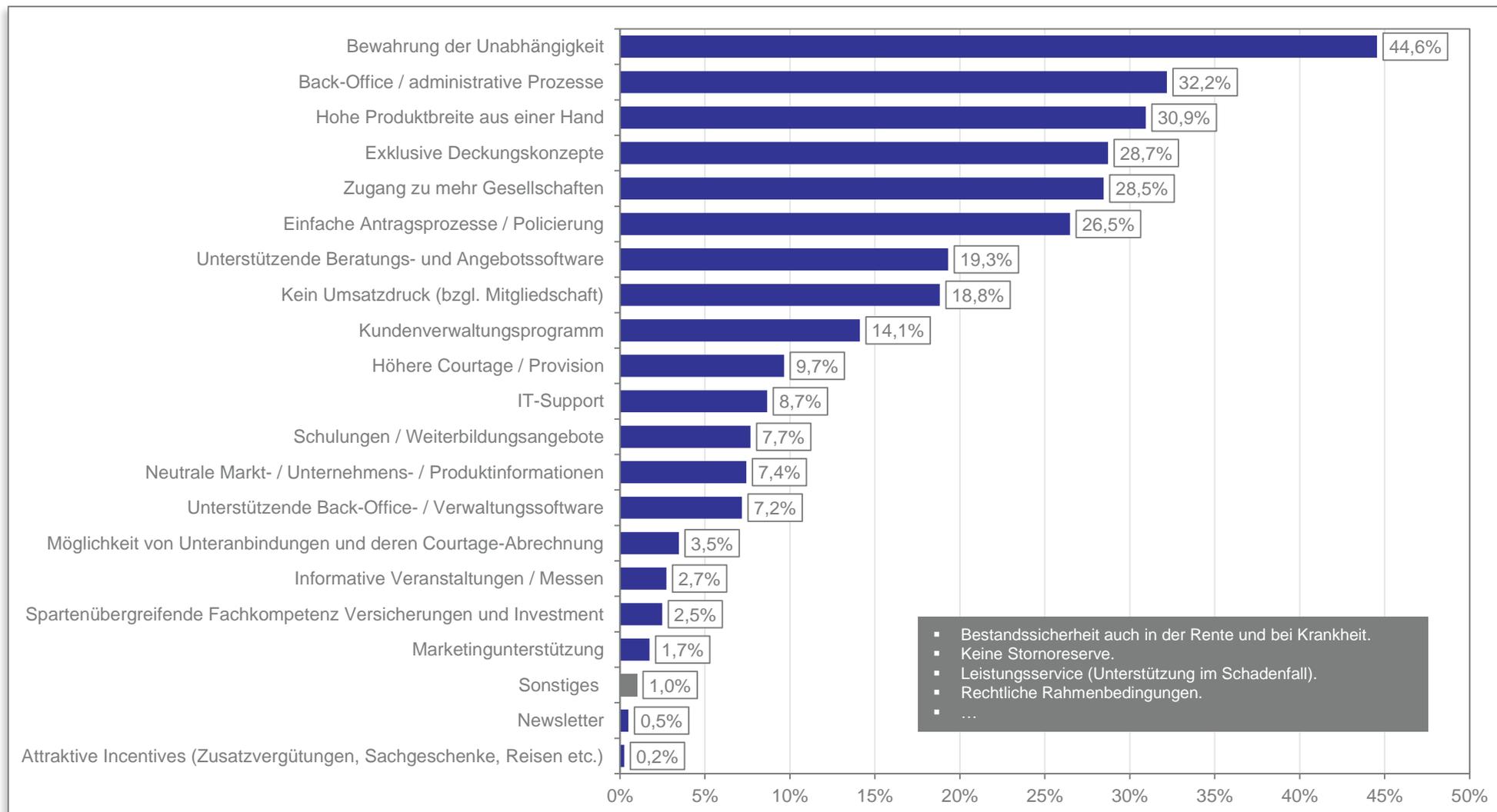
Geschäftsfelder der Zusammenarbeit

In welchen Bereichen bedienen Sie sich regelmäßig des Dienstleistungsangebotes von Pools / Dienstleistern / Haftungsdachern / Verbänden?
(Mehrfachnennungen möglich)



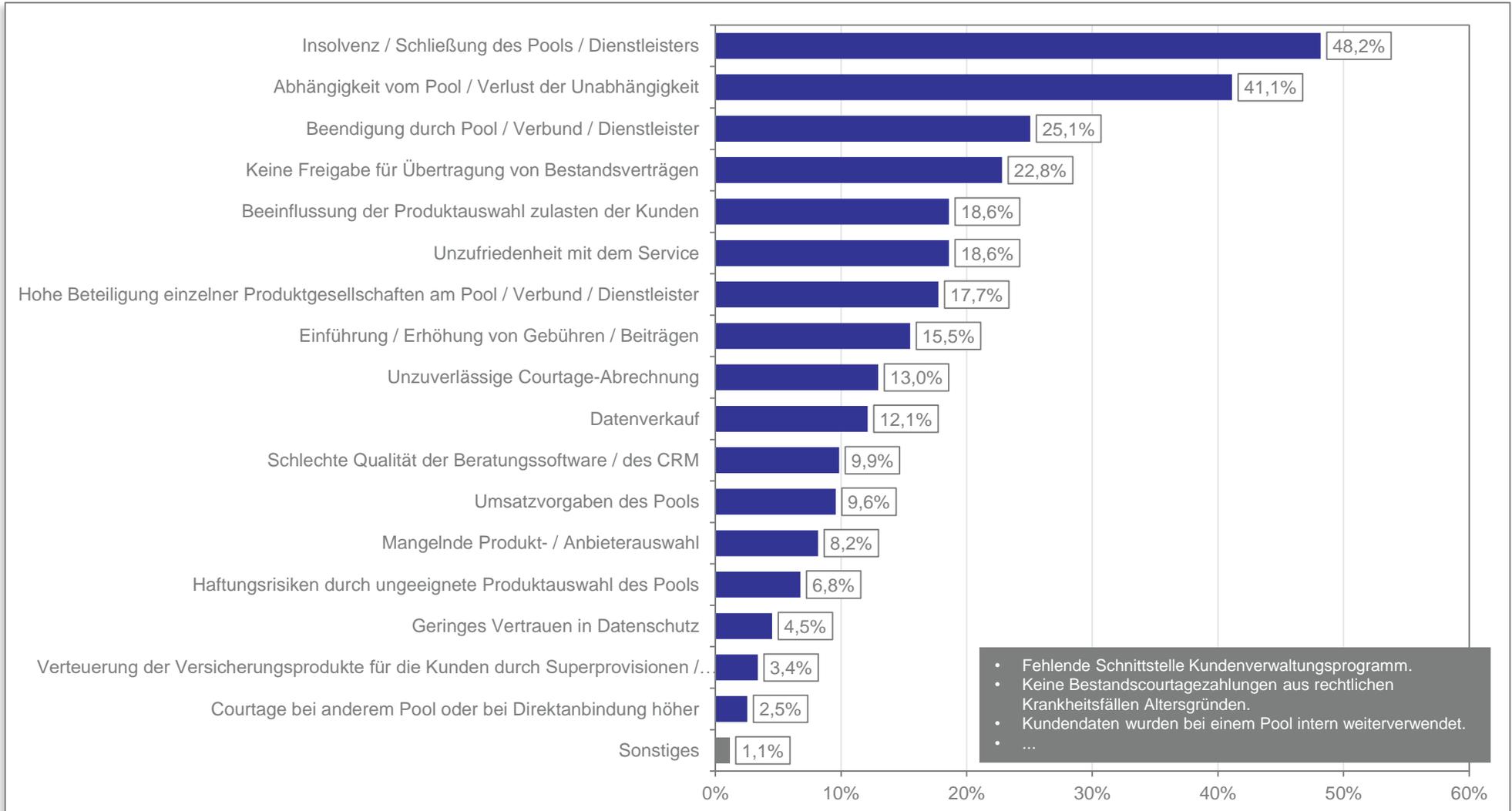
Gründe für eine Zusammenarbeit

Was sind für Sie persönlich die drei wichtigsten Gründe, die Sie zur Zusammenarbeit mit einem Pool / Dienstleister / Haftungsdach / Verbund bewegt haben?
(Mehrfachnennungen möglich)



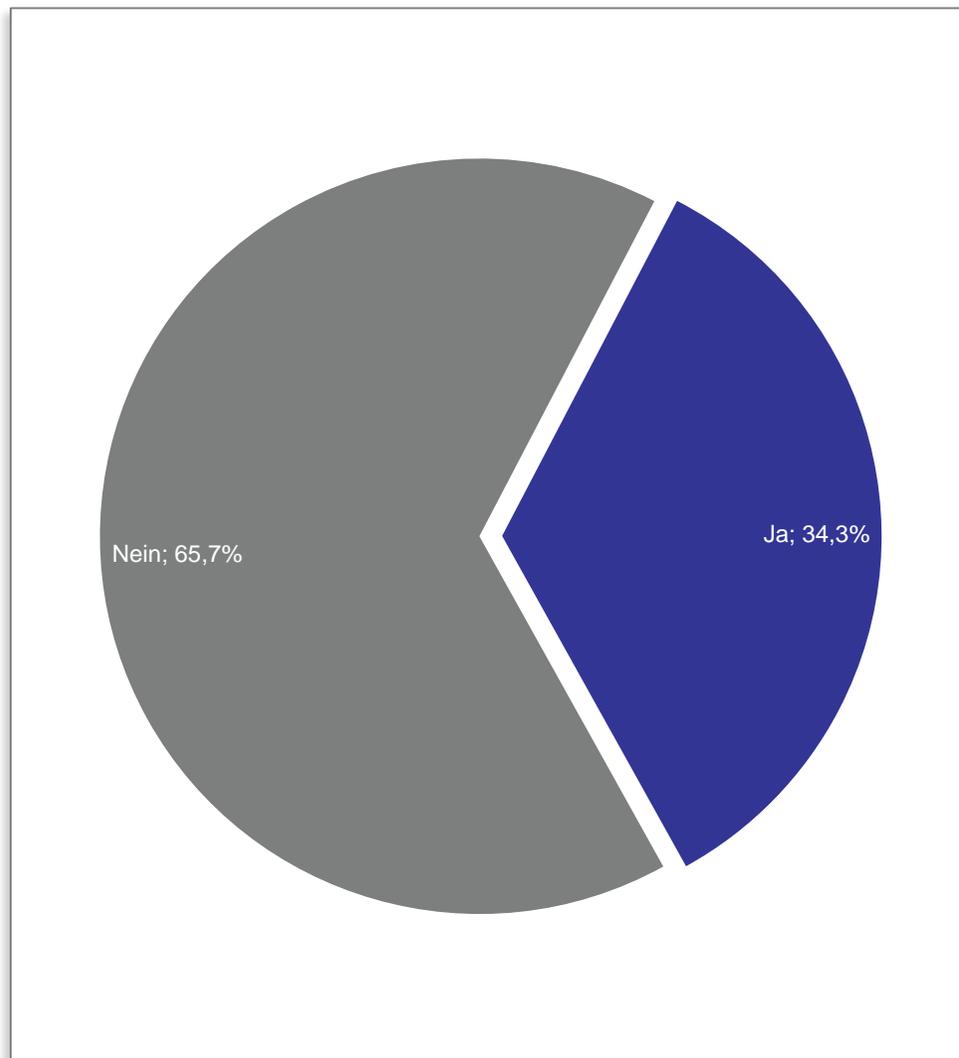
Risiken einer Zusammenarbeit

Was sind die drei größten Risiken, die Sie in der Zusammenarbeit mit Pools / Dienstleistern / Haftungsdächern / Verbänden sehen?
(Mehrfachnennungen möglich)



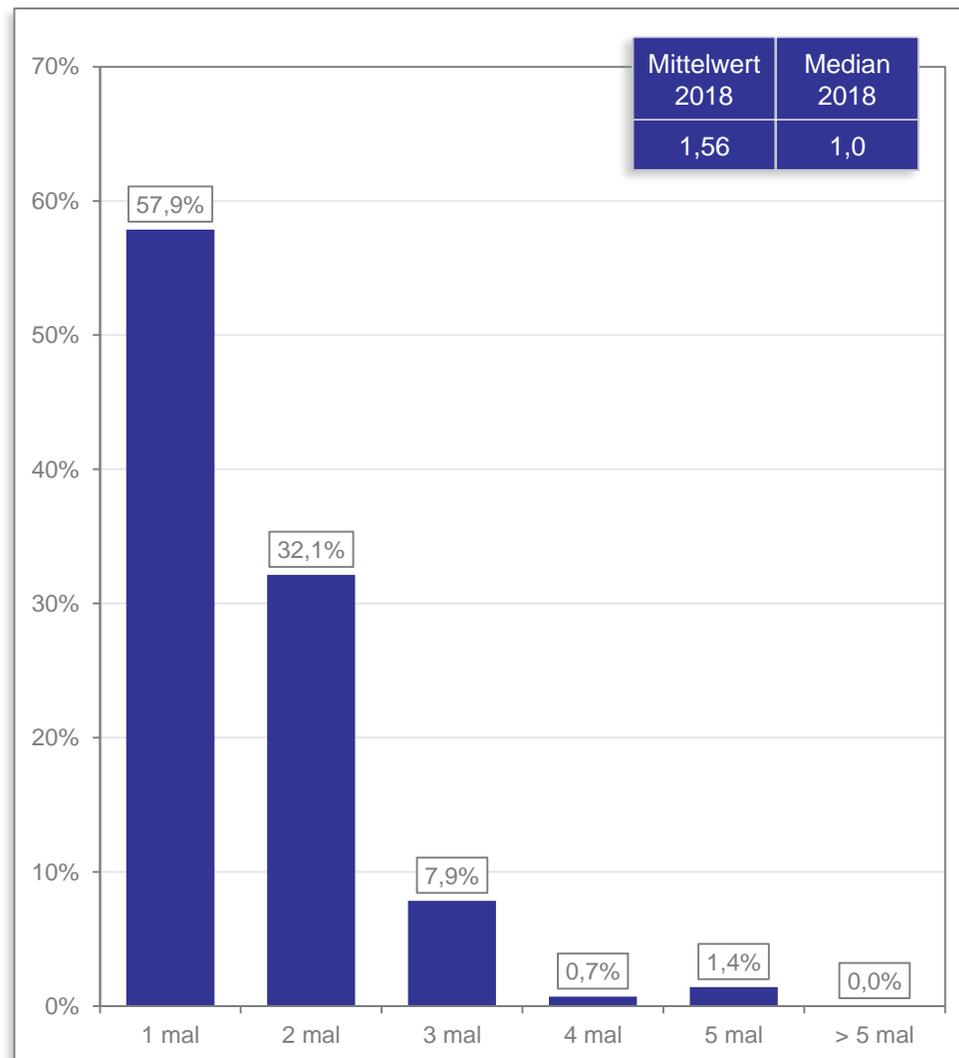
Beendigung der Zusammenarbeit

Haben Sie schon einmal die Zusammenarbeit mit einem Pool / Dienstleister / Haftungsdach / Verbund beendet?



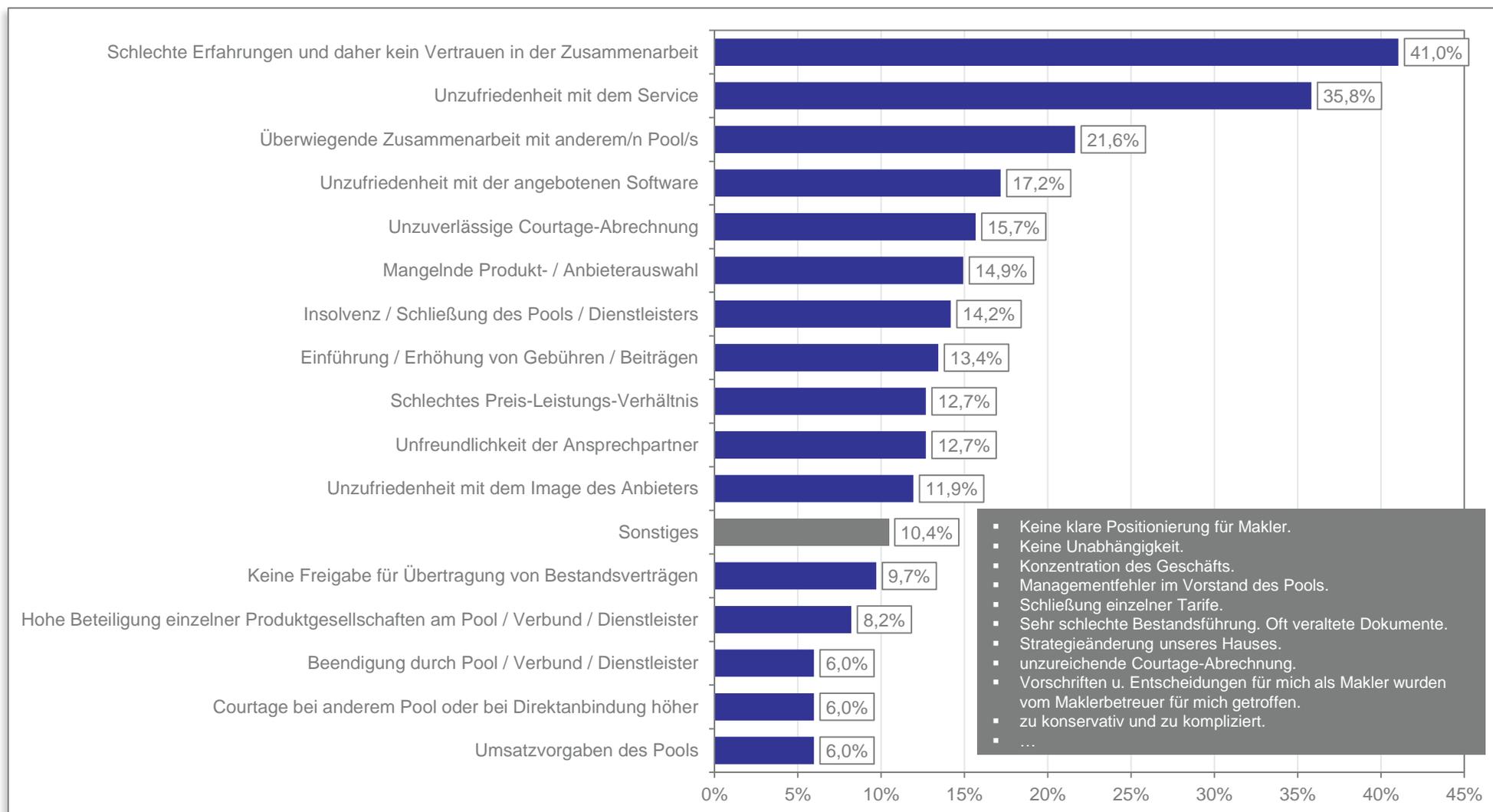
Häufigkeit der Beendigungen

Wie oft haben Sie die Zusammenarbeit mit einem Pool / Dienstleister / Haftungsdach / Verbund bereits beendet?



Gründe für das Beenden der Zusammenarbeit

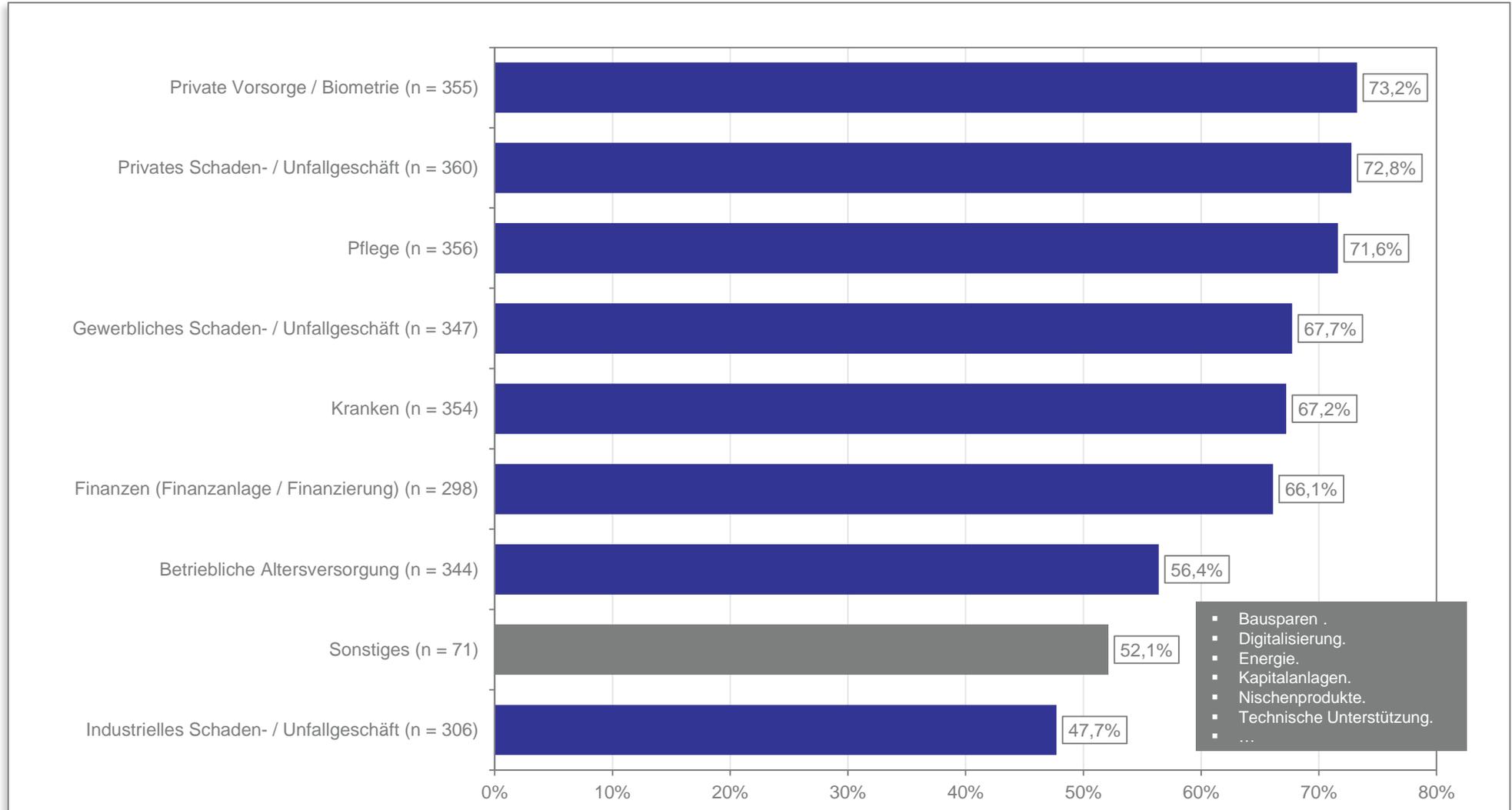
Aus welchen Gründen haben Sie die Zusammenarbeit mit einem Pool / Dienstleister / Haftungsdach / Verbund beendet? (Mehrfachnennungen möglich)



Zukünftig große Bedeutung der Pools bezogen auf die Geschäftsfelder

In welchen Geschäftsfeldern erwarten Sie zukünftig eine große Bedeutung der Pools / Dienstleister / Haftungsdächer / Verbünde?

Summe aus den Antworten "trifft voll zu" und "trifft zu".

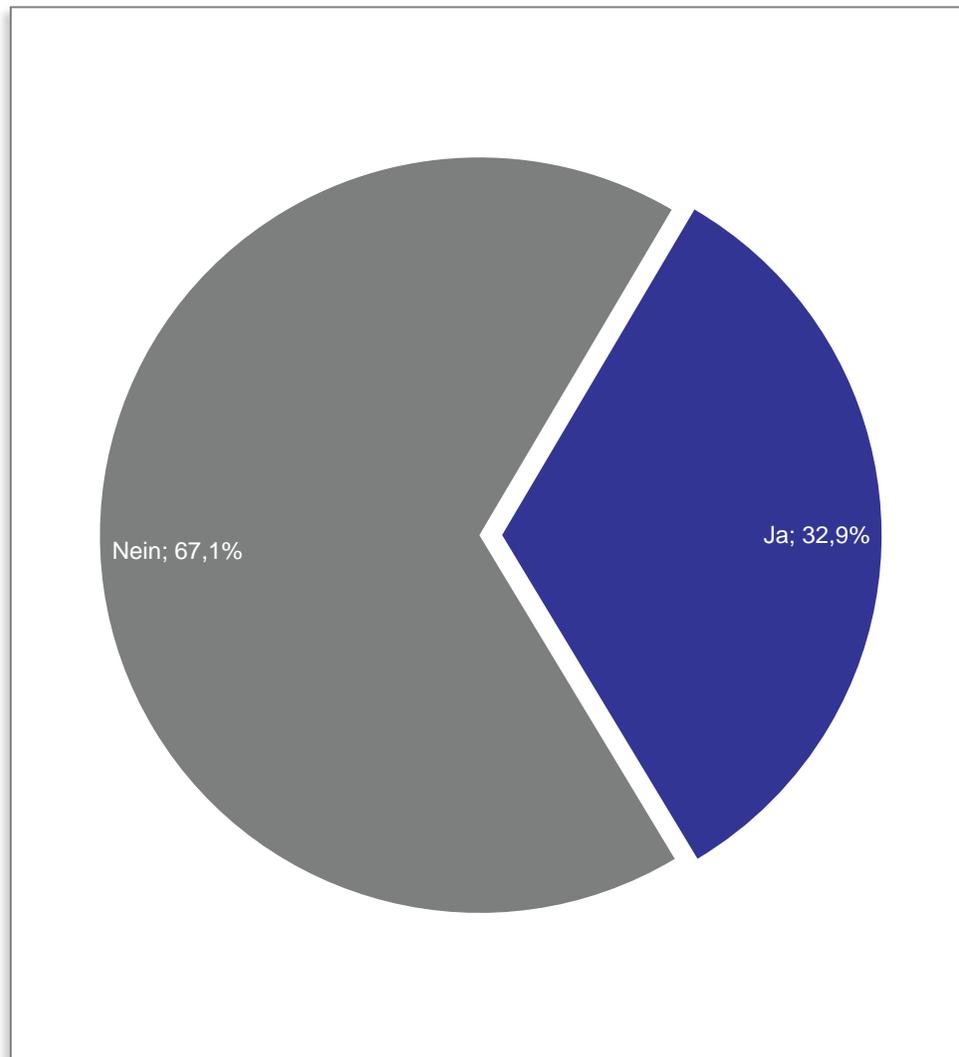


4. STELLENWERT

4.2 GEBÜHREN / BEITRÄGE

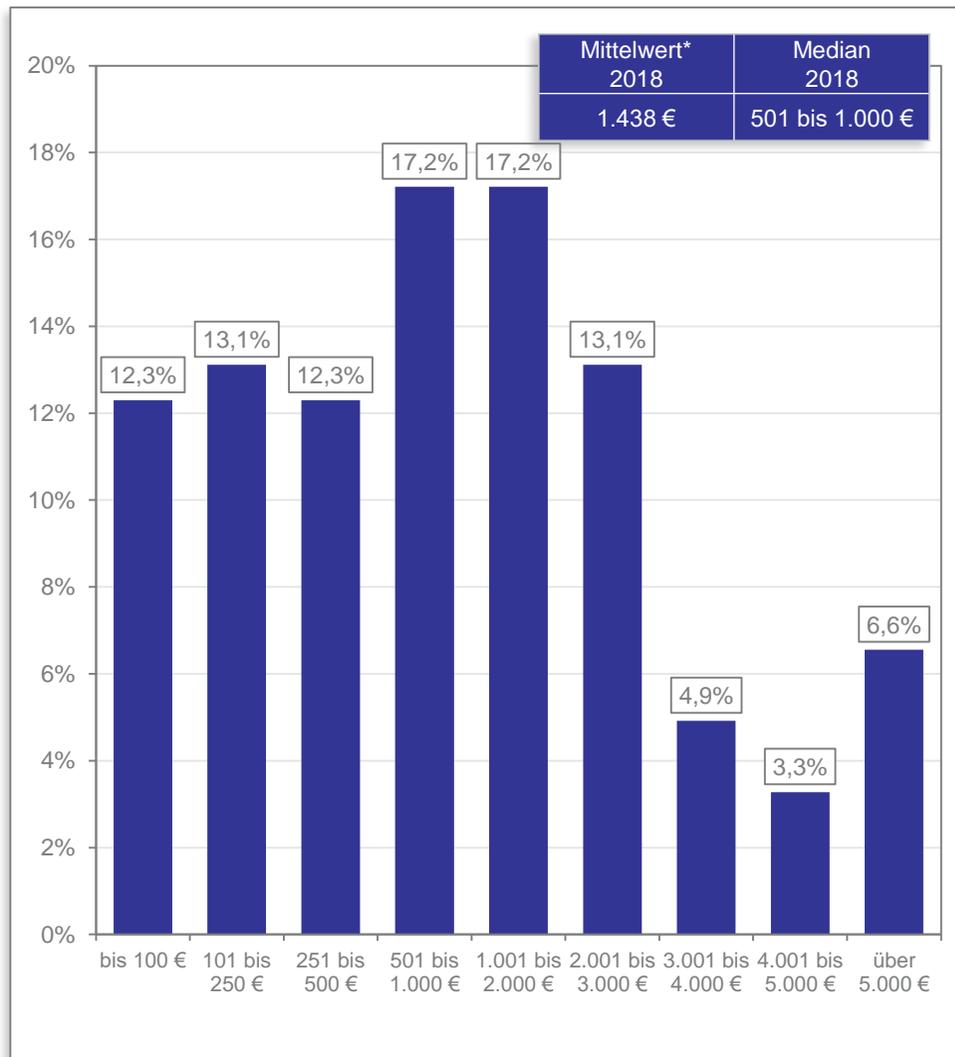
Gebühr

Bezahlen Sie eine Gebühr oder einen Beitrag für das Dienstleistungsangebot bzw. die Mitgliedschaft eines Pools / Dienstleisters / Haftungsdatchs / Verbunds?



Wenn ja, wie hoch ist die Gebühr / der Beitrag pro Jahr, den Sie insgesamt für Ihre Anbindungen ausgeben?

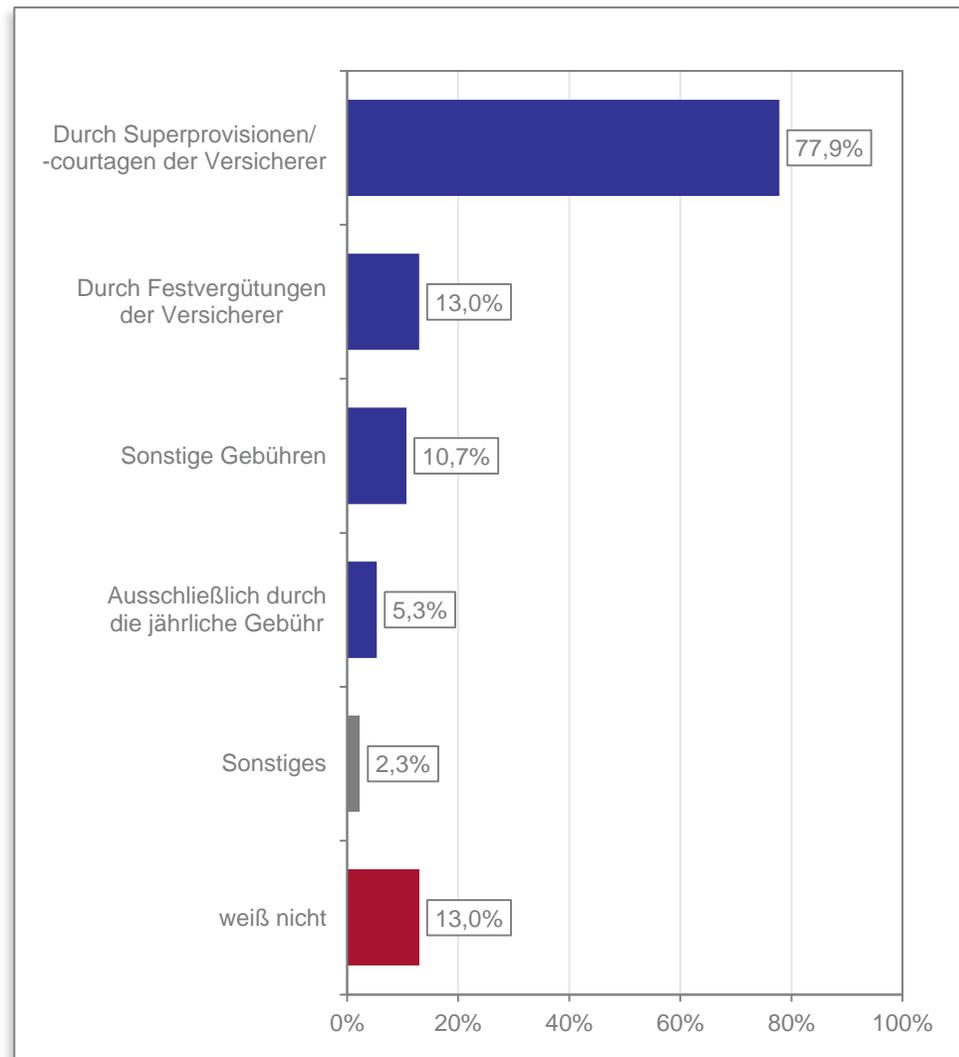
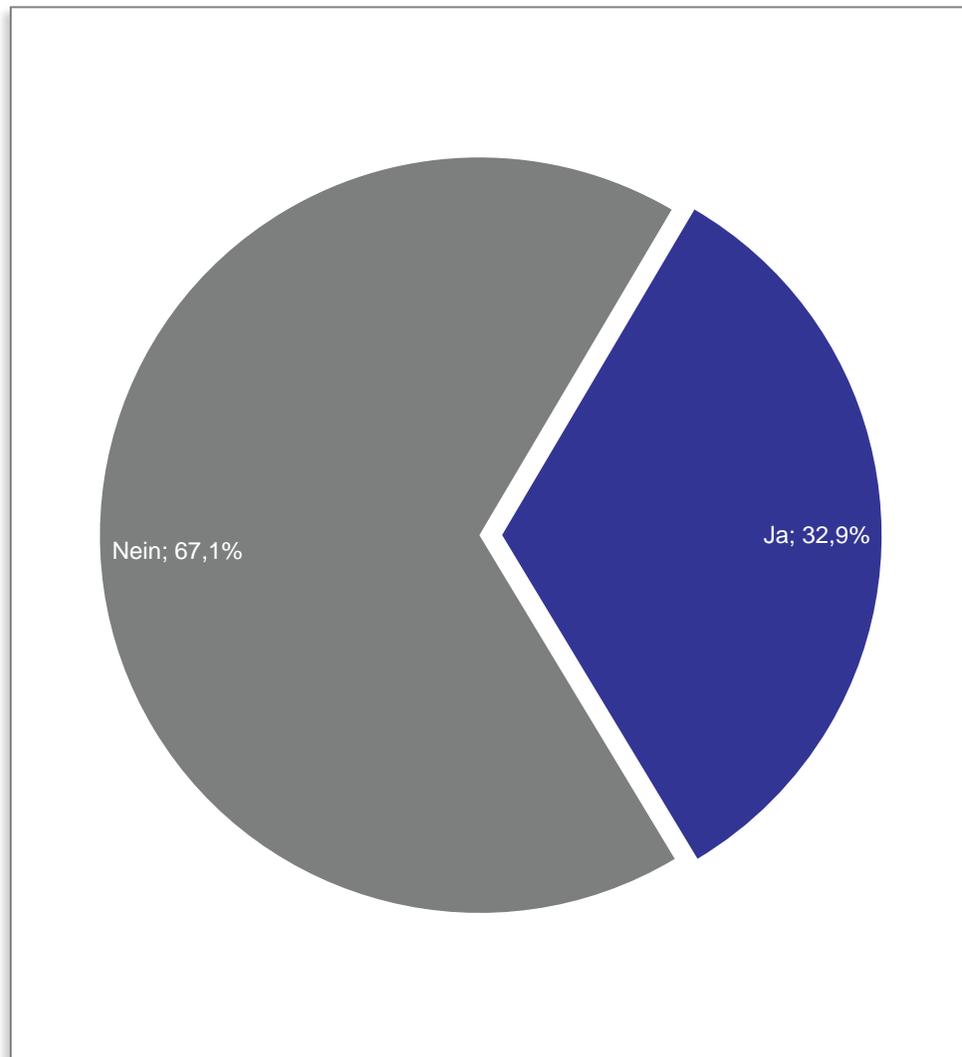
* Durchschnitte sind hier stets aus den Klassenmittelwerten sowie bei der nach oben offenen Klasse dem Klassenschwellenwert berechnet.



Gebühr

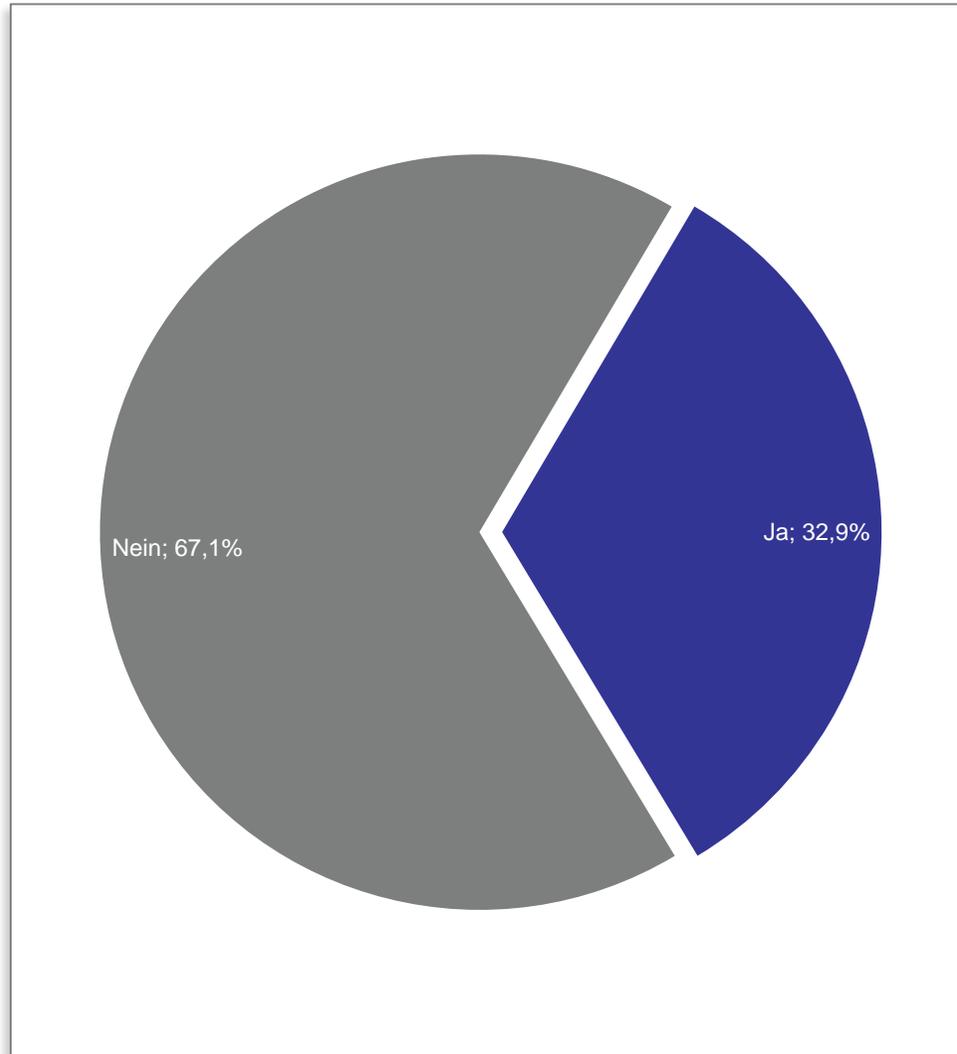
Bezahlen Sie eine Gebühr oder einen Beitrag für das Dienstleistungsangebot bzw. die Mitgliedschaft eines Pools / Dienstleisters / Haftungsdachs / Verbunds?

Wenn ja, wie finanzieren sich Pools / Dienstleister / Haftungsdächer / Verbände Ihrer Meinung nach weiterhin?

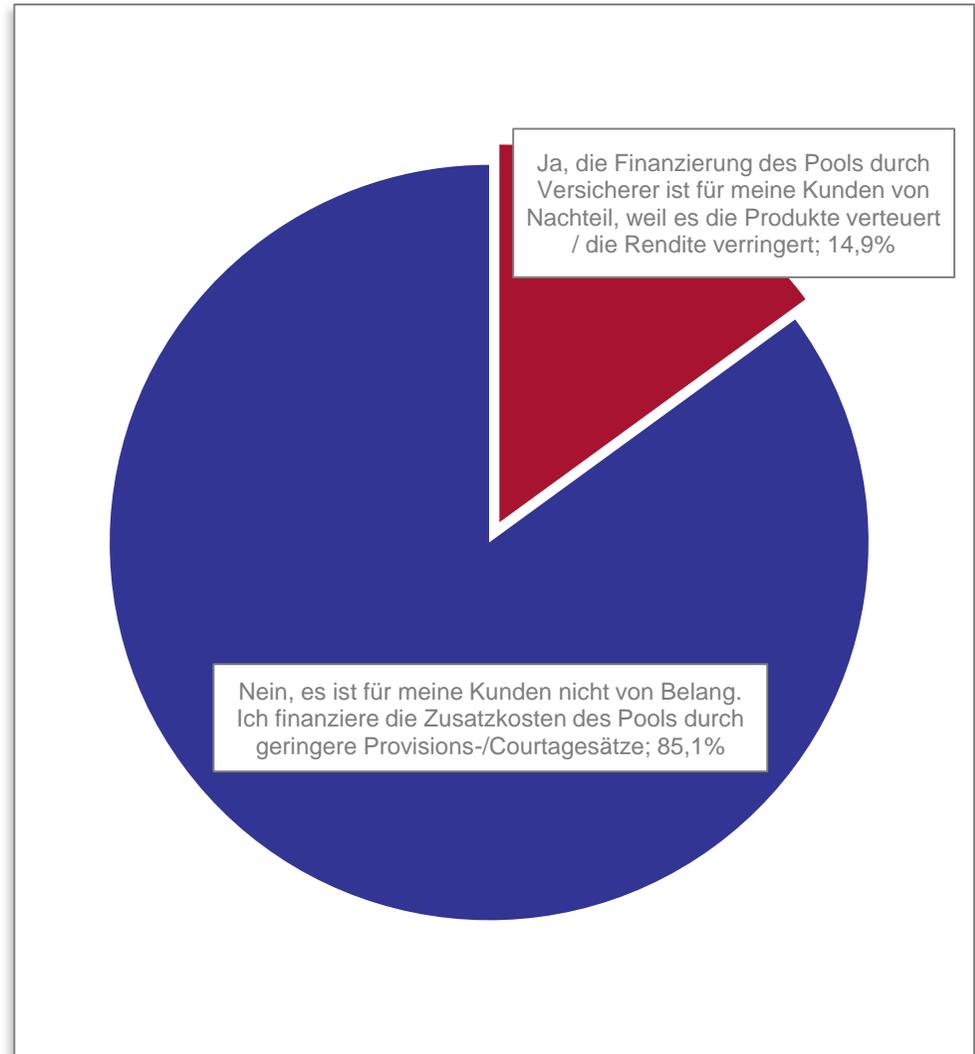


Gebühr

Bezahlen Sie eine Gebühr oder einen Beitrag für das Dienstleistungsangebot bzw. die Mitgliedschaft eines Pools / Dienstleisters / Haftungsdachs / Verbunds?



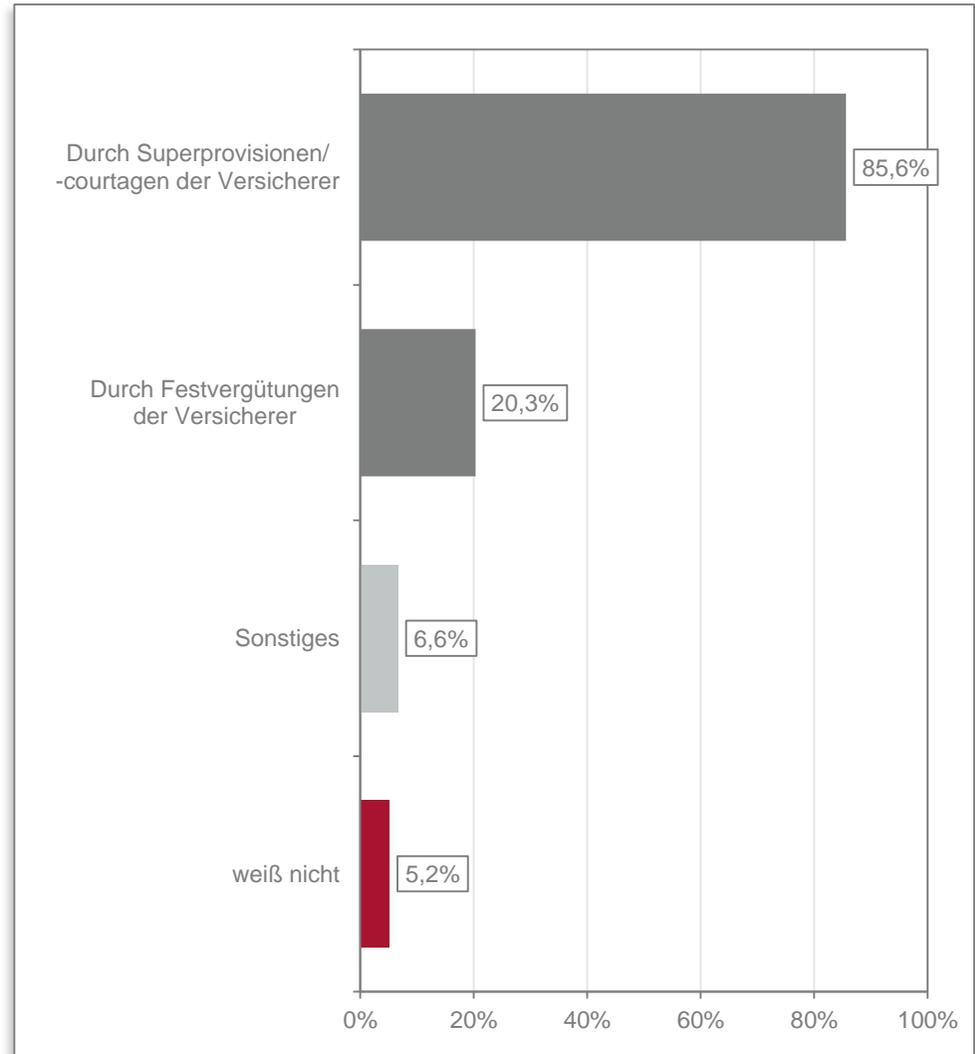
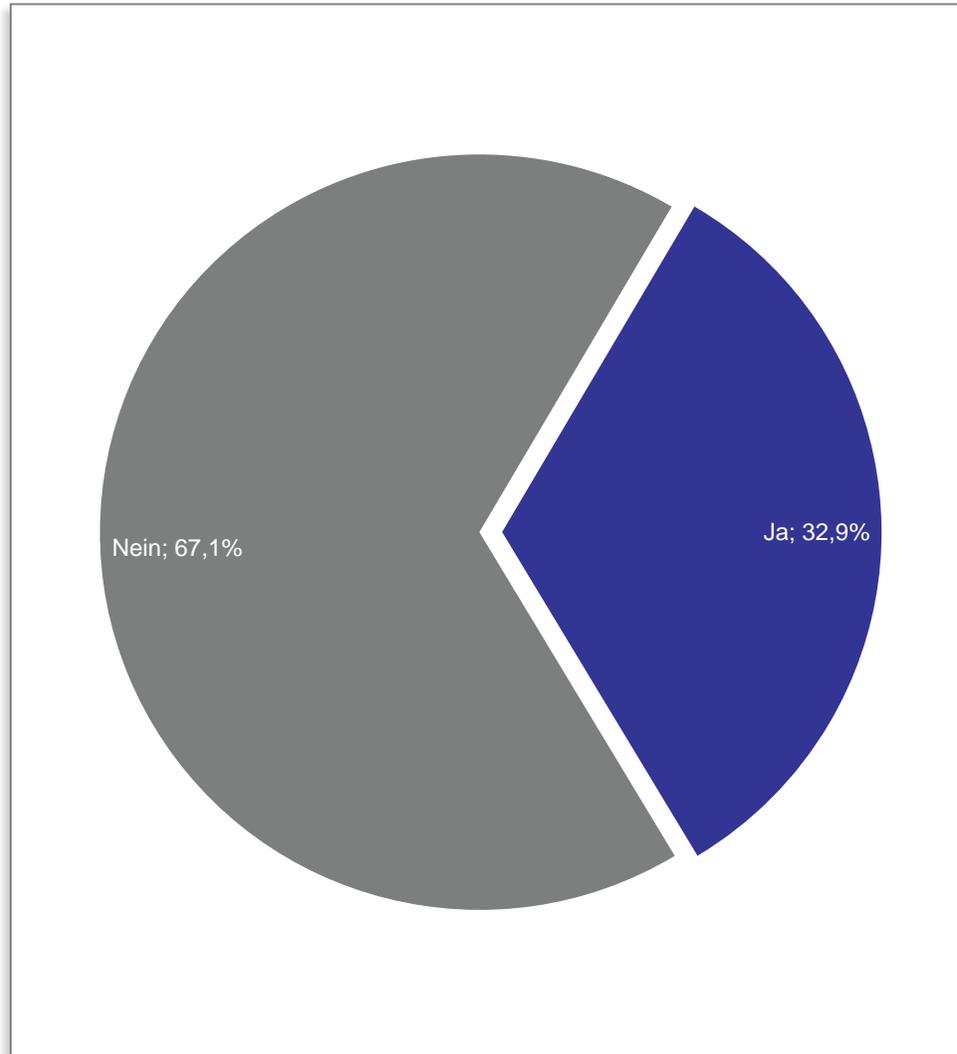
Hat dies Ihrer Meinung nach auch Auswirkungen für den Endkunden?



Gebühr

Bezahlen Sie eine Gebühr oder einen Beitrag für das Dienstleistungsangebot bzw. die Mitgliedschaft eines Pools / Dienstleisters / Haftungsdachs / Verbunds?

Wenn nein, was glauben Sie, wie Pools / Dienstleister / Haftungsdächer / Verbünde ihre Dienstleistungen finanzieren?

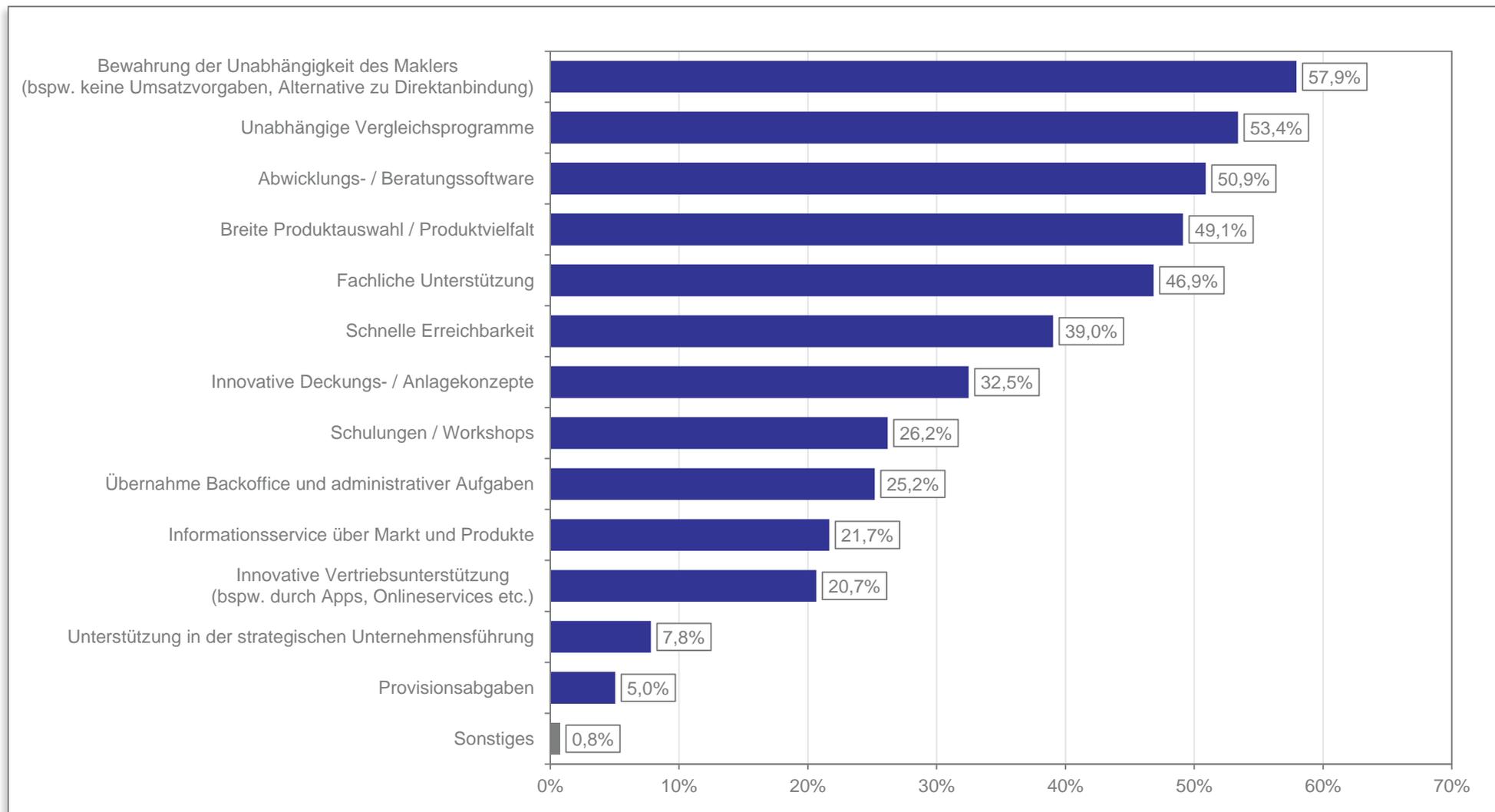


4. STELLENWERT

4.3 ERWARTUNGEN & HERAUSFORDERUNGEN

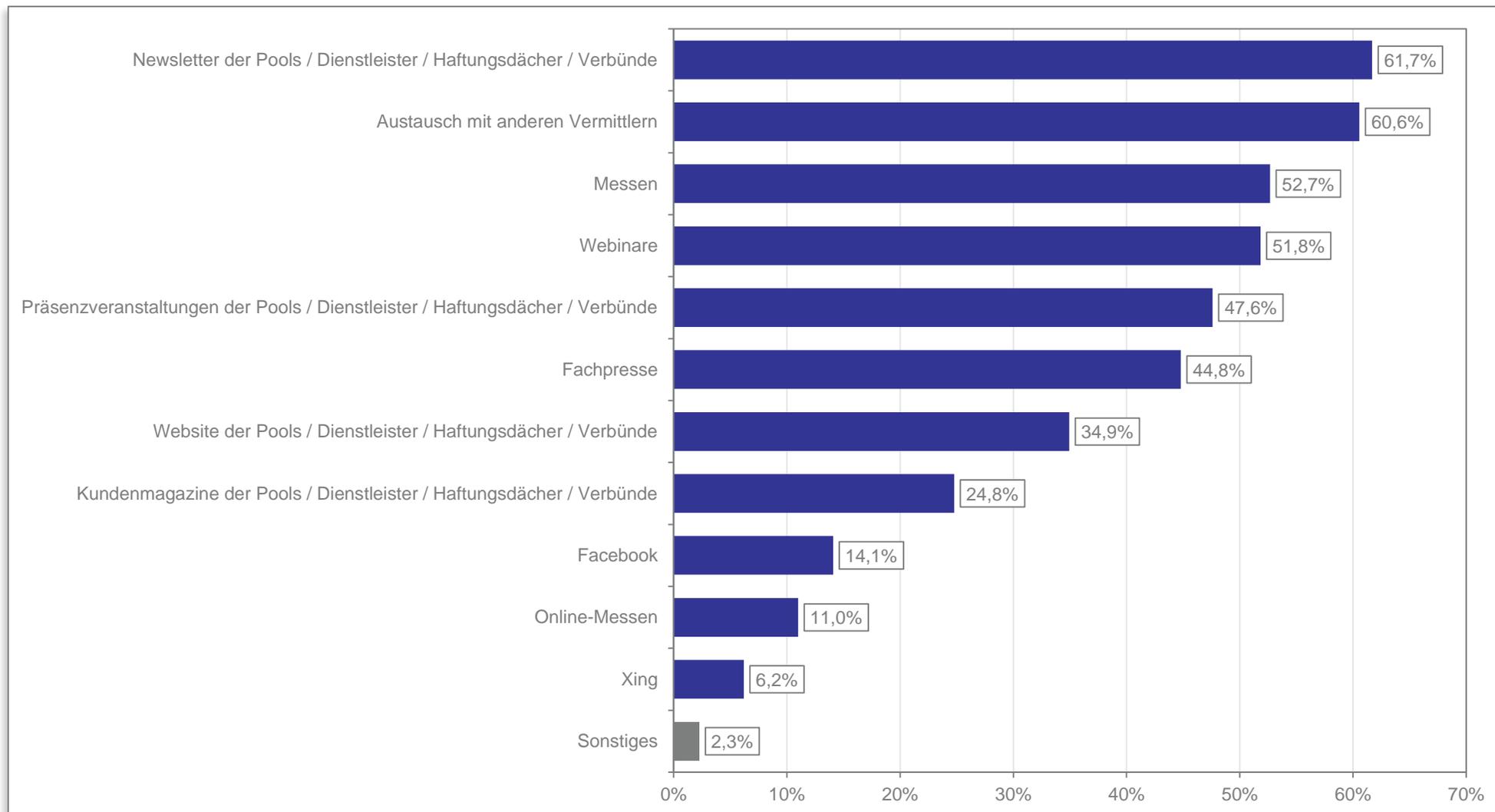
Erwartungen

Welche besonderen Services / Dienstleistungen erwarten Sie von einem Pool / Dienstleister / Haftungsdach / Verbund für die Zukunft?
(Mehrfachnennungen möglich)



Informationskanäle

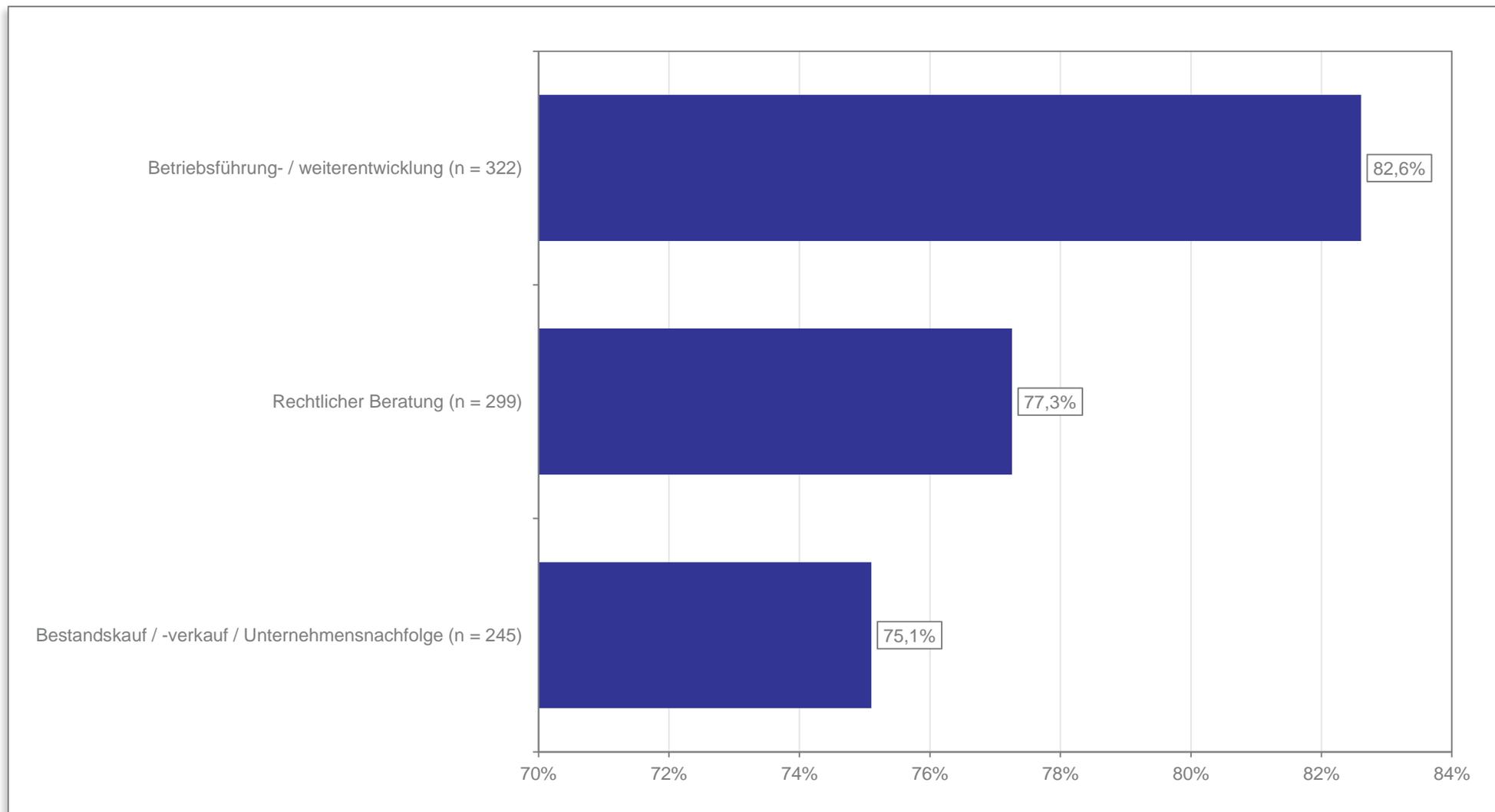
Wie informieren Sie sich über neue Serviceangebote der Pools / Dienstleister / Haftungsdächer / Verbände? (Mehrfachnennungen möglich)



Herausforderungen für den Maklermarkt

Wie zufrieden sind Sie mit der Unterstützung der Pools & Dienstleister hinsichtlich ...

Summe aus den Antworten „außerordentlich zufrieden“, „sehr zufrieden“ und "zufrieden".



5. UNTERNEHMENS DARSTELLUNG



Ihr Partner für erfolgreiche Kontakte

Die bbg Betriebsberatungs GmbH mit Sitz in Bayreuth ist ein Dienstleistungsunternehmen für Information und Kommunikation in der Finanz- und Versicherungswirtschaft. Als Bindeglied zwischen Produkthanbietern und Vermittlern liefert die bbg auf verschiedenen Wegen die Basis für Direct-Marketing, Information, Kontakte und Interaktivität. Die bbg ist Veranstalter der DKM, der Fachmesse der Finanz- und Versicherungswirtschaft sowie Herausgeber des Fachmagazins AssCompact.

Unter dem Dach von AssCompact bieten sich Vermittlern und Unternehmen weitere Plattformen zur Kontaktaufnahme, Wissensvermittlung und zum effektiven Networking. So veranstaltet die bbg Betriebsberatungs GmbH regelmäßig AssCompact Wissen Fachforen zu aktuellen Themen und organisiert den Jungmakler Award.

Marken der bbg Betriebsberatungs GmbH

- DKM – Fachmesse für die Finanz- und Versicherungswirtschaft (23. – 25. Oktober 2018 in Dortmund).
- AssCompact – Fachmagazin für Risiko- und Kapitalmanagement und Dachmarke für
 - AssCompact Wissen – Kompetenzforen zu aktuellen Themen.
 - AssCompact Events – Events für gute Kontakte (u.a. AssCompact Open).
 - AssCompact Stellenmarkt – Veröffentlichung von Stellenangeboten und -gesuchen.
 - AssCompact Mailing – Brancheninformationen per E-Mail.
 - AssCompact TV – Brancheninformationen, Interviews, Themensendungen.



Institut für Versicherungsvertrieb
Beratungsgesellschaft mbH

Die IVV Institut für Versicherungsvertrieb Beratungsgesellschaft mbH widmet sich konzentriert unabhängigen Vermittlern und Maklerbetrieben, deren Mitarbeitern und Betreuern sowie allen Versicherern und deren Maklervertrieben.

Die umfangreichen BEST OF – Analysen des IVV Institut für Versicherungsvertrieb werden genutzt und in die Praxistrainings bzw. die Beratung aktiv eingebracht.

Ziel ist es, die eigene Arbeit für Versicherungsunternehmen und Vermittler noch vertriebswirksamer zu gestalten. Nach wie vor ist zudem die Begleitung und Entwicklung von Maklerbetreuern ein wesentlicher Baustein der eigenen Arbeit. Hiermit wird der Aufbau nachhaltig erfolgreicher Geschäftsbeziehungen zwischen Versicherern und unabhängigen Vermittlern professionell forciert.

Profil des IVV Institut für Versicherungsvertrieb

- Geschäftsführer: Steffen Ritter
- Gründungsjahr: 2013
- Rechtsform: GmbH
- Sitz: Sangerhausen
- Schwesterunternehmen der Institut Ritter GmbH
- Branchenerfahrung: seit 1992
- Geschäftsfelder: Training und Beratung, Marktforschung rund um den erfolgreichen Versicherungsvertrieb.
- Das Institut für Versicherungsvertrieb ist unter anderem unternehmensberatender Begleiter und Impulsgeber des Jungmakler-Awards und des Awards Unternehmer-Ass an die besten Versicherungsvermittler Deutschlands.

Fachhochschule Dortmund

University of Applied Sciences and Arts

Fachhochschule Dortmund

Fachbereich Wirtschaft

Mit über 50 hauptamtlich Lehrenden und je nach Lehrangebot bis zu über 30 Lehrbeauftragten, die aus zahlreichen Unternehmensbereichen der Wirtschaft kommen, sowie mit ca. 1.800 Studierenden (mit Kooperationen ca. 2.200) ist der Fachbereich Wirtschaft der größte der insgesamt 7 Fachbereiche der Fachhochschule Dortmund.

Zurzeit werden sieben Bachelor-Studiengänge, davon einer dual, und vier Masterstudiengänge, davon einer als Verbundstudium, angeboten.

Profilbereich Versicherung und Risikomanagement

- Bachelorstudiengang Versicherungswirtschaft dual (B.A.)
- Ausbildungsintegriertes Studium in Kooperation mit Versicherungs- und Vermittlerunternehmen der Region Westfalen und dem Berufsbildungswerk der Versicherungswirtschaft in Dortmund e.V. (BWV)
- 7 Semester, 210 ECTS, AQAS-zertifiziert
- Masterstudiengang Risk & Finance (MSc)
- 4 Semester, 120 ECTS, AQAS-zertifiziert
- Unterstützt vom Verein zur Förderung der Versicherungswissenschaft an der Fachhochschule Dortmund e.V.

MORGEN *e*MORGEN

DAS UNABHÄNGIGE ANALYSEHAUS

Die MORGEN & MORGEN Group gilt als der führende Anbieter, wenn es um Transparenz am Versicherungsmarkt geht. Die Unternehmen der Gruppe liefern bedarfsgerechte, qualitativ hochwertige und seriöse Informationen und Dienstleistungen. Die Produktwelt der Unternehmensgruppe beruht auf neutralen Analysen und aktuellen Daten.

Zum Portfolio gehören:

- Vergleichs- und Analysesoftware
- Analyse-Software und Applikationen
- Webbasierte Lösungen
- Analysen
- Ratings und Rankings
- Produktportfolio-Analyse (Big Data & Business Intelligence)
- Konzeption und Realisierung von IT-Projekten
- Wettbewerbsanalyse

Profil der MORGEN & MORGEN Group

- Inhaber und CEO: Joachim Geiberger
- Geschäftsführerin: Jutta Rodgers
- Geschäftsführer: Peter Schneider
- Zur MORGEN & MORGEN Firmengruppe gehören:
 - MORGEN & MORGEN Group GmbH
 - MORGEN & MORGEN GmbH
 - Leviosa GmbH
 - inSWOT GmbH
 - sps services GmbH
 - DVV Deutsches Verbraucherportal GmbH