

Erfolgsfaktoren für Maklerportale



Studienauszug / nur für
Presse Zwecke

September/Oktober 2021

NORDLIGHT research GmbH
Elb 21 | 40721 Hilden | Deutschland
T+49 2103 25819-0 | F+49 2103 25819-99
info@nordlight-research.com | www.nordlight-research.com

Was erwarten Vermittler von Maklerportalen jetzt und in Zukunft?

Inhaltsverzeichnis

1. Fragestellungen & Methodik
2. Die wichtigsten Ergebnisse im Überblick
3. Bekanntheit, Nutzung und Gesamtbeurteilung der Maklerportale
4. Leistungsmerkmale und allgemeine Erwartungen an Maklerportale
5. Genutzte und vermisste Funktionen/Tools auf Maklerportalen
6. Vergleich mit Maklerverwaltungsprogrammen
7. Zukünftige Entwicklungspotenziale
8. Anhang: Stichprobenbeschreibung

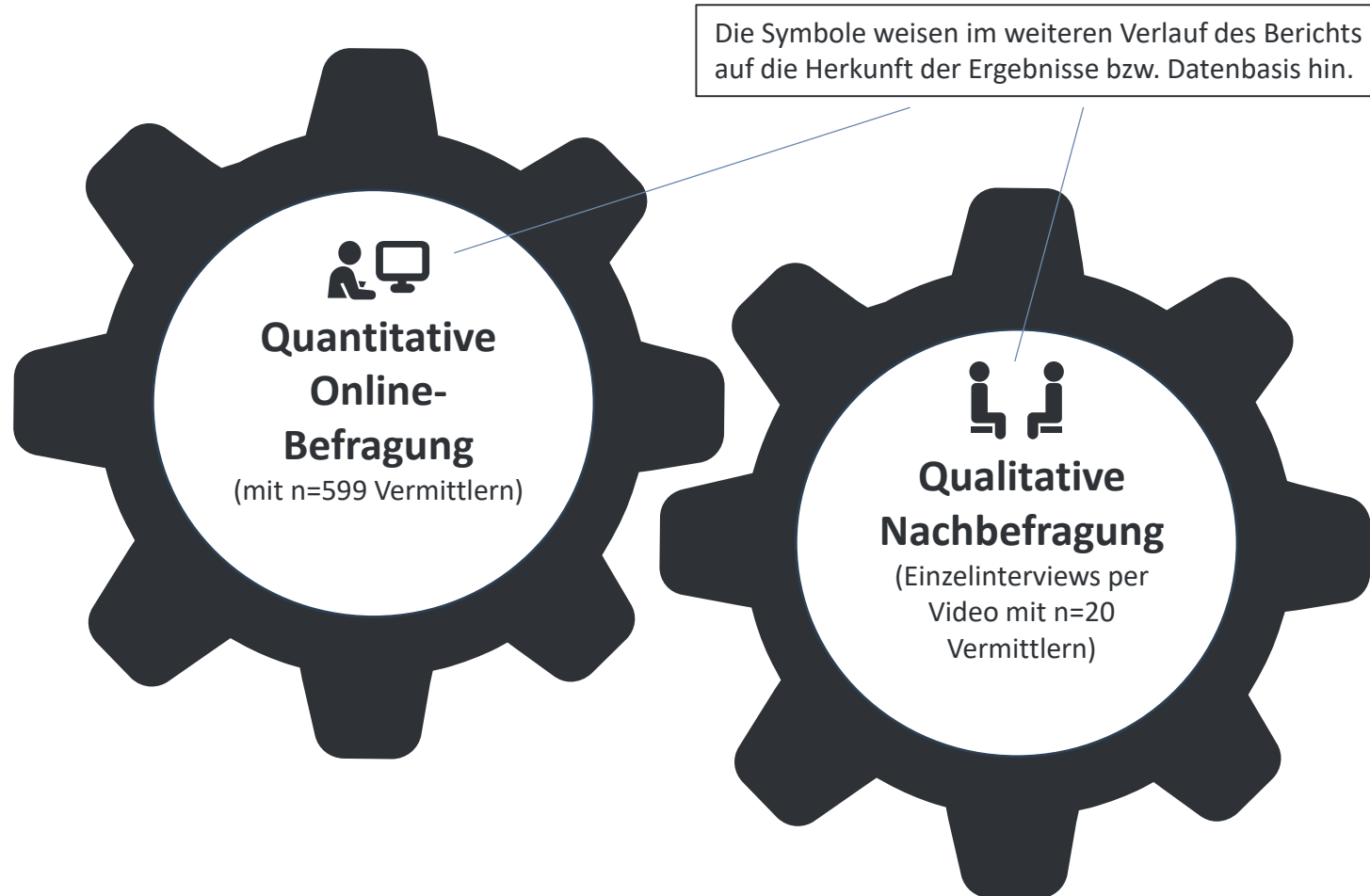
Ziele der Studie

Die Studie zeigt auf...



- 1 ...welche **Anforderungen und Wünsche** Makler an Portale/Extranets haben.
- 2 ...welche **(digitalen) Services und Prozesse** relevant sind.
- 3 ...welche zusätzlichen **Begeisterungsfaktoren** identifiziert werden können.
- 4 ...wie bestimmte Makler-Portale hinsichtlich **Usability, Nutzung und Inhalte** zu bewerten sind.
- 5 ...wie die **Makler-Unterstützung** entlang der Abschlusstrecke verbessert werden kann.
- 6 ...welche **zukünftige Ausrichtung von Maklerportalen und MVPs** möglich ist.
- 7 ...wie Portal-Auftritte im **Benchmark des Marktes** verortet sind.
- 8 ...welche **Best Practices** bei Maklern punkten.

Die Studie setzt sich aus zwei Modulen zusammen.





Eckdaten der quantitativen Online-Befragung

Befragungsweg

online-basierte Umfrage im AssCompact-Maklerpanel und anhand von Adressen der Studienpartner

Fallzahl

> n=599 Befragte nach Qualitätsprüfung der Interviews*

Zeitraum der Durchführung

> 02.08. bis 01.09.2021

Befragungsdauer

> 23 Minuten (Median beendeter Interviews)

Repräsentativität

approximativ für Vermittler, die Maklerportale nutzen



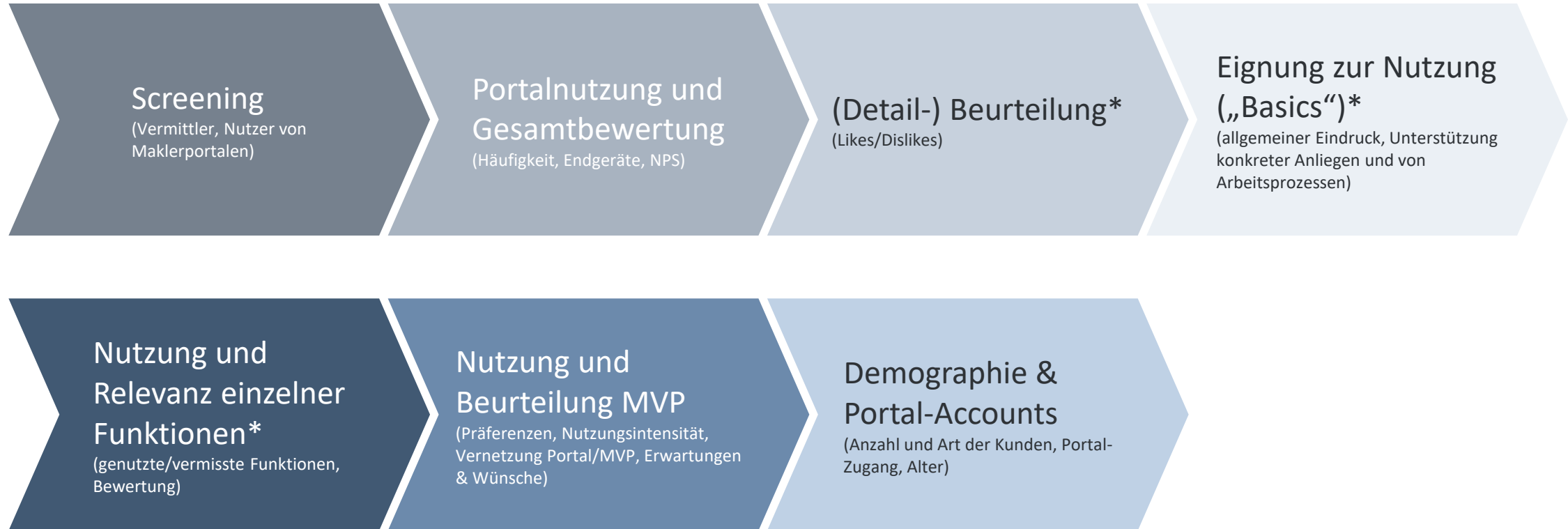
Untersucht wurden insgesamt 20 Maklerportale:

Allianz, Alte Leipziger und Hallesche (ALH Gruppe), ARAG, AXA, Basler, Canada Life, Continentale, DEVK, Die Bayerische, Die Haftpflichtkasse (Haftpflichtkasse Darmstadt), ERGO, Generali, Gothaer, HDI, Signal Iduna, Swiss Life, Versicherungskammer Bayern (VKB) / UKV / Bayerische Beamtenkrankenkasse, VHV, Volkswohl Bund und Zurich.

*Es wurden teilweise auch Interviews von Befragungsabbrechern mit in die Analysen aufgenommen. Viele Abbrüche ließen sich darauf zurückführen, dass die Fragen zu den Funktionen der Portale für die Vermittler sehr schwierig waren, da diese oftmals selten und nur punktuell genutzt werden.



Befragungsablauf



* Nacheinander für zwei genutzte Portale abgefragt.



Eckdaten der qualitativen Vertiefungsbefragung

Spezifische Zielsetzungen

- > In Ergänzung zur parallel durchgeführten quantitativen Maklerbefragung standen in der qualitativen Studienphase folgende Themen im Vordergrund:
 - > Gewinnung eines grundlegenden Verständnisses zu Nutzungsverhalten, Nutzungsmotiven, Auswahlkriterien und Präferenzen bei Maklerportalen
 - > Zusammenspiel von Maklerportalen mit weiteren genutzten Instrumenten wie MVP, Pool-Plattformen, Vergleichsrechnern & Direktkontakten zu Gesellschaften
 - > Identifikation von Erwartungen und (ggf. zusätzlichen) Begeisterungsfaktoren
 - > Potentiale zur Intensivierung der Portal-Nutzung & Makler-Bindung
 - > Best-Practice-Beispiele

Methodik

- > 20 qualitative leitfadengestützte Online-Interviews von ca. 30-60 Minuten Dauer zwischen dem 25.8 und 17.9.2021. Die Online-Interviews wurden mit MS Teams durchgeführt.
- > Die Teilnehmer rekrutierten sich aus der parallelen quantitativen Studienphase. Während dieser wurden sie nach ihrem Einverständnis zu einem zusätzlichen Interview gefragt. Bei positiver Rückmeldung wurden sie im Anschluss eingeladen.

Hinweis zur Interpretation

- > Durch die Teilnahme an der parallelen quantitativen Befragung und die freiwillige Selbstselektion kann ein Selektionsbias (bspw. hinsichtlich eines erhöhten Involvements, verstärkter Bedeutung / Nutzung und Interesse für das Thema Maklerportale) in der Stichprobe nicht ausgeschlossen werden.

Merkmale der Stichprobe

- > **Größe der Maklerbüros**
 - > Einzelmakler (allein bzw. in Netzwerken tätig): 8
 - > Büro mit zwei oder mehreren Maklern: 12
- > **Profil der befragten Makler**
 - > Allround-Anbieter: 7
 - > Schwerpunkt bAV: 7
 - > Sonstige Schwerpunkte (u.a. Vermögensberatung, biometrische Risiken): 6
- > **Poolanbindungen**
 - > Keine Poolanbindungen: 6
 - > Eine oder mehrere Poolanbindungen: 14

1. Fragestellungen & Methodik
2. Die wichtigsten Ergebnisse im Überblick
3. Bekanntheit, Nutzung und Gesamtbeurteilung der Maklerportale
4. Leistungsmerkmale und allgemeine Erwartungen an Maklerportale
5. Genutzte und vermisste Funktionen/Tools auf Maklerportalen
6. Vergleich mit Maklerverwaltungsprogrammen
7. Zukünftige Entwicklungspotenziale
8. Anhang: Stichprobenbeschreibung

Die wichtigsten Ergebnisse im Überblick (I)

Bekanntheit und Nutzung der Maklerportale

- > Die bekanntesten und meist genutzten Maklerportale (unter den 20 getesteten) sind die Portale der VHV, AXA und DIE HAFTPFLICHTKASSE. Neben diesen drei Portalen kann auch das Maklerportal der ALLIANZ eine hohe Nutzungsintensität vorweisen.
- > Allgemein werden Maklerportale selten täglich genutzt. Zumeist beschränkt sich die Nutzung der meisten Portale auf „mehrmals monatlich“. Portale mit hoher Bekanntheit werden häufiger auch „mehrmals wöchentlich“ genutzt.
- > Vielfach fokussieren Makler wenige Funktionen auf wenigen Portalen. Dadurch erlangen sie eine hohe Vertrautheit, Sicherheit, Komplexitätsreduktion und Effizienz in der Arbeit mit den Portalen.
- > Im Alltag sind Maklerportale dabei ein Instrument unter mehreren zur Abwicklung erforderlicher Prozesse im typischen Workflow der Makler. Mit Maklerverwaltungsprogrammen und Pools überschneiden sich Maklerportale dabei in bestimmten Funktionen. Vergleichsrechner und direkte Kontakte ergänzen die Möglichkeiten von Portalen dagegen eher.
- > Spezifische Motive für die Nutzung von Portalen sind v.a. Datenverlässlichkeit und Verfügbarkeit von exklusiven Inhalten, die anderweitig nicht bzw. kaum zu erlangen sind.
- > Typischerweise verfügt nicht jeder Mitarbeiter einer Vermittleragentur über einen eigenen Zugang zum Portal. Meist wird ein Zugang von bis zu vier Mitarbeitern genutzt.
- > Der Login erfolgt zumeist klassisch mit Benutzername und Passwort.

Weitere 6 Seiten Ergebniszusammenfassung
finden Sie im Gesamtbericht

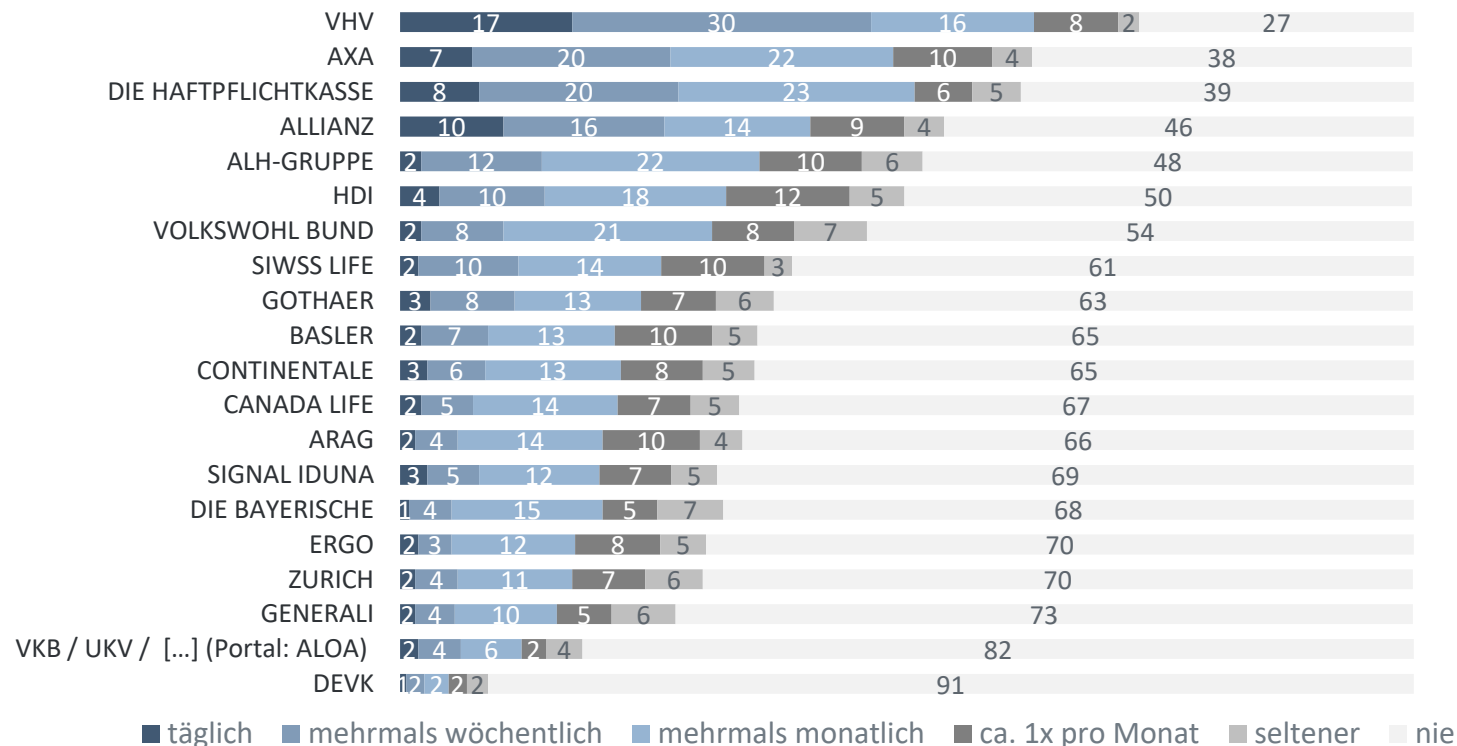
1. Fragestellungen & Methodik
2. Die wichtigsten Ergebnisse im Überblick
3. Bekanntheit, Nutzung und Gesamtbeurteilung der Maklerportale
4. Leistungsmerkmale und allgemeine Erwartungen an Maklerportale
5. Genutzte und vermisste Funktionen/Tools auf Maklerportalen
6. Vergleich mit Maklerverwaltungsprogrammen
7. Zukünftige Entwicklungspotenziale
8. Anhang: Stichprobenbeschreibung



Das Maklerportal der VHV wird deutlich am intensivsten genutzt. 47% der Vermittler nutzen es mindestens mehrmals pro Woche.

Wie häufig nutzen Sie die Maklerportale?

n=336, Angaben in %




> Mehr als ¼ der Vermittler nutzen die Maklerportale der AXA, DIE HAFTPFLICHTKASSE und der Allianz täglich oder mehrmals in der Woche.



Im Alltag sind Maklerportale ein Instrument unter mehreren zur Abwicklung erforderlicher Prozesse im typischen Workflow der Makler.

	Akquise-Vorbereitung			Akquise-Durchführung					Akquise-Nachbereitung	
Teilschritt	Verwaltung: Bestandsdaten einsehen / ändern	Akquise- Planung	Angebote vorbereiten	Bedarfs- erhebung, Beratung	Optional: Angebotsver- gleich berechnen	Detailangebot rechnen, ggf. Bedingungswerke	Formulare & Detailfragen klären	Anträge einreichen	Policierung verfolgen	Bestandspflege, Schaden- bearbeitung
Genutzte Tools (fett = Prio-Tool)	MVP, Portal, Pool	MVP, Portal, Pool	Portal, Pool, unabhängige Vergleichsrechner	Portal, Pool	Unabhängige Vergleichs- rechner, Pool	Portal, Pool, unabhängige Vergleichsrechner	Portal, Maklerbetreuer, Mail / Telefon	Portal, Pool, unabhängige Vergleichsrechner	Portal, Pool	MVP, Portal, Pool

Typischer Makler-Workflow 

Haupt-Einsatzbereiche der Portale – beispielhafte O-Töne

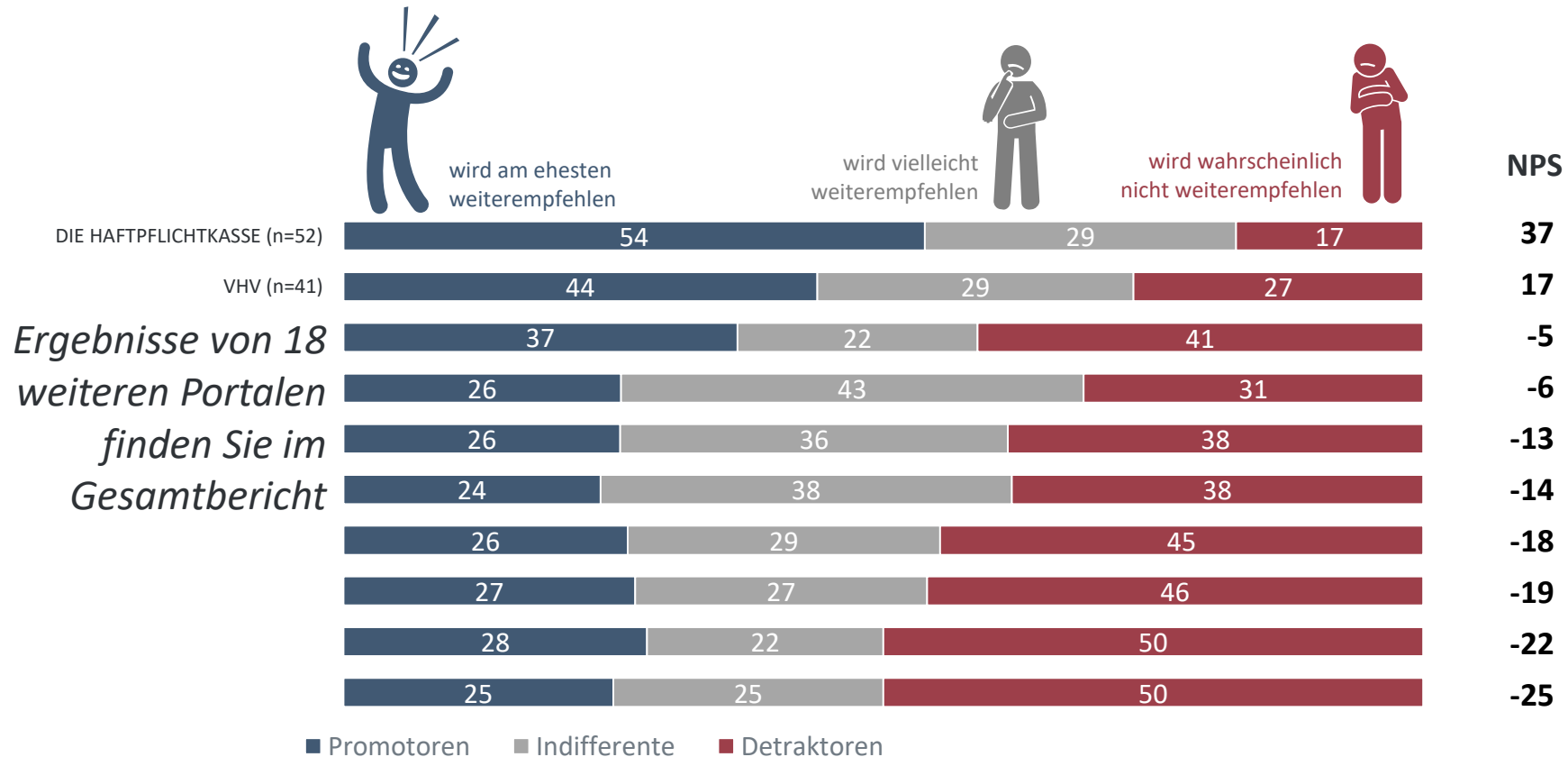
- > „Viel im Bereich der Verwaltung zum Dokumentieren, Verwalten etc. sowie zum Erzeugen von Dokumenten und Formularen. Ggf. dann auch ausdrucken, meist aber digital.“
- > „Portale sind für mich ein reines Tarifierungsangebot.“
- > „Einholen von Infos für die Bestandsnachbearbeitung, am meisten aber wohl für Einblicke in die Antrags- und Vertragsübersichten. Ansonsten natürlich für Angebote.“
- > „Für Einsicht in Schadensfälle und sonstigen Schriftverkehr, der evtl. nicht über BiPRO eingegangen ist. Ansonsten als Vergleichsrechner/Angebotsrechner. Der Zugriff auf Kundendaten und Vertragseinsichten ist mit einer der Hauptgründe, warum man auf ein Portal geht.“



Das Maklerportal von DIE HAFTPFLICHTKASSE hat den höchsten Net Promoter Score und würde somit am ehesten von Vermittlern weiterempfohlen werden.

Wie wahrscheinlich ist es, dass Sie das Portal anderen Maklern weiterempfehlen werden? (Top 10)

n=32-126* | Angaben in % | NPS Frage: 0 = unwahrscheinlich bis 10 = äußerst wahrscheinlich, 0-6=Detraktoren, 7-8=Indifferente, 9-10=Promotoren



> Lediglich zwei Portale weisen einen positiven NPS auf.

* Nur Portale dargestellt, die von mindestens 30 Vermittlern beurteilt wurden.

Inhaltsverzeichnis

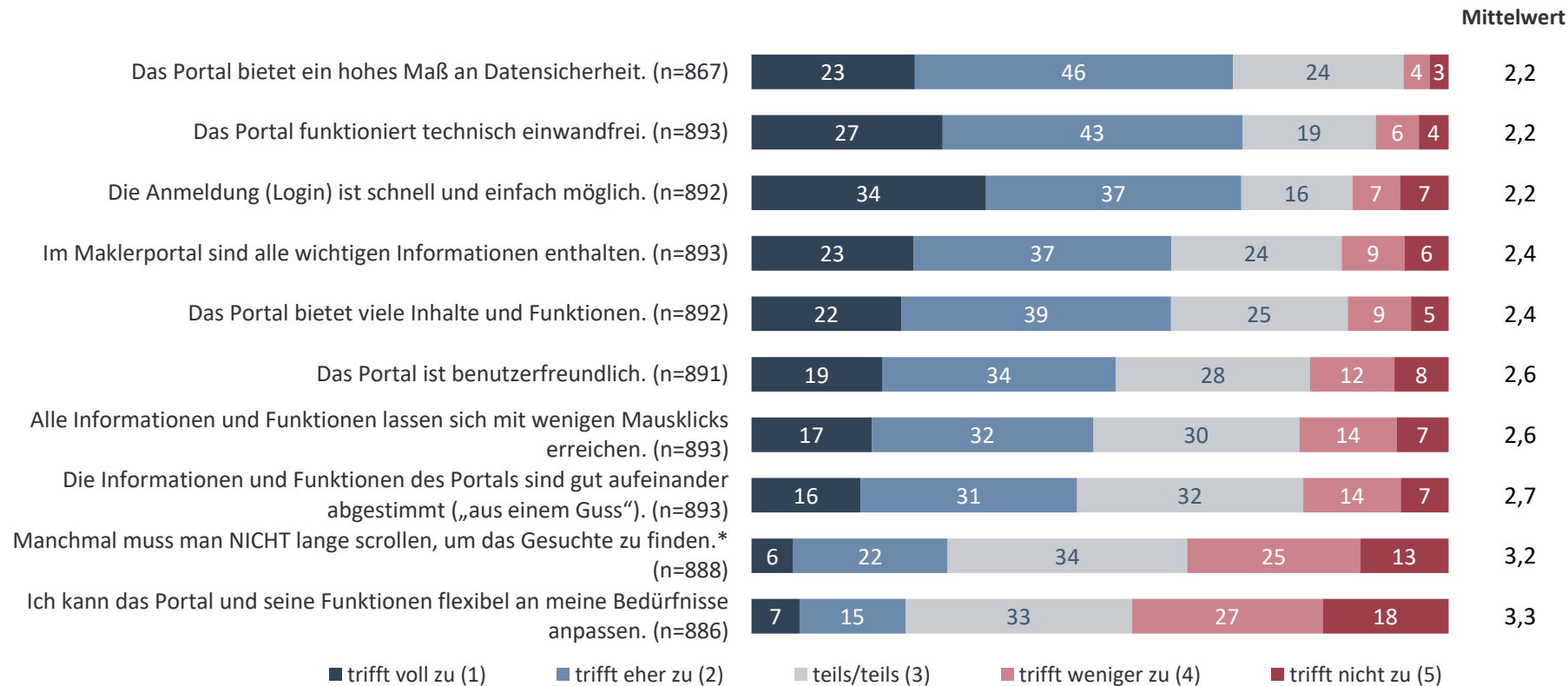
1. Fragestellungen & Methodik
2. Die wichtigsten Ergebnisse im Überblick
3. Bekanntheit, Nutzung und Gesamtbeurteilung der Maklerportale
4. Leistungsmerkmale und allgemeine Erwartungen an Maklerportale
5. Genutzte und vermisste Funktionen/Tools auf Maklerportalen
6. Vergleich mit Maklerverwaltungsprogrammen
7. Zukünftige Entwicklungspotenziale
8. Anhang: Stichprobenbeschreibung



Ein hohes Maß an Datensicherheit, eine einwandfreie technische Funktion und Schnelligkeit beim Einloggen erfüllen Maklerportale weitestgehend.

Allgemeiner Eindruck: Inwiefern treffen folgende Aussagen auf das Maklerportal der ... zu?

Angaben in %



> Optimierungspotenzial besteht hinsichtlich einer flexiblen Anpassung der Funktionen und Gesuchtes leichter zugänglich zu machen.

* Item wurde für die Analyse invertiert

Inhaltsverzeichnis

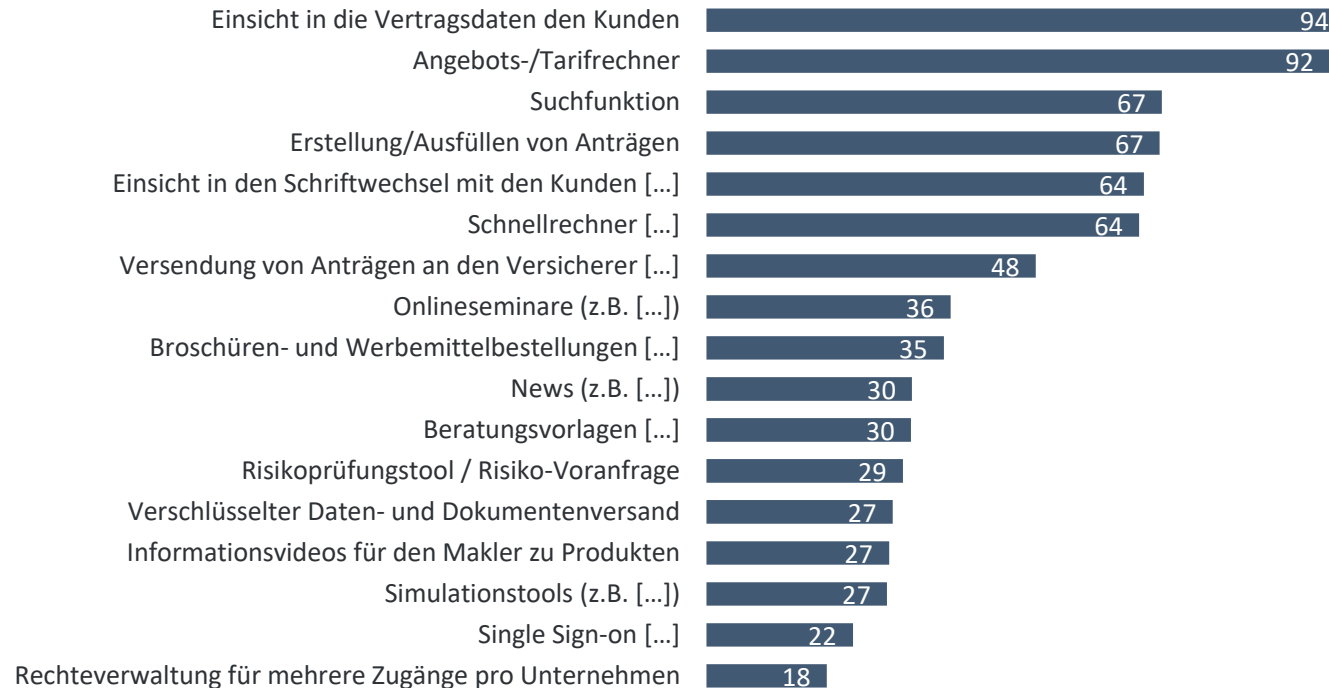
1. Fragestellungen & Methodik
2. Die wichtigsten Ergebnisse im Überblick
3. Bekanntheit, Nutzung und Gesamtbeurteilung der Maklerportale
4. Leistungsmerkmale und allgemeine Erwartungen an Maklerportale
5. Genutzte und vermisste Funktionen/Tools auf Maklerportalen
6. Vergleich mit Maklerverwaltungsprogrammen
7. Zukünftige Entwicklungspotenziale
8. Anhang: Stichprobenbeschreibung



Fast alle Vermittler nutzen auf Maklerportalen die Einsicht in die Vertragsdaten der Kunden sowie den Angebots-/Tarifrechner.

Genutzte Funktionen (Top 17): Für Ihre eigenen Informations- und Arbeitsprozesse: Welche der folgenden Funktionen bietet Ihnen das Maklerportal, welche nutzen Sie, welche vermissen Sie und welche wären auch zukünftig nicht relevant?

n=598, Angaben in %; Basis: Vermittler gesamt



> Die Mehrzahl der Vermittler nutzt zudem die Suchfunktion, die Erstellung von Anträgen, die Einsicht in den Schriftwechsel mit Kunden und den Schnellrechner.

Inhaltsverzeichnis

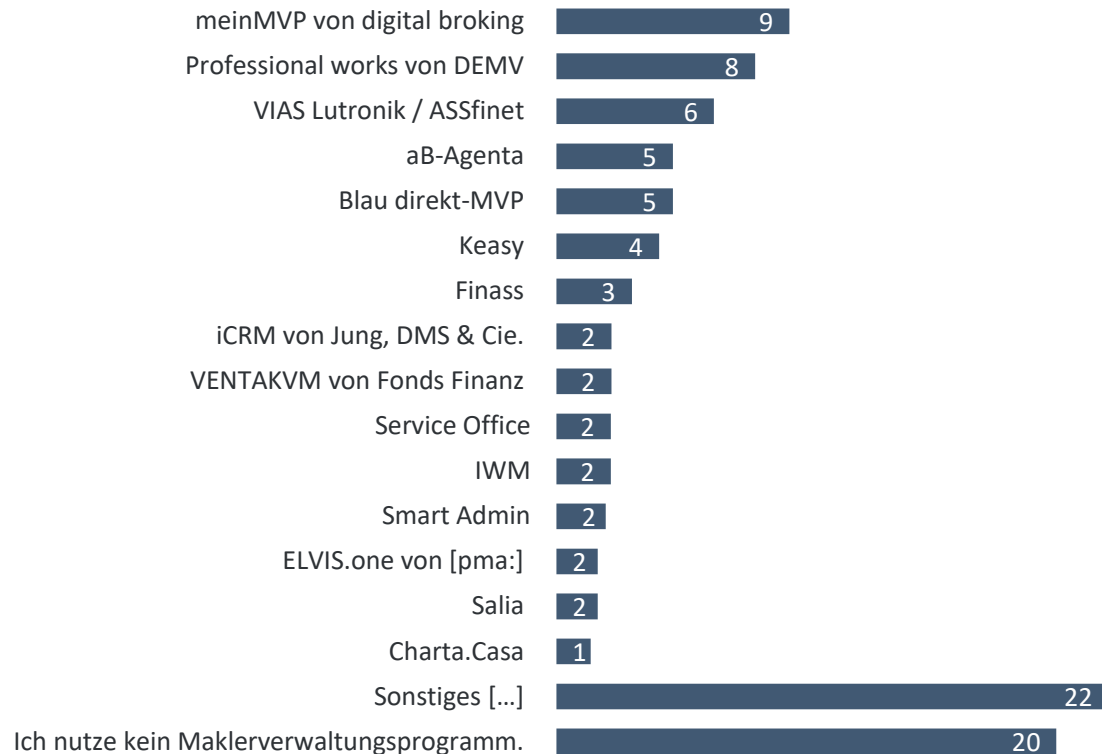
1. Fragestellungen & Methodik
2. Die wichtigsten Ergebnisse im Überblick
3. Bekanntheit, Nutzung und Gesamtbeurteilung der Maklerportale
4. Leistungsmerkmale und allgemeine Erwartungen an Maklerportale
5. Genutzte und vermisste Funktionen/Tools auf Maklerportalen
6. Vergleich mit Maklerverwaltungsprogrammen
7. Zukünftige Entwicklungspotenziale
8. Anhang: Stichprobenbeschreibung



Das Maklerverwaltungsprogramm meinMVP von digital broking wird am häufigsten genutzt, gefolgt von Professional works von DEMV.

Welches Maklerverwaltungsprogramm (MVP) nutzen Sie (hauptsächlich)?

n=370, Angaben in %, Mehrfachnennungen möglich



> 20% der Vermittler nutzen keine Maklerverwaltungsprogramme.

Inhaltsverzeichnis

1. Fragestellungen & Methodik
2. Die wichtigsten Ergebnisse im Überblick
3. Bekanntheit, Nutzung und Gesamtbeurteilung der Maklerportale
4. Leistungsmerkmale und allgemeine Erwartungen an Maklerportale
5. Genutzte und vermisste Funktionen/Tools auf Maklerportalen
6. Vergleich mit Maklerverwaltungsprogrammen
7. Zukünftige Entwicklungspotenziale
8. Anhang: Stichprobenbeschreibung



Bislang hat knapp die Hälfte der Vermittler eine konkrete Vorstellung, was unter dem Begriff „BiPro“ zu verstehen ist.

Inwieweit ist Ihnen der Begriff „BiPro“ vertraut?

Angaben in %



Alter des
Vermittlers

■ Ich weiß (ziemlich) genau, was „BiPro“ bedeutet.
■ Ich habe schon davon gehört, weiß aber nicht, was „BiPro“ bedeutet.

■ Ich weiß ungefähr, was „BiPro“ bedeutet.
■ Ich kenne den Begriff nicht.

- > 95% haben zumindest schon von „BiPro“ gehört.
- > Jüngeren Vermittlern ist der Begriff häufiger vertraut.

Nehmen Sie gerne Kontakt mit uns auf!

Ihre Ansprechpartner bei NORDLIGHT research & WERT EINS

NORDLIGHT research GmbH

Dr. Torsten Melles

Geschäftsführer

Elb 21

40721 Hilden

Tel.: +49 (0) 2103 25819 33

E-Mail: torsten.melles@nordlight-research.com

Web: www.nordlight-research.com

WERT EINS GmbH

Dipl. Des. Artur Gawron

Geschäftsführer

Cäcilienstrasse 6a

45130 Essen

Tel.: +49 (0) 201 870968 79

E-Mail: a.gawron@werteins.com

Web: www.werteins.com