

# Der Kunde des Versicherungsmaklers

## Präferenzen, Einstellungen und Anforderungen von Maklerkunden

Sirius Campus 2024

© 2024 Sirius Campus GmbH, Foto: © Canva  
Nur zur unternehmensinternen Verwendung. Die Weitergabe an Dritte ist nicht gestattet. Veröffentlichungen - auch auszugsweise - bedürfen der schriftlichen Zustimmung durch die Sirius Campus GmbH.



# Maklervertrieb: Was zeichnet Maklerkunden aus – wie werde Versicherer ihren Ansprüchen gerecht – welche Maßnahmen sind erfolgversprechend?

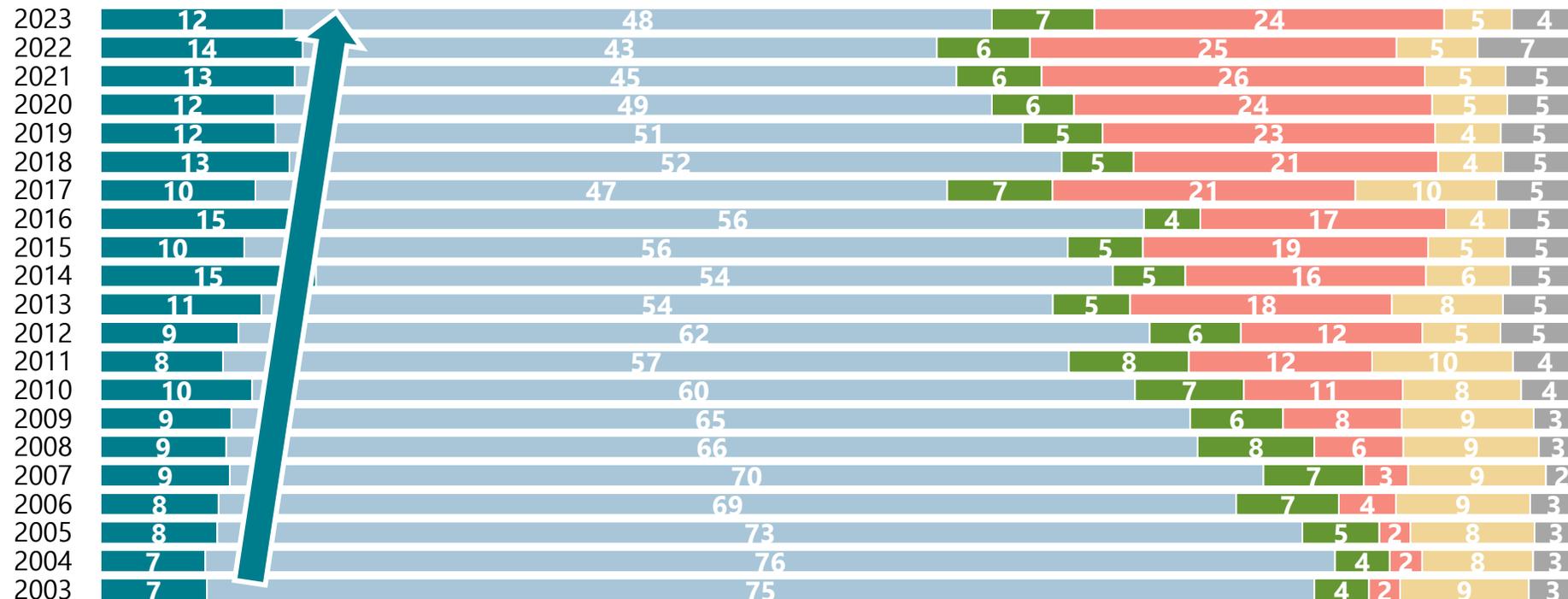
## Einführung zur Untersuchung „Der Kunde des Versicherungsmaklers“

- Der Versicherungsvertrieb befindet sich im Umbruch: Der Online-Vertrieb gewinnt von Jahr zu Jahr an Akzeptanz, parallel wird der personengebundene Vertrieb immer seltener genutzt. Entgegen diesem Trend wird der **Maklervertrieb** jedoch immer häufiger genutzt, sein **Anteil an den Neuabschlüssen hat sich in den letzten 20 Jahren in etwa verdoppelt** (siehe auch die Übersicht aus dem Kundenmonitor e-Assekuranz 2023 auf der folgenden Seite).
- Dass der Maklervertrieb andere Anforderungen an einen Versicherer stellt als der Online- oder der Ausschließlichkeitsvertrieb ist offenkundig. Maklerkunden verfügen im Schnitt über **größere finanzielle Mittel** und haben daher auch **höhere Absicherungswünsche** sowie eine **höhere Leistungserwartung**. Doch auch in Bezug auf ihre Versicherungsmentalität und ihre Kommunikationspräferenzen unterscheiden sie sich deutlich von Kunden anderer Vertriebsformen. So haben sie unter anderem andere Erwartungen an den persönlichen Kontakt und den digitalen Service der Versicherer.
- In der vorliegenden Untersuchung wird die Beziehung zum Maklervertrieb für **vier verschiedene Nutzungstufen** untersucht. Das sind zunächst die **potenziellen Maklerkunden**, denen die Nutzung des Versicherungsmaklers generell zusagt. Dann folgen die **tatsächlichen Maklerkunden**, die schon einmal einen Versicherungsvertrag über den Makler abgeschlossen haben. Die nächste Stufe bilden diejenigen, für die der **Makler der Hauptbetreuer** ist, also der erste Ansprechpartner in Sachen Versicherungen. Und zu guter Letzt folgen die Neuabschließer, die **innerhalb der letzten 2 Jahre einen Maklerabschluss aufweisen** können.
- Alle Ergebnisse stammen aus dem **Sirius Campus Kundenmonitor Assekuranz**, der großen jährlichen Untersuchung zum privaten Versicherungsmarkt in Deutschland mit jährlich 10.000 Interviews. Die grundlegenden Analysen zum Maklervertrieb erfolgen auf Basis der Daten von 2021 bis 2023, also **mit einer 30.000er Stichprobe**. Diese werden ergänzt durch Erkenntnisse aus den jeweiligen aktuellen Schwerpunktthemen jeder Befragungswelle, z. B. zu den Themen Altersvorsorge, Gütesiegel, Telefonkommunikation und Digitalisierung der Agenturen.

# Seit 2003 hat sich der Anteil der Neuabschlüsse bei Maklern ungefähr verdoppelt

Vertriebswegnutzung bei Neuabschlüssen: Entwicklung 2003 – 2023

**Abschluss innerhalb der letzten 2 Jahre: Über welchen Vertriebsweg haben Sie die jeweilige Versicherung abgeschlossen?**



■ Makler   
 ■ Vertreter gesamt   
 ■ Bank   
 ■ Online gesamt   
 ■ Direkt (telefonisch & schriftlich)   
 ■ Sonstige Vertriebswege

# Welche Themen sind für Maklerkunden relevant? Welche Einstellungen oder Präferenzen sollte man ansprechen, um Kunden zu aktivieren?



# Maklerkunden genau zu kennen ist der erste Schritt, um sie zum Neuabschluss zu aktivieren

Die Kunden des Versicherungsmaklers

**besser kennenlernen** durch:

- das Analysieren der **Präferenzen, Einstellungen und Erwartungen** von Maklerkunden
- die Erarbeitung der **Unterschiede zu anderen Kundengruppen**
- Besonderheiten von **jungen Maklerkunden**

trennscharfe Auswertung über **verschiedene Nutzungsstufen des Maklers** in den Kapiteln:

**Versicherungsbesitz und -einstellungen**

**Ansprache durch den Versicherer**

**Beratung und Vertrieb**

**Service-Erwartungen an Versicherungen**

Vertiefung: **Altersvorsorge**

Vertiefung: **Gütesiegel**

Welche Faktoren führen zu **mehr Abschlüssen** über den Makler?



**Treiberanalyse** zu jedem Kapitel

Vertiefung: **Nachhaltigkeit**

# Die repräsentative Haushaltsstichprobe erfasst die (Mit-)Entscheider für Versicherungsangelegenheiten

## Methodik & Stichprobe

### Stichprobe

- Online-Erhebung in jährlich vier Wellen von 2021-2023
- Entscheider und Mitentscheider für Versicherungsangelegenheiten im Haushalt
- Alter: 18-69 Jahre
- Insgesamt n=30.561 Befragte, darunter...
  - n=7.709 schonmal **Maklervertrieb** genutzt
  - n=3.109 geben **Makler als Hauptbetreuung** an
  - n=1.473 mit **Neuabschluss** in letzten 2 Jahren über Makler

### Highlight-Themen

- Jährlich während Kunden Monitor Assekuranz-Wellen erhoben
- n~2.000 pro Highlight-Thema



# Der Kunde des Versicherungsmaklers

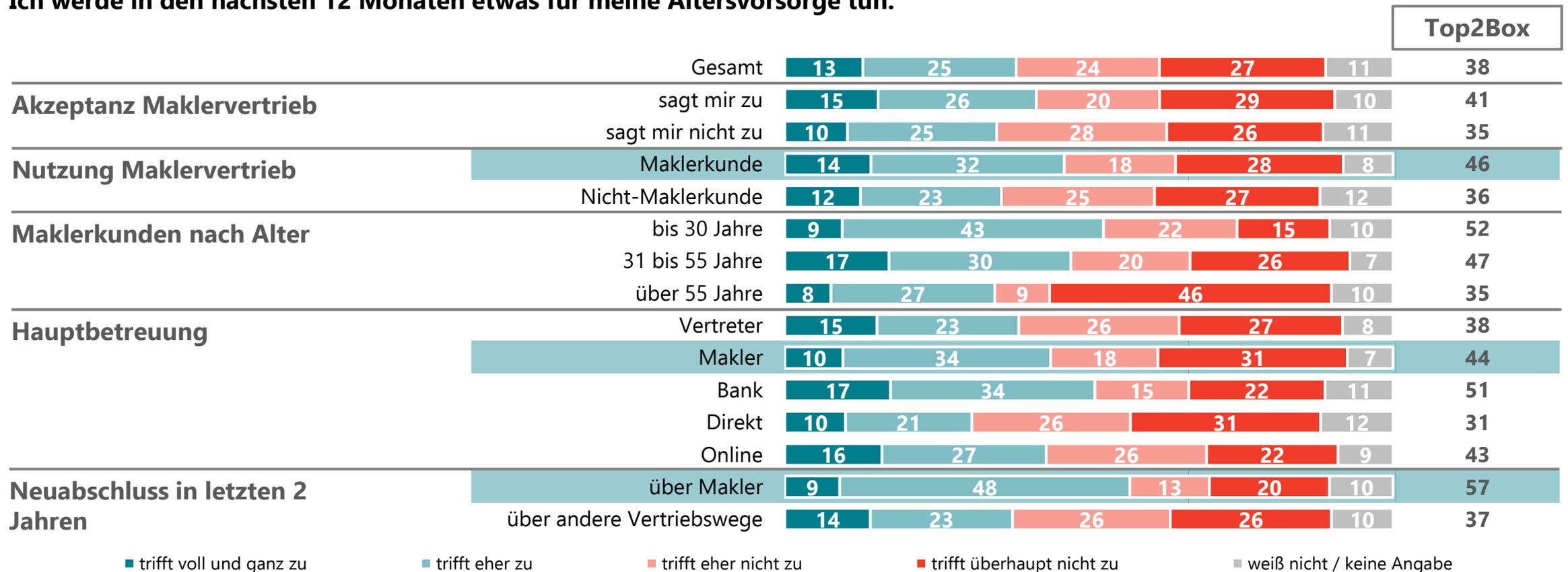
## Gliederung des Berichts

#	Kapitel	Seite
1	Management Summary & Untersuchungsdesign	4
2	Lebenswelten	16
3	Versicherungsbesitz und -einstellungen	21
4	Ansprache durch den Versicherer	31
5	Beratung und Vertrieb	41
6	Service-Erwartungen an Versicherungen (telefonisch und digital)	53
7	Vertiefung – Altersvorsorge	69
8	Vertiefung – Gütesiegel	84
9	Vertiefung – Nachhaltigkeit	99

# Rund die Hälfte (46%) der Maklerkunden will in den nächsten 12 Monaten in die Altersvorsorge investieren

Beispielchart aus Kapitel Altersvorsorge: Vorsorge-Absicht

Ich werde in den nächsten 12 Monaten etwas für meine Altersvorsorge tun.

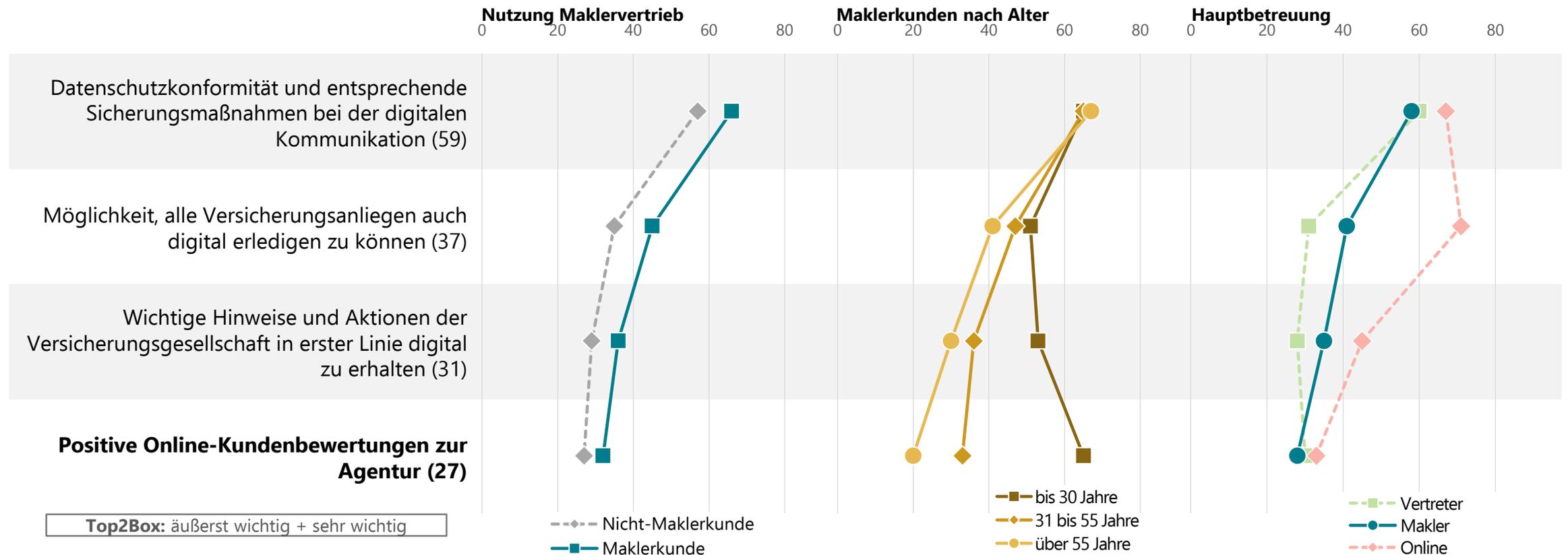


Angaben in %; Quelle: Kundenmonitor Assekuranz - Highlight Altersvorsorge (2023)

# Für junge Maklerkunden sind positive Online-Kundenbewertungen zur Agentur besonders wichtig

Beispielchart aus Kapitel Service-Erwartungen Relevanz digitaler Angebote von Versicherern

**Wie wichtig sind Ihnen diese Punkte in Bezug auf das digitale Angebot Ihrer Versicherungsgesellschaften?**



Angaben in %; Quelle: Kundenmonitor Assekuranz - Highlight Digitale Agentur (2023)

# Bestellung der Marktuntersuchung „Der Kunde des Versicherungsmaklers“

Bitte als Scan an [info@siriuscampus.de](mailto:info@siriuscampus.de)

Mit dem Ankreuzen bestelle ich verbindlich die folgende Ergebnislieferung der oben genannten Untersuchung

Wählen Sie die für Sie passende Variante aus

## Kunden

des Kundenmonitor Assekuranz

Untersuchungsbericht „**Der Kunde des Versicherungsmaklers**“

inkl. Management Summary und Handlungsempfehlungen

2.500 €

## Neukunden

keine Bezieher des Kundenmonitor Assekuranz

Untersuchungsbericht „**Der Kunde des Versicherungsmaklers**“

inkl. Management Summary und Handlungsempfehlungen

3.900 €

## Neukunden PLUS

keine Bezieher des Kundenmonitor Assekuranz

Untersuchungsbericht „**Der Kunde des Versicherungsmaklers**“

inkl. Management Summary und Handlungsempfehlungen

+ **Bestellung eines Highlights aus dem Kundenmonitor Assekuranz** (Regelpreis 4.900 €)

7.900 €



Hiermit akzeptieren wir die Angebotsbedingungen auf der folgenden Seite.

Name, Vorname:	E-Mail:
Abteilung / Position:	Tel.:
Unternehmen:	PO#:
Straße, Nr.:	Datum:
PLZ Ort:	Unterschrift::

\* Alle Preise verstehen sich zzgl. der ges. MwSt. und ggf. Reisekosten

# Angebotsbedingungen für Mehrbezieher-Untersuchungen

## Angebotsbedingungen

Die Preise für die vorgestellte Marktuntersuchung beziehen sich nur auf die dargestellten Leistungen und dazugehörigen Bedingungen. Änderungen der Leistungen erfordern eine textliche Vertragsanpassung inkl. angepasster Leistungsbeschreibung und angepasstem Investitionsumfang für den Auftraggeber.

Die Rechte am konzeptionellen und methodischen Vorgehen inkl. spezifischer Analysekonzepte und Nutzung existierender Kunden-, Berater- oder Vermittlertypen liegen und verbleiben unbefristet bei der Sirius Campus GmbH.

Es gelten die gesetzlichen Bestimmungen für Gewährleistungen im Rahmen der projektbezogenen Leistungen für Beratung und Forschung. Die Sirius Campus GmbH haftet nicht für die Umsetzung von Handlungsempfehlungen durch den Auftraggeber für wirtschaftliche oder andere Zwecke des Unternehmens und möglicher Folgeschäden.

Diese Marktuntersuchung sowie alle einzelnen Untersuchungsergebnisse sind Eigentum der Sirius Campus GmbH.

Den Beziehern ist nur eine unternehmensinterne Verwendung der Untersuchungsergebnisse gestattet. Die Weitergabe an Dritte ist nicht gestattet.

- Einzelne Ergebnisse aus dem Bericht dürfen ohne Rücksprache mit Sirius Campus den Außendienstmitarbeitern (Ausschließlichkeitsvertrieb) des eigenen Unternehmens zur Verfügung gestellt werden. Dies gilt auch z. B. für Vertriebsmitarbeiter in kooperierenden Sparkassen. Dabei wird nicht die komplette Marktuntersuchung weitergeleitet, sondern nur Auszüge oder Einzelergebnisse.

Veröffentlichungen in der Presse sind nicht ohne Zustimmung durch Sirius Campus möglich.

# Allgemeine Angebotsbedingungen

## Angebotsbedingungen

- Die Investitionen (Preise) für das vorgeschlagene Projekt beziehen sich nur auf die dargestellten Leistungen und dazugehörigen Bedingungen, wie z. B. Leistungen und Material- sowie Datenbereitstellungen durch den Auftraggeber sowie Annahmen zu Inzidenzen der Zielgruppen. Änderungen der Leistungen erfordern eine textliche Vertragsanpassung inkl. angepasster Leistungsbeschreibung und angepasstem Investitionsumfang. Entsprechendes gilt auch für den zeitlichen Projektplan.
- Die Rechte am konzeptionellen und methodischen Vorgehen inkl. spezifischer Analysekonzepte und Nutzung existierender Kunden-, Berater- oder Vermittlertypen in diesem Beratungs- und Forschungsprojekt liegen und verbleiben ab der Angebotslegung unbefristet bei der Sirius Campus GmbH. Die Rechte an spezifischen Ergebnissen und Handlungsempfehlungen aus dem Beratungs- und Forschungsprojekt gehen mit der Berichtlegung in das Eigentum des Auftraggebers über. Die Marke Select Typen ist als Wort-/Bildmarke beim Deutschen Patent- und Markenamt unter der Nummer 30 2020 011 740.2 eingetragen.
- Es gelten die gesetzlichen Bestimmungen für Gewährleistungen im Rahmen der projektbezogenen Leistungen für Beratung und Forschung. Die Sirius Campus GmbH haftet nicht für die Umsetzung von Handlungsempfehlung aus dem Beratungs- und Forschungsprojekt durch den Auftraggeber für wirtschaftliche oder andere Zwecke des Unternehmens und möglicher Folgeschäden.
- Bei Bereitstellung von Kundenkontakten wird eine Datenauftragsvereinbarung geschlossen. Der Auftraggeber ist dafür verantwortlich, dass datenschutzkonforme Einwilligungen der bereitgestellten Personendaten für die in diesem Angebot geplanten Befragungen vorliegen.
- Alle Investitionen (Preise) verstehen sich zzgl. der gesetzlichen Umsatzsteuer. 60% des Auftrags werden mit der Bestellung in Rechnung gestellt, den Restbetrag zzgl. möglicher Reisekosten und Zusatzbestellungen mit Projektabschluss. Wenn nicht anders vermerkt werden Reisekosten Bahnfahrt 2. Klasse, Economy Flugreisen und PKW mit 0,40 € / km in vollem Umfang mit der Abschlussrechnung in Rechnung gestellt. Die Rechnungen sind innerhalb von 14 Tagen nach Zustellung fällig. Abzüge oder Skonti werden nicht gewährt.
- Bei mehreren Angeboten ist jeweils das Angebot mit dem jüngsten Datum gültig.
- Das Angebot ist urheberrechtlich geschützt und darf nicht an Dritte weitergegeben werden.
- Sirius Campus arbeitet nur für Organisationen, Unternehmen und Institutionen, die sich an ethische und ökologische Standards halten.



# Entscheidungsprozesse verstehen und wirksam gestalten

Über Sirius Campus

# Das Projektteam

## Kontakt



### **Christoph Müller**

Geschäftsführer

[Christoph.Müller@siriuscampus.de](mailto:Christoph.Müller@siriuscampus.de)

Direkt: +49 152 38 24 66 44



### **Onat Murtezaoglu**

Consultant

[Onat.Murtezaoglu@siriuscampus.de](mailto:Onat.Murtezaoglu@siriuscampus.de)

Direkt: +49 152 38 24 66 41

# Entscheidungsprozesse mit Behavioral Economics optimieren und Erfolge ernten

Über Sirius Campus

Wirksame Angebote entwickeln



Kunden entschieden machen



Aufmerksamkeitsstarke Ansprache gestalten



Kauf- und Preisbereitschaft steigern



Absatz und Ertrag steigern



[www.siriuscampus.de](http://www.siriuscampus.de) und [www.select-typen.de](http://www.select-typen.de)



sirius  
campus

# Verkaufst du noch oder gestaltest du schon den Entscheidungsprozess deiner Kunden?

Forschung und Beratung auf Basis von Behavioral Economics

Sirius Campus GmbH | Im Klapperhof 33c | 50670 Köln

[info@siriuscampus.de](mailto:info@siriuscampus.de) | +49 221 42 330 200 | [www.siriuscampus.de](http://www.siriuscampus.de)

Geschäftsführer: Christoph Müller & Dr. Oliver Gaedeke | Sitz der Gesellschaft: Köln | Handelsregister: HRB 94315 | Amtsgericht Köln