

## Pressemitteilung

### **Harte Fakten zu Erfolgsfaktoren im Ausschließlichkeitsvertrieb**

- Umfrage unter 12 Versicherungskonzernen in Deutschland
- Ausreichend hoher Komposit-Bestand als wichtiger Erfolgsfaktor
- Erfolgreiche Ausschließlichkeitsorganisationen liegen bei Beständen von rund 450.000 EUR je Vermittler

*Hamburg, 21.09.2016.* In einer Vergleichsstudie hat das Beratungshaus Innovalue Erfolgsfaktoren für den Ausschließlichkeitsvertrieb identifiziert. Ziel der Studie war es, die Merkmale besonders erfolgreicher AO-Vertriebe faktenbasiert herauszuarbeiten. Erfolg wurde dabei nicht ausschließlich über die Produktivität der Vermittler sondern auch über die Kosten, die für diese Vertriebsleistungen anfallen, definiert.

Ein ganz wesentlicher Erfolgsfaktor im AO-Vertrieb ist offensichtlich ein ausreichend hoher Komposit-Bestand, da dieser „Einnahmensicherheit“ schafft, damit (teure) Fluktuation reduziert und zudem professionelle Agenturstrukturen (Büros mit Innendienstunterstützung etc.) fördert.

Nach den Ergebnissen der Studie kann eine erfolgreiche „AO“ grob wie folgt beschrieben werden: Sie macht gut ein Drittel der Gesamtproduktion des Versicherers aus und profitiert offensichtlich auch vom Wettbewerb mit anderen internen Vertriebswegen wie dem Makler- oder Direktvertrieb. Maximal 15% der Vermittler fluktuieren pro Jahr, die Betriebszugehörigkeit der Vermittler liegt bei etwa 12 Jahren, das Durchschnittsalter wiederum bei circa 46 Jahren. Der Komposit-Bestand je hauptberuflichem Vermittler liegt bei rund 450.000 EUR. Die Betreuung der Vermittler (durch Führung, Spezialisten etc.) kostet den Versicherer jährlich 20.000 EUR je Vermittler und die dem einzelnen Vermittler gewährten Zuschüsse liegen bei maximal 7.500 EUR jährlich.

„Die Versicherer und ihre Vertriebsorganisationen sehen sich mit großen Herausforderungen konfrontiert. Fast alle Unternehmen stellen ihre Strukturen auf den

Prüfstand. Dabei können verschiedene Wege zum Erfolg führen, aber die Konkurrenz zu anderen Vertriebswegen bewährt sich bei vielen Unternehmen als Effizienz- und Innovationstreiber“, sagt Christian Mylius, Managing Partner bei Innovalue.

Die Studienergebnisse zeigen, dass der Ausschließlichkeitsvertrieb auch im digitalen Zeitalter einen wichtigen Erfolgsbeitrag zur Gesamtperformance von Versicherern liefern kann. Eine große Mehrheit der befragten Unternehmen sieht ihre Ausschließlichkeitsvermittler dabei allerdings gefordert, die Kunden zukünftig vermehrt auch online zu beraten und sich insgesamt noch besser auf das sich verändernde Kundenverhalten einzustellen. Hierfür ist auch ein stringenter und professionell umgesetzter Omnichannel-Ansatz erforderlich, der jedoch bei vielen Versicherern noch in den Kinderschuhen steckt.

Details zu den hinter diesen Zahlen liegenden Geschäftsmodellen wurden exklusiv mit den Teilnehmern der Studie diskutiert und liefern detaillierte Hinweise zu konkreten Erfolgsfaktoren im AO-Vertrieb.

## **Über INNOVALUE:**

INNOVALUE ist eine strategische Managementberatung für die Finanzdienstleistungsindustrie. Das 2001 gegründete Unternehmen ist spezialisiert auf die Bereiche Insurance, Payments und Banking. INNOVALUE bietet hochspezialisiertes, umsetzungsorientiertes Consulting und schafft messbaren Beratungserfolg. Die Berater in Hamburg, Frankfurt und London verbinden ausgeprägtes Markt-Know-how mit langjährig erprobter Fach- und Methodenkenntnis. Die Service Lines Corporate Finance und INNOVALUE Solutions runden das Profil ab. Nach mehr als 400 abgeschlossenen Projekten mit hoher Wertschöpfung unterstreicht eine Weiterempfehlungsrate von 94 Prozent die Expertise von INNOVALUE.

## **Pressekontakt:**

Dr. Hubert Becker

Instinctif Partners

Tel.: 0221 / 420 75-24

E-Mail: [INNOVALUE@instinctif.com](mailto:INNOVALUE@instinctif.com)