

## *Pressemitteilung*

Hannover, 24. Oktober 2019

### **Swiss Compare Vermittlerstudie zeigt: Regulierung kostet Zeit und Geld**

**Konnte das Gros der Vermittler vor der Regulierungswelle durch MiFID I und die EU-Vermittlerrichtlinie in 2007 noch mehr als drei Viertel ihrer Arbeitszeit für die Kundenberatung aufwenden, bleibt heute weniger als die Hälfte der Zeit für ihre Kerntätigkeit. Die zunehmende Regulierung setzt die Vermittler finanziell immer mehr unter Druck. Das sind die zentralen Ergebnisse einer Trendstudie, die die Swiss Life-Tochter Swiss Compare – in Kooperation mit Cash.Online – in Auftrag gegeben hat.**

Vermittlern bleibt immer weniger Raum für ihre Beratungs- und Vermittlungstätigkeit. 65,9 Prozent der Befragten möchten ihre Zeit lieber vollumfänglich in die umfassende Kundenberatung investieren. 17,5 Prozent würden sich gern vermehrt dem Recruiting widmen und neue Mitarbeiter gewinnen. Mehr Zeit für die eigene Weiterbildung wünschen sich 11,7 Prozent der Befragten.

Egal, ob für Kundenberatung oder Mitarbeitergewinnung – den Vermittlern fehlt die Zeit, sich auf ihr Kerngeschäft zu konzentrieren. Und das geht mit wirtschaftlichen Einbußen einher: 81,7 Prozent schätzen den finanziellen Verlust ihres Betriebes durch die vergangenen Regulierungsmaßnahmen auf bis zu 30 Prozent, knapp jeder Fünfte verzeichnet sogar einen höheren Ausfall. Gleichzeitig steigen die Anforderungen an die Vermittler immens: Diese sind im Vergleich zu 2007 größer geworden, sagen 97,3 Prozent der Studienteilnehmer. Auch die Chancen des Marktes werden kritisch gesehen. Über die Hälfte der Vermittler bewertet diese schlechter bzw. viel schlechter als noch vor zwölf Jahren. Etwa die Hälfte der Befragten fürchtet durch die geplante Einführung eines Provisionsdeckels oder der BaFin-Aufsicht zusätzliche finanzielle Einbußen zu erleiden. 87,5 Prozent prophezeien einen leichten bis starken Rückgang der Vermittlerzahlen in den nächsten fünf Jahren.

„Durch die zunehmende Regulierung geraten Vermittler noch mehr unter Druck als sie es seit der letzten Regulierungswelle sowieso schon waren“, erklärt Uwe Baumann, Direktor bei Swiss Compare. „Sie können ihrer Kerntätigkeit – der ganzheitlichen Kundenberatung – nicht mehr

nachgehen und suchen verständlicherweise nach Alternativen: andere Geschäftsfelder, neue Produkte oder strategische Partnerschaften.“

23,1 Prozent der Befragten möchten im kommenden Jahr ihr Produktportfolio erweitern, 21 Prozent ihr Geschäftsfeld. Das Eingehen einer strategischen Partnerschaft kommt für 17,7 Prozent der Vermittler in Frage. Einen Marktaustritt befürchten 6,5 Prozent. „Die Auslagerung von Zeit und Geld kostenden Aufgaben, an einen Partner, der diese vermutlich besser und kostengünstiger ausführen kann, ist die logische Konsequenz. Mehr Zeit für die Kundenberatung zu haben und gleichzeitig Kosten einzusparen bei besserer Qualität sollte jedem Vermittler einen Gedanken wert sein“, so Baumann.

Während die Regulierung als Belastung wahrgenommen wird, steht der Großteil der Befragten der Digitalisierung positiv gegenüber. 79 Prozent sind der Meinung, dass digitale Tools den persönlichen Berater gut ergänzen können. Ersetzen werden sie ihn nicht, das steht für über 90 Prozent der Studienteilnehmer fest. Die verwendeten Daten beruhen auf einer Online-Umfrage der Swiss Life-Tochter Swiss Compare in Kooperation mit Cash.Online, an der 244 Vermittler zwischen dem 10.09.2019 und 25.09.2019 teilnahmen.

### **Medienkontakt**

Swiss Life Deutschland  
Unternehmenskommunikation  
Tel.: +49 511 9020 - 4136  
Fax: +49 511 9020 - 53 30  
E-Mail: [medien@swisslife.de](mailto:medien@swisslife.de)  
[www.swisscompare.de](http://www.swisscompare.de)  
[www.twitter.com/swisslife\\_de](http://www.twitter.com/swisslife_de)

### **Über Swiss Life Deutschland**

Swiss Life Deutschland ist ein führender Anbieter von Finanz- und Vorsorgelösungen. Mit unseren qualifizierten Beraterinnen und Beratern sowie unseren vielfach ausgezeichneten Produkten sind wir ein Qualitätsanbieter im deutschen Markt und unterstützen Menschen, ein selbstbestimmtes Leben zu führen.

Unter der Marke Swiss Life stehen Privat- und Firmenkunden flexible Versicherungsprodukte und Dienstleistungen in den Bereichen Vorsorge und Sicherheit zur Verfügung. Kernkompetenzen sind dabei die Arbeitskraftabsicherung, die betriebliche Altersversorgung und moderne Garantiekonzepte. Der Vertrieb erfolgt über die Zusammenarbeit mit Maklern, Mehrfachagenten, Finanzdienstleistern und Banken. Die 1866 gegründete deutsche Niederlassung von Swiss Life hat ihren Sitz in Garching bei München und beschäftigt über 820 Mitarbeiter.

Die Marken Swiss Life Select, tecis, HORBACH und Proventus stehen für ganzheitliche und individuelle Finanzberatung. Kunden erhalten dank des Best-Select-Beratungsansatzes eine fundierte Auswahl passender Lösungen von ausgewählten Produktpartnern in den Bereichen Altersvorsorge, persönliche Absicherung, Vermögensplanung und Finanzierung. Für die Sicherheit und finanzielle Unabhängigkeit der Kunden engagieren sich deutschlandweit rund 4.000 Berater. Mit der Vertriebs-Serviceplattform Swiss Compare entlastet Swiss Life Deutschland kleine und mittlere Finanzvertriebe und hilft ihnen dabei, sich unter ihrer bestehenden Marke zukunftssicher aufzustellen und sich auf die Kundenberatung zu konzentrieren. Hauptsitz für die Finanzberatungsunternehmen mit über 730 Mitarbeitern ist Hannover.