

30.9.2021 – Versicherungsmagazin

Maklerpools: Pro-Kopf-Verdienst ist problematischer Indikator

Als Spitzenreiter geht der Maklerverbund vfm-Gruppe aus einer Übersicht hervor, der die jährlichen Provisionserlöse von Maklerpools auf die Köpfe der Vertriebspartner verteilt. Die Übersicht aus einer vfm-Pressemeldung hat Kritik ausgelöst. So gibt es bei den Erlösen der Vertriebspartner vielfach sehr große Bandbreiten. Daher ist es fraglich, ob eine solche Statistik tatsächlich als ein wichtiger Qualitätsindikator für die Suche nach einem guten Partner genutzt werden kann.

In der vfm-Meldung heißt es zur eigenen Leistung: „Mit Hilfe des Verbundes steigern Versicherungsmakler ihren Umsatz überdurchschnittlich und kontinuierlich Jahr für Jahr. Dadurch sind sie bestens positioniert.“ Als „Beweis“ hat die vfm Konzept GmbH den Pro-Kopf-Umsatz ermittelt, und zwar auf Basis der Daten der „Maklerpool-Hitliste 2021“ aus der Zeitschrift Cash.

Große Unterschiede beim Pro-Kopf-Umsatz

Danach erreicht jeder der 402 Vertriebspartner der vfm-Gruppe einen Umsatz von fast 103.000 Euro im Jahr. Ganz am Ende der Skala steht hingegen der Sachpool, der mit 2.750 Kooperationspartnern pro Kopf nur 1.560 Euro Jahresumsatz erzielt. Mager sieht es für Großpools, wie Marktführer Fonds Finanz, aus. Obwohl das Unternehmen laut aktueller Hitliste im Geschäftsjahr 2020 Gesamtprovisionserlöse von 190 Millionen Euro erzielte, entfallen rein rechnerisch auf jeden Kopf der 28.000 Partner lediglich 6.786 Euro.

Der zweitgrößte Pool Fondsnet (Provisions-Erlöse 2020 153,9 Millionen Euro) kommt bei 1.700 Kooperationspartnern im Schnitt auf 90.535 Euro. Netfonds, im Gesamtumsatz Rang drei, wiederum nur auf 28.660 Euro. Auch der Viertplatzierte nach Umsatz, der Pool Jung, DMS & Cie. (Provisions-Erlöse 2020 122,9), muss sich mit einem Pro-Kopf-Betrag von 7.681 Euro begnügen. Grund: Der Pool hat 16.000 Partner.

Pools offen für jeden Umsatz

Dazu sagt der Vorstandsvorsitzende Sebastian Grabmaier von Jung, DMS & Cie.: „Es gehört zu den wesentlichen Kennzeichen des Geschäftsmodells Maklerpool, dass die Plattform allen Arten von Vermittlern ohne jegliche Umsatzvorgabe oder -erwartung offensteht.“ Die Partner wären damit sehr heterogen. Viele nutzten den Pool für sämtliche ihrer Geschäfte oder sind sogar exklusiv gebunden, andere hätten mehrere Poolanbindungen und reichten nur einen Teil ihres Geschäftes ein oder verwalteten dort nur Bestände. Grabmaier: „Der Umsatz pro Vermittler hat daher absolut keine Aussagekraft dafür, ob ein Pool für Vermittler lohnenswert ist oder nicht.“

Partner mit großer Erlösbandbreite

So reiche die Spannweite der Erlöse bei JDC von einem Cent aus einem noch gehaltenen Bruchstückrest eines Fondsanteils bis zu rund 15 Millionen Euro Jahresumsatz über die Plattform. Mit der jüngst geschlossenen Kooperation mit den Provinzial-Versicherungen sei sogar ein Kunde hinzugekommen, der mittelfristig mit einem Jahresumsatz von rund 100 Millionen Euro plane. Laut Branchenumfragen haben viele Versicherungsmakler und Finanzanlagenvermittler zwei bis drei Poolanbindungen.

Nicht im vfm-Ranking ist übrigens die Kieler Domcura AG, die Premium-Deckungskonzepte entwickelt. Sie hatte auf der Cash-Liste nicht angegeben, dass derzeit rund 5.700 Vertriebspartner mit dem Assekurateur zusammenarbeiten. Rein rechnerisch würde die Domcura beim Pro-Kopf-Umsatz somit auf 17.839 Euro kommen und in dem problematischen Ranking den Platz neun belegen.

Auch die Domcura hält diese Art der Darstellung für problematisch. „Eine seriöse Auskunft zum Durchschnittsumsatz ist leider nicht möglich. Denn die Spannweite ist einfach zu groß“, sagt Domcura-Sprecher Jan Lacroix. Während der eine Vertriebspartner einen dreistelligen Umsatz mit Domcura generiert, sei er bei anderen Vertriebspartnern fünfstellig.