

## Inhalte und Ziele der Studie

Diese Studie beschäftigte sich mit dem Wissensstand der Endverbraucher in der Bundesrepublik Deutschland zu ausgewählten Themen der Versicherungs- und Finanzanlagenberatung und -vermittlung. Im Fokus standen die Vergütung von Beratungs- und Vermittlungsleistungen von Altersvorsorgeprodukten sowie provisionsfreie Netto-Policen. Es galt herauszufinden, welche Kenntnisse und Einstellungen die Befragten zu diesen Themen haben.

## Ausgewählte Ergebnisse der Studie

770 Euro

Dieser Betrag wurde als **durchschnittliche Provisionshöhe** für einen über 30 Jahre laufenden Vertrag mit einer Beitragssumme von 36.000 Euro von den Teilnehmern angenommen.

- 57,3 Prozent schätzten die Provision auf unter 500 Euro.
- 11,3 Prozent beantworteten die Frage mit 500 bis 999 Euro.
- 19,3 Prozent bezifferten die Provision auf über 1.500 Euro.

Dies ist der im Durchschnitt geschätzte **zeitliche Arbeitsaufwand** eines Finanzberaters, den er für eine vollumfängliche Altersvorsorgeberatung, inklusive Beratungsgespräch und Aufwand für Vor- und Nachbereitung benötigt.

4 Stunden

73,7 Prozent

So groß war der Anteil unter den Befragten, der vor der Studie **noch nichts von Nettoversicherungen** gehört hatte.

- 1,9 Prozent hatten bereits eine Netto-Police abgeschlossen.
- 8,9 Prozent wissen, dass sie Netto-Produkte bei ihrem Finanzberater oder ihrer Versicherungsgesellschaft abschließen können.

Diese Mehrheit zeigte **Interesse an Nettoversicherungen**, nachdem die Befragten eine kurze Erläuterung zu diesem Thema erhalten hatten.

76,9 Prozent

1000 Euro

Fast ein Fünftel der Befragten wären bereit, dieses **Honorar oder auch mehr** zu bezahlen, wenn Sie dafür durch ein Nettoprodukt einen wirtschaftlichen Vorteil bei der Ablaufleistung von mehr als 10.000 Euro erlangen können.

- Das **durchschnittliche Honorar**, das die Teilnehmer in diesem Beispiel bereit gewesen wären zu zahlen, betrug 726 Euro. Dies entspricht in der Höhe auch ungefähr der durchschnittlichen Einschätzung zur Provisionshöhe innerhalb der Studie.

## Details zur Studie

- Repräsentative Verbraucherumfrage mit INNOFACT als Marktforschungsinstitut
- Zielgruppe: 1.000 Internetnutzer in Deutschland (18-65 Jahre) in bevölkerungsrepräsentativer Quotierung
- Methode: Onlinestudie
- Fragebogen- / Interviewlänge: 4-5 Minuten
- Rekrutierung der Befragungsteilnehmer aus den INNOFACT Consumer- und B2B-Panels in Deutschland