Je frischer, desto besser

LEADS Regelmäßig untersucht Cash. den Markt der Leadsanbieter. Seit der letzen Erhebung hat sich am Markt einiges getan. Cash. sprach mit Anbietern über externe Einflüsse, Qualität und Service.

An der letzten Marktübersicht der Leadsanbieter vor drei Jahren haben noch zwanzig Anbieter teilgenommen. In diesem Jahr haben auf Anfrage von Cash. lediglich 16 Unternehmen ihre Daten übermittelt. Die Gründe hierfür sind unterschiedlich. Während einige der kontaktierten Anbieter ihre Geschäftstätigkeit komplett aufgegeben haben, gab es auch Übernahmen und Fusionen. Ein Beispiel hierfür ist der Erwerb der Mehrheit der Anteile an der Finance Circle GmbH, Betreiber des Portals Datensatzboerse.de, durch den Wettbewerber Finanzen.de AG im November 2011. Ziel der Übernahme war die Stärkung der Marktposition. Laut Unternehmensangaben ist durch die Übernahme der größte Leadshändler Deutschlands entstanden.

Mehr Kunden, weniger Anbieter

Ob es sich bei den Veränderungen um eine Marktbereinigung oder um normale Marktschwankungen handelt, schätzen die Marktteilnehmer unterschiedlich ein. „Der Leadsmarkt war und ist volatil. Anbieter kommen und gehen – und nicht immer setzt sich Qualität durch“, erklärt Eva Barjiji, Geschäftsführerin der Leadbutler GmbH aus München. Oliver Hanke, Geschäftsführer des Leadanbieters Powerleads.de aus Hamburg, glaubt hingegen an eine Entwicklung zu mehr Qualität auf dem Markt. Der Markt habe sich in den letzten Jahren um die Teilnehmer bereinigt, die dem Käufer in der Leadsgewinnung und im Service zu wenig Qualität geliefert hätten. Zudem kaufen laut Hanke immer weniger Makler Leads beim unseriösen Anbietern. Diese arbeiten demnach meist ausschließlich auf Vorkasse und liefern wenige oder keine Leads. Auch die unseriösen Leadshändler, die Leads doppelt verkaufen, seien weitgehend vom Markt verschwunden, obwohl Kontrolle und Nachweis hier denkbar schwierig sind. „Am Ende ist es so wie in vielen anderen Märkten: Qualität setzt sich am Ende durch“, meint Hanke. „Damit meine ich nicht nur die Qualität in der Leadsgewinnung, sondern auch die Servicequalität.“

Anders als Hankes Marktanalyse fällt die von Daniel Hoffmann, Gründer und Vorstand der Finanzen.de AG aus Berlin, aus. Qualität habe sich seiner Meinung nach am Leadsmarkt noch nicht merklich durchsetzen können, es gebe nach wie vor sehr unterschiedliche Preis- und Qualitätsniveaus. „Der Markt hat sich insofern verändert, als dass es immer mehr Kunden gibt, die sich online über Versicherungs- und Finanzprodukte informieren“, berichtet Hoffmann. Von 2010 auf 2011 habe sich die Anzahl der Menschen, die ein Vergleichsportal nutzen, um passende Finanz- und Versicherungsprodukte zu finden, um zehn Prozent erhöht.

Den typischen Leadskäufer gibt es nicht. So beschreiben alle befragten Leadsanbieter ihre Kundenstruktur als sehr heterogen. Zu den Kunden der Anbieter gehören Vertriebe, Pools und große bis kleine Maklereinheiten bis hin zum Einzelkämpfer. Aber auch auf der Abnehmerseite hat sich der Leadsmarkt in den vergangenen Jahren verändert. „Immer mehr Großabnehmer treten an uns heran, weil auch diese feststellen, dass Qualität mehr wert ist“, erzählt Detlef Gielen, zuständig für die Maklerbetreuung beim Berliner Leadsanbieter Finanzkunden.net. Diesen Eindruck bestätigt auch Daniel Hoffmann von Finanzen.de, der aktuell eine leichte Verschiebung dahingehend erkennt, dass größere Vertriebe mittlerweile mehr Leads beziehen. Den großen Abnehmern kommt hierbei natürlich auch die Zahl der angeschlossenen Vermittler und damit der potenziellen Leadsbezieher zugute. Diesen Größenvorteil nutzen einige, um besondere Konditionen bei den Leadshändlern auszuhandeln. Den Maklerpool Jung, DMS & Cie. aus Grünwald und den Münchener Anbieter Leadbutler verbindet beispielsweise seit rund einem Jahr eine Kooperation, die es angeschlossenen Maklern ermöglicht, Leads mit exklusiven Serviceleistungen zu buchen.

Auch die Vermittler des Münchener Maklerpools Fonds Finanz Maklerservice GmbH kommen bei einem der Anbieter in den Genuss von Sonderleistungen. Für jeden durch den Leadshändler Finanzen.de vermittelten Kunden, dessen Vertrag die Vermittler über die Fonds Finanz einreichen, erhalten sie durch den Anbieter einen weiteren Kundenkontakt.

Mehr Qualität

Die Gewinnung der Leads erfolgt heute fast ausschließlich über das Internet, denn seit August 2009 ist die Kaltakquisition per Telefon unter empfindliche Strafe gestellt. Das „Gesetz zur Bekämpfung unerlaubter Telefonwerbung und zur Verbesserung des Verbraucherschutzes bei besonderen Vertriebsformen“ verbietet Telefonwerbung gegenüber Verbrauchern, ohne deren vorherige ausdrückliche Einwilligung. Bei der Generierung der Leads im Internet verzichten die meisten Anbieter auf „Lockangebote“ wie Gewinnspiele oder Pop-ups. Stattdessen nutzt die Mehrheit der Anbieter eigene Websites, die beispielsweise Informationen oder Vergleichstools zu Produkten anbieten.

Leadskauf Berufsunfähigkeit

Ein Vermittler erwirbt 25 BU-Leads für 82 Euro pro Stück. Bei einer Abschlussquote von 35 Prozent, liegt sein Ertrag aus dem Leadkauf bei 8.106 Euro. Quelle: Powerleads.de

Basisrechnung BU		
Leadpreis	69	Euro
Leadpreis inklusive 19 % MwSt.	82	Euro
Reklamationsquote	25	Prozent
Anzahl der Leads nach Reklamation	25	
Gesamtkosten Leads	2.053	Euro
Abschlussquote	35	Prozent
Anzahl der Abschlüsse	8,75	
Monatsbeitrag	75	Euro
Laufzeit in Jahren	30	
Bewertungssumme	27.000	Euro
Provisionssatz	4,3	‰
Provisionsertrag pro Vertrag	1.161	Euro
Provisionsertrag für alle Abschlüsse	10.159	Euro
abzügliche Leadskosten	2.053	Euro
Gesamtertrag aus dem Leadskauf	**8.106**	**Euro**

Oliver Hanke, Powerleads.de: „Leads im Bereich der Berufsunfähigkeitsversicherung werden 2013 an Bedeutung gewinnen."

FOTO: ANGELA PFEIFFER

Die Portale sollen interessierte Kunden ansprechen und ihnen qualitativ hochwertige Seiteninhalte zu den jeweiligen Themen bieten. Der so erzeugte Mehrwert für den User und die Tatsache, dass der Datensatz durch eine aktive Suche entstanden ist, soll zu hohen Umwandlungsquoten bei den Leads führen. Der Hamburger Anbieter Powerleads.de setzt bei der Gewinnung seiner Versicherungs-Leads auf eigene Suchmaschinen-optimierte Informations- und Vergleichsportale, wie beispielsweise PKV-Vergleich.de, Mister-Finance.de und Berufsunfähigkeitsversicherung-Ratgeber.com. Auch für Leadbutler steht die Qualität der Leads im Vordergrund. Von Zulieferern der Datensätze erwartet das Unternehmen daher den strikten Verzicht auf die Generierungsarten Gewinnspiel, „Forced Clicks" und Massenmails. Zudem muss die Herkunft der Leads lückenlos nachgewiesen werden. Auch das Anbieten der bei Leadbutler angebotenen Datensätze an anderer Stelle ist untersagt.

Die Qualität des Datensatzes hängt auch davon ab, ob er in einer Börse erworben wurde, oder es sich um einen Kampagnenlead handelt. Beim Börsenmodell kann der Berater jederzeit einen Datensatz ersteigern, wobei Wert und damit der Preis der angebotenen Leads im Zeitverlauf sinkt. Bei den sogenannten Leadskampagnen bestellt der Käufer Datensätze, die seinen Vorgaben zu Sparte, Anzahl und Region entsprechen.

Mehr Service

Powerleads.de lehnt das Börsenmodell ab und verteilt Leads stets tagesaktuell, damit die Berater zeitnah an den Beratungswunsch anknüpfen können. „Wir vermeiden es daher, die Leads in Börsen noch tagelang verweilen zu lassen", erläutert Geschäftsführer Hanke. „Selbst ein stark preisreduzierter Lead ist immer noch zu teuer, wenn der Kunde sich dann schon anderweitig entschieden hat oder kein Interesse mehr besteht." Dieser Meinung schließt sich auch Leadbutler-Geschäftsführerin Barjiji an. Zum Abbau von Produktionsspitzen habe die Leadbörse aber durchaus ihre Daseinsberechtigung. Deswegen bietet Leadbutler beide Modelle an. Weniger dogmatisch sieht das Hoffmann von Finanzen.de, der grundsätzlich keinen qualitativen Unterschied bei den unterschiedlich angebotenen Leads erkennen kann. Dennoch seien die Kampagnenleads „frischer" und damit wertvoller, was aber vor allem dem Umstand geschuldet sei, dass die Kampagnen immer vor den Börsen beliefert würden.

Ungeachtet dessen auf welchem Weg die Datensätze erworben wurden, müssen sie gewisse Qualitätsstandards erfüllen. Tun sie das nicht, hat der Käufer die Möglichkeit zu reklamieren. Die einzelnen Reklamationsgründe formulieren die Anbieter unterschiedlich. Dennoch werden von ihnen mehrheitlich die gleichen Gründe anerkannt, wobei manche nur für bestimmte Sparten gelten. Zudem müssen die Reklamationen teilweise innerhalb von festgelegten Fristen erfolgen, die je nach Begründung zwischen wenigen Stunden und einigen Tagen liegen. Ein typischer Reklamationsgrund ist die Unerreichbarkeit des potenziellen Kunden, weil etwa der Telefonanschluss nicht existiert, die Kontaktversuche des Beraters

Fortsetzung auf Seite 90

Lead-Börsen und -Anbieter im Überblick

Anbieter	Art der Leads (Produktgattungen)	Datenangaben pro Lead
7Services GmbH Kirchweg 1a 86981 Kinsau 0800 – 057 777 777 www.7services.de/leads/leads_generierung.html info@7services.de	Individuelle Leadkampagnen fein abgestimmt auf Cross-Channel-Ansprüche für geschlossene Leadkampagnen von Institutionen und großen Vertriebsgruppen. Innovative und hochperformante Mediabuchung- und Targeting-Strategieentwicklung, für Synergieeffekte im Lead-Marketing.	Üblicherweise standardisierte Kontaktdaten angereichert mit dem individuellen Leadtyp entsprechend den Anfrageinhalten zum gewünschten Produkt und angepasste und individualisierte Einlieferung in CRM oder geschlossene Leadhandelssysteme.
abakus24 Service GmbH Düsseldorfer Straße 17-18 10707 Berlin 030 – 887 187 88 www.abakus24.de caspar.ricke@abakus24.de	Private Krankenversicherung (PKV), Immobilienfinanzierung, Altersvorsorge (AV), Berufsunfähigkeit (BU), Pflegeversicherung (PV)	Name, Adresse, E-Mail-Adresse, Geburtsdatum, Berufsstatus, Telefon, Angaben zum Versicherungsumfang, AV und BU: Höhe des monatlichen Zahlbeitrages / der gewünschten monatlichen Rente Baufinanzierung : Vielzahl von Angaben zu Objekt und Einkommensverhältnissen. Darüber hinaus werden nur Leads generiert, bei denen eine Finanzierung darstellbar ist
Cucoso GmbH ehem. Leadservice24 Theobaldstraße 34 64807 Dieburg 06071 – 430 800 0 www.cucoso.com info@cucoso.com	Gewerbeversicherung, PKV, AV, BU und Krankzusatzversicherung (KVZ). Desweiten bieten wir Maklern die Option der regionalen Direktvermarktung bei der Anfragen von Interessenten direkt auf Ihre Person hin generiert werden.	Name, Vorname, Geburtsdatum, Adresse, Telefon, beste Erreichbarkeit, E-Mail-Adresse, Beruf, Berufsstatus, Familienstand, Kinder, Anlagewunsch (zum Beispiel: Beitrag, Versicherungssumme, Laufzeit und gewünschte Produktsparte)
denkebene marketing and consulting Ltd. Schützenstraße 3-5 66123 Saarbrücken 0700 – 336 532 36 www.finaperten.de willkommen@denkebene.com	PKV, gesetzliche Krankenversicherung (GKV), KVZ, PV, Gewerbliche Sachversicherung (GWS), AV, Riester, Rürup, Lebensversicherung (LV), Risikolebensversicherung (RLV), BU	Datum, Uhrzeit, Geschlecht, Name, Adresse, Telefon, E-Mail-Adresse, Geburtsdatum, Berufsstatus, ausgeübter Beruf, Bruttoeinkommen, Produktsparte Weitere spartenspezifische Datenangaben am Beispiel PKV: Vorversicherung, Stationäre Leistungen, Zahnersatzleistungen, ambulante Leistungen, Selbstbeteiligung und Krankentagegeld
finanzen.de AG Schlesische Straße 29/30 10997 Berlin 030 – 319 861 920 www.finanzen.de/beraterservice berater@finanzen.de	AV, BU, PV, PKV, Baufinanzierung, Kapitalanlage, GWS, RLV, Sachversicherungen, KVZ	Herkunft des Leads, Vorqualifizierungsstatus, Ergebnisseite bei Online-Vergleich, Datum und Uhrzeit, Sparte, Name, Geburtsdatum, Adresse, Berufsstatus, Telefon, E-Mail-Adresse, produktspezifische Angaben
finanzkunden.net Bessemerstraße 82 12103 Berlin 030 – 340 600 912 www.finanzkunden.net dg@finanzkunden.net	Finanzierungsanfragen speziell Baufinanzierung, Konsumentenkredite, PKV, BU, AV, Investments, Kapitalanlagen (geschl. Beteiligungen, Immobilien) Für Banken, Versicherungen und Initatoren spezielle Produktleads und Kampagnen	Name, Geburtsdatum, Adresse , E-Mail-Adresse, Telefonnummer, Berufsstatus, Berufsbezeichnung, Familienstand, Produktsparte zusätzliche Informationen: wo wurde der Leads generiert, was erwartet der Kunde optionale Daten: stationäre Leistungen, zahnärztliche Leistungen, ambulante Leistungen, Krankentagegeld, Krankenhaustagegeld, Bruttoeinkommen,
finservice **Service für Finanzdienstleister** GmbH Hutgasse 4 95488 Eckersdorf 09279 – 528 200 0 www.finservice.de info@finservice.de	Versicherungen, Finanzierungen, Geldanlagen, Kapitalanlagen	Kundendaten: Name, Geburtsdatum, Adresse, Telefon, beste Erreichbarkeit, E-Mail-Adresse, Beruf, Berufsstatus, Familienstand Produktdaten PKV: neun Fragen zum Versicherungswunsch Produktdaten Baufinanzierung: 12 Fragen zum Finanzierungswunsch
Flymint GmbH – Der Kaltakquise-Killer! Im Intershop Tower Leutragraben 1 07743 Jena 03641 – 573 340 0 www.flymint.com info@flymint.com	Der Gesamtprozess der Leadgenerierung wird mit dem Kunden nach individuellen Bedürfnissen der Zielgruppe, Wunschkunden und dem Vermarktungsfokus in skalierbarer Form aufgesetzt. Es erfolgt keine standardisierte Leadvermittlung.	Nach Vorgaben und Wünschen der Kunden / zumeist sämtliche Kommunikationsdaten

(Auswahl, alphabetische Anordnung)

Preisspannen	Qualitätssicherung	Marktpräsenz	Umsatz p.a.
Setup nach gewünschtem Aufwand zuzüglich Erfolgsprovision pro Lead.	Komplette Offenheit und Beinflussungsmöglichkeit von Generierungsketten. Vom ersten Werbemittelkontakt bis hin zur Produktbeschreibung und Formularausfüllung oder telefonischer Kontaktaufnahme. Alle Bausteine einer Qualitätssicherung werden im Vorfeld besprochen, deren Auswirkungen und Kostenfaktoren durchleuchtet und individuell auf die Erfordernisse angepasst.	Seit 2002 am Markt	Keine Angabe
PKV: 110 bis 169 Euro Immobilienfinanzierung: 29 bis 69 Euro PKV-Beamte: 49 bis 69 Euro AV, BU und RV: 49 bis 69 Euro	Qualität wird durch Art der Generierung sichergestellt. Alle Leads werden über das Internet generiert. Keine Pop-up-Werbung, keine Bannerwerbung auf Fremdportalen, keine Nutzung von Partnerprogrammen / Affiliates, manuelle Sichtprüfung der Leads, sofortige Weiterleitung der Leads an Abnehmer	Seit 1999 am Markt	Keine Angabe
Je nach Sparte 15 bis 159 Euro Bei der regionalen Direktvermarktung wird eine monatliche Grundgebühr abgerechnet die alle Anfragen und Leistungen beinhaltet.	Leads werden schwerpunktmäßig über eigene Seiten wie easyfinanz24.de oder gewerbe-versicherungen.com generiert. Es werden keine Gewinnspiele oder Pop-ups geschaltet und auf Werbeaussagen wie „PKV für 59 Euro“ wird ebenfalls verzichtet. Alle Leads durchlaufen eine Sichtprüfung und eine automatische Adressprüfung. Bei der regionalen Direktvermarktung werden telefonische Anfragen direkt an den Makler durchgestellt und alle schriftlichen Anfragen über ein Doppel-Optin geprüft.	Seit 2005 am Markt	Keine Angabe
PKV: 49 Euro, GKV: drei Euro KVZ: vier Euro GWS 18 Euro AV, LV: 22 Euro RLV: sieben Euro BU: 19 Euro Alle Preise sind Nettopreise.	Leads werden nur aus Suchanfragen bei Suchmaschinen und Textanzeigen in Displaynetzwerken produziert. Nur versicherungs- und finanzaffines Umfeld der Landingpages. Keine Pop-ups, keine Werbung mit Preisen. Erfassung aller notwendigen Daten via SSL-Formular, Pflichtfelder für alle wichtigen Daten, Scherzanfragen- und Dublettenfilter	Seit 2005 am Markt	Rund 78.000 Leads
Leads aus der Börse/finanzen.de-App: ab acht Euro brutto Leads aus Kampagnen: zwischen 14 und 200 Euro brutto (je nach Sparte und Region)	Berater können Lead-Einlieferer selbstständig deaktivieren. Datensatzbewertungen durch unsere Berater ermöglichen einen konstant hohen Qualitätsstandard. Der Kunde wird vor Kontaktaufnahme durch den Berater informiert, wer sich bei ihm melden wird.	Seit 2004 am Markt	250.000 Leads
Fünf bis 249 Euro pro Datensatz je nach Sparte und Qualität.	Interessentengewinnung nur über Suchmaschinenmarketing und themenrelevantes Umfeld. Auslieferung der Leads sofort nach Sichtprüfung oder wahlweise nach Qualifizierung.Bonitätsgarantie: Anbieter stellt sicher, dass der Interessent für das angefragte Produkt bonitär ist. Ernsthaftigkeitsgarantie: Anbieter garantiert, dass die gestellte Anfrage ernsthaft ist und wirkliches Interesse besteht.	Seit 2004 am Markt	Keine Angabe
finleads-direkt je nach Sparte: zehn bis 129 Euro finleads-premium je nach Sparte: 39 bis 269 Euro finleads-direktPlus inklusive Reklamationsservice (eigene Datensätze) generell: Bearbeitungspauschale pro Datensatz: sieben Euro Alle Preise sind Nettopreise.	Optionaler Service finleads-direktPlus: Terminierung, eine Vorqualifizierung oder eine Nichtqualifizierung	Seit 2003 am Markt	Keine Angabe
Abhängig vom Umfang, Gesamtvolumen und Zielgruppe. Weiterhin spielen das zu vermarktende Produkt/-dienstleistung sowie die aktuelle Marktsituation eine sehr entscheidende Rolle. Die Qualitätsanforderungen seitens der Kunden regeln hier maßgeblich den Preis.	Mit dem Aufsetzen des Gesamtprozesses werden zusammen mit dem Kunden individuelle Qualitätssicherungsmethoden und -standards ausgewählt und installiert.	Seit 2007 am Markt	Keine Angabe

Lead-Börsen und -Anbieter im Überblick

Anbieter	Art der Leads (Produktgattungen)	Datenangaben pro Lead
LeadButler GmbH Schneckenburgerstraße 22s 81675 München 089 – 200 088 80 www.lead-butler.de info@lead-butler.de	Leads aus allen drei Versicherungsbereichen: Krankenversicherungen, Lebensversicherungen und Sachversicherungen. Die Leads werden optional durch ein Servicecenter vorqualifiziert. Ausschließlich Internetleads, keine Gewinnspiele, keine Callcenterleads.	Name, Adresse, Telefonnummer, E-Mail-Adresse, Produktsparte, Leadgenerierungsdatum Daten aus der telefonischen Vorqualifizierung, zum Beispiel: Berufsstatus, Check Versicherbarkeit, Check Versicherungsinteresse (Ernsthaftigkeit der Anfrage, Identifikation von Scherzanfragen), beste telefonische Erreichbarkeit
Ormigo GmbH Brüsseler Straße 89-93 50672 Köln 0800 –410 030 0 https://ormigo.com	Alle relevanten Sparten der Personen- und Sachversicherungen, Finanzierungen und Kapitalanlagen. Schwerpunkte in den Bereichen BU, AV und Baufinanzierung	Geschlecht, Name, Adresse, E-Mail-Adresse, Telefon, Geburtsdatum, Berufsgruppe, Beruf, Erreichbarkeit Spartenabhängig: Einkommen, Absicherungswünsche, Details zum Finanzierungsobjekt, Eigenkapital
Powerleads.de Dorotheenstraße 48 22301 Hamburg 040 – 303 979 79 www.powerleads.de service@powerleads.de	PKV, PKV-Beitragsoptimierung, KVZ, PKV Beamte, BU, AV (Riester, Rürup), GWS, Pflegezusatzversicherung, Konsumentenkredite	Jede Leadkategorie hat zur Generierung spezifische Formulare und daher entsprechend unterschiedliche Angaben zum Produkt. Pflichtfelder sind jedoch Sparte, Anfragezeitpunkt, Name, Adresse, Telefon, E-Mail-Adresse, beste Erreichbarkeit
Qualitypool GmbH Hansestrasse 14 23552 Lübeck 030 – 420 819 36 www.qualitypool.de info@qualitypool.de	Baufinanzierung, Versicherung	Variiert, abhängig von der Produktgattung
salesurance GmbH Budapester Straße 39 10787 Berlin 030 – 688 123 820 www.salesurance.de www.finanzheld.de www.leadsale.de info@salesurance.de	PKV, BU, AV, LV, GWS, PV, Baufinanzierung, Kapitalanlage, Existenzgründer Weitere Sparten auf Anfrage. Jeder Versicherungsvermittler erhält zudem ein umfangreiches Beraterprofil auf dem Portal Finanzheld.de und kann damit seine eigenen Leads kostenfrei generieren in allen Versicherungssparten.	Name, Adresse, Geburtsdatum, Telefon, E-Mail-Adresse, Datum der Leadgenerierung, Familienstand, Beruf und Berufsstatus Bei qualifizierten Leads zusätzlich: beste Erreichbarkeit, telefonischer Kontaktwunsch, genaue Tätigkeitsangaben, sonstige Wünsche des Interessenten
Seguras Media GmbH & Co. KG Birkenweg 9 27624 Köhlen 04708 – 921 439 20 www.seguras24.de makler@seguras.de	BU, PKV, KVZ, AV (Riester, Rürup), PV, Sterbegeldversicherung, GWS, Kapitalanlagen Individuelle Produkte können gemeinsam geplant und realisiert werden.	Name, Adresse, Geburtsdatum, E-Mail-Adresse, Telefon, Berufstatus, Familienstand sowie weitere individuelle Angaben
Valueleads GSValuemanagement GmbH Kernerstraße 59 70182 Stuttgart 0711 – 860 202 70 www.valueleads.de buero@valueleads.de	PKV, KV, BU, AV (Riester, Rürup, Vermögensaufbau, Kapitalanlage), Pflegezusatzversicherung und Pflegevorsorge (PVZ), Gewerbeversicherungen Weitere Sparten (auch außerhalb Versicherungs- und Finanzbranche) und personalisierte Kampagnen auf Anfrage.	Datum, Produktsparte, Name, Adresse, Telefon, E-Mail-Adresse, Geburtsdatum, Berufsgruppe, Einkommen (PKV- Voll) Zusatzangaben je nach Sparte: Einkommen, Versicherungswunsch, Rentenhöhe, Renteneintrittsalter, Laufzeit, gewünschte Auszahlung, Priorität, Lead-Herkunft
veron® Versicherungsmakler GmbH Arndtstrasse 13 90419 Nürnberg 01805 – 837 662 www.leadmarkt.de info@leadmarkt.de	PKV, KVZ, Beitragsoptimierung PKV, GKV, BU, AV (Riester, Rürup), RLV, PVZ, GWS, Denkmalschutz-Immobilien, Baufinanzierung Alle Leads auch vorqualifiziert.	Name, Adresse, Geburtsdatum, Kinder, Familienstand, Berufsstatus, Berufsbezeichnung, Telefon, E-Mail-Adresse, Angaben zum Versicherungswunsch, Einkommen Fragenkatalog aus bis 15 Fragen bei qualifizierten Leads

(Auswahl, alphabetische Anordnung)

Preisspannen	Qualitätssicherung	Marktpräsenz	Umsatz p.a.
Krankenvoll: 139 Euro, Krankenzusatz: 19 Euro AV und BU: 65 Euro PV: 39 Euro Gewerbesach: 35 Euro Weitere Sparten und Preise auf Anfrage. Vorqualifizierungsgebühr: Drei bis sieben Euro pro Lead. Diese Gebühr wird im Reklamationsfall erstattet.	Bis zu vier Qualitätssicherungsstufen: automatische Adressvalidierung, manuelle Sichtprüfung, telefonische Vorqualifizierung, Terminierung	Seit 2009 am Markt	Monatlich rund 7.000 Leads
Auktionsbasierter Lead-Marktplatz. Das bedeutet, der Preis für einen Lead richtet sich nach der jeweiligen Nachfrage im gewünschten Einzugsgebiet. Mindestpreise: Baufinanzierung: 49 Euro AV und BU: 59 Euro PKV: 129 Euro	Jeder Lead durchläuft eine automatisierte Qualitätskontrolle, bei der die Adressdaten auf Korrektheit geprüft und Fake-Anfragen gefiltert werden. Darüber hinaus filtert Ormigo solche Leads, bei denen die Wahrscheinlichkeit für einen Vertragsabschluss gering ist. Künftig wird Ormigo auch Leads anbieten, die zusätzlich eine telefonische Vorqualifizierung durchlaufen haben.	Seit 2006 am Markt	Keine Angabe
PKV: ab 130 Euro; für Beamte und Studenten ab 45 Euro Beitragsoptimierung: ab 30 Euro AV und BU: ab 65 Euro PV: ab 25 Euro Konsumentenkredite: ab 25 Euro	Leadgewinnung durch eigene hochfrequentierte Portale wie Mister-Finance.de, PKV-Vergleich.de und Berufsunfaehigkeitsversicherung-Ratgeber.com Leadgewinnung über hochwertigen Suchmaschinen-Traffic und weiteren Performance-Marketing-Kampagnen kein Doppelverkauf, keine Gewinnspiele, keine Callcenter-Leads valide Rufnummern durch Klicktel und Infoscore stundenaktuelle Weiterleitung der Leads per Mail und/oder SMS	Seit 2003 am Markt	Rund 5 bis 6 Millionen Euro 80.000 bis 100.000 Leads
Variiert abhängig von der Produktgattung und bei Baufinanzierung auch von der Darlehenshöhe	Vorqualifizierung durch Customer Care Center	Seit 1997 am Markt	Keine Angabe
PKV: 20 bis 179 Euro AV und BU: 55 bis 99 Euro GWS: 25 bis 39 Euro PV: 30 bis 50 Euro Baufinanzierung: 60 bis 120 Euro Variiert abhängig von Abnahmegebiet, Abnahmemengen, qualifizierten / unqualifizierten Datensätzen.	Umsetzung eigener Leadgewinnungskampagnen, Leadgewinnung über mehr als zehn Landingpages wie Finanzheld.de, Leadgewinnung über Performance/Display Kampagnen, Social-Media-Marketing, Suchmaschinenmarketing, Affiliate Marketing, kein Doppelverkauf, keine Gewinnspiele-Leads, keine Callcenter-Leads Weiterleitung des Datensatzes innerhalb weniger Minuten. Datensatz wird mehrfach geprüft. Optional: Vorualifizierung	Seit 2008 am Markt	Monatlich zwischen 5.000 und 7.500 Leads Zudem Leadkampagnen für namhafte Versicherungsgesellschaften und Ausschließlichkeiten
PKV: ab 125 Euro AV und BU: ab 55 Euro PV: ab 25 Euro Krankenzusatz: ab 10 Euro Sterbegeld: ab 25 Euro GWS: ab 30 Euro Kapitalanlagen: ab 55 Euro	Leadgenerierung größtenteils über eigene Webseiten, die durch seriöses Onlinemarketing beworben werden. Die Anzeigen befinden sich auf hochwertigen und produktaffinen Portalen. Alle Leads werden maschinell und manuell durch speziell geschultes Personal auf korrekte Daten geprüft. Keine Doppelverkäufe, keine Callcenter-Leads sowie keine Leads mit Gewinnversprechen	Seit 2002 am Markt	Monatlich rund 5.000 Leads Prognose 2012: 62.000 Leads
KVV: ab 120 Euro KVB: ab 50 Euro KVS: ab 25 Euro KVZ: ab 20 Euro KV 55+: ab 50 Euro PVZ: ab 30 Euro BU: ab 60 Euro AV: ab 70 Euro Alle Preise sind Nettopreise. Rabattvereinbarungen möglich. Weitere Sparten auf Anfrage.	Werbeschaltungen erfolgen ausschließlich auf seriösen Internetseiten und in themenrelevanten Werbeumfeldern. Interessenten haben meist aktiv nach Stichworten zum Thema gesucht. Alle Quellen unterliegen ständigen Qualitätssicherungsmaßnahmen. Keine Werbeschaltung auf Pop-ups oder in Affiliatesystemen. Eingehende Leads werden automatisiert und zusätzlich manuell auf Plausibilität geprüft. Leads werden umgehend nach Qualitätsprüfung an den Partner weiter geleitet.	Seit 2004 am Markt	2011: 43.000 Leads Prognose 2012: 50.000 Leads
PKV: 135 Euro BU: 60 Euro AV: 65 Euro Pflegezusatz: 40 Euro GWS: 30 Euro Baufinanzierung: 60 Euro	Datensätze werden auf Scherzanfragen und korrekten Telefonnummern per Adressanreicherungssysteme geprüft. Dubletten werden gefiltert. Auslieferung erfolgt per E-Mail sowie Einstellen in den persönlichen Account. Zudem steht dem Makler eine App zur Verfügung, mit welcher er alle Interessenten jederzeit kontaktieren sowie Leads aus der Börse erwerben kann. Leadgenerierung erfolgt durch Kooperation mit Finanzportalen sowie durch eigene Finanzseiten, wie www.pflegeversicherung.de	Seit 1998 am Markt	Rund 200.000 Leads jährlich (im Gesamtverbund)

„Qualität setzt sich durch“

INTERVIEW Cash. sprach mit Oliver Hanke, Geschäftsführer des Hamburger Lead-Anbieters Powerleads, über den Lead-Markt und die Bedeutung von Service und Qualität.

Bei den Anbietern von Leads hat es in den vergangenen drei Jahren einige Fluktuation gegeben. Inwieweit hat sich der Markt ihrer Meinung nach verändert?

Hanke: Die Fluktuation der letzten Jahre war letztlich eine begrüßenswerte Marktbereinigung um die Teilnehmer, die keine gute Qualität geliefert haben. Meist waren es Callcenter, die Leads über den rechtlich unsauberen Weg der Kaltakquise gewonnen haben und nicht ausreichend werthaltig waren. Zudem sind auch Lead-Anbieter gescheitert, die ausschließlich auf Vorkasse gearbeitet haben und oftmals wenig bis keine Leads lieferten. Am Ende ist es so wie überall: Qualität setzt sich durch. Damit meine ich nicht nur die Qualität in der Leadgewinnung, sondern auch die Servicequalität durch persönliche und telefonische Betreuung der Käufer, die Qualität in der Reklamationsbearbeitung und die Anwenderfreundlichkeit des Buchungssystems.

Oliver Hanke, Powerleads.de, begrüßt die Marktbereinigung der letzten Jahre.

Gibt es einen qualitativen Unterschied zwischen Leads, die in einer Leadsbörse erworben wurden und den direkt gekauften?

Hanke: Hier kann ich nur für Powerleads.de sprechen: wir generieren den Großteil unserer Leads direkt über unsere diversen eigenen Portale. Das schafft zum einen Transparenz und ermöglicht uns zum anderen, jeden Lead “frisch” und tagesaktuell zu verteilen. Unsere Käufer können so in ihrer Beratung an den Beratungswunsch des Interessenten anknüpfen. Auf Leadbörsen tummeln sich indes auch gerne einmal „Ladenhüter“. Käufer sollten bedenken, dass selbst ein stark preisreduzierter Lead immer noch zu teuer ist, wenn der Lead sich bereits anderweitig entschieden hat oder kein Interesse mehr besteht.

Inwieweit wirken äußere Einflüsse wie das schlechte Branchen-Image und die Euro-Krise auch auf die Lead-Generierung aus?

Hanke: Führende Qualitätsanbieter haben nach wie vor ihre zufriedenen Kunden, was sich nicht zuletzt in der langjährigen Zusammenarbeit widerspiegelt. Daran rüttelt auch die Euro-Krise nur sehr wenig. Auf der Konsumentenseite spüren wir allerdings eine Verunsicherung bezüglich der Renditechancen im Bereich der Altersvorsorge. Hier findet gerade eine Verschiebung in Richtung BU- und Pflegeversicherung statt, die Berater nutzen sollten.

Das Gespräch führte **Julia Böhne**, Cash.

Fortsetzung auf Seite 85

keine Reaktion erzeugt, oder der Interessent unter den Kontaktdaten unbekannt ist. Allerdings muss der Berater vor der Reklamation mithilfe von telefonischer Auskunft, Telefonbuch oder Internetauskunft nach alternativen Kontaktdaten des Interessenten recherchieren.

Die Reklamationsquote liegt den Anbietern zufolge je nach Sparte zwischen zehn und 20 Prozent. „Die Erfolgs- beziehungsweise Reklamationsquote ist von Sparte zu Sparte unterschiedlich und nicht zuletzt auch abhängig von der Beratungsqualität des Vermittlers“, meint Leadbutler-Geschäftsführerin Barjiji. Ein Lead ist eben kein Abschluss. Die Anbieter können zwar die Qualität der Datensätze garantieren, Beratungsqualität und Verkaufstalent kann aber auch der qualitativ hochwertigste Lead nicht ersetzen. Dennoch entwickeln die Leadshändler ihre Service-Angebote kontinuierlich weiter. Neben „klassischen“ Zusatzleistungen wie Vorqualifizierungen der Leads und Terminierung durch Call-Center, ist in den letzten Jahren der unkomplizierte und schnelle Zugriff auf die Datensätze in den Vordergrund gerückt. Die meisten Anbieter versenden die Daten per Mail oder nutzen Internet-Tools, auf die die Berater direkt zugreifen können. Auch die Nutzung mobiler Endgeräte rückt in den Fokus der Anbieter. Finanzen.de hat im Herbst 2012 eine Leadkauf-Applikation auf den Markt gebracht, die für Apple und Android verfügbar ist. „Mit dem Tool können Berater immer und überall bequem Neukunden beziehen und ihre Kundenanfragen verwalten“, erklärt Geschäftsführer Hoffmann. Sobald ein für sie interessanter Lead in der Börse eintrifft, erhalten sie zudem eine Information per Push-Nachricht.

Mehr Konsolidierung

Die Befragten nehmen nur geringe Auswirkungen von Eurokrise und dem angeschlagenen Branchenimage auf den Leadsmarkt wahr. Dennoch hat auch die durch die Krise verstärkte Zurückhaltung der Verbraucher Einfluss auf die Leadsgenerierung. „Natürlich wirkt sich die Verunsicherung auf der Konsumentenseite bezüglich der Renditechancen im Bereich der Altersvorsorge-Produkte auf die Umwandlungsquote des Beraters aus. Aber hier setzt sich die Qualität der Berater durch, die eine ganzheitlich Analyse erstellen“, meint Hanke von Powerleads. Legislative Interventionen wie die Einführung von Unisex-Tarifen und Pflege-Bahr machen sich demnach jedoch deutlicher bemerkbar. „Die Leadsmärkte sind von sehr unterschiedlichen Entwicklungen geprägt. So wird der PKV-Markt im ersten Halbjahr 2013 unter Druck sein, bis sich die Einführung der Unisex-Tarife eingependelt hat “, so Hanke weiter.

Langfristig rechnen die Anbieter mit einem wachsenden Leadsarkt, da sich immer mehr Kunden online über Produkte informieren. Gleichzeitig werde die persönliche Beratung auch weiterhin dem Online-Abschluss vorgezogen. „Leads sind nach wie vor die Beste und skalierbarste, sowie rechtlich sicherste Möglichkeit, Neukunden zu gewinnen und werden es wohl auch bleiben“, meint Maklerbetreuer Gielen. Dennoch erwarten die Marktteilnehmer eine weitere Konsolidierung auf Abnehmer- und Anbieterseite. ■

Julia Böhne, Cash.

FOTO: ANGELA PFEIFFER