

## Rechtsschutzversicherung: Freie Anwaltswahl ist Privatkunden am wichtigsten - Studie „Trends für Rechtsschutzversicherungen“

**Die freie Anwaltswahl ist aus Sicht von Privatkunden (Rechtsschutzversicherte und Rechtsschutzinteressierte) beim Thema Rechtsschutzversicherungen wichtigstes Merkmal: 45 Prozent der Befragten sind bereit, hierfür einen höheren Beitrag/Preis zu bezahlen. Auch rund jeder fünfte Versicherungsmakler geht in diesem Kontext von einer zusätzlichen Zahlungsbereitschaft aus.**

**Die freie Anwaltswahl ist aus Sicht von Privatkunden (Rechtsschutzversicherte und Rechtsschutzinteressierte) beim Thema Rechtsschutzversicherungen wichtigstes Merkmal: 45 Prozent der Befragten sind bereit, hierfür einen höheren Beitrag/Preis zu bezahlen. Auch rund jeder fünfte Versicherungsmakler geht in diesem Kontext von einer zusätzlichen Zahlungsbereitschaft aus. Dies zeigen die Ergebnisse der aktuellen Studie „[Trends für Rechtsschutzversicherungen](#)“ des Kölner Marktforschungs- und Beratungsinstituts YouGov, für die insgesamt 1.500 Rechtsschutzversicherte und Rechtsschutzinteressierte sowie 200 Versicherungsmakler vom 25.02 bis 13.03.2014 befragt wurden.**

An zweiter Stelle der attraktivsten Eigenschaften von Rechtsschutzversicherungen steht bei den Befragten das Angebot einer unbegrenzten Deckungssumme. In diesem Fall sind zwei von fünf Privatkunden bereit, hierfür mehr Geld auf den Tisch zu legen. Besonders die Gruppe der Rechtsschutzversicherten, mit einem Leistungsfall in den vergangenen fünf Jahren, hält die beiden Leistungsmerkmale „Anwaltswahl“ und „Deckungssumme“ für bedeutungsvoll. Wie wichtig der Besitz einer Rechtsschutzversicherung für die Verbraucher ist, zeigt die Studie ebenfalls: Etwa jeder zweite potenzielle Kunde hat in der Vergangenheit eine Situation erlebt, in der der Wunsch nach einer solchen bestand.

Aktuell ist knapp die Hälfte der 55 Millionen deutschen Versicherungsentscheider und -mitentscheider im Besitz einer Rechtsschutzversicherung (Quelle: [YouGov Kundenmonitor Assekuranz](#)). Jährlich werden etwa 600.000 Neuverträge abgeschlossen (Quelle: [YouGov Kundenmonitor e-Assekuranz](#)). Doch trotz der vielen Abschlüsse gehört die Rechtsschutzversicherung mit einer Combined Ratio (Verhältnis von Aufwendungen für Versicherungsbetrieb und Versicherungsleistungen zu abgegrenzten Prämien) von 96,7 Prozent nicht zu den profitabelsten Assekuranzprodukten. Der Hauptgrund für die relativ hohe Combined Ratio ist, dass etwa jeder dritte Rechtsschutzversicherte in den letzten fünf Jahren mindestens einen Schaden mit einer durchschnittlichen Schadenssumme von 310 Euro gemeldet hat (Quelle: [YouGov Kundenmonitor Assekuranz 2012, Highlight-Bericht Schadenregulierung](#)).

„Die Schadenhäufigkeit eines Kunden lässt sich zu einem relevanten Teil anhand von faktischen und psychographischen Personenmerkmalen vorhersagen“, weiß Dr. Oliver Gaedeke, Vorstand und Leiter der Finanzmarktforschung bei YouGov. „Ein entsprechendes Profiling, wie wir es in unserer Studie ausgearbeitet haben, kann die Identifikation wertvoller Kunden unterstützen“, so Dr. Gaedeke weiter.

Neben den konkreten Produkterwartungen, die Endkunden und Makler an Rechtsschutzversicherungen stellen, der Markenwahrnehmung oder den Abschlusswegen geht die YouGov Studie „Trends in der Rechtsschutzversicherung“ unter anderem der Frage nach, wie Anbieter von Rechtsschutzversicherungen wertvolle und weniger wertvolle Kunden auf den ersten Blick unterscheiden können.

In der Studie wurden folgende Rechtsschutzversicherer untersucht: ADAC, ADVOCARD, Allianz,

Allrecht, ARAG, Asstel, AUXILIA, AXA, Barmenia, Basler, Bruderhilfe, Concordia, Continentale, D.A.S., Debeka, DEURAG, Deutscher Herold, DEVK, DMB, ERGO, Generali, Gothaer, HDI, HUK24, HUK-COBURG, Itzehoer, LVM, Mecklenburgische, NRV, Nürnberger Versicherung, ÖRAG, Provinzial, R+V, RECHTSSCHUTZ UNION, ROLAND, Signal Iduna, VHV, WGV, Württembergische und Zurich.

Weitere Informationen zur Studie finden Sie unter:

<http://research.yougov.de/services/trends-fur-rechtsschutzversicherungen/>

**Pressekontakt:**

Nikolas Buckstegen

- Manager PR -

Telefon: 0221 / 420 61 - 444

E-Mail: [presse@yougov.de](mailto:presse@yougov.de)

**Kontakt zur Studienleitung:**

Dennis Bargende

- Senior Consultant -

Telefon: 0221 / 420 61 - 437

E-Mail: [dennis.bargende@yougov.de](mailto:dennis.bargende@yougov.de)

**Unternehmen:**

YouGov Deutschland AG

Gustav - Heinemann - Ufer 72

50968 Köln

Internet: [www.yougov.de](http://www.yougov.de)

**Über YouGov Deutschland AG:**

YouGov ist ein börsennotiertes Marktforschungsinstitut und einer der Pioniere im Einsatz von Online-Erhebungen zur Bereitstellung hochwertiger Daten in den Feldern Markt- und Sozialforschung. Neben dem Hauptsitz in London umfasst die weltweite YouGov-Gruppe u.a. Standorte in den USA, Skandinavien, Deutschland und dem Nahen Osten. YouGov ist ausgewiesener Spezialist für die Erforschung der Finanzdienstleistungs- und Versicherungsmärkte. Zahlreiche Unternehmen vertrauen seit vielen Jahren auf unsere Leistungen und unsere Erfahrung. YouGov liefert die relevanten Informationen rund um Marken, Produkte, Zielgruppen und Servicequalität und damit hochwertiges Entscheidungswissen für die Strategieentwicklung und die Optimierung von Marketing und Vertrieb. Individuelle Ad-Hoc-Studien werden ergänzt durch zahlreiche, zum Teil langjährige Monitorings im Privat- und Gewerbekundenmarkt, Image- und Werbetrackings, Vertriebspartnerbefragungen und kontinuierliche Studien zu Produktinnovationen. Wir verzahnen unsere fundierten wirtschaftspsychologischen Analysen zudem mit onlinebasiertem Realtime Research für tägliche Informationen „in Echtzeit“.

Weitere Informationen finden Sie unter [www.research.yougov.de](http://www.research.yougov.de)