

Maklerabschluss gewinnt bei Gewerbekunden weiter an Bedeutung

Unter den Gewerbekunden gewinnt der Versicherungsabschluss über Makler weiter an Bedeutung. Wurden vor zehn Jahren noch 37 Prozent der Abschlüsse über einen Makler getätigt, liegt der Anteil 2015 bei 46 Prozent. Im gleichen Zeitraum sanken die über Vertreter oder den Außendienst getätigten Abschlüsse von 57 Prozent (2005) auf diesjährig 47 Prozent, womit beide Abschlussformen erstmalig fast gleichhäufig angewendet werden.

Begleitet wird dieser Wandel von einem rückläufigen Entscheidungsaufwand bei Versicherungsabschlüssen. Gaben 2005 noch zwei Drittel (66 Prozent) an, bei Abschluss einer Firmenversicherung mehrere Angebote verschiedener Gesellschaften zu vergleichen, macht dies 2015 nur noch etwas als mehr die Hälfte (53 Prozent). Der Vertragsabschluss über das Internet spielt mit aktuell rund drei Prozent im Firmenbereich weiterhin keine große Rolle, obwohl 40 Prozent der Befragten ein hohes Interesse an Internetservices von Versicherungen äußern.

Dies sind Ergebnisse der seit 2004 jährlich durchgeführten Studie „[Gewerbekundenmonitor Assekuranz](#)“ des internationalen Marktforschungs- und Beratungsinstituts YouGov, für die 1.802 Personen, die in ihrem Unternehmen mit Versicherungsangelegenheiten betraut sind, vom 15. bis 24. August 2015 telefonisch befragt wurden. Die Ergebnisse sind nach Unternehmensgröße und Mitarbeiterzahl gewichtet. Schwerpunktthemen der diesjährigen Befragung sind Assistance-Leistungen und Digitalisierung.

Weiterhin hohe Zufriedenheit mit der Schadensregulierung

Auch in diesem Jahr setzt die Zufriedenheit mit der Regulierung von Schadensfällen die positive Entwicklung fort. Fast zwei Drittel (64 Prozent) der Entscheider bewerten sie als sehr gut bis ausgezeichnet, womit die Regulierungszufriedenheit auf dem Vorjahresniveau verbleibt. Zu den Top Unternehmen gehören hier, in alphabetischer Reihenfolge: Generali, LVM, Provinzial, Signal Iduna, SV Sparkassenversicherung, Württembergische.

Bei der Frage nach der Gesamtzufriedenheit mit den Versicherungsgesellschaften liegen, wiederum in alphabetischer Reihenfolge, AachenMünchener, HUK-Coburg, LVM, Provinzial und Volkswagen-Versicherung auf den ersten fünf Plätzen.

„Bislang führt der Online-Direktvertrieb im Firmenkundenumfeld ein Nischendasein“, sagt Dr. Oliver Gaedeke, Vorstand und Leiter der Finanzmarktforschung bei YouGov. „Vor dem Hintergrund der sich gerade im Privatkundenbereich entwickelnden Lösungen der Versicherer erwarten wir hier in den nächsten Jahren allerdings eine Zunahme der Abschlüsse auf digitalem Wege. Dies deutet sich auch durch das in den letzten zwei Jahren sprunghaft gestiegene Interesse an Online-Services unter den Gewerbekunden an“, so Gaedeke weiter.

Über die Studie

Neben weiteren allgemeinen Informationen zum Gewerbekundenmarkt – Produktbesitz, Marktanteile, Vertriebswegenutzung, Neuabschlüsse, Schadenregulierung, Versicherungsmentalität – beinhaltet der „[Gewerbekundenmonitor Assekuranz 2015](#)“ auch wieder aktuelle Schwerpunktthemen. In diesem Jahr sind dies „Assistance-Leistungen“ und „Digitalisierung“. Folgende Gewerbekundenversicherer wurden in der aktuellen Studie untersucht: AachenMünchener, Allianz, Axa, Basler, Ergo, Generali, Gothaer, HDI, Kravag, LVM, Provinzial, R+V, Signal Iduna, SV Sparkassenversicherung, Versicherungskammer Bayern, VGH,

VHV, Württembergische, Zurich.

Weitere Informationen zur Studie finden Sie unter: <https://yougov.de/loesungen/reports/studien/gewerbekundenmonitor/>

Kontakt zur Studienleitung:

YouGov Deutschland AG
Christoph Müller
Senior Consultant
Tel.: +49 (0) 221 420 61 - 328
E-Mail: christoph.mueller@yougov.de

Pressekontakt:

Philipp Schneider
Telefon: +49 (0) 221 420 61 - 444
E-Mail: presse@yougov.de

Unternehmen

YouGov Deutschland AG
Gustav - Heinemann - Ufer 72
50968 Köln

Internet: www.yougov.de

Über YouGov Deutschland AG

Im Jahr 2000 in London gegründet, ist YouGov mittlerweile mit mehr als 20 Standorten in Europa, den USA, im Nahen Osten, Afrika und Asien vertreten. YouGov gilt als Pionier in der Online-Marktforschung und gehört nach Angaben der renommierten American Marketing Association zu den Top 25 Marktforschungsunternehmen der Welt.