

## VHV-Werbung: Til Schweiger bei Maklern beliebt – und bei Kunden auch

**Insbesondere die Werbung der VHV Versicherungen hat in den vergangenen Monaten bei unabhängigen Finanz- und Versicherungsmaklern positiven Anklang gefunden: 49 Prozent der befragten Makler geben an, die Werbung des Versicherers sei ihnen positiv aufgefallen. Im Juni lag dieser Wert noch bei 33 Prozent. Die VHV setzt in ihrer Kommunikation vor allem auf Testimonial Til Schweiger.**

Auf Rang zwei folgt die Marke AXA mit 32 Prozent und auf Platz drei die Allianz mit 21 Prozent. Dies geht aus der Studie **„MaklerAbsatzbarometer“** des internationalen Marktforschungs- und Beratungsinstituts YouGov hervor, für die 236 Versicherungs- und Finanzmakler im September 2015 befragt wurden.

Doch nicht nur bei Maklern, sondern auch bei Verbrauchern bekommt der Schweiger-Spot vermehrte Aufmerksamkeit, wie der YouGov-Markenmonitor **BrandIndex** zeigt: Hatten Mitte Juni noch sechs Prozent aller Kenner der VHV Werbung des Unternehmens wahrgenommen, so waren es Anfang September doppelt so viele (12 Prozent). Auch den VHV-Kunden ist die Werbung sympathisch. Von ihnen nahm sogar die Hälfte den Clip mit Schweiger Mitte November wahr und ihre Weiterempfehlungsbereitschaft steigerte sich in diesem Zeitraum von 40 auf 72 Prozent.

„Wie die Befragungsergebnisse zeigen, ist Till Schweiger als VHV-Testimonial nach Dieter Bohlen für den Versicherer die richtige Wahl. Der VHV gelingt damit der schwierige Spagat, eine Kampagne gleichzeitig bei Versicherungsnehmern und Vertriebspartnern erfolgreich zu platzieren“, sagt Dr. Oliver Gaedeke, Vorstand und Leiter der Finanzmarktforschung bei YouGov.

### **Absatzindex: Privat- und Firmenkundengeschäft verlieren**

Von 58 auf 56 Punkte gesunken ist im dritten Quartal 2015 der ermittelte Absatzindex für das Privatkundengeschäft der Makler. Damit liegt das Geschäft nach wie vor im Expansionsbereich (Expansionsschwelle=50). Auf Spartenebene finden sich die stärksten Veränderungen im Finanz-Bereich, der im Vergleich zum letzten Quartal fünf Indexpunkte verliert. Ebenso in der Rechtsschutz-Sparte, die um drei Punkte abfällt. Auch im Firmenkundengeschäft sinkt der Absatzindex im Vergleich zum Vorquartal um zwei Punkte auf 56 Punkte. Auf Spartenebene finden sich hier die stärksten Rückgänge im Kredit- Haftpflicht- und Sach-Bereich mit jeweils drei Indexpunkten. Lediglich die bAV-Sparte kann um vier Indexpunkten zulegen.

Folgende Versicherermarken wurden in der Markenfrage des Makler-Absatzbarometers untersucht:

Allianz, Alte Leipziger, ARAG, AXA, Basler, Bayerische Beamten Versicherung (BBV), CHARTIS, Concordia, Condor, Continentale, CSS Versicherung, D.A.S., DEURAG, Deutscher Ring, DKV, DMB, ERGO, Generali, Gothaer, Haftpflichtkasse Darmstadt, Hallesche, Hanse MERKUR, HDI, Helvetia, Ideal, InterRisk, Itzehoer, Janitos, KRAVAG, KS / Auxilia, Mannheimer, Nürnberger, R+V, Roland Rechtsschutz, Signal-Iduna, Stuttgarter, uniVersa, VHV, VOLKSWOHL BUND, Württembergische und Zurich.

Weitere Informationen zur Studie finden Sie unter:

<http://yougov.de/loesungen/reports/finanzdienstleistungen/makler-absatzbarometer/>

Pressecharts können Sie hier herunterladen: [http://yougov.de/pressecharts\\_MAB\\_III](http://yougov.de/pressecharts_MAB_III)

**Pressekontakt:**

Nikolas Buckstegen

Telefon: 0221 / 420 61 - 444

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

**Unternehmen**

YouGov Deutschland AG

Gustav - Heinemann - Ufer 72

50968 Köln

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