

Versicherungen: Wesentlich mehr Abschlüsse über Makler und Internet

Das Internet und der unabhängige Versicherungsmakler werden aus Sicht deutscher Versicherungskunden für einen Abschluss immer attraktiver. 15 Prozent der Versicherungsnehmer haben bis zum vergangenen Jahr schon einmal eine Police über den Makler abgeschlossen. Zum Vergleich: Im Jahr 2004 lag der Anteil bei nur sieben Prozent. Die Zahl der Internetkunden hat sich während der letzten zehn Jahre auf acht Prozent im Jahr 2012 mehr als verdoppelt (in 2004: drei Prozent). Kein anderer Vertriebskanal konnte in den vergangenen Jahren größere Steigerungsraten erzielen.

Das Internet und der unabhängige Versicherungsmakler werden aus Sicht deutscher Versicherungskunden für einen Abschluss immer attraktiver. 15 Prozent der Versicherungsnehmer haben bis zum vergangenen Jahr schon einmal eine Police über den Makler abgeschlossen. Zum Vergleich: Im Jahr 2004 lag der Anteil bei nur sieben Prozent. Die Zahl der Internetkunden hat sich während der letzten zehn Jahre auf acht Prozent im Jahr 2012 mehr als verdoppelt (in 2004: drei Prozent). Kein anderer Vertriebskanal konnte in den vergangenen Jahren größere Steigerungsraten erzielen.

Dies ist das Ergebnis einer Analyse mit dem neuen Zielgruppenanalysetool „Target Report Assekuranz“ des Kölner Marktforschungs- und Beratungsinstituts YouGov. Basis dieser Analyse sind die Erhebungsdaten des Kundenmonitors Assekuranz 2012 aus den Jahren 2004 bis 2012. Für diese repräsentative Versicherungsmarktstudie wurden zwischen 2004 und 2012 über 70.000 Entscheider und Mitentscheider in Versicherungsangelegenheiten in Deutschland befragt.

Makler- und Internetkunden sind besonders anspruchsvoll

Der Untersuchung zufolge lassen sich bei den Makler- sowie Internetkunden einige Gemeinsamkeiten feststellen: Beide Gruppen gehören zu den Besserverdienern (rund 450 Euro über dem durchschnittlichen Haushaltsnettoeinkommen pro Monat) und sind besonders anspruchsvolle Versicherungsnehmer. Mehr als neun von zehn Personen dieser Zielgruppe legen besonderen Wert auf den Einschluss aller relevanten Risiken und Leistungen. Zudem erwarten etwa genauso viele ein schnelles sowie unbürokratisches Verhalten der Versicherungsgesellschaft im Schadens- bzw. Leistungsfall. Neben den hohen Erwartungen an die Gesellschaft, zeichnen sich Internet- sowie Maklerkunden durch eine überdurchschnittlich hohe Kompetenz bei Versicherungsfragen aus.

Hochwertige Beratung ist besonders Maklerkunden wichtig

Neben den genannten Gemeinsamkeiten unterscheiden sich die Makler- und Internetkunden aber auch in vielen Verhaltensdimensionen im Umgang mit Versicherern. Im Vergleich zu Internetkunden weisen Maklerkunden ein eher passives Verhalten im Assekuranzbereich auf und legen Wert auf eine hochwertige Beratung bzw. Betreuung. Versicherungsnehmer, die einen Online-Abschluss tätigen, holen sich öfter eine Reihe von Angeboten verschiedener Gesellschaften ein als Maklerkunden (67 Prozent der Internetkunden; 55 Prozent der Maklerkunden). In vielen Fällen versuchen Internetabschließer immer das beste Angebot zu finden (65 Prozent der Internetkunden; 51 Prozent der Maklerkunden). Dagegen entscheiden Maklerkunden bei Versicherungsfragen häufiger „aus dem Bauch heraus“ und greifen zu, sobald ein Angebot vernünftig erscheint (49 Prozent der Maklerkunden; 35 Prozent der Internetkunden).

Diese individuellen Zielgruppenanalysen über den privaten Versicherungsmarkt in Deutschland lassen sich mit dem neu entwickelten YouGov-Tool „Target Report Assekuranz“ durchführen.

Dieses Tool eignet sich besonders für Marketing- und Vertriebsleiter, die damit Zielgruppenkonzepte für verschiedene Informations- und Vertriebspunkten schnell und effizient überprüfen können. Mit Hilfe des „Target Report Assekuranz“ kann beispielsweise analysiert werden, welche Produktausstattung Frauen im Vergleich zu Männern präferieren, welche Leistungsdimensionen ihnen besonders wichtig sind oder wie Familien mit Kindern sich von Singles im Assekuranzbereich unterscheiden.

Weitere Informationen zur Studie finden Sie unter:

<http://research.yougov.de/services/target-report-assekuranz/>

Kontakt zur Studienleitung:

Christoph Müller

- Senior Consultant -

Tel.: 0221 / 420 61 - 328

E-Mail: christoph.mueller@yougov.de

Pressekontakt:

Nikolas Buckstegen

- Manager PR -

Tel.: 0221 / 420 61 - 444

E-Mail: nikolas.buckstegen@yougov.de

YouGov Deutschland AG

Gustav - Heinemann - Ufer 72

50968 Köln

Über YouGov Deutschland AG:

YouGov ist ein im Jahr 2000 gegründetes, 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

