

Unfallversicherung: Junge Menschen wichtigste Zielgruppe für Makler

Die besten Vertriebschancen für Unfallversicherungen bieten sich Versicherungsmaklern bei den 18- bis 24-Jährigen. In dieser Altersgruppe wechseln viele junge Menschen aus der Familienversicherung in eine eigenständige Absicherung. Zudem setzen sich junge Menschen häufiger Risiken aus, etwa im Straßenverkehr, beim Sport und bei anderen Freizeitaktivitäten. So ist ihr Anteil an den Verunglückten im Straßenverkehr mit 18,6 Prozent überdurchschnittlich hoch. Auf der anderen Seite sind sich viele jungen Menschen der Risiken durchaus bewusst und haben ein hohes Sicherheitsbedürfnis. Dies sind Ergebnisse der Studie „Wie die Deutschen vorgesorgt haben“ der Basler Versicherungen, für die 1.000 Personen in Deutschland ab 18 Jahren befragt wurden.

Die besten Vertriebschancen für Unfallversicherungen bieten sich Versicherungsmaklern bei den 18- bis 24-Jährigen. In dieser Altersgruppe wechseln viele junge Menschen aus der Familienversicherung in eine eigenständige Absicherung. Zudem setzen sich junge Menschen häufiger Risiken aus, etwa im Straßenverkehr, beim Sport und bei anderen Freizeitaktivitäten. So ist ihr Anteil an den Verunglückten im Straßenverkehr mit 18,6 Prozent überdurchschnittlich hoch. Auf der anderen Seite sind sich viele jungen Menschen der Risiken durchaus bewusst und haben ein hohes Sicherheitsbedürfnis. Dies sind Ergebnisse der Studie „Wie die Deutschen vorgesorgt haben“ der Basler Versicherungen, für die 1.000 Personen in Deutschland ab 18 Jahren befragt wurden.

Für die Gruppe der 14- bis 24-Jährigen steht Sicherheit weit oben. Gefragt, was die wichtigsten Aspekte des Lebens sind, rangiert Sicherheit mit 90 Prozent an zweiter Stelle. Noch wichtiger ist ihnen nur „Spaß und Freude“ mit 98 Prozent. Auf den Plätzen drei und vier folgen die „Aufgeschlossenheit für neue Entwicklungen“ mit 86 Prozent und der Wunsch nach „Selbstverwirklichung“ mit 84 Prozent.

Gerade bei den 18- bis 24-Jährigen gibt es daher für den Vertrieb gute Beratungsansätze. Die jungen Leute lernen, Verantwortung zu übernehmen und suchen nach einer Klammer für die sich teils widersprechenden Bedürfnisse „Spaß“ und „Sicherheit“. Die Lösung sollte eine Absicherung für den Unglücksfall sein. Jedoch ist diese Altersgruppe auch sehr preissensibel. „Ein gutes Preis-Leistungs-Verhältnis für jungen Menschen heißt bei uns daher: ein umfassender Unfallschutz zu fairen Prämien – keine reine Basisabsicherung. Dies bestätigt uns Franke und Bornberg mit der Bestnote FFF“, sagt Thilo Hahn, Leiter der Unfallsparte der Basler Versicherungen.

Mit Extras, die jungen Menschen entgegenkommen, können Anbieter dem Vertrieb weitere Argumente liefern. Die Police der Basler enthält beispielsweise eine Sportgeräteklause. Im Falle eines Unfalls erhält der Versicherte dadurch den Zeitwert von beschädigten oder abhandengekommenen Sportgeräten, wie Fahrrad, Ski, Tauchausrüstung oder Snowboard. Zudem bekommt er eine höhere Leistung, wenn beim Unfall ein Helm getragen wurde.

Längst nicht jeder Deutsche ist von einer Unfallversicherung überzeugt: 31 Prozent der Bundesbürger lehnen es ab, eine derartige Police abzuschließen, so ein weiteres Ergebnis der Studie „Wie die Deutschen vorgesorgt haben“. Die Nicht-Versicherten nennen als Grund am häufigsten einen risikoarmen Alltag (74 Prozent). Als riskant werden jedoch häufig allein hochriskante Sportarten und Freizeitbeschäftigungen eingestuft. Die meisten Unfälle treten jedoch in alltäglichen Situationen im Haushalt oder bei Massensportarten wie Fußball oder beim Fahrradfahren auf. Als weitere Gründe wurden genannt: unstimmmiges Preis-Leistungs-Verhältnis

(67 Prozent) und Unsicherheit darüber, ob sie überhaupt eine Absicherung benötigen (65 Prozent).

Hintergrundinformationen

Die Bevölkerungsbefragung „Wie die Deutschen vorgesorgt haben“ wurde im Auftrag der Basler Versicherungen im März 2014 durchgeführt. Untersuchungsdesign: Bevölkerungsrepräsentative Online-Befragung unter 1.000 Teilnehmern ab 18 Jahren.

Pressekontakt:

Thomas Wedrich

- Leiter Unternehmenskommunikation -

Telefon: 040 / 3599 - 2737

E-Mail: presse@basler.de

Unternehmen:

Basler Lebensversicherungs-AG

Ludwig-Erhard-Str. 22

20459 Hamburg

Internet: www.basler.de

Über die Basler Versicherungen

Die Basler Versicherungen mit Sitz in Bad Homburg sind seit 150 Jahren auf dem deutschen Markt tätig. Sie bieten Versicherungs- und Vorsorgelösungen in den Bereichen Schaden- und Unfall- sowie Lebensversicherung an. Sie positionieren sich als Versicherer mit intelligenter Prävention, der "Basler Sicherheitswelt". Zusätzlich zur üblichen Versicherungsleistung sind Maßnahmen zur Verhinderung von Schäden fest in die Beratung sowie den Produkten und Dienstleistungen verankert. Der Kunde profitiert damit nicht erst beim Eintritt eines Schadens vom Service der Basler Versicherungen, sondern erhält, basierend auf der Erfahrung und dem Wissen des Unternehmens, ein zusätzliches „Plus“ an Sicherheit. Die Basler Versicherungen gehören zur Baloise Group, Basel (Schweiz), hatten 2013 ein Geschäftsvolumen von 1,4 Milliarden Euro und beschäftigen rund 1.950 Mitarbeiter.

