

Absicherung bei Berufsunfähigkeit: Kopf sagt ja, aber Herz bleibt kalt

Die Berufsunfähigkeitsversicherung zählt neben der privaten Haftpflicht- und Kfz-Versicherung zu den fünf wichtigsten Versicherungen. 78 Prozent der Deutschen halten eine private Absicherung gegen Berufsunfähigkeit durch eine Versicherung aus einer rationalen Perspektive für wichtig und jeder Fünfte fürchtet sich vor den finanziellen Folgen einer möglichen Berufsunfähigkeit. Dennoch lässt viele diese persönliche Einstellung kalt, denn lediglich sechs Prozent der Bundesbürger planen in den nächsten zwölf Monaten konkret den Abschluss. Dies geht aus der aktuellen Studie „Strategiefeld Berufsunfähigkeitsversicherung“ des internationalen Marktforschungs- und Beratungsinstituts YouGov hervor, für die insgesamt 1494 Personen vom 31.01. bis 17.02.2015 repräsentativ befragt wurden.

YouGov-Studie: Strategiefeld Berufsunfähigkeitsversicherung

Die Berufsunfähigkeitsversicherung zählt neben der privaten Haftpflicht- und Kfz-Versicherung zu den fünf wichtigsten Versicherungen. 78 Prozent der Deutschen halten eine private Absicherung gegen Berufsunfähigkeit durch eine Versicherung aus einer rationalen Perspektive für wichtig und jeder Fünfte fürchtet sich vor den finanziellen Folgen einer möglichen Berufsunfähigkeit. Dennoch lässt viele diese persönliche Einstellung kalt, denn lediglich sechs Prozent der Bundesbürger planen in den nächsten zwölf Monaten konkret den Abschluss. Dies geht aus der aktuellen Studie „Strategiefeld Berufsunfähigkeitsversicherung“ des internationalen Marktforschungs- und Beratungsinstituts YouGov hervor, für die insgesamt 1494 Personen vom 31.01. bis 17.02.2015 repräsentativ befragt wurden.

Zu den häufigsten Gründen gegen den Abschluss einer Berufsunfähigkeitsversicherung zählt immer noch der Preis: Für ein Drittel (32 Prozent) der Befragten, die keine Absicherung besitzen, ist diese zu teuer. Für Vermittler und Co. heißt es daher, die in den letzten Jahren veränderte Beitragspolitik der günstigen Tarife stärker zu kommunizieren. Auch sollte nach Möglichkeit eine Absicherung gegen das Pflegerisiko in die Tarife der Berufsunfähigkeitsversicherung eingebaut werden. 38 Prozent der Abschlussinteressierten wünschen sich in erste Linie auch eine Absicherung im Pflegefall.

Doch auch im Bereich der Kontaktpunkte können Versicherer gezielt Maßnahmen ergreifen. Neben Bekannten und Verwandten (34 Prozent) informiert sich etwa jeder dritte Abschlussinteressierte auch im Internet über Vergleichsseiten, Bewertungsportale oder die Homepage einer Versicherungsgesellschaft. Versicherer sollten deshalb an diesen Schnittstellen Präsenz zeigen und die Möglichkeit zum persönlichen Kontakt schaffen.

„Der Kopf sagt ja, die rationale Einsicht ist vorhanden, aber das Herz bleibt kalt. Ohne ein emotionales Begreifen, ohne das Erleben einer persönlichen Relevanz eines Berufsunfähigkeitsfalls, bleibt die Handlungsbereitschaft aus“, weiß Dr. Oliver Gaedeke, Vorstand und Leiter der Finanzmarktforschung bei YouGov. „Hierdurch werden die Leistungen der Versicherung nicht wertgeschätzt und die Preiswahrnehmung steigt extrem an“ so Dr. Gaedeke weiter.

Insgesamt liefert die Studie Versicherern wichtige Erkenntnisse über Einstellungen, Barrieren, Abschlussinteressen und Verhalten von Privatkunden zum Thema Berufsunfähigkeitsversicherung, gibt Informationen über Chancen für neue Vertriebs- und Marketingstrategien und -kanäle sowie Empfehlungen für eine erfolgreichere Angebotsplatzierung und Vorbereitung von Vertriebspartnern.

In der Studie werden folgende Unternehmen in den Bereichen Bekanntheit, Relevant Set und First-Choice untersucht: AachenMünchener, Allianz, ALTE Leipziger, ARAG, asstel, AXA, Baden-Badener, Basler, Continentale, CosmosDirekt, Debeka, DEVK, ERGO, ERGO Direkt, Europa, Generali, Gothaer, Hannoversche, HDI, Helvetia, HUK-COBURG, HUK24, Janitos, LVM, Neue Leben, Nürnberger, Provinzial, R+V, SIGNAL IDUNA, SV Sparkassen-Versicherung, SDK Süddeutsche, Versicherungskammer Bayern, VGH, WGV, Württembergische und Zurich.

[Studie „Strategiefeld Berufsunfähigkeitsversicherung“](#)

Pressekontakt:

Nikolas Buckstegen

- Manager PR -

Telefon: 0221 / 420 61 - 444

E-Mail: presse@yougov.de

Kontakt zur Studienleitung:

Dennis Bargende

- Senior Consultant -

Telefon: 0221 / 420 61 - 437

E-Mail: dennis.bargende@yougov.de

Unternehmen:

YouGov Deutschland AG

Gustav - Heinemann - Ufer 72

50968 Köln

Über YouGov:

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.

