

Kundenmonitor Assekuranz - "Zielgruppenkonzepte"

Nahezu jeder zweite unter 30-Jährige beabsichtigt einen Neuabschluss in den nächsten zwei Jahren - Die "Jüngeren" erweisen sich besonders attraktive Zielgruppe für Versicherer. Sie zeigen sich gegenüber neuen Angeboten besonders offen und planen häufig Neuabschlüsse.

Nahezu jeder zweite unter 30-jährige beabsichtigt einen Neuabschluss in den nächsten zwei Jahren

29. März 2012 - Die "Jüngeren" erweisen sich besonders attraktive Zielgruppe für Versicherer. Sie zeigen sich gegenüber neuen Angeboten besonders offen und planen häufig Neuabschlüsse. Doch auch andere Zielgruppen lassen sich mit passenden Angeboten und über die bevorzugten Kontaktwege ansprechen. Ein exaktes Bild möglicher Zielgruppen und von deren Einstellung zu Versicherungen und deren Präferenzen in Versicherungsangelegenheiten liefert die aktuelle Studie "Kundenmonitor Assekuranz 2011" des Marktforschungs- und Beratungsinstituts YouGov Deutschland AG. Für das Highlightthema "Zielgruppenkonzepte" wurden zwischen dem 27. August und dem 08. Oktober 2011 2177 Entscheider und Mitentscheider in Versicherungsangelegenheiten befragt.

Rundflug über die Eigenarten unterschiedlicher Zielgruppen

Die "Singles" weisen sich beispielsweise durch eine höhere Offenheit gegenüber neuen Angeboten aus als die Zielgruppe "Familien". In Familien ist dagegen die Bereitschaft, für andere Personen Versicherungen abzuschließen, besonders hoch. In Familien mit Kindern über 14 Jahren liegt dieser Wert sogar doppelt so hoch wie in der Gesamtbevölkerung. Und auch der Absicherung des Partners kommt hier eine Sonderrolle zu. Auch die Zielgruppe der jüngeren "Best Ager" im Alter zwischen 50 und 59 Jahren äußert Interesse an neuen Angeboten für sich und andere. Die älteren Jahrgänge aus dieser Zielgruppe zeigen dagegen meist die kalte Schulter. Ein hohes Interesse an neuen Angeboten äußern insbesondere die Zielgruppen "Junge Leute" und "Selbständige".

"Die bis 30-Jährige zeigen zwar wenig Interesse daran, für andere eine Versicherung abzuschließen. Das Maß des grundsätzlichen Interesses erweist sich aber als auffällig hoch", so Studienleiter Christoph Müller. "Nahezu jeder Zweite beabsichtigt einen Neuabschluss in den nächsten zwei Jahren."

Singles bis 50 wünschen sich gesonderte Behandlung

Das größte Informationsinteresse äußern alle Befragten bezüglich den Produkten Pflege- und Krankenzusatzversicherung sowie Riester-Rente. Weitere Lebens- und Rentenversicherungsprodukte interessieren ebenfalls. Das insgesamt größte Interesse äußert die Zielgruppe "Junge Menschen bis 30 Jahre". 61 Prozent von ihnen wünschen sich Informationen zu mindestens einem Produkt. "Singles unter 50 Jahren" zeigen besonders hohes Interesse am Thema Altersvorsorge und würden hier gerne bevorzugt informiert werden. Auch die Berufsunfähigkeit nimmt bei dieser Zielgruppe eine besondere Stellung ein. "Best Ager" richten wiederum überdurchschnittliches Interesse auf Pflegezusatz- und Sterbegeldversicherungen. Die produktbezogenen Abschlussbereitschaft fällt insbesondere bei den Altersvorsorgeprodukten hoch aus. Aus dem Bereich Gesundheit stechen die Krankenzusatz- und die Berufsunfähigkeitsversicherung heraus.

Knapp zwei Drittel der Befragten freuen sich über Ansprache

Knapp zwei Drittel aller Befragten freuen sich, wenn sie unaufgefordert ein persönliches Angebot erhalten, dass in ihre aktuelle Lebenssituation passt. Dabei ist die Nennung eines konkreten Ansprechpartners seitens der Versicherung obligatorisch. Die Bereitschaft, sich online selbst

Informationen einzuholen, fällt überschaubar aus. Über das Mobiltelefon sind am ehesten "die Jüngeren" bereit, Informationen einzuholen. Aber auch die "Selbständigen" zeigen sich diesbezüglich offen.

Weitere Informationen zur Studie finden Sie unter <http://research.yougov.de/trade/productview/280/6/>.

Kontakt zur Studienleitung:

YouGov Deutschland AG
Christoph Müller
Tel.: 0221 / 42061 - 328
E-Mail: christoph.mueller@yougov.de

Pressekontakt:

Markus Braun
Leiter Unternehmenskommunikation
Tel.: +49 221 / 42061 - 562
E-Mail: markus.braun@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, Vertriebspartner-befragungen 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: <http://research.yougov.de>

