

Makler Media-Analyse 2016: Was Makler am liebsten lesen

Berichte über gesetzliche Regelungen (75 Prozent) und spartenspezifische Inhalte (73 Prozent) werden unter unabhängigen Finanz- und Versicherungsmaklern - sowohl online als auch im Printformat - mit Abstand am häufigsten gelesen. Ebenfalls interessant: Berichte über die allgemeine Marktentwicklung.

Hier geben knapp drei von fünf Maklern (57 Prozent) an, diese zumindest häufig zu lesen. Aus Maklersicht sollte daher auch noch häufiger über diese Themen berichtet werden. Berichte über Fachkonferenzen oder Messen (15 Prozent) und Nachrichten über Vorstands- und Führungskräftewechsel (13 Prozent) halten Makler für weniger relevant. Dies ist das Ergebnis der aktuellen Studie „[Makler Media-Analyse 2016](#)“ des internationalen Marktforschungs- und Beratungsinstituts YouGov, für die 250 unabhängige Finanz- und Versicherungsmakler zu ihrer beruflichen Mediennutzung vom 19.08. bis 06.09.2016 befragt wurden.

Darüber hinaus gibt die Studie Auskunft über die Maklernutzung von Online- und Printmedien im Bereich Finanzdienstleistungen. So erzielt das Magazin „AssCompact“ bei den monatlich erscheinenden Printmedien die höchste Reichweite. Eine einzelne Ausgabe erreicht 49 Prozent der unabhängigen Finanz- und Versicherungsmakler. Eine ebenfalls hohe Reichweite (39 Prozent) hat der „AssCompact Newsletter“ in der Kategorie „Online Erscheinungsfrequenz zwei- bis siebenmal pro Woche“. Eine lediglich einen Prozentpunkt höhere Marktdurchdringung erreicht das „VersicherungsJournal“. Es kann in derselben Kategorie mit 40 Prozent die höchste Reichweite ausweisen. Bezüglich der Entscheidungsrelevanz über alle Printmedien hinweg liegt ebenfalls „AssCompact“ an der Spitze. Für 28 Prozent der Makler gehört das Magazin zu den wichtigsten Entscheidungshilfen bei der Auswahl von Anbietern und Produkten für den Vertrieb. Auch der Newsletter von „AssCompact“ genießt bei Maklern eine hohe Entscheidungsrelevanz (25 Prozent).

Den höchsten Informationsgehalt unter den Printmedien attestieren die befragten Makler dem „VersicherungsJournal – Extrablatt“. Ebenfalls erreicht das Magazin mit 32 Prozent eine hohe Reichweite unter den jährlich vier- bis zehnmal erscheinenden Printmedien. Unter den Onlinemedien liegt das Magazin „VersicherungsJournal“ ebenfalls beim Informationsgehalt auf Platz 1.

In der Kategorie „Online-Aktualität“ belegt der „dvb-pressespiegel“ den ersten Platz und wird von den befragten Maklern mit „sehr gut“ bewertet. Ebenfalls erreicht der „dvb-pressespiegel“ mit 25 Prozent eine hohe Entscheidungsrelevanz.

Der „Pfefferminzia-Newsletter“ weist unter den Maklern mit 43 Prozent die höchste Reichweite unter den ein- bis viermal im Monat erscheinenden Online-Newslettern auf und belegt damit auch wie im letzten Jahr den ersten Platz. Das dazugehörige vier- bis zehnmal im Jahr erscheinende Printmagazin „Pfefferminzia“ hat mit 31 Prozent ebenfalls eine hohe Reichweite unter den befragten Maklern. Die höchste Reichweite, und damit Platz 1 in dieser Kategorie, erzielt das Magazin „experten Report“. Eine einzelne Ausgabe des „experten Report“ erreicht 34 Prozent der unabhängigen Finanz- und Versicherungsmakler.

Werden Makler konkret nach der Qualität der Artikel von Finanzmedien befragt, so belegt das „VersicherungsJournal – Extrablatt“ unter den Printmedien den ersten Platz. Online sieht es genauso gut aus: In der Kategorie „Qualität der Artikel im Bereich online“ belegt das „VersicherungsJournal“ ebenfalls den ersten Platz.

Folgende Medien wurden in der Studie untersucht:

Online-Medien:

AssCompact Newsletter, Assekuranz-Info-Portal Newsletter, bocquel news, BÖRSE am Sonntag Online-Magazin, BÖRSE ONLINE Daily, Cash.-OnVista-Newsletter, cecu.de-Newsletter, DAS INVESTMENT daily, Der Fonds, Der Fondsbrief, Der Honorarberater, dvb-pressespiegel, experten NewsReport, Finanz.News Versicherungen, Finanzwelt-Newsletter, Focus Money VersicherungsProfi, Fonds Exklusiv Newsletter, Fonds Finanz Newsletter, Fonds professionell, Handelsblatt Finance Today (Newsletter), Handelsblatt Nachhaltige Investments, infinma NEWS, Infoletter Money Times, Instock.de Newsletter, map-fax, mein Geld, Pfefferminzia-Newsletter, Portfolio International Update Newsletter, Procontra Newsletter, Stiftung Warentest Newsletter, Versicherungsbote Newsletter "Wochenrückblick", VersicherungsJournal, Versicherungsmagazin Newsletter, Versicherungsmonitor Newsletter, Versicherungsnetz.de Newsletter, Versicherungspraxis24 Newsletter, Versicherungswirtschaft-heute, WiWo 5 vor 12-Newsletter, WiWo Exklusiv-Newsletter, WiWo FinanzenNewsletter, WMD Brokerchannel Newsletter.

Print-Medien:

AssCompact, BCA TOPNEWS, BILD, Börse Online, Capital, Cash, Cash Spezialausgabe, Das Investment, Die VersicherungsPraxis, experten Report, €uro (Wirtschaft, Politik, Börse), Finanz-Test, Finanzwelt, Focus Money, Fonds Exklusiv, FONDS Professionell (D), Frankfurter Allgemeine Zeitung, Frankfurter Rundschau, Handelsblatt, Impulse, Manager Magazin, Mein Geld, Pfefferminzia, Portfolio im Fokus, Portfolio International, procontra, proVision, Risiko & Vorsorge, Süddeutsche Zeitung, Test (Stiftung Warentest), VALUE. Das Beratermagazin, Versichert!, VersicherungsJournal - Extrablatt, Versicherungsmagazin, Versicherungstip, Versicherungswirtschaft, Die Welt, Wirtschaftsdienst Versicherungsmakler, Wirtschaftswoche, Zeitschrift für Versicherungswesen.

Kontakt zur Studienleitung:

YouGov Deutschland GmbH
Fabian Melchert
Consultant
Tel.: +49 (0) 221 420 61 - 481
E-Mail: fabian.melchert@yougov.de

Pressekontakt:

Nikolas Buckstegen
Telefon: 0221 / 420 61 - 444
E-Mail: presse@yougov.de

Unternehmen

YouGov Deutschland AG
Gustav - Heinemann - Ufer 72
50968 Köln

Internet: www.yougov.de

Über YouGov Deutschland AG

Im Jahr 2000 in London gegründet, ist YouGov mittlerweile mit mehr als 28 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.