

Dread-Disease: Fast zwei Drittel der Makler haben gute Produktkenntnisse

Ein kleiner Teil der Versicherungsmakler (18 Prozent) kennt sich nach eigenen Angaben "ausgezeichnet" oder "sehr gut" mit der Dread-Disease-Versicherung aus, weitere 43 Prozent kennen sich mit dem Produkt "gut" aus. Fast die Hälfte der Makler (45 Prozent) bietet die Risikoabsicherung für schwere Krankheiten bereits manchmal an.

14.11.2012 - Ein kleiner Teil der Versicherungsmakler (18 Prozent) kennt sich nach eigenen Angaben "ausgezeichnet" oder "sehr gut" mit der Dread-Disease-Versicherung aus, weitere 43 Prozent kennen sich mit dem Produkt "gut" aus. Fast die Hälfte der Makler (45 Prozent) bietet die Risikoabsicherung für schwere Krankheiten bereits manchmal an. Dagegen fremdeln die Maklerkunden häufig mit dem Produkt, denn 90 Prozent der Makler geben an, dass sich Kunden kaum aktiv nach diesem Versicherungsprodukt erkundigen. Aber auch bei Versicherungsmaklern besteht noch Potenzial zur Steigerung des Wissensstands in Sachen Dread Disease. Zu diesem Ergebnis kommt die neue Ausgabe der vierteljährlich erhobenen Studie "Makler-Absatzbarometer" des Marktforschungs- und Beratungsinstituts YouGov. Für die Studie wurden vom 18. bis 28. September 2012 bundesweit 265 hauptberufliche Versicherungs- und Finanzmakler aus mittleren und kleinen Maklerbüros befragt.

Maklervertrieb der Dread-Disease-Versicherungen noch ausbaufähig

Die geringe Bekanntheit der Dread-Disease-Versicherung in Deutschland lässt darauf schließen, dass hier noch viel ungenutztes Potenzial brach liegt. Eines der größten Bedenken von potenziellen Kunden ist die geringe Vertrautheit mit dem Produkt. "Makler erkennen dagegen die Vorteile einer Dread Disease Versicherung als Ergänzung oder sogar als Ersatz einer Berufsunfähigkeitsversicherung für ihre Kundenberatung" sagt Dr. Oliver Gaedeke, Vorstand und Leiter der Finanzdienstleistungsforschung bei YouGov. So glauben 53 Prozent der befragten Makler, dass sie die finanzielle Absicherung bei schweren Krankheiten in den nächsten zwei Jahren vermehrt vermitteln werden, wie aus weiteren Fragen zur Produktbeurteilung der Untersuchung hervorgeht.

Makler-Absatzindex: Weiterer Rückgang im Privat- und Firmenkundengeschäft

Der Absatz privater Versicherungen im Maklervertrieb ist im dritten Quartal 2012 erneut um zwei Indexpunkte gesunken. Diese negative Entwicklung findet bereits zum dritten Mal in Folge statt. Somit liegt der Absatzindex mit 57 Punkten auf dem niedrigsten Stand seit Mitte 2010. Der Absatzindex ist in nahezu allen Bereichen zurückgegangen, nur bei den Sachversicherungen bleibt das Niveau stabil. Die negativen Berichte der letzten Wochen über die Riester-Rente machen sich in der stark sinkenden Nachfrage nach dieser bemerkbar. Die Riester-Rentenversicherung hat in einem Quartal volle sieben Prozentpunkte verloren. Dagegen bleibt der Absatz in der Sparte Sachversicherungen stabil. Hierfür ist teilweise das bereits rege Wechselverhalten der Kfz-Versicherungen zum Jahresende verantwortlich. Das Interesse der Verbraucher nach diesem Produkt ist im dritten Quartal um fünf Prozentpunkte gestiegen.

Im Firmenkundengeschäft ist lediglich ein leichter Rückgang um einen Indexpunkt auf 60 erkennbar. Die negative Entwicklung findet in den Sparten Rechtsschutz und Kredit statt, während die Absatzentwicklung in den Bereichen betriebliche Altersvorsorge und Sachversicherungen gestiegen ist. Das komplette "Makler-Absatzbarometer" (Ausgabe III/2012) mit den Ergebnissen zur aktuellen Absatzentwicklung im Maklervertrieb (differenziert nach sechs Sparten im Privatkundengeschäft bzw. fünf Sparten im Firmenkundengeschäft und insgesamt 41 Produkten), sowie die ausführlichen Ergebnisse zum Vertiefungsthema "Dread-Disease-Versicherungen", ist als Einzelstudie oder im Rahmen eines vergünstigten Jahresabos über

YouGov erhältlich.

Weitere Informationen zur Studie finden Sie unter:

<http://research.yougov.de/services/makler-absatzbarometer/>

Kontakt zur Studienleitung:

Peter Mannott

- Consultant -

Tel.: 0221 / 420 61 - 370

E-Mail: peter.mannott@yougov.de

Pressekontakt:

Nikolas Buckstegen

- Manager PR -

Tel.: 0221 / 420 61 - 474

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, 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 www.research.yougov.de

