

Finanzmarktstudie "Makler-Absatzbarometer III 2012" - Neue Unisex-Tarife: Makler erwarten kaum aktive Nachfrage seitens der Versicherungskunden

Ein Großteil der Versicherungs- und Finanzmakler (48 Prozent) erwartet durch die Umstellung zu den Unisex-Tarifen kaum eine vermehrte Nachfrage bei den betroffenen Versicherungsprodukten. Nur 17 Prozent halten ein gesteigertes Interesse seitens der Verbraucher für wahrscheinlich und lediglich fünf Prozent sind sich sicher, dass ...

19.11.2012 - Ein Großteil der Versicherungs- und Finanzmakler (48 Prozent) erwartet durch die Umstellung zu den Unisex-Tarifen kaum eine vermehrte Nachfrage bei den betroffenen Versicherungsprodukten. Nur 17 Prozent halten ein gesteigertes Interesse seitens der Verbraucher für wahrscheinlich und lediglich fünf Prozent sind sich sicher, dass die von der Umstellung betroffenen Policen deutlich häufiger nachgefragt werden. Dass Versicherte ihre alten Verträge kündigen um Neue zu günstigeren Konditionen abzuschließen, halten 75 Prozent der Makler zudem für eher fragwürdig. Dies ist ein Ergebnis 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.

Wie von den Medien bereits vielfach verbreitet, gelten Unisex-Tarife ab dem 21. Dezember 2012 für alle abgeschlossenen Neuverträge unterschiedlicher Versicherungen. Die Tarifumstellung hat zur Folge, dass Versicherer die Beitragshöhe nicht mehr von dem Geschlecht ihrer Neukunden abhängig machen dürfen. Je nach Geschlecht werden daher einige Versicherungen für den Verbraucher nach der Umstellung teurer, andere hingegen günstiger.

Mehrzahl der Makler ist auf Tarifwechsel eingestellt

Trotz der gering erwarteten aktiven Nachfrage durch den Kunden hat sich ein Großteil der Makler aus Vertriebsicht auf die Einführung der Unisex-Tarife eingestellt: So behaupten 28 Prozent der Makler bereits entsprechende Vertriebsaktionen durchzuführen und 19 Prozent planen gezielte Verkaufsaktionen. Insgesamt 41 Prozent der Makler haben sich aus Planungssicht bisher nicht auf die Tarifumstellung eingestellt. Hier ist für die Makler noch viel Spielraum vorhanden, gezielt Aktivitäten zum Thema geschlechtliche Tarifgleichheit zu starten.

Den Studienergebnissen zufolge haben sich Versicherungsmakler aus Marketingsicht vor der Umstellung der Unisex-Tarife besonders auf folgende Versicherungen fokussiert: Männern empfehlen 79 Prozent der Makler den Abschluss einer Berufsunfähigkeitsversicherung. Ebenfalls wird zum Abschluss einer privaten Altersvorsorge oder privaten Krankenzusatzversicherungen geraten. Frauen hingegen empfehlen 64 Prozent der Makler eher den Abschluss einer Risiko-Lebensversicherung.

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 - 444
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

