

## Unsicher, überfordert aber abschlussbereit: Die Generation Y im Versicherungsmarkt

**Die Generation Y, d.h. Menschen, die um das Jahr 2000 herum zu den Teenagern zählten, ist mitunter eine der bedeutendsten Zielgruppen im Versicherungs- und Finanzmarkt. Besondere Merkmale dieser Zielgruppe: Sie besitzen nur wenige Policen, bieten somit ein großes Vermittlungspotenzial von Versicherungsprodukten, aber stellen Versicherer auch vor große Herausforderungen.**

**Die Generation Y, d.h. Menschen, die um das Jahr 2000 herum zu den Teenagern zählten, ist mitunter eine der bedeutendsten Zielgruppen im Versicherungs- und Finanzmarkt. Besondere Merkmale dieser Zielgruppe: Sie besitzen nur wenige Policen, bieten somit ein großes Vermittlungspotenzial von Versicherungsprodukten, aber stellen Versicherer auch vor große Herausforderungen. Dies zeigt eine aktuelle Zielgruppenanalyse, die mit dem YouGov TargetReport Assekuranz des Kölner Marktforschungs- und Beratungsinstituts YouGov erstellt wurde. Mit dem TargetReport sind jederzeit aktuelle Zielgruppenuntersuchungen zu verschiedensten Themen möglich.**

### **Geringer Produktbesitz aber viele Neuabschlüsse**

Durchschnittlich besitzen die 20-29-Jährigen erst 3,7 Verträge. Im Gegensatz zu älteren Versicherungsnehmern (30 – 39 Jahre) und zur Gesamtbevölkerung deutlich weniger. Die Attraktivität dieser Zielgruppe zeichnet sich zusätzlich durch die Anzahl der Neuabschlüsse aus, denn diese ist sehr hoch. 43 Prozent haben in den letzten zwei Jahren ein bis drei Neuabschlüsse getätigt. Vier Prozent sogar vier und mehr. Gegenüber den Jahren 2007 – 2009 sind die Neuabschlüsse sogar noch gestiegen.

Doch ungeachtet ihrer Attraktivität stellen junge Leute die Versicherungsgesellschaften auch vor spezielle Herausforderungen: Viele fühlen sich mit dem Thema Versicherungen überfordert und benötigen Unterstützung ihres Umfeldes oder des Vermittlers. Sie zeichnen sich durch eine geringe Kompetenz im Versicherungsmarkt aus und haben stellenweise regelrechte Aversionen gegen das Thema Versicherungen. Der unterdurchschnittliche Informationsstand resultiert aber auch aus der Gleichgültigkeit, mit der die jungen Leute dem Thema entgegentreten. Versorgt man sie mit Informationen, führt dies zu noch größerer Skepsis und löst nur selten Handlungen aus. „Die Lösung für eine glaubwürdige Ansprache junger Kunden ist in zwei Punkten zu sehen: Zum einen sollten die Agenturen für einen jungen Nachwuchs an Vermittlern sorgen und zum anderen eine einfache, klare Sprache auf dem Niveau der jungen Kunden finden“, empfiehlt Dr. Oliver Gaedeke, Vorstand und Leiter der Finanzmarktforschung bei YouGov.

### **Vertriebswege: Versicherungsvermittler schlägt Internet**

Überraschenderweise steht bei jungen Leuten, einer besonders internetaffinen Zielgruppe, beim Versicherungsabschluss der Besuch im Büro oder der Geschäftsstelle einer Versicherung mit 83 Prozent an erster Stelle. Es folgt der Vertreterbesuch zuhause (70 Prozent). Haben diese beiden Vertriebswege in den letzten Jahren leicht an Attraktivität verloren, so zeigt die Analyse ein steigendes Interesse für den Abschluss im Internet (43 Prozent).

Mit dem TargetReport Assekuranz lassen sich zahlreiche weitere flexibel definierbare Zielgruppenanalysen durchführen. Innerhalb von 48 Stunden liefert der TargetReport zu über 30 soziodemographischen und versicherungsmarktspezifischen Merkmalen eine präzise und prognostische Trendanalyse einer Versicherungskundengruppe.

Für die Studie wurden über 80.000 Versicherungs(mit)entscheider in den Jahren 2004-2012 befragt. Für den hier vorgestellten TargetReport sind 8.000 Personen im Alter von 20 bis 29 Jahren über die letzten neun Jahre befragt worden.

Weitere Informationen zur Studie finden Sie unter:

<http://research.yougov.de/services/target-report-assekuranz/>.

**Pressekontakt:**

Nikolas Buckstegen

- Manager PR -

Telefon: 0221 / 420 61 - 444

E-Mail: [presse@yougov.de](mailto:presse@yougov.de)

**Kontakt zur Studienleitung:**

Julia Sinicyna

- Consultant -

Telefon: 0221 / 420 61 - 410

E-Mail: [julia.sinicyna@yougov.de](mailto:julia.sinicyna@yougov.de)

**Unternehmen:**

YouGov Deutschland AG

Gustav - Heinemann - Ufer 72

50968 Köln

Internet: [www.yougov.de](http://www.yougov.de)

**Über YouGov Deutschland AG:**

YouGov ist ein 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](http://www.research.yougov.de)

