

## Fachmedien-Apps bei Finanz- und Versicherungsmaklern beliebt

**Fast ein Drittel der Makler, die privat beziehungsweise beruflich Neue-Medien-Geräte benutzen, nutzen „sehr häufig“ oder „häufig“ auch Apps von Fachmedien aus dem Finanzdienstleistungsbereich. Die Makler sind bei diesen Informationskanälen besonders mit der Aktualität und dem Informationsgehalt zufrieden.**

**Fast ein Drittel der Makler, die privat beziehungsweise beruflich Neue-Medien-Geräte benutzen, nutzen „sehr häufig“ oder „häufig“ auch Apps von Fachmedien aus dem Finanzdienstleistungsbereich. Die Makler sind bei diesen Informationskanälen besonders mit der Aktualität und dem Informationsgehalt zufrieden. Bei den Apps und mobilen Internetseiten von Fachmedien überzeugt die Makler vor allem die mobile Version des „Versicherungsjournals“. Dies ist das Ergebnis der aktuellen Studie „Makler Media-Analyse 2013“ des Kölner Marktforschungs- und Beratungsinstituts YouGov, für die 270 Finanz- und Versicherungsmakler zu ihrer beruflichen Mediennutzung vom 02. bis 05. September 2013 befragt wurden.**

Wie die Analyse zeigt, haben die mehrmals in der Woche oder im Monat erscheinenden Printmedien eine geringere Kontaktwahrscheinlichkeit (Wahrscheinlichkeit, dass ein Makler eine Ausgabe liest) als die ein- bis zwölfmal im Jahr erscheinenden Printmedien. Bei den Onlinemedien ist es allerdings genau umgekehrt: Mehrmals in der Woche erscheinende Medien haben eine höhere Kontaktwahrscheinlichkeit als die im Monat.

### **Die top Print- und Onlinemedien in der Assekuranz**

Von allen in der „Makler Media-Analyse 2013“ getesteten Medien, unabhängig von online oder print, hat die monatlich erscheinende Zeitung „AssCompact“ die höchste Reichweite: Eine einzelne Printausgabe erreicht 49 Prozent der Makler innerhalb eines Jahres und ist damit das erfolgreichste Medium in der „Makler Media-Analyse 2013“.

Bei Betrachtung der Printmedien dominieren die mehrmals im Jahr herausgegebenen Zeitungen und Zeitschriften gegenüber denen, die mehrmals im Monat oder in der Woche erscheinen. Bei den vier- bis sechsmal im Jahr veröffentlichten Printmedien erzielt der „experten Report“ mit 34 Prozent die höchste Reichweite. Ebenso ist das Magazin „procontra“ bei den Maklern beliebt. Innerhalb eines Jahres erreicht eine einzelne Ausgabe des Mediums 30 Prozent der Makler.

Bei den Onlinemedien haben die zwei- bis siebenmal die Woche erscheinenden Newsletter eine höhere Reichweite bei den Maklern als die ein- bis viermal im Monat veröffentlichten Newsletter. So erreicht der Newsletter vom „Versicherungsjournal“ mit einer einzelnen Ausgabe 46 Prozent der Makler und ist damit so stark wie kein anderes Onlinemedium. Wie schon bei den Printmedien ist „procontra“ auch mit seinem Newsletter bei den Maklern erfolgreich: Eine einzelne Ausgabe des „procontra“ Newsletters erreicht 30 Prozent der Makler innerhalb einer Woche.

Zur Auswahl von Anbietern und Produkten im Vertrieb ist „AssCompact“ für 23 Prozent der Makler das wichtigste Printmedium. Bei den Onlinemedien ist der Newsletter vom „Versicherungsjournal“ für 39 Prozent der Makler die wichtigste Entscheidungshilfe im Vertrieb.

Die „Makler Media-Analyse 2013“ gibt Einblick in die aktuelle Nutzung von Online- und Printmedien seitens der Versicherungsmakler und liefert einen umfassenden Jahres- und Medienvergleich in Bezug auf Aktualität, Informationsgehalt, Übersichtlichkeit und Qualität der wichtigsten Medien im Finanzdienstleistungssektor.

Weitere Informationen zur „Makler Media-Analyse 2013“ finden Sie unter:

[research.yougov.de/services/makler-media-analyse-2013/](http://research.yougov.de/services/makler-media-analyse-2013/)

**Pressekontakt:**

Nikolas Buckstegen

- Manager PR -

Telefon: 0221 / 420 61 - 444

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

**Kontakt zur Studienleitung:**

Laura-Isabella Tkocz

- Consultant -

Telefon: 0221 / 420 61 - 467

E-Mail: [laura-isabella.tkocz@yougov.de](mailto:laura-isabella.tkocz@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 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, Vertriebspartnerbefragungen 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)

