

Versicherungsnehmer in Städten sind direkt- und preisaffiner

Ob Menschen eher in Städten oder ländlichen Regionen in Deutschland wohnen, lässt auch Rückschlüsse auf ihre Verhaltensweisen in Bezug auf das Thema Versicherungen zu, denn Versicherungsnehmer in Deutschland ticken je nach Wohnort anders: So wünscht sich die in ländlichen Regionen lebende Bevölkerung (Wohnort unter 20.000 Einwohner) mehr Unterstützung durch den Versicherungsvertreter.

Ob Menschen eher in Städten oder ländlichen Regionen in Deutschland wohnen, lässt auch Rückschlüsse auf ihre Verhaltensweisen in Bezug auf das Thema Versicherungen zu, denn Versicherungsnehmer in Deutschland ticken je nach Wohnort anders: So wünscht sich die in ländlichen Regionen lebende Bevölkerung (Wohnort unter 20.000 Einwohner) mehr Unterstützung durch den Versicherungsvertreter. Für fast sieben von zehn Befragten vom Land ist das persönliche Vertrauensverhältnis zu einem Versicherungsvertreter wichtig. Dies zeigt eine aktuelle Zielgruppenanalyse, die mit dem TargetReport Assekuranz des Kölner Marktforschungs- und Beratungsinstituts YouGov erstellt wurde. Mit dem TargetReport sind jederzeit individuelle Zielgruppenuntersuchungen zu verschiedensten Themen möglich.

Vergleicht man die Zielgruppe der ländlichen Bevölkerung mit Verbrauchern, die in Städten leben (Wohnort über 500.000 Einwohner), so stehen die Städter einem Direktabschluss offener gegenüber und sind tatsächlich auch häufiger Kunde eines Direktversicherers (13 Prozent Städter, 9 Prozent der ländlichen Bevölkerung).

Städter besitzen weniger Versicherungen als Bürger in ländlichen Regionen

Insgesamt ist der Produktbesitz auf dem Land in den vergangenen Jahren leicht gesunken: Haben die Versicherungsnehmer in ländlichen Regionen im Zeitraum 2007 bis 2009 noch durchschnittlich 5,2 Policen besessen, so sind es aktuell 5,0. Im Durchschnitt besitzen die in größeren Ballungsräumen lebenden Menschen insgesamt weniger Versicherungsprodukte (4,8) als die Landbevölkerung. Den größten Unterschied gibt es bei der KFZ-Versicherung, denn diese wird in den Städten deutlich seltener abgeschlossen, als auf dem Land.

Doch der aktuelle TargetReport zeigt noch weitere Unterschiede auf: Deutlich mehr Städter haben in den vergangenen zwei Jahren bei einem Versicherungswechsel zu einem günstigen Anbieter gewechselt. Die in ländlichen Regionen lebenden Versicherungsnehmer bevorzugen bei einem Wechsel häufiger Gesellschaften im oberen Preissegment. Auch wechseln Städter häufiger zum Direktversicherer, die ländliche Bevölkerung bevorzugt einen Außendienstversicherer. Entsprechend werden die Geschäftsstellen- und Direktvertriebe von günstigeren Anbietern häufiger genutzt. Zudem sind Städter gegenüber einer internationalen Versicherermarken mit Niederlassung in Deutschland deutlich offener eingestellt.

Mit dem TargetReport Assekuranz lassen sich zahlreiche weitere individuell definierbare Zielgruppenanalysen durchführen. Innerhalb von 48 Stunden liefert der TargetReport zu über 30 soziodemografischen 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 die hier vorgestellte Zielgruppe sind rund 33.000 Personen über die letzten neun Jahre befragt worden.

Pressekontakt:

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

Kontakt zur Studienleitung:

Julia Sinicyna
- Consultant -
Telefon: 0221 / 420 61 - 410
E-Mail: julia.sinicyna@yougov.de

Unternehmen:

YouGov Deutschland AG
Gustav - Heinemann - Ufer 72
50968 Köln

Internet: 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

