

## Strategiecheck in der Assekuranz: Preisfuchs und Kuschelkunde im Vergleich

**Kompetent in Versicherungsfragen, rational und immer auf der Suche nach dem besten Preis-Leistungs-Verhältnis: Sogenannte „Preisfüchse“ stellen Versicherer vor große Herausforderungen, sind aber aufgrund des überdurchschnittlich hohen Nettohaushaltseinkommens (2.470 Euro) für Versicherer besonders interessant.**

**Kompetent in Versicherungsfragen, rational und immer auf der Suche nach dem besten Preis-Leistungs-Verhältnis: Sogenannte „Preisfüchse“ stellen Versicherer vor große Herausforderungen, sind aber aufgrund des überdurchschnittlich hohen Nettohaushaltseinkommens (2.470 Euro) für Versicherer besonders interessant. 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.**

Im Vergleich zum durchschnittlichen Versicherungsnehmer mit 4,9 Policen besitzen die „Preisfüchse“, zu denen überwiegend Männer in Großstädten (ab 500.000 Einwohnern) zählen, deutlich mehr Produkte (5,4). Neben ihrer Kompetenz zeichnen sie sich durch eine hohe Unabhängigkeit und Do-It-Yourself-Mentalität in Versicherungsentscheidungen aus. Vertreter und Makler werden sehr kritisch von ihnen beäugt.

### **Der Großteil der Versicherungsnehmer sind „Kuschelkunden“**

Mit 22 Prozent machen die „Preisfüchse“ aber nur rund ein Viertel des privaten Versicherungsmarktes aus. Das entspricht etwa 14,4 Millionen Entscheidern und Mitentscheidern in Versicherungsfragen. Der weitaus größte Anteil im Privatkundenmarkt ist mit 65 Prozent (41,7 Mio.) vom sehr gegensätzlichen „Kuschelkunden“ dominiert – Tendenz steigend. Sie suchen den direkten und persönlichen Kontakt und erwarten dort fachkompetente Beratung und Betreuung, denn sie schätzen sich selbst in Versicherungsfragen als mäßig kompetent und schnell überfordert ein. Trotz des höheren Absicherungsbedürfnisses weisen „Kuschelkunden“ teilweise Versicherungslücken auf: Sie besitzen insgesamt etwas weniger Versicherungspolicen (5,1) als die „Preisfüchse“. Diese Lücken bestehen insbesondere bei Rechtsschutz-, Berufsunfähigkeits- und geförderten und nicht geförderten Rentenversicherungen. Der Grund hierfür ist jedoch weniger in einem tatsächlich höheren Alter und geringerem Einkommen der Kuschelkunden zu sehen, sie sind einfach passiver und müssen aktiv von ihren Versicherungsberatungspunkten in den Agenturen angesprochen werden. Kuschelkunden sind alleine auch deswegen attraktiver für Versicherer, da sie nur halb so häufig wie die Preisfüchse Verträge wechseln und damit den nachhaltigen Geschäftserfolg sichern.

„Eine Zielgruppenstrategie von Versicherern bestimmt nicht nur über das gezeichnete Risiko den Unternehmenserfolg. Es muss auch zusätzlich die zielgruppenspezifische Kundenbetreuung und -bindung definiert werden, um als Versicherungsagentur und -unternehmen erfolgreich zu sein“, weiß Dr. Oliver Gaedeke, Vorstand und Leiter der Finanzmarktforschung bei YouGov.

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 vorgestellten Zielgruppen sind rund 56.000 Personen 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)

