

Versicherungen: Junge Frauen sehnen sich nach Sicherheit - und einem guten Vertreter

Junge Frauen unter 35 Jahren haben ein wesentlich größeres Absicherungsbedürfnis als Männer in der gleichen Altersgruppe. Damit stehen sie dem Abschluss einer Versicherung besonders offen gegenüber. Junge Männer hingegen verfügen im Schnitt über einen geringeren Versicherungsschutz.

Junge Frauen unter 35 Jahren haben ein wesentlich größeres Absicherungsbedürfnis als Männer in der gleichen Altersgruppe. Damit stehen sie dem Abschluss einer Versicherung besonders offen gegenüber. Junge Männer hingegen verfügen im Schnitt über einen geringeren Versicherungsschutz. Dies zeigt eine aktuelle Zielgruppenanalyse, die mit dem TargetReport Assekuranz des Kölner Marktforschungs- und Beratungsinstituts YouGov erstellt wurde.

So besitzen 71 Prozent der jungen Frauen eine Haftpflichtversicherung, während in der Gruppe der männlichen Versicherungsnehmer nur 68 Prozent diese abgeschlossen haben. Dabei sind junge Männer eher risikogefährdet und sollten sich ebenso absichern, sofern sie nicht noch in der ersten Ausbildung über die Eltern versichert sind. Die Haftpflichtversicherung gilt als eine der wichtigsten Basisversicherungen und erreicht in der Gesamtbevölkerung derzeit eine Abdeckung von 79 Prozent.

Auch in anderen Sparten werden Lücken sichtbar: Nicht nur im Falle der Hausrat- oder Rechtsschutzversicherung ist die Versorgung mit Versicherungsschutz bei jungen Menschen schwach, vor allem im Bereich der Altersvorsorge ist eine Unterversicherung festzustellen. Nur etwa 4 von 10 jungen Frauen und Männern besitzen entsprechende Vorsorgeprodukte.

Bei der Ansprache der potenziellen jungen Kunden tun Versicherer gut daran, einen persönlichen Kontakt aufzunehmen. Junge Frauen legen beim Abschluss einer Versicherung einen besonders großen Wert auf die Empfehlung des Vertreters. Ein Grund hierfür ist, dass sie sich in vielen Fällen unsicher fühlen, eine eigene Entscheidung für ein Produkt zu treffen. Dies wirkt sich auch auf den Vertriebsweg „Internet“ aus – dieser stößt bei jungen Frauen auf vergleichsweise wenig Akzeptanz. Junge Männer hingegen sind wesentlich häufiger bereit, Versicherungen über das Internet abzuschließen.

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 wurden im Schnitt jeweils 2.000 Männer und 2.000 Frauen über eine Kohorte untersucht.

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

Kontakt zur Studienleitung:

Christoph Müller
- Senior Consultant -
Telefon: 0221 / 420 61 - 328
E-Mail: christoph.mueller@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, 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

