

## Makler oder gebundener Vermittler – eine Frage des Alters?

**Beim Versicherungsabschluss dominieren nach wie vor die klassischen personengebundenen Vertriebswege wie Makler, gebundene Vermittler und Banken. Es gibt jedoch klare altersabhängige Präferenzen bei den genutzten Informationskanälen und Abschlusswegen sowie unterschiedliche Kaufmotive, so das Ergebnis der aktuellen Studie „Versicherungskunde 2010“ des SKOPOS in Kooperation mit der Unternehmensberatung Horváth & Partners.**

Geht es um private Versicherungsentscheidungen, ist der häufigste Informations- und Abschlussweg der Makler oder der gebundene Vermittler. Jeder dritte Versicherungskunde kommt dabei über eine Weiterempfehlung von Freunden, Kollegen und Verwandten.

Während ältere Personen gebundene Agenturen beim Abschluss einer Versicherung bevorzugen, gehen Jüngere und Besserverdiener eher den Weg über einen freien Makler.

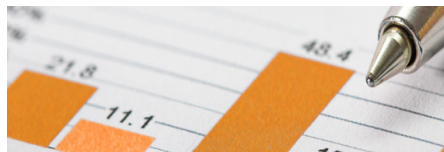
Insbesondere Altersvorsorge- und Unfallversicherungen werden häufiger über Makler abgeschlossen. „Für die Kaufentscheidung älterer Personen spielen die Verständlichkeit der Produkte sowie die Bekanntheit und der Ruf der Versicherungsgesellschaft eine zentrale Rolle.

Jüngere Versicherungsnehmer legen dagegen vor allem Wert auf terminliche Flexibilität bei der persönlichen Beratung und die Kompetenz des Ansprechpartners. Die Bekanntheit des Versicherers ist für sie jedoch auch bedeutsam“, erklärt Stefan Hiendlmeier, Experte für Strategie und Vertrieb aus dem Competence Team Insurance bei Horváth & Partners.

Die Bedeutung einer professionellen Beratung ist für Versicherungskunden jeden Alters sehr hoch. „Le-

diglich 14 Prozent der Befragten würden auf eine professionelle Beratung verzichten, wenn im Gegenzug z.B. eine Vergünstigung der Konditionen angeboten wird“, konstatiert Marcus Dreyer, Geschäftsführer des Marktforschungsinstituts SKOPOS Strategic Research. Am ehesten würden noch Personen ab 55 Jahren und älter auf eine professionelle Beratung verzichten sowie Personen mit sehr hohem Einkommen.

Obwohl der Stellenwert der Beratung hoch ist, sind nur sehr wenige Versicherungskunden bereit, für eine professionelle Beratung zu zahlen. Personen zwischen 25 und 34 Jahren messen einer guten Beratung die höchste Bedeutung für die Kaufentscheidung bei und würden noch am ehesten für diese Leistung zahlen.



Nachdem Versicherungskunden erste Beratungserfahrungen gemacht haben, sind sie vermehrt dazu bereit, auf eine erneute Beratung zu verzichten und online zu kaufen.

Als Informationskanal und für Preisvergleiche gewinnt das Internet zunehmend an Bedeutung. Mittlerweile kommt jeder sechste Kontakt über das Internet zustande.

Die Panel-Studie „Versicherungskunde 2010“ wurde Ende 2009 als Gemeinschaftsprojekt von Horváth & Partners und dem Marktforschungsinstitut SKOPOS Strategic Research durchgeführt. Dabei wurden über 1.200 Personen befragt, die in den vergangenen Monaten einen neuen Versicherungsvertrag abgeschlossen haben. Die Befragten besitzen mehrheitlich eine Anzahl zwischen drei und sechs Versicherungsverträgen.

## SKOPOS Methoden, die wir für Sie anwenden:

- CATI-Befragungen
- CAPI-Befragungen
- Desk Research
- Explorative Verfahren
- Face-to-Face Interviews
- Gruppendiskussionen
- Inhaltsanalysen
- Online-Befragungen
- Panel-Befragungen
- Usabilitytests
- Studiotests
- Schriftliche Befragungen
- Testkäufe

## SKOPOS – Leistungen, die wir Ihnen anbieten:

- Imageanalysen
- Konzepttests
- Kunden-Panel
- Kundenzufriedenheitsuntersuchungen
- Markenforschung
- Marketingforschung
- Marktpotenzialforschung
- Marktsegmentierungen
- Mediaforschung
- Mitarbeiterbefragungen
- Mystery-Studien
- PR-Evaluationsforschung
- Produkttests
- Websiteforschung
- Werbewirksamkeitsanalysen
- Zielgruppenforschung

## Zur Studie:

Die Ergebnisse erhebt SKOPOS im Rahmen einer repräsentativen Onlinestudie (1236 befragte Versicherungskunden) in Zusammenarbeit mit dem Online-Panel ODC Services.

Interessierte Versicherungsunternehmen können sich für weitere Informationen oder zwecks Bezug der Studie gerne melden:

## Kontakt

**Petra Zschiezschmann**  
Dipl.-Kff. (FH), Bankkauffrau

Senior Research Manager  
Leitung Financial Services Unit

Tel.: 02233 / 9988-331

Fax: 02233 / 9988-111

petra.zschiezschmann@skopos.de