



**YouGov**<sup>®</sup>  
What the world thinks

## Strategiefeld Unfallversicherung

*Wahrnehmung, Motive und Produktpräferenzen aus Privatkundensicht*

# Hinweis zu den Nutzungsrechten der Studie

Bitte beachten Sie unsere Eigentumsrechte

- Diese Studie sowie alle einzelnen Studienergebnisse sind Eigentum der YouGov Deutschland AG.
- Studienbezieher ist nur eine unternehmensinterne Verwendung der Studienergebnisse gestattet. Die Weitergabe an Dritte ist nicht gestattet.
- Einzelne Ergebnisse dürfen ohne Rücksprache mit YouGov den Außendienstmitarbeitern (Ausschließlichkeitsvertrieb) des eigenen Unternehmens zur Verfügung gestellt werden. Dies gilt auch z.B. für Vertriebsmitarbeiter in kooperierenden Sparkassen. Dabei wird nicht die komplette Studie weitergeleitet, sondern Auszüge oder Einzelergebnisse.
- Veröffentlichungen in der Presse sind auszugsweise möglich, bedürfen aber auf jeden Fall der textlichen Zustimmung durch die YouGov Deutschland AG.
- Die Veröffentlichung eigener gesellschaftsbezogener Ergebnisse ist u.U. möglich (Fallzahlen beachten!), Wettbewerberergebnisse sind von einer Veröffentlichung ausgeschlossen.
- Veröffentlichungen erfolgen grundsätzlich unter der Angabe der Quelle (Studienname, YouGov als Hrsg., ggf. öffentlich genannte Unterstützer und Jahr).
- Bei der Veröffentlichung einzelner Ergebnisse, z.B. eigener gesellschaftsbezogener Ergebnisse unterstützen wir Sie gerne.
- Bitte wenden Sie sich hierzu an den Studienleiter.

# Inhaltsverzeichnis

1. Hintergrund und Zielsetzung	4
2. Management Summary	7
3. Ergebnisse	16
3.1 Besitz, Stellenwert und Potenzial	18
3.2 Einstellung und Produkterwartungen	45
3.3 Markt- und Produktwahrnehmung	77
3.4 Abschluss- und Informationsverhalten sowie Vertriebswegeakzeptanz	90
3.5 Relevanz der Informationskanäle	100
3.6 Kinderunfall	103
3.7 Themenwissen	107
3.8 Soziodemografie	116
4. Untersuchungsdesign	126
5. Über YouGov	127

# 1. Hintergrund und Zielsetzung



# Hintergrund

## Schwieriges Marktumfeld bei Unfallversicherungen

32 Prozent der Deutschen haben eine Unfallversicherung (Quelle: Kundenmonitor Assekuranz 2013). Die verdienten Bruttoprämien stagnieren laut GDV aber seit einigen Jahren. Das derzeitige **Marktumfeld von Unfallversicherungen** ist insgesamt **schwierig**: Sie sind vergleichsweise teuer, Verbraucherexperten empfehlen sie nur bedingt. Andere Versicherungen wie die Berufsunfähigkeitsversicherung erscheinen wichtiger. Eine Ausnahme stellt die **Kinderunfallversicherung** dar, diese wird als durchaus wichtig eingestuft.

Auch aufgrund negativer Presse wird die Unfallversicherung von Kunden oftmals als **verzichtbar** angesehen. Sie gehört zu den ersten Versicherungen, die gekündigt werden. Weitere Schwierigkeiten sind, dass das **Wissen über private Unfälle** gering ist. Speziell Haushaltsunfälle werden in der Bevölkerung unterschätzt.

Bei der Unfallversicherung handelt es sich um ein Produkt mit „**klassischem**“ **Personenvertrieb**. Dieser ist laut Kundenmonitor Assekuranz aber seit vielen Jahren rückläufig. Nur sieben Prozent der Abschlüsse einer Unfallversicherung erfolgen online. (Quelle: Kundenmonitor e-Assekuranz 2013).

Große Probleme herrschen besonders bei jungen Leuten, die für Versicherungen sowieso schon weniger empfänglich sind. Anbieter sind deshalb auf der Suche nach **neuen innovativen Marketingstrategien**.

# Zielsetzung

Die Studie richtet sich an **Anbieter von privaten Unfallversicherungen** und hat folgende Ziele:

- ✓ Einstellungen, Barrieren und das Verhalten der deutschen Privatkunden zum Thema Unfallversicherung besser zu verstehen
- ✓ Produkt- und Preispräferenzen unter Berücksichtigung der präferierten Informationsquellen und Vertriebswege-Akzeptanzen zu ermitteln
- ✓ In dem Zusammenhang auch explizit die Empfänglichkeit neuer Vertriebs- und Marketingkanäle zu beleuchten
- ✓ Empfehlungen für eine erfolgreiche Ausgestaltung und einen erfolgreichen Vertrieb von Unfallversicherungen abzuleiten

### 3. Ergebnisse



# Im Bericht analysierte Gruppen

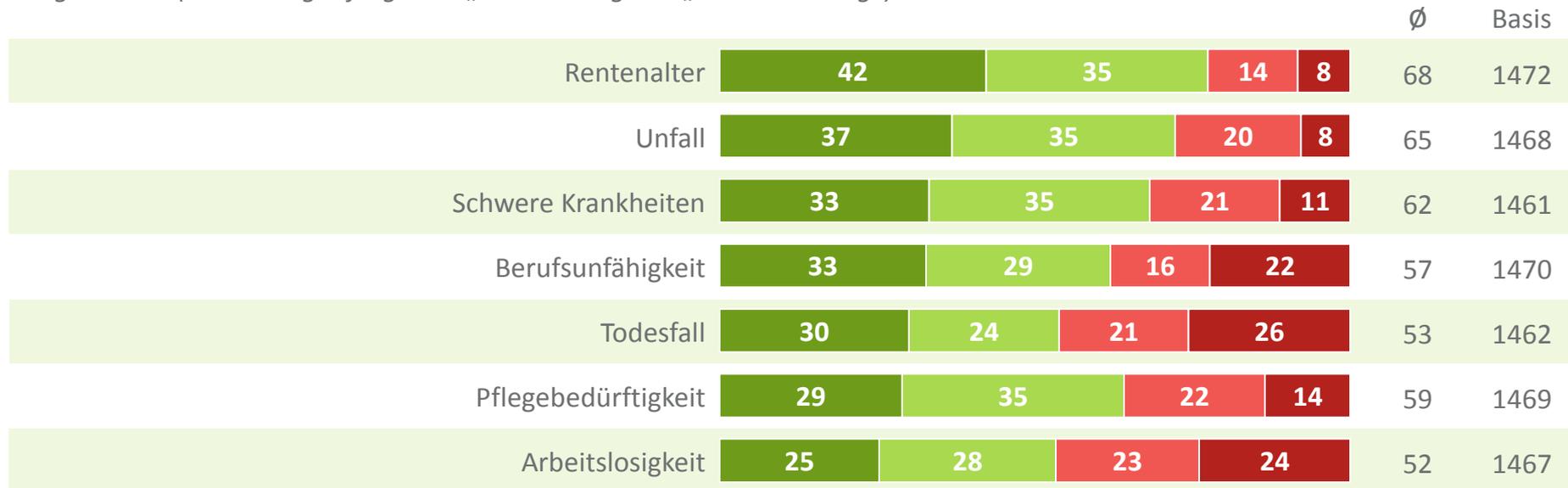
## Zielgruppen

- **Gesamt: Alle Befragten (bevölkerungsrepräsentativ 18 bis 65 Jahre)**
- **Besitzer einer privaten Unfallversicherung**
- **Kurz- und mittelfristiges Potenzial:** Besitzen keine private Unfallversicherung, können sich aber deren Abschluss innerhalb der nächsten 12 Monate bestimmt oder wahrscheinlich vorstellen
- **Langfristiges Potenzial:** Besitzen keine private Unfallversicherung, können sich deren Abschluss innerhalb der nächsten 12 Monate allerhöchstens vielleicht vorstellen, stufen eine private Unfallversicherung aber als sehr oder äußerst wichtig ein
- **Junge Zielgruppe:** Personen, die zwischen 18 und 29 Jahre alt sind
- **Eltern**
- **Eltern von Kleinkindern:** Haben mindestens ein Kind, welches jünger als 5 Jahre ist.

# Wichtigkeit der finanziellen Absicherung von Unfallrisiken nur knapp hinter finanzieller Absicherung für das Rentenalter

## Wichtigkeit der finanziellen Absicherung (Gesamt)

Bitte geben Sie jetzt an, wie wichtig Ihnen eine finanzielle Absicherung für die folgenden Lebenssituationen oder kritischen Ereignisse ist. (Schiebereglerfrage von „sehr wichtig“ bis „sehr unwichtig“)



■ 76-100

■ 51-75

■ 26-50

■ 0-25

Filter: Alle Befragten

Angaben in Prozent und Mittelwert; Sortierung absteigend nach Top1 Gesamt

# Unfallrente ist für Gesamtbevölkerung wichtigster Aspekt bei privater Unfallversicherung (34% Top1Box)

Wichtigkeit bei Abschluss einer privaten Unfallversicherung (Gesamt) 1/3 (Top3 Nennungen)

Wie wichtig sind Ihnen die folgenden Aspekte bzw. zusätzlichen Leistungen beim Abschluss einer privaten Unfallversicherung?

					Ø	Basis
	Unfallrente	34	50	10 6	70	1260
	Sofortleistung bei Schwerstverletzungen	32	52	9 7	70	1244
	Rücktransport von Kindern	31	43	13 13	64	1239

- habe ich bei meiner privaten Unfallversicherung & so wichtig, dass ich dafür einen höheren Beitrag/Preis zahlen würde\*
- wichtig, aber ich würde dafür keinen höheren Beitrag/Preis zahlen
- weniger wichtig
- unwichtig

Filter: Alle Befragten; Angaben in Prozent; Sortierung nach Top1Box; \*"habe ich bei meiner privaten Unfallversicherung" und „so wichtig, dass ich dafür einen höheren Beitrag/Preis zahlen würde“ (bei Besitz Unfallversicherung) für die Auswertung zusammengefasst

# Untersuchungsdesign

## Methodik

- Online-Interviews à 15 Minuten über das YouGov Panel
- bevölkerungsrepräsentativ für die Bevölkerung im Alter von 18 und 65 Jahren
- n=1.500 Interviews
- Disproportionaler Ansatz
  - Quotierung von n=410 Eltern von Kindern unter 5 Jahren
  - Quotierung von n=492 Personen unter 30 Jahren
- Feldzeit = 07. Juli - 16. Juli 2014

# Ihre Ansprechpartner

## Studienleitung



**Dennis Bargende**

Senior Consultant

T +49 221 42061-437

dennis.bargende@yougov.de

## Presse



**Nikolas Buckstegen**

Manager PR

T +49 221 42061-444

presse@yougov.de