

+++ Pressemitteilung vom 04. August 2009 +++

## **Studie „Kundenmonitor Assekuranz 2009“ Schwerpunktthema „Vertrauen in Versicherungen“**

### **Wenig Vertrauen in ausländische Versicherer**

**Köln, 04. August 2009.** Ungeachtet der Liberalisierung des europäischen Versicherungsmarkts vor mehr als einem Jahrzehnt haben ausländische Versicherer in Deutschland immer noch einen schweren Stand. Aktuell leiden vor allem die angelsächsischen Anbieter infolge der Finanzmarktkrise unter einem Vertrauensschwund: Nur rund jeder vierte deutsche Versicherungskunde hält diese für vertrauenswürdig; einheimischen Anbietern vertrauen hingegen 90 Prozent.

Dies zeigt der „Kundenmonitor Assekuranz 2009“ des Marktforschungs- und Beratungsinstituts YouGovPsychonomics AG zum aktuellen Schwerpunktthema „Vertrauen in Versicherungen“. Rund 2.200 Entscheider und Mitentscheider in Versicherungsangelegenheiten ab 14 Jahren wurden repräsentativ zur Vertrauenswürdigkeit der nationalen und internationalen Versicherungsbranche sowie zu ihrem Vertrauen in ihre persönlichen Versicherungsvermittler und in einzelne Versicherungssparten befragt.

#### **Schlusslichter Irland, Italien und USA**

Im Ländervergleich schneiden die Assekuranzen der deutschsprachigen Nachbarn Schweiz (54 Prozent) und Österreich (44 Prozent) in punkto Vertrauenswürdigkeit bei den deutschen Kunden noch verhältnismäßig gut ab. Schlechter ergeht es bereits den Anbietern aus den Nachbarstaaten Niederlande und Frankreich sowie den Versicherern aus Skandinavien.

Das geringste Vertrauen wird derzeit den Versicherungsunternehmen aus den anglo-amerikanischen Ländern Kanada, Großbritannien, Irland und USA zuteil. Zu den Schlusslichtern zählt darüber hinaus Italien. An der Spitze des Rankings liegen erwartungsgemäß die Anbieter aus Deutschland. *„Für die deutsche Versicherungswirtschaft ergibt sich in der Krise die Chance, sich auf dem Heimatmarkt von der ausländischen Konkurrenz abzusetzen“*, kommentiert Studienleiter Christoph Müller.

### **Vertrauen in Versicherungen rückläufig – Vertrauen in Vermittler stabil**

Betrachtet man die Entwicklung der Vertrauenswerte der Kunden in die Versicherungsbranche insgesamt, zeigt sich vor dem Hintergrund der Finanzmarktkrise gegenüber 2004 ein Rückgang von 73 auf 68 Prozentpunkte.

Verglichen mit den hohen Vertrauensverlusten der Bankenbranche in der Bevölkerung handelt es sich hierbei freilich um einen vergleichsweise moderaten Vertrauensverlust. Zudem fällt das Vertrauen der Deutschen in ihre eigenen Versicherungsgesellschaften weiterhin deutlich höher aus als das in die Branche insgesamt. Gleichwohl sollte der Vertrauensverlust der Stammkundschaft nicht unterschätzt werden (2004: 87 Prozent; 2009: 80 Prozent).

Das größte und gleichzeitig krisenfeste Kundenvertrauen genießen die persönlichen Versicherungsvermittler: 86 Prozent der Bundesbürger sprechen diesen ihr Vertrauen aus. Damit liegen die Vertrauenswerte hier nahezu auf dem Niveau von vor fünf Jahren (87 Prozent). Und dies, obwohl das berufliche Ansehen von Versicherungsvertretern in der Bevölkerung seit Jahren so schlecht ist wie in kaum einem anderen Berufszweig. EU-Vermittlerrichtlinie und VVG-Reform scheinen sich in punkto Vertrauen jedoch positiv auszuwirken.

### **Vertrauen in Versicherungsprodukte ebenfalls gesunken**

Auch das produktbezogene Vertrauen der Versicherungskunden hinsichtlich Qualität der Schadenregulierung, Beitragsstabilität und Anlagenverzinsung ist in zahlreichen Versicherungssparten rückläufig. Lediglich die Kfz-Sparte bildet hier eine Ausnahme. Größter Verlierer im Vergleich zu 2004 ist die Rechtsschutzversicherung. Aber auch die Zukunft privater Lebens- und Rentenversicherungen - und hier verstärkt fondsgebundener Produkte – betrachten viele Kunden heute besorgter als noch vor fünf Jahren. Vor allem das Vertrauen in attraktive Renditen der Lebensversicherung wurde durch die Krise der Kapitalmärkte merklich erschüttert: Nur noch 56 Prozent gehen von einer guten zukünftigen Verzinsung aus; 2004 waren dies noch 65 Prozent.

### **Direktversicherer im Aufwind**

Direktversicherer zählen für mehr als die Hälfte der deutschen Versicherungskunden (54 Prozent) mittlerweile zum Kreis der vertrauenswürdigen Anbieter im deutschen Versicherungsmarkt. Jeder dritte Bundesbürger gibt zudem an, heute mehr Vertrauen in Direktversicherer zu haben als noch vor zwei Jahren. Möglicherweise können diese daher

unmittelbar von der Krise profitieren: Immerhin 43 Prozent der Versicherungskunden halten Direktversicherer in wirtschaftlich schwierigen Zeiten grundsätzlich für eine gute Alternative zu den weniger preisgünstigen Serviceversicherern.

### **Fazit**

Die Assekuranz und speziell die Lebens- und Rentenversicherer stehen in der kommenden Zeit weiterhin vor der zentralen Aufgabe, das „Urvertrauen“ der Kunden zu stabilisieren. Eine wichtige Rolle kommt hierbei nicht zuletzt den Versicherungsmittlern vor Ort zu. Zudem gilt es Marketing- und Vertriebsstrategien zu entwickeln, die die jeweiligen Chancen und Risiken der in- und ausländischen Unternehmen sowie der Service- und Direktversicherer in der aktuellen Marktsituation gezielt berücksichtigen.

Die komplette Studie „Vertrauen in Versicherungen“ aus dem aktuellen Kundenmonitor Assekuranz 2009 mit zahlreichen weiteren Ergebnissen und umfangreichen Differenzierungen nach soziodemographischen Merkmalen und den Versicherungskundentypen ([www.versicherungstypologie.de](http://www.versicherungstypologie.de)) sowie mit Längsschnittvergleichen 2004 - 2009 kann über die YouGovPsychonomics AG bezogen werden.

Weitere Studieninformation: [www.psychonomics.de/trade/productview/238](http://www.psychonomics.de/trade/productview/238)

Kontakt zur Studienleitung:

Christoph Müller / +49 (0)221 42061-328 / [christoph.mueller@psychonomics.de](mailto:christoph.mueller@psychonomics.de)

+++ +++ +++

### **Über YouGovPsychonomics:**

Die YouGovPsychonomics AG ist ein international tätiges Institut für Marktforschung, Organisationsforschung und Beratung mit Hauptsitz in Köln und Niederlassungen in Berlin und Wien.

Mit psychologisch fundierter Marktforschung und Organisationsforschung liefern wir unseren Auftraggebern hochwertiges Entscheidungswissen für Marketing,

Vertriebssteuerung und Organisationsentwicklung. YouGovPsychonomics gehört zu den Top 10 der umsatzstärksten Marktforschungsinstitute Deutschlands. Zu unseren Auftraggebern zählen viele namhafte nationale wie internationale Unternehmen aus den Bereichen Dienstleistung, Handel und Industrie. Derzeit beschäftigen wir über 120 hoch qualifizierte Forscher und Berater. Unsere Geschäftstätigkeit erstreckt sich über den gesamten deutschsprachigen wie den zentral- und osteuropäischen Raum. Seit September 2007 ist YouGovPsychonomics Mitglied der internationalen YouGov Gruppe mit Sitz in London.

Weitere Informationen finden Sie unter [www.psychonomics.de](http://www.psychonomics.de).

### **Pressekontakt**

Kommunikations- und Pressebüro

Ansgar Metz

Haselbergstraße 19

50931 Köln

T +49 (0)177-295 3800

E-Mail: [ansgar.metz@email.de](mailto:ansgar.metz@email.de)