



# Markteinblicke bei Privathaftpflicht- und Hausratversicherungen

© 2015 YouGov Deutschland AG, Titelbild: © Stephanie Hofschlaeger / pixelio.de

Nur zur unternehmensinternen Verwendung. Die Weitergabe an Dritte ist nicht gestattet. Veröffentlichungen - auch auszugsweise - bedürfen der schriftlichen Zustimmung durch die YouGov Deutschland AG.

# Hinweis zu den Nutzungsrechten der Studie

- Diese Studie sowie alle einzelnen Studienergebnisse sind Eigentum der YouGov Deutschland AG.
- Studienbeziehern 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!), Wettbewerbergebnisse sind von einer Veröffentlichung ausgeschlossen.
- Veröffentlichungen erfolgen grundsätzlich unter der Angabe der Quelle (Studiename, 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.

Bitte beachten  
Sie unsere  
Eigentumsrechte



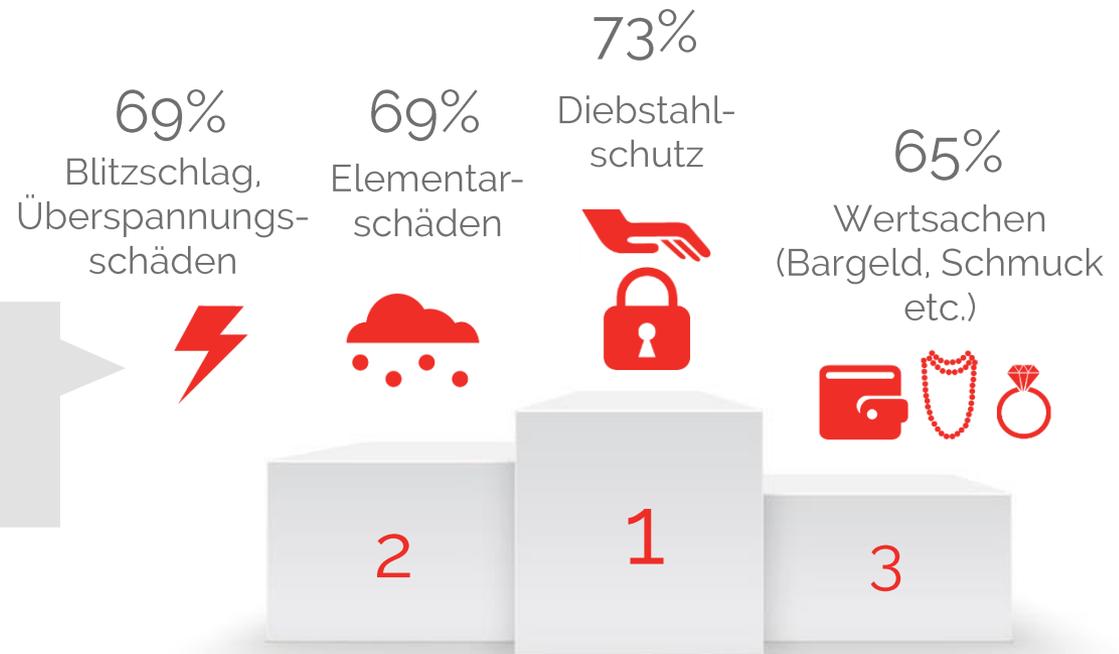
**YouGov**

# Inhaltsverzeichnis

1. Management Summary
2. Zielsetzung und Methodik
3. Stellenwert private Haftpflichtversicherung und Hausratversicherung
4. Private Haftpflichtversicherung
  1. *Abschlusswahrscheinlichkeit, -motive, generelle Wechselmotive*
  2. *Relevanz Produkt- und Anbietermerkmale*
  3. *Marktwahrnehmung*
  4. *Derzeitiger Anbieter*
  5. *Früheres Wechselverhalten*
5. Hausratversicherung
  1. *Abschlusswahrscheinlichkeit, -motive, generelle Wechselmotive*
  2. *Relevanz Produkt- und Anbietermerkmale*
  3. *Marktwahrnehmung*
  4. *Derzeitiger Anbieter*
  5. *Früheres Wechselverhalten*
6. Statistik und Soziodemografie
7. Über YouGov

# Key Facts - Hausratversicherung

Wichtigkeit Produktmerkmale  
Abschluss  
Hausratversicherung



52%

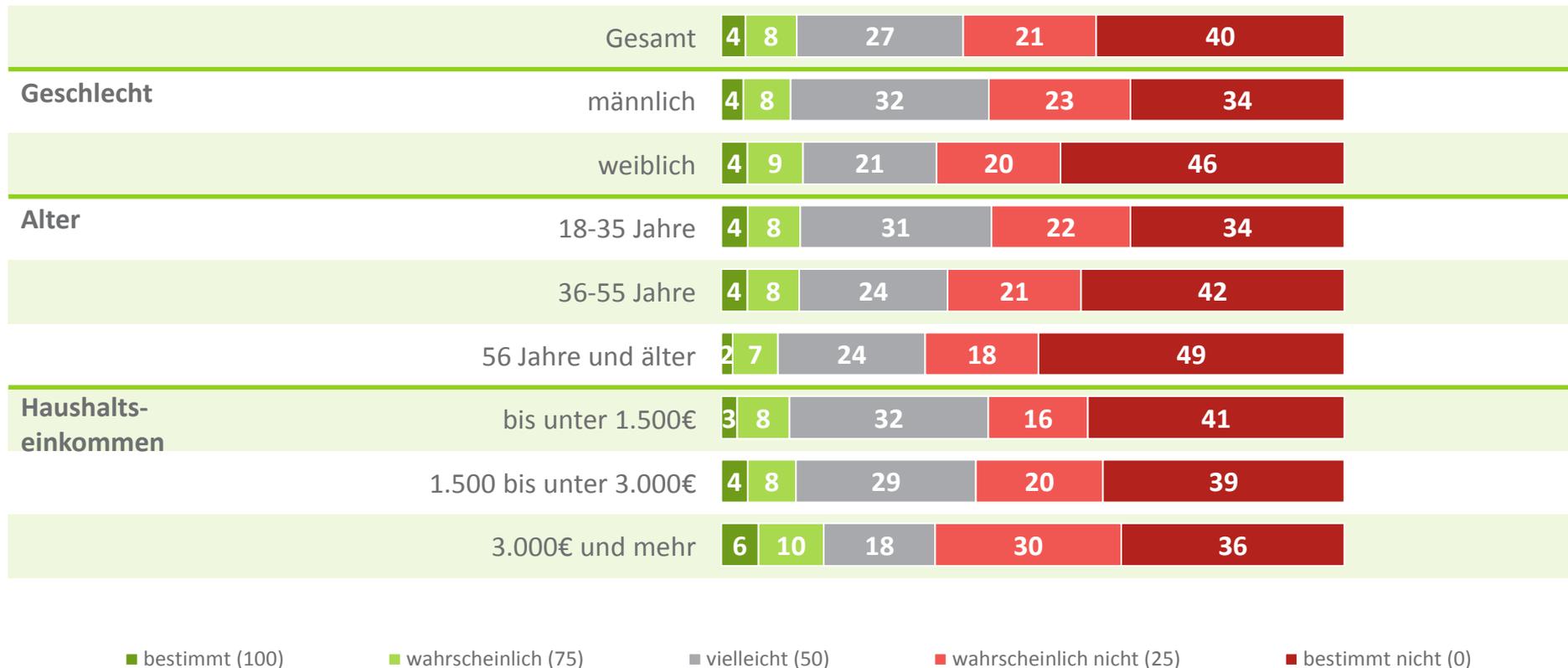
stufen die Privathaftpflichtversicherung  
als wichtig ein; Hausratversicherung mit  
38% Nennungen

**Wichtig**

**YouGov**

# Wie wahrscheinlich ist es, dass Sie in den kommenden 12 Monaten eine Hausratversicherung für sich persönlich abschließen werden?

Zukünftige Abschlusswahrscheinlichkeit Hausratversicherung



Filter: Nicht-Besitzer Hausratversicherung  
Angaben in %

73%

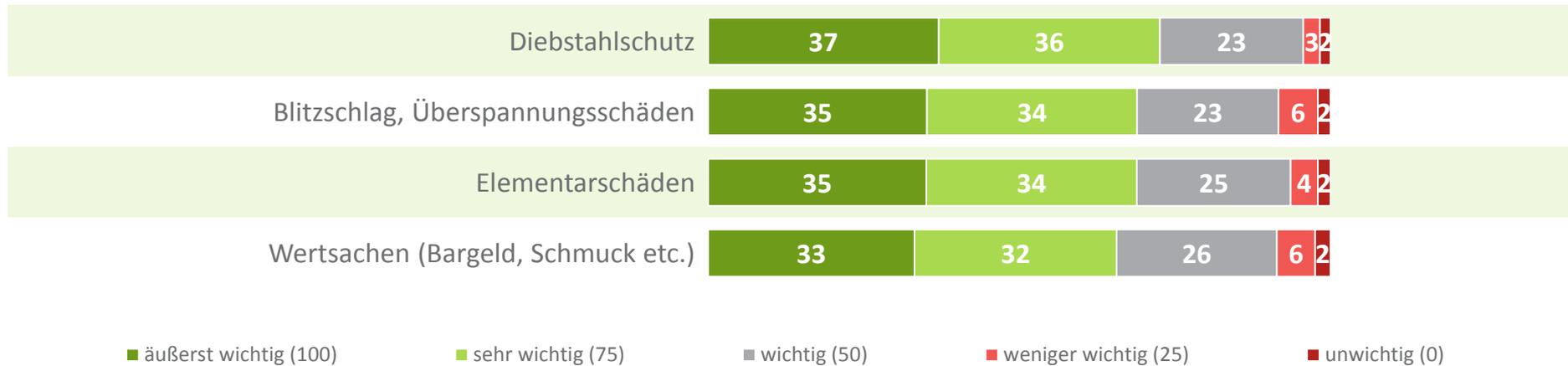
halten Diebstahlschutz bei der  
Hausratversicherung für „äußerst wichtig“  
oder „sehr wichtig“



**YouGov**

# Wie wichtig sind Ihrer Meinung nach die folgenden Produktmerkmale beim Abschluss einer Hausratversicherung?

Wichtigkeit Produktmerkmale Abschluss Hausratversicherung



Filter: alle Befragten

Angaben in %; Sortierung nach Top2Box („äußerst wichtig“ und „sehr wichtig“)