



Aktuelles Highlight-Thema „Bekanntheit & Nutzung von Apps“

Makler Media-Analyse 2017

Analyse der beruflichen Mediennutzung von unabhängigen Finanz- und Versicherungsmaklern

Untersuchungsdesign und -ziele

Grundgesamtheit

- Unabhängige Finanz- oder Versicherungsmakler

Stichprobe

- Zufallsstichprobe aus dem YouGov MaklerPanel
- n=250 online-Interviews

Erhebungsmethode

- Standardisierte Online-Befragung von ca. 10 Minuten Dauer

Erhebungszeitraum

- September 2017

Befragungsziele

- Einblick in die aktuelle Mediennutzung der Versicherungsmakler

Untersuchungskonzept- und -auswertung

- YouGov Deutschland GmbH, Köln

Inhalte der Studie

Häufigkeit der Nutzung

- Ermittelt wurde, ob und wie oft Versicherungsmakler verschiedene Online- und Print-Medien wie z.B. Focus Money oder den Newsletter des VersicherungsJournals lesen.
- Die Auswertung erfolgt dabei nach der Erscheinungsfrequenz des jeweiligen Mediums. Im Ergebnis kann dann auf einen Blick der Anteil der Leser und Nichtleser festgestellt werden.

Reichweite des jeweiligen Mediums

- Aus der Häufigkeit der Nutzung und der Erscheinungsfrequenz kann eine Maßzahl für die Reichweite jedes abgefragten Mediums bestimmt werden („Kontaktwahrscheinlichkeit“).
- Somit ist es möglich zu bestimmen, wie viel Prozent der Makler durch eine Ausgabe des Mediums erreicht werden. Dies ermöglicht eine Rangordnung der Medien nach ihrer effektiven Reichweite.
- Des Weiteren wird die Entwicklung der Kontaktwahrscheinlichkeit für die einzelnen Medien seit 2010 im Zeitverlauf grafisch dargestellt.

Entscheidungsrelevanz

- Um neben der quantitativen Reichweite auch den konkreten Einfluss des Mediums auf den beruflichen Alltag der Makler zu ermitteln, wird nach der Entscheidungshilfe bei der Auswahl von Anbietern und Produkten für den Vertrieb gefragt („Entscheidungsrelevanz“).
- Somit lassen sich die wichtigsten Medien für die Unterstützung im Maklerberuf ermitteln, unabhängig von Lesefrequenz und Erscheinungshäufigkeit.
- Auch für die Entscheidungsrelevanz wird die zeitliche Entwicklung seit 2010 grafisch aufbereitet.

Zusatzfragen und Highlight-Thema

Zusatzfragen

- Beurteilung der genutzten Medien hinsichtlich der Aktualität, des Informationsgehalts, der Übersichtlichkeit und Qualität der Artikel.
- Über welche Produkte hat man sich aufgrund von Werbung in einem Fachmedium informiert.

Highlight-Thema 2017

- Bekanntheit & Nutzung von Apps

Abgefragte Medien

Online-Medien:

- AssCompact Newsletter, Assekuranz-Info-Portal Newsletter, bocquel news, BÖRSE am Sonntag Online-Magazin, BÖRSE ONLINE Daily, Cash.-OnVista-Newsletter, cecu.de-Newsletter, DAS INVESTMENT daily, Der Fondsbrief, Der Honorarberater, dvb-pressespiegel, experten NewsReport, Finanz.News Versicherungen, Finanzwelt-Newsletter, Focus Money VersicherungsProfi, Fonds Exklusiv Newsletter, Fonds Finanz Newsletter, Fonds professionell, Handelsblatt Finance Today (Newsletter), Handelsblatt Nachhaltige Investments, infinma NEWS, Infoletter Money Times, Instock.de Newsletter, mein Geld, Pfefferminzia-Newsletter, Portfolio International Update Newsletter, Procontra Newsletter, Stiftung Warentest Newsletter, VALUE. das Beratermagazin, Versicherungsbote Newsletter "Wochenrückblick“, VersicherungsJournal, Versicherungsmagazin Newsletter, Versicherungsmonitor Newsletter, Versicherungsnetz.de Newsletter, Versicherungspraxis24 Newsletter, Versicherungswirtschaft-heute, WiWo 5 vor 12-Newsletter, WiWo Exklusiv-Newsletter, WiWo Finanzen-Newsletter, WMD Brokerchannel Newsletter

Print-Medien:

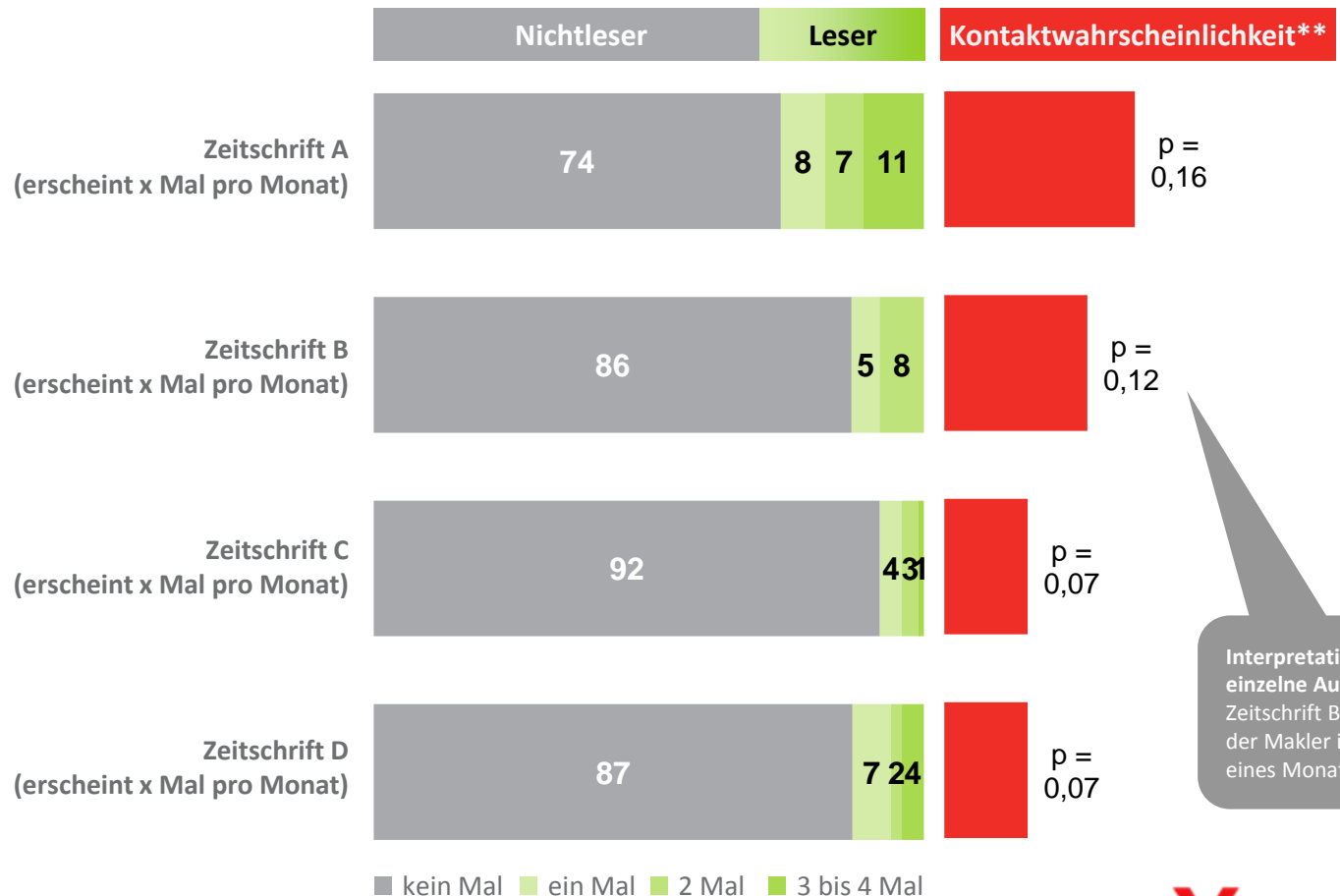
- AssCompact, BCA TOPNEWS, BILD, Börse Online, Capital, Cash, Cash Spezialausgabe, Das Investment, Die VersicherungsPraxis, experten Report, €uro (Wirtschaft, Politik, Börse), Finanz-Test, Finanzwelt, Finanzwelt Sonder- und Extra-Ausgaben, Focus Money, Fonds Exklusiv, FONDS Professionell (D), Frankfurter Allgemeine Zeitung, Frankfurter Rundschau, Handelsblatt, Impulse, Manager Magazin, Mein Geld, Pfefferminzia, Portfolio im Fokus, Portfolio International, procontra, proVision, Risiko & Vorsorge, Süddeutsche Zeitung, Test (Stiftung Warentest), Versichert!, VersicherungsJournal – Extrablatt, VersicherungsJournal Map-Report , Versicherungsmagazin, Versicherungstip , Versicherungswirtschaft, Die Welt, Wirtschaftsdienst Versicherungsmakler, Wirtschaftswoche, Zeitschrift für Versicherungswesen

Beispiel: Lesefrequenz und Kontaktwahrscheinlichkeit Print-Medien

Erscheinungsfrequenz: 2 bis 4 x im Monat

„Wie häufig pro Monat lesen Sie im Schnitt folgende Zeitungen und Zeitschriften?“* (n=XXX)

Fiktive Werte



Interpretationshilfe: Eine einzelne Ausgabe der Zeitschrift B erreicht 12% der Makler innerhalb eines Monats.



*Angaben in %

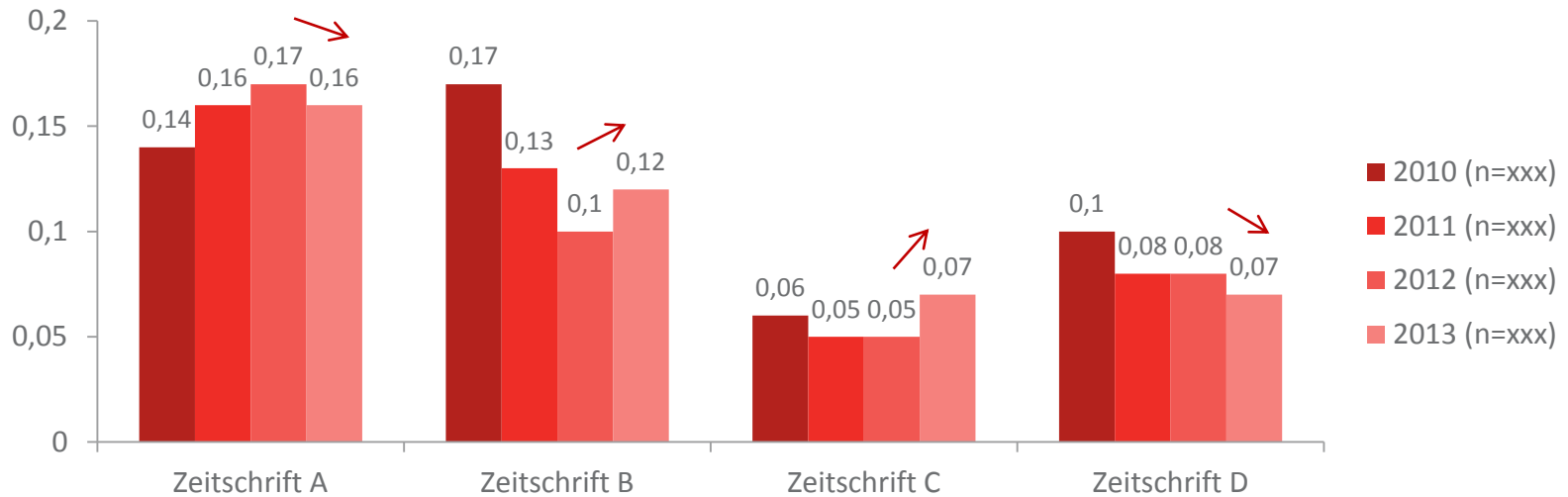
**Wahrscheinlichkeit, dass ein Makler eine Ausgabe des Mediums innerhalb eines Monats liest.

Beispiel: Zeitreihe Kontaktwahrscheinlichkeit Print-Medien

Erscheinungsfrequenz: 2 bis 4 x im Monat

„Wie häufig pro Monat lesen Sie im Schnitt folgende Zeitungen und Zeitschriften?“

Fiktive Werte



Bereitstellung eines Siegels für Ihr Medium

- Neben der Studie „Makler Media-Analyse 2017“ bieten wir Verlagen auch an, sich durch ein Siegel mit der eigenen Reichweite des spezifischen Mediums gegenüber Anzeigenkunden auszuzeichnen.
- Sie können das Siegel ein Jahr lang in der Kundenkommunikation gegenüber Finanzdienstleistern einsetzen.

Ihre Vorteile

- Blick auf die zentralen Wettbewerber im Bereich FDL-Medien
- Differenzierter Blick auf Print- und Online-Medien
- Unterscheidung zwischen Reichweite und Relevanz
- Trendaussagen durch Zeitreihenanalyse
- Siegel als Werbe- und Kommunikationsinstrument
- Erwähnung in unserer Pressemitteilung zur Makler Media-Analyse 2017

Verfügbare Siegel

- Print bzw. Online Wöchentlich
- Print bzw. Online Monatlich
- Print bzw. Online Quartalsweise
- ...



Beispiele für Siegel der unterschiedlichen Formate



Hierbei darf das Siegel hinsichtlich der Inhalte und Gestaltung nicht verändert und nur im Zusammenhang mit dem untersuchten Medium veröffentlicht werden.

Bestellformular

Bestellung per E-Mail an info@yougov.de oder per FAX +49 221 420 61-100 an Maximilian Ritters

Hiermit bestelle ich verbindlich (bitte ankreuzen):

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> Studie „Makler Media-Analyse 2017“ | Listenpreis
1.850 EUR |
| <input type="checkbox"/> Siegel inkl. uneingeschränktes Nutzungsrecht (ohne Studie) | 2.850 EUR |
| <input type="checkbox"/> Siegel inkl. uneingeschränktes Nutzungsrecht + komplette Studie | 3.900 EUR
(statt 4.700 EUR = 800 EUR Rabatt) |
| <input type="checkbox"/> Jedes weitere Siegel (uneingeschränktes Nutzungsrecht) | 1.500 EUR |
| <input type="checkbox"/> Tabellenband mit Spaltenköpfen Unternehmensgröße, Nielsenregionen, Maklertypologie, Privat-/Firmenkundengeschäft, Vermittlungshäufigkeit (Excel-Tabelle) | 500 EUR |

Mit unserer Bestellung akzeptieren wir die [AGB](#) und die Regelungen zu [Regelungen zu Mehrbezieherstudien](#).

Name, Vorname:	_____	Telefon:	_____
Unternehmen:	_____	E-Mail:	_____
Funktion, Abteilung:	_____	Ort, Datum:	_____
Straße:	_____	Unterschrift:	_____
PLZ, Ort:	_____		_____

YouGov

Haben Sie Fragen?

Sprechen Sie uns gerne an.



Christoph Müller

Senior Consultant

T +49 221 42061 - 328

F +49 221 42061 - 100

Christoph.mueller@yougov.de



Christoph Bodden-Brux

Account Manager

T +49 221 42061 - 411

F +49 221 42061 - 100

Christoph.bodden-brux@yougov.de

Maximilian Ritters

Assistant

T +49 221 42061 - 287

F +49 221 42061 - 100

Maximilian-ritters@yougov.de