YouGov Reports

Gewerbekundenmonitor Assekuranz 2017

Die Studie über den deutschen Gewerbeversicherungsmarkt

YouGov

T +49 221-42061-0
E info@yougov.de
http://yougov.de/loesungen

Komplexer Markt mit besonderen Herausforderungen

Digitalisierung ist und bleibt das Thema der Stunde, nicht nur in der Assekuranz. Unter dem Schwerpunktthema Do-it-yourself wurden neben der generellen Bereitschaft, über Online-Tools selbst an den Prozessen mitzuarbeiten, auch die digitalen Teilbereiche Kundenportale und Online-Schadenmeldungen vertieft untersucht.

Doch auch in den Ergebnissen der Basisbefragung schlägt sich die Digitalisierung spürbar nieder. Zum einen sind es inzwischen fast die Hälfte der Befragten, die der folgenden Aussage zustimmen: „Es ist mir wichtig, dass der Versicherer unserer Firma über das Internet nützliche Informationen und Services zur Verfügung stellt“ (2013: 29%). Zum anderen deutet sich auch in der Vertriebswegenutzung inzwischen ein höherer Anteil an Gewerbekunden an, die einem Online-Abschluss offen gegenüberstehen.

Anders als das Privatkundengeschäft gestaltet sich der Versicherungsvertrieb bei Gewerbekunden **wesentlich komplexer**. Von der Ein-Mann-Firma mit klar umrissenen Risiken bis hin zum Mittelstandsunternehmen mit bis zu 100 Mitarbeitern müssen Vertrieb, Marketing und Produktentwicklung **höchst unterschiedliche Kundenerwartungen erfüllen**. **Höherer Kostendruck**, aber auch **veränderte Anforderungen der Risiko- und Vorsorgestrukturen** sind weitere Faktoren, die trotz wirtschaftlicher Stagnation dem Versicherungsmarkt in diesem Segment **Dynamik** verleihen. Neben der Spezialisierung auf einzelne Branchen oder Marktsegmente suchen viele auf das Gewerbekundengeschäft ausgerichtete Versicherer auch nach neuen Wegen, ihren Vertrieb, ihre Bestände und ihre Risikostrukturen auf **optimale Wachstums- und Ertragschancen** auszurichten.

Der **Gewerbekundenmonitor Assekuranz** gibt solchen Aktivitäten eine **empirische Basis**. Der **ausführliche Chartbericht** stellt die **wesentlichen Ergebnisse** der Untersuchung in **prägnanter Form** vor. Die dazugehörigen Grundauswertungstabellen bieten Gelegenheit, die Erkenntnisse zu vertiefen und auf wichtige Zielgruppen (z. B. Besitzer spezieller Versicherungsarten) herunter zu brechen.

Der **Gewerbekundenmonitor Assekuranz** wird seit 2004 jährlich aufgelegt und kontinuierlich **optimiert**. Im aktuellen Bericht finden sich neue Darstellungen, welche die **Nutzung vereinfachen** und die **Materie verständlicher machen**. Alle Bezieher sind eingeladen, sich in die Entwicklung dieser Grundlagenstudie **aktiv einzubringen**.

Copyright 2017

Untersuchungsdesign

Repräsentative Unternehmensbefragung

Befragungsmethode	15-minütige Telefoninterviews (CATI)
Befragungszeitraum	8. Mai bis 21. August 2017
Stichprobe	Unternehmen mit bis zu 100 Mitarbeitern in Deutschland: Befragt wird jeweils eine Person, die mit Versicherungsangelegenheiten betraut ist.
Stichprobengröße	1.500 Befragte
Anmerkungen zur Stichprobe	Da die Stichprobe anhand der Betriebsgrößenstatistik der Bundesagentur für Arbeit (Stand: 30.7.2016) quotiert wird, ist keine weitergehende Gewichtung der Daten notwendig. Die Stichprobe repräsentiert jede der fünf Betriebsgrößenklassen (1-5, 6-10, 11-20, 21-50, 51-100 Mitarbeiter) gemäß der Anzahl der Beschäftigten in der jeweiligen Klasse. So wird gewährleistet, dass nicht die Gruppe der Kleinstunternehmen (1-5 Mitarbeiter), in die knapp 70 Prozent aller Unternehmen fallen, die gesamte Stichprobe beherrscht.
Erscheinungsdatum	31. Oktober 2017

Copyright 2017

Mehr als nur „Wer hat was bei wem?“

Die Standard-Befragungsinhalte

- Selbstverständlich ist es wichtig, Produktbesitz und Marktanteile zu kennen und zu erheben. Diese Daten sind die Basis vieler Analysen. Der Gewerbekundenmonitor Assekuranz untersucht den Produktbesitz und die Marktanteile für die folgenden 13 Sparten:
  - Kfz-Versicherung (Fuhrpark-Versicherung)
  - Betriebs-/Berufshaftpflichtversicherung
  - Vermögensschaden-Haftpflichtversicherung
  - Gebäudeversicherung (gegen Feuer-, Sturm- und Hagelschäden)
  - Sach-Inhaltsversicherung (Gebäudeinhalt- oder Einbruchdiebstahl)
  - Betriebsunterbrechungs-/ Ertragsausfallversicherung
  - Maschinenversicherung
  - Elektronikversicherung
  - Transportversicherung
  - Rechtsschutzversicherung
  - Kreditversicherung (Delkredereversicherung)
  - Vertrauensschadenversicherung
  - Gruppen-Unfallversicherung
- Für **zukunftsgerichtete Markteinschätzungen** reichen diese Daten allein jedoch nicht aus.
  Der Gewerbekundenmonitor Assekuranz bietet daher mehr:
  - ✓ Kaufabsichten für die aufgeführten 13 Sparten
  - ✓ Schadenerfahrung und Regulierungszufriedenheit für alle Sparten
  - ✓ Vertriebswegenutzung generell und bei Neuabschlüssen
  - ✓ Kundenbindung (Kundentreue, Wiederabschlussbereitschaft, Weiterempfehlung, Cross-Selling-Bereitschaft)*
  - ✓ Kundenzufriedenheit (Gesamtzufriedenheit, Beitragshöhe, Vertreter, Fachkompetenz des Vertreters, Kontakthäufigkeit, Erreichbarkeit, Produktqualität, Zentrale, schriftliche Unterlagen, Image)*
  - ✓ Versicherungsmentalität (Kompetenz, Informationsverhalten, Entscheidungsstil etc.), siehe Folgeseite.

Copyright 2017

*ausgewiesen für die größten Gewerbekundenversicherer: AachenMünchener, Allianz, Alte Leipziger, ARAG, AXA, Basler, Concordia, D.A.S., Ergo, Euler Hermes, Generali, Gothaer, HDI, Helvetia, HUK-Coburg, Kravag, LVM, Nürnberger, Provinzial, R+V, Roland, Signal Iduna, SV SparkassenVersicherung, Versicherungskammer Bayern, VGH, VHV, Württembergische, Zürich

YouGov

Die Versicherungsmentalität

Grundlage des Verständnisses von Versicherungsentscheidungen

Der **Gewerbekundenmonitor Assekuranz** erfasst die Versicherungsmentalität der befragten Gewerbekunden anhand der folgenden Aussagen:

- Bei Versicherungen suchen wir uns stets die billigste raus.
- Wenn wir ein attraktives Angebot einer anderen Versicherung bekämen, würden wir jederzeit die bestehenden Verträge kündigen.
- Es ist mir wichtig, unseren Versicherungsvermittler in der Nähe zu wissen.
- Für mich ist das persönliche Vertrauensverhältnis zu einem Versicherungsvermittler wichtig.
- Um Versicherungsangelegenheiten kümmern wir uns nur soviel wie unbedingt nötig.
- Mit Versicherungen kenne ich mich gut aus.
- Wenn wir neue Versicherungen abschließen, kommt der Anstoß meist vom Versicherungsvermittler und nicht von uns.
- Wenn ich Firmenversicherungen abschließe, vergleiche ich zuvor viele Angebote von verschiedenen Gesellschaften.
- Ich überprüfe unsere Versicherungen regelmäßig dahingehend, ob sie in Umfang und Preis unserem Bedarf entsprechen.
- Mir ist eine neutrale Beratung durch einen unabhängigen Makler wichtig, der nicht an eine Versicherungsgesellschaft gebunden ist.
- Am liebsten habe ich alle Firmenversicherungen bei der selben Versicherungsgesellschaft. Es ist mir wichtig, dass die Firma durch Versicherungen rundum abgesichert ist.
- Es ist mir wichtig, dass der Versicherer unserer Firma über das Internet nützliche Informationen und Services zur Verfügung stellt.
- Bei der Auswahl von Firmenversicherungen richte ich mich häufig nach den Empfehlungen von Geschäftspartnern oder -freunden.
- Für die Unterstützung durch den Vertreter beim Papierkrieg zahlt meine Firma gerne etwas mehr.
- Wir nutzen häufig die Internetseiten von Versicherungen.

Diese Statements bilden die Basis unserer Typologie gewerblicher Versicherungskunden. (➔ siehe Folgeseite)

Copyright 2017

Typologie gewerblicher Versicherungskunden

Verteilung 2017

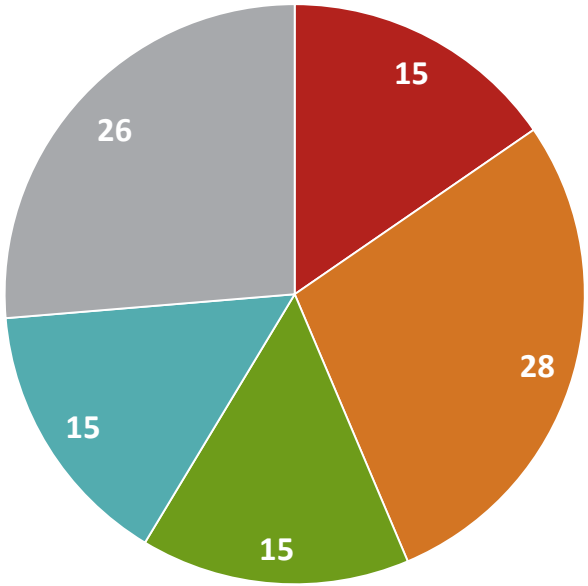
Die Befragten werden anhand ihrer Versicherungsmentalität in die folgenden fünf Kundentypen untergliedert.

Überforderte

- Geringe Kompetenz und Informationsneigung
- Hohe Vertreterorientierung
- Hohe Zufriedenheit

Delegierer

- Hohe Service- und Maklerorientierung
- Hohe Delegationsneigung
- Häufige Maklernutzung



Unabhängige

- Geringe Beratungs- und Serviceorientierung
- Intensive Entscheidungsvorbereitung
- Geringster Produktbesitz

Experten

- Höchste Kompetenz
- Schwer beeinflussbar
- Zahlungsbereit für Service
- Hohe Zufriedenheit
- Häufige Neuabschlüsse

Anspruchsvolle

- Hohe Service- und Vertreterorientierung
- Wunsch nach Rundumversorgung aus einer Hand
- Bedürfnis nach Nähe zum Vermittler

Copyright 2017

YouGov

Highlight-Themen 2016 bis 2017

2017

- **Cyber-Risiken**: Aktualisierung der Cyber-Risk-Fragen aus dem 2016er Highlight „Risikobewusstsein und Produktkenntnis“; Relevanz verschiedener Cyber-Risiken: Welche Ängste haben die Unternehmen hinsichtlich Cyber etc. (Beispiele: Produktionsausfall, Reputationsschäden)? Besitz von Versicherungen gegen Cyber-Risiken; prinzipielle Akzeptanz, Kaufbereitschaft
- **Do-it-yourself (im Rahmen der Customer Journey)**: DIY-Bereitschaft in den Phasen Information vor dem Abschluss, Beratung, Vertragsabschluss, Schadenregulierung; Nachfrage nach verschiedenen Produkten; Vertiefungsfrage zu Online-Schadenmeldung; Vertiefungsfrage zu Online-Kundenportalen

2016

- **Digitalisierung**: Einbezug: Neue Medien in der Beratung, Beratungstools wie Online-Video-Beratung, Einbezug: Kundenportale, Einbezug: Digitale Bezahlsysteme
- **Risikobewusstsein und Produktkenntnis:** Relevanz verschiedener Risiken und Kenntnis der zugehörigen Produkte (Längsschnitt zu 2010), Risikowahrnehmung, Ergänzung um Cyber-Risiken, Absicherung Datenverlust und –missbrauch, Einbezug von Vermögensschäden, D&O-Versicherung

Copyright 2017

Highlight-Themen 2014 bis 2015

2015

- **Digitalisierung:** Bedeutung von Digitalisierung für Versicherungsprodukte; Auswirkungen digitaler Kommunikation auf die Service-Erwartungen; Einbezug alternativer Kontaktkanäle (E-Mail, Kundenportal, Social Media, Apps, Videotelefonie); Bereitschaft des Kunden, Versicherungsangelegenheiten selbstständig online zu erledigen – z. B. Ausfüllen des jährlichen Umsatzfragebogens
- **Assistance:** Leistungserwartungen an Versicherer; Kauf- und Preisbereitschaft; Schwerpunkt: Assistance-Leistungen, die über das reine Schadenmanagement hinausgehen, z. B. Dolmetscher- Service, Verringerung von Cyber-Risiken

2014

- **Der Entscheidungsprozess vor dem Versicherungsabschluss:** Längsschnitt zum Highlight aus 2010; Einbezug der folgenden Themen: Nutzung von Vergleichsportalen, Akzeptanz von Bündelprodukten, Rolle des Images
- **Ansprachepräferenzen:** Längsschnitt zum Highlight aus 2011; Kontakthäufigkeit und Beurteilung der Kontakthäufigkeit; Bereitschaft zum Opt-In für Newsletter, Werbung etc.
- **Zukunfts-Trends:** Pay-As-You-Drive für das Flottengeschäft (Telematik); betriebliche Krankenversicherung; Zukunfts-Technologie und Versicherungsbedarf (Nachhaltigkeit, erneuerbare Energien); Ausschließlichkeit vs. Makler; Auslandstätigkeit

Copyright 2017

Highlight-Themen 2012 bis 2013

2013

- **Risikoanalyse und Unternehmensabsicherung:** Längsschnitt zum Highlight „Risikoanalysen und Unternehmensabsicherung“ aus 2010; Schwerpunkt: Versicherung für Internetrisiken / E-Reputation
- **Multi-Channel-Management/Kundenportale:** Gewünschte Kontaktkanäle nach Anlässen (z. B. Neuabschluss, Beschwerde, Schaden); Adaption des Highlights Multi-Channel-Management (Kundenmonitor Assekuranz „Privatkunden“ 2010); Schwerpunkt: Akzeptanz von Kundenportalen
- **Schadenregulierung/Assistance:** Wiederholung des gleichnamigen Highlights aus 2007. Schwerpunkt Assistance im Schadenfall. Generelle Relevanz von Assistance / Partnerschaften mit anderen Dienstleistern

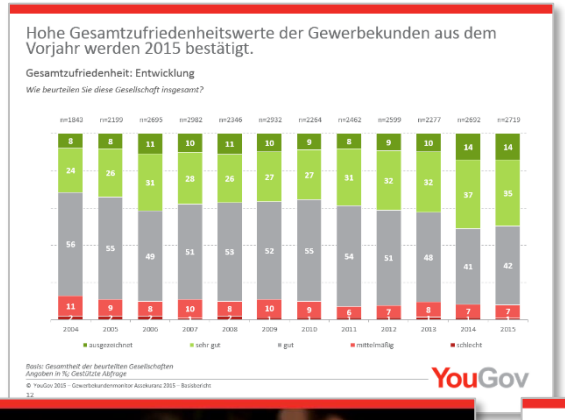
2012

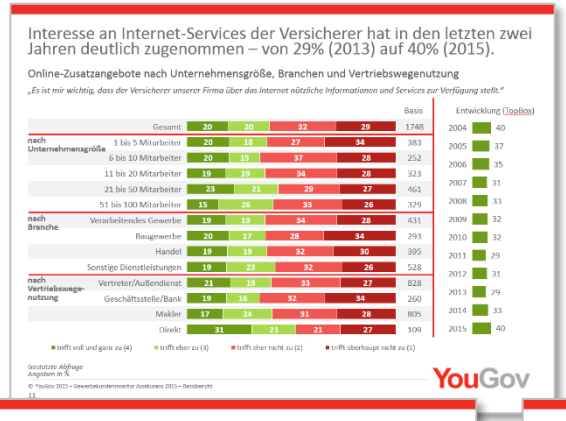
- **Vertreterwechsel:** Was erwarten Kunden beim Wechsel? Wie wollen Kunden informiert werden? Was passiert mit der Kundenbindung bzw. Wechselbereitschaft im Falle eines Wechsels?
- **Anforderungen an den Vertreter:** Kriterien für die Zufriedenheit mit dem Vermittler; Merkmale für die Vermittlerauswahl; Längsschnitte zum Highlight 2009
- **Zukunfts-Trends:** Mobiles Internet; Business Continuity Management; Betriebliche Krankenversicherung; Versicherungsunterlagen: Papier oder Datei?; Maschinen-Leasing; Telematik

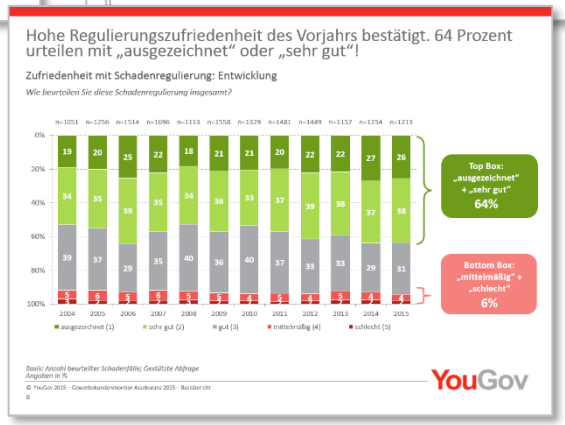
Copyright 2017

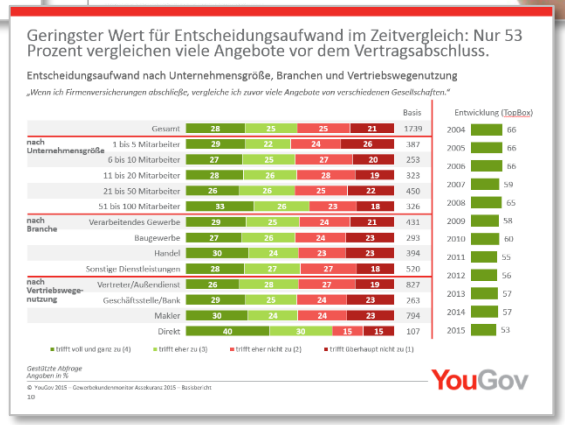
Aufschlussreiche grafische Aufbereitung

Der Chartbericht









Der über 200-seitige Bericht enthält alle **Ergebnisse** in grafischer Form sowie erläuternde Texte zu jeder Grafik. Jedes Kapitel wird abschließend auf einer Textseite zusammenfassend dargestellt.

Copyright 2017

Alle Ergebnisse im Überblick

Die tabellarische Grundauswertung

Alle Befragungsergebnisse werden zusätzlich in einer ausführlichen tabellarischen Grundauswertung dargestellt, differenziert nach folgenden Kriterien:

- Anzahl der Beschäftigten
- Produktbesitz (alle 13 Sparten)
- Vertriebswegenutzung
- Schadenerfahrung
- Neuabschluss in den letzten zwei Jahren
- Art des Unternehmens (Handwerk, Mittelstand, Industrie, Familienunternehmen)
- Geschlecht des Befragten
- Position des Befragten
- Entscheidungsbefugnis des Befragten
- Jahresumsatz (in Euro)
- Typologie gewerblicher Versicherungskunden

Weitere Differenzierungen sind auf Wunsch gerne möglich.

YouGov What the world thinks	Gesamt (quotiert nach MA-Zahl)	Gesamt (ohne Quoten)	Anzahl der Beschäftigten					
			1 bis 5 Mitarbeiter	6 bis 10 Mitarbeiter	11 bis 20 Mitarbeiter	21 bis 50 Mitarbeiter	Kumuliert: 1 bis 50 Mitarbeiter	51 bis 100 Mitarbeiter
Filterfragen								
Sind Sie in Ihrem Unternehmen für Versicherungsfragen zuständig?								
Basis Netto	(1800)	(1800)	(406)	(274)	(339)	(440)	(1459)	(341)
1 Alleinentscheider	39	56	65	42	40	26	43	21
1 Mitentscheider	52	40	34	51	48	60	49	65
1 Vor allem für Abwicklung zuständig	27	18	14	27	29	33	25	32
Position des Befragten im Unternehmen								
Basis Netto	(1796)	(1796)	(404)	(274)	(339)	(440)	(1457)	(339)
1 Inhaber	32	56	68	41	27	15	37	9
2 Geschäftsführer	16	14	12	20	18	18	17	11
3 Leitender Angestellter	30	16	11	19	28	40	25	48
4 Sonstiger Angestellter	23	14	10	20	26	27	21	32
Mit Versicherungsfragen betraute Personen								
Basis Netto	(1743)	(1743)	(397)	(260)	(327)	(429)	(1413)	(330)
1 Allein	39	58	66	46	35	27	43	22
2 Noch eine Person	38	33	29	44	42	38	38	40
3 Noch zwei Personen	16	7	4	8	17	27	15	24
4 4 bis 6 Personen	5	2	1	1	4	6	3	13
5 Mehr als 4 Personen	1	0	0	0	2	2	1	1
Unternehmensstatus								
Basis Netto	(1800)	(1800)	(406)	(274)	(339)	(440)	(1459)	(341)
1 Handwerksbetrieb	28	35	36	35	35	23	32	11
1 Familienuntern.	30	37	39	35	31	23	32	22
1 Mittelstandsuntern.	41	23	17	31	40	54	36	60
1 Industrieuntern.	8	3	1	5	8	10	6	16
Alter des Unternehmens								
Basis Netto	(1787)	(1787)	(405)	(271)	(336)	(437)	(1449)	(338)
1 Bis zu 3 Jahre	1	2	2	1	1	0	1	0
2 3 bis 10 Jahre	8	8	7	8	7	8	8	7
3 Über 10 Jahre	91	91	91	90	92	91	91	93

Copyright 2017

Gestaltungsfreiraum und attraktiver Preis

Unser Angebot

- Der **Gewerbekundenmonitor Assekuranz 2017** ist eine Eigenstudie der YouGov Deutschland AG, Köln.
- Der Bezugspreis für den **Gewerbekundenmonitor Assekuranz 2017** beträgt 10.400 EUR zzgl. 19% MwSt.
- Bei mindestens zweijährigem Abonnement liegt der Preis für den **Gewerbekundenmonitor Assekuranz** bei jährlich 9.400 Euro zzgl. 19% MwSt. Das Abonnement kann bis zum 31.12. eines jeden Jahres für das Folgejahr schriftlich gekündigt werden.
- Bei mindestens dreijährigem Abonnement ist der **Gewerbekundenmonitor Assekuranz** zum Preis von 8.400 EUR zzgl. 19% MwSt. erhältlich. Das Abonnement kann bis zum 31.12. eines jeden Jahres für das Folgejahr schriftlich gekündigt werden, frühestens jedoch zum Ende 2018.
- **Bringen Sie Ihre Interessen und Fragestellungen mit ein!** Anregungen der Bezieher für die jeweils kommende Erhebungswelle werden nach Möglichkeit in der Fragebogenkonzeption berücksichtigt. Darüber hinaus werden in die weiteren Untersuchungen jeweils aktuelle Highlight-Themen aufgenommen, die direkt von den Beziehern der Studie vorgeschlagen und ausgewählt werden können.
- **Exklusive Zusatzfragen** für Ihr Haus werden mit 1.950 EUR zzgl. 19% MwSt. pro Frage kalkuliert. (Basispreis – je nach Umfang und Art der Fragen erfolgt eine individuelle Kalkulation)
- **Aufstockungen der Stichprobe** um eigene Kunden sind selbstverständlich möglich. Die Kosten betragen 30 EUR zzgl. 19% MwSt. pro zusätzlichem Interview. (Nur Basismodul, keine Highlights; Integration der Ergebnisse in den Gesamtberichts sowie die Ergebnistabelle, Nennung der Versicherungsgesellschaft im Interview, Lieferung der Adressdaten inkl. Telefonnummer durch Kunden)
- Sie erhalten den Bericht als Datei im pdf-Format sowie die tabellarische Grundauswertung im Excel-Format.

Copyright 2017

Unternehmensanalysen

aus dem Gewerbekundenmonitor Assekuranz

- Auf Grundlage der vorliegenden Gesamtstichprobe sind nun auch Unternehmensauswertungen für solche Unternehmen möglich, die in einer einzelnen Erhebungswelle nicht mit genügend Kunden vertreten sind.
- Wir bieten Ihnen die **Auswertung aller kontinuierlich erhobenen Fragestellungen** aus dem Gewerbekundenmonitor für Ihr eigenes Unternehmen im Vergleich zum Gesamtmarkt an.

Benchmarks inklusive

- Um die Ergebnisse für Ihr Unternehmen relativieren zu können, werden alle Ergebnisse im Vergleich zum Marktdurchschnitt bzw. zum Durchschnitt der größeren Anbieter dargestellt.
- So können Sie auf einen Blick erkennen, ob Ihre Kunden z. B. überdurchschnittlich oder nur unterdurchschnittlich viele Neuverträge bei Ihrer Gesellschaft abschließen.
- So erhalten Sie das individuelle Profil Ihres Unternehmens vor dem Hintergrund des Gesamtmarktes als unentbehrliche Grundlage für fundierte Entscheidungen im Gewerbekundensegment.

Weitere Informationen finden Sie hier:
http://yougov.de/loesungen/reports/versicherungenunternehmensanalysen/

Sprechen Sie uns gerne an!

Copyright 2017

Bestellformular

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

- ☐ Hiermit bestelle ich den YouGov **Gewerbekundenmonitor Assekuranz 2017** verbindlich zum Preis von **10.400 EUR**
- ☐ Hiermit abonniere ich den YouGov **Gewerbekundenmonitor Assekuranz** beginnend ab der Ausgabe 2017 für mindestens **2 Jahre** verbindlich zum Preis von jährlich **9.400 EUR**. Das Abonnement kann bis zum 31.12. eines jeden Jahres für das Folgejahr schriftlich gekündigt werden, frühestens jedoch zum Ende 2018.
- ☐ Hiermit abonniere ich den YouGov **Gewerbekundenmonitor Assekuranz** beginnend ab der Ausgabe 2017 für mindestens **3 Jahre** verbindlich zum Preis von jährlich **8.400 EUR**. Das Abonnement kann bis zum 31.12. eines jeden Jahres für das Folgejahr schriftlich gekündigt werden, frühestens jedoch zum Ende 2019.
- ☐ Ich bestelle eine Stichprobenerhöhung um ____ Eigenkunden zum Preis von **30 EUR** pro Interview.
  (Bedingungen siehe Seite 12 unten.)
- ☐ **Mit unserer Bestellung akzeptieren wir die AGB und die Regelungen zu Mehrbezieherstudien**

Zahlungsbedingungen: 60% des Gesamtbetrags sind zu Beginn der Untersuchung bzw. mit Auftragseingang zahlbar, 40% mit Berichtsabgabe.

alle Preise zzgl. gesetzl. MwSt.

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

Copyright 2017

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 - 1411

Christoph.Bodden-Brux@yougov.de

Copyright 2017