



# Assdex: Der Assekuranz Absatzpotenzial-Index

Monitoring zur Abschlussstimmung im privaten Versicherungsmarkt



Christoph Müller  
T +49 221-42061-328

[Christoph.mueller@psychonomics.de](mailto:Christoph.mueller@psychonomics.de)

Anne-Catherine Küffer  
T +49 221-42061-528

[Anne-Catherine.Kueffer@psychonomics.de](mailto:Anne-Catherine.Kueffer@psychonomics.de)

April 09

You Gov **Psychonomics**

What the world thinks

# Absatzchancen erkennen und nutzen!

- Der Absatzpotenzial-Index verfolgt das Ziel, die zukünftige Entwicklung des Abschlussverhaltens von Privatkunden im Versicherungsmarkt zu prognostizieren. Er bietet ein frühzeitiges Erkennen von Markttrends. Marketing und Vertriebsleitungen können damit schneller und wesentlich erfolgreicher auf Marktentwicklungen reagieren.
- „Sensibilisierungs“-Effekte im Privatkundenmarkt nehmen zu. Durch groß angelegte Werbekampagnen oder intensive Medienaktivitäten zu einzelnen Versicherungsprodukten steigt die Bereitschaft, sich über die individuelle Vorsorge- und Absicherungssituation Gedanken zu machen. Kenntnisse zur Abschlussbereitschaft für einzelne Produkte bieten die Chancen, das Produkt Versicherung an den Kunden zum richtigen Zeitpunkt heranzutragen.
- Noch werden diese Sensibilisierungs-Effekte von Versicherern zu selten genutzt, da die aktuellen Stimmungslagen im Privatkundenmarkt zu unbekannt sind. Nicht selten werden Vertrieb und Marketing von plötzlichen Absatzsteigerungen einzelner Produkt überrascht. Dies sind sicherlich erfreuliche Zuwächse. Aber häufig ist das volle Absatzpotenzial dann schon abgeschöpft und echte Vertriebschancen gehen verloren.
- Der Absatzpotenzial-Index soll diese Informationslücke für Vertrieb und Marketing schließen. In einem vierstufigen Untersuchungskonzept wird in Quartalerhebungen zuerst die generelle Abschlussbereitschaft abgefragt. Durch eine Fokussierung auf einzelne Sparten und 18 verschiedene Produkte wird die Intention in der zweiten Stufe auf konkrete Versicherungen im Interview festgelegt. Diese Abfrage erfolgt ungestützt, so dass nur die spontan genannten Produkte erfasst werden. Auf der dritten Stufe wird das Relevant Set der in Betracht kommenden Versicherungsgesellschaften für die einzelnen Produkte ermittelt. Abschließend wird danach gefragt, ob das geäußerte generelle Abschlussinteresse zu einem konkreten Abschluss in den nächsten drei Monaten führen wird.
- Für Versicherer, die eine proaktive Vertriebssteuerung und ein effizientes Marketing anstreben oder bereits praktizieren, wird diese Studie eine wichtige Informationsquelle sein. Ein besonderer Reiz dieses Instruments liegt in der kontinuierlichen Beobachtung, in der Darstellung von Zeitreihen und dem Aufzeigen von Trends. Naturgemäß steigt daher der Wert dieser Untersuchung mit der Länge der verfügbaren Messzeitpunkte und seit dem 2. Quartal 2008 ist auch ein Vergleich im Längsschnitt möglich.



# Untersuchungsinhalte und -ablauf

## Generelle Abschlussbereitschaft

Wie häufig denken Sie darüber nach, eine Versicherung neu abzuschließen oder eine Ihrer Versicherungsgesellschaften zu wechseln?  
(gestützte Abfrage)

## Produktspezifische Abschlussbereitschaft

Bei welcher Versicherungsart denken Sie über einen Neuabschluss oder einen Anbieterwechsel nach?  
(ungestützte Abfrage)

## Relevant Set

Welche Anbieter werden Sie beim Abschluss dieser Versicherung in die engere Wahl ziehen?  
(ungestützte Abfrage)

## Konkrete Abschlussintention

Planen Sie den Abschluss dieser Versicherung in den nächsten drei Monaten?  
(gestützte Abfrage)

# Die Studie im Überblick

## Der Absatzpotenzial-Index

- Kontinuierlich gemessene Abschlussstimmung im privaten Versicherungsmarkt
- Dreifach differenziert: auf Gesamtmarkt-, Sparten- und Produktebene
- Präferierte Anbieter (Relevant Set): Welche Gesellschaften kommen für einen Neuabschluss in Betracht?
- Von der generelle Abschlussbereitschaft bis zur konkreten Abschlussintention

## Ihr Vorteil

- Offenbart Trends in der Absatzentwicklung im privaten Versicherungsmarkt
- Schafft Expertise für den Vertrieb
- Bietet eine Entscheidungsgrundlage für Vertriebssteuerung und Marketing
- Bedürfnisse und Abschlussabsichten – sowohl von Neukunden als auch Bestandskunden – werden deutlich und können für eine optimale Ansprache genutzt werden

## Methodik

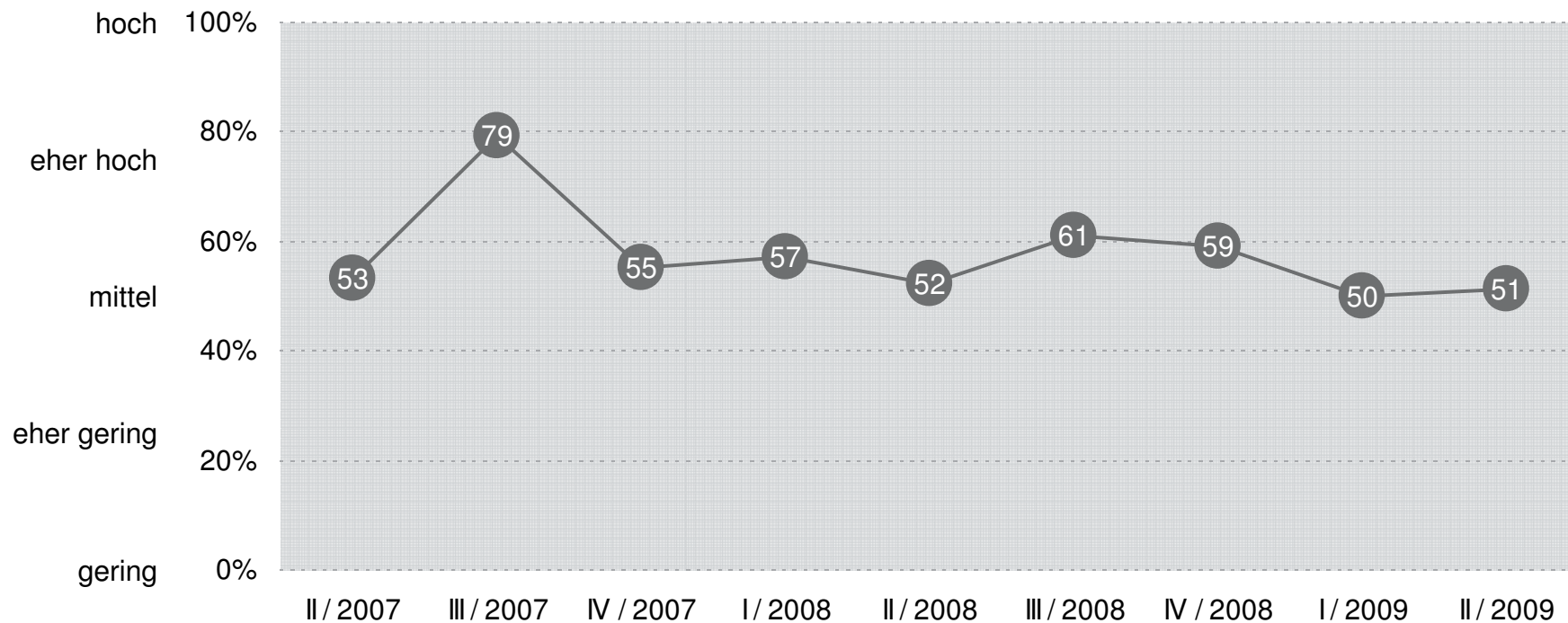
- Erhebungen jeweils unmittelbar zu Beginn eines Quartals (1.500 Befragte)
- Standardisierte Telefoninterviews (CATI), Repräsentativ-Stichproben
- 6.000 Befragte pro Jahr
- Quartalsweise Berichtlieferung jeweils zum Ende des ersten Monats im Quartal (Januar, April, Juli, Oktober)



# ASSDEX - Der Absatzpotenzial-Index\*

## Gesamtwert

- Kontinuierlich gemessene Abschlussstimmung im privaten Versicherungsmarkt
- Vereint generelles Abschlussinteresse und konkrete Abschlussabsicht in den nächsten drei Monaten

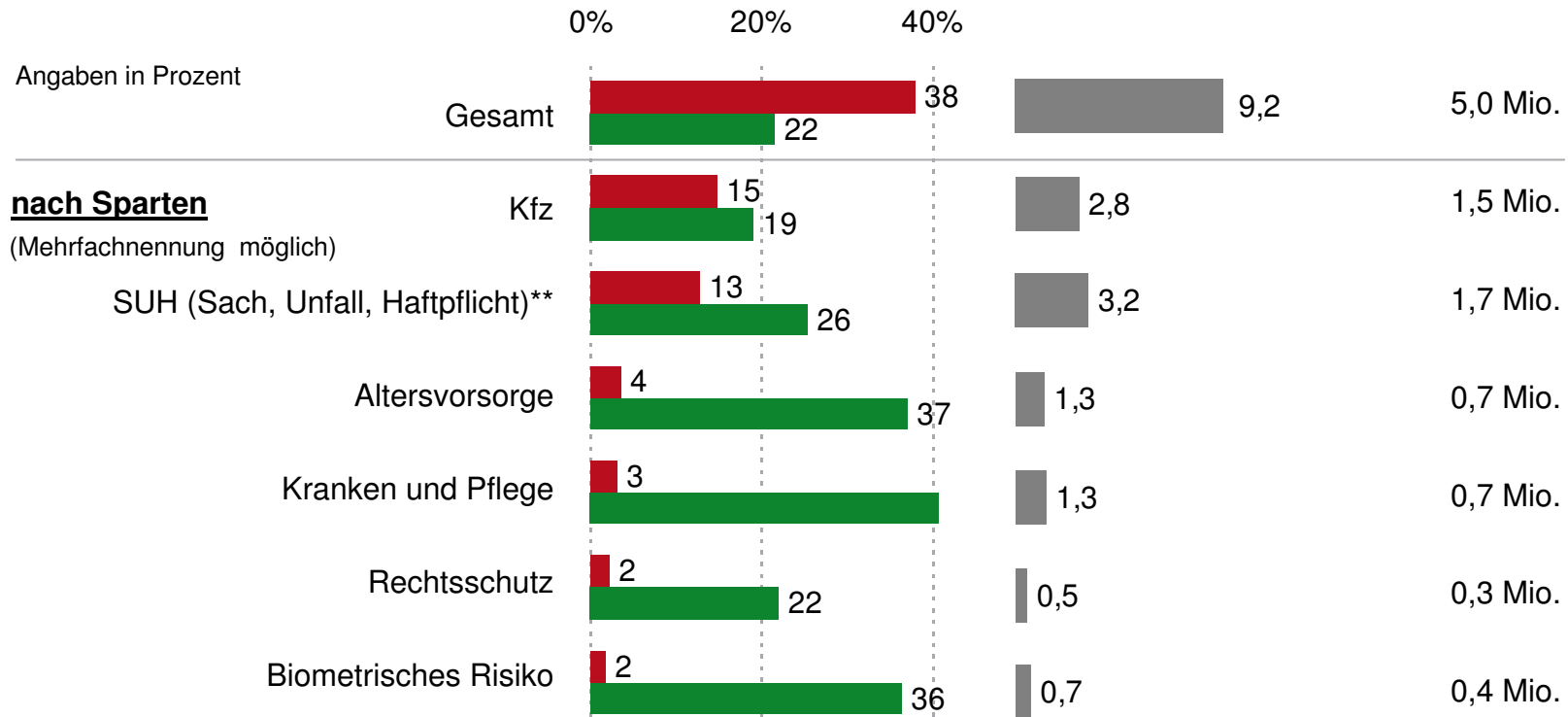


\*Darstellungsbeispiel, fiktive Werte

Das Absatzpotenzial wird außer für den Gesamtmarkt auch für einzelne Marktsegmente wie z. B. Altersgruppen, Regionen oder Einkommensgruppen grafisch und tabellarisch ausgewiesen.

# Gesamtmarkt Betrachtung (1)

## Generelle Abschlussbereitschaft vs. konkrete Abschlussintention nach Sparten\*



- generelle Abschlussbereitschaft
- davon konkrete Abschlussintention
- konkrete Abschlussintention in % und Mio. (hochgerechnet auf den Gesamtmarkt)
- Denken Sie über einen Neuabschluss oder Anbieterwechsel nach?
- Planen Sie den Abschluss innerhalb der nächsten 3 Monate?

15 Prozent aller Befragten äußern generelle Abschlussintention bezüglich einer Kfz-Versicherung; davon beabsichtigt jeder Fünfte diese Versicherung innerhalb der nächsten drei Monate abzuschließen, was einer Gesamtzahl von rund 1,5 Millionen potenziellen Kfz-Neuabschlüssen (=2,8% des Gesamtmarkts) entspricht.

\*Darstellungsbeispiel, fiktive Werte, \*\* Sach-, Unfall-, Haftpflichtversicherung

# Leistungen & Kosten

## Leistungen

- **Kontinuierliche Quartalsberichte** mit allen relevanten Ergebnissen zur Abschlussbereitschaft (inkl. Relevant Set) im privaten Versicherungsmarkt
- Darstellung von **Zeitreihen und Trends für den Gesamtmarkt, 6 Sparten und 18 Versicherungsprodukte nach verschiedenen soziodemographischen Gruppen**
- Ergebnisse als **Chart-Bericht** (PowerPoint-Format) und **Tabellenband** (Excel-Format)

## Kosten

- **Jahresabonnement für den Assekuranz Absatzpotenzial-Index** (4 Quartalsberichte, Powerpoint-Chartbericht inkl. Tabellenband) **2.900 €**

Zusätzliche Option:

- **Bezug des SPSS-Datensatzes** zur weiteren Analyse nach Marktsegmenten **950 €**

*Preise zzgl. MwSt.*

# Bestellung per FAX: +49 (0)221 420 61-100

Frau Anne-Cathérine Küffer

## Verbindliche Bestellung/Anmeldung (bitte ankreuzen):

- Jahresabonnement für den Assekuranz Absatzpotenzial-Index (Powerpoint-Chartbericht)** **2.900 €**

## Weitere Optionen

- Bezug des SPSS-Datensatzes zur weiteren Analyse nach Marktsegmenten** **950 €**

*Preise zzgl. MwSt.*

**Name, Vorname:** \_\_\_\_\_

**Telefon:** \_\_\_\_\_

**Unternehmen:** \_\_\_\_\_

**E-Mail:** \_\_\_\_\_

**Funktion, Abteilung:** \_\_\_\_\_

**Datum:** \_\_\_\_\_

**Strasse:** \_\_\_\_\_

**Unterschrift:** \_\_\_\_\_

**PLZ, Ort:** \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_