

Aktualisierte Presseinformation vom 23. Oktober 2008
(Aktualisierung: 04. März 2009)

Makler-Absatzbarometer III/2008: Schwerpunktthema „Mediennutzung von Maklern“

MEDIEN-LIEBLINGE DER MAKLER

Köln, 23.10.2009. Die Versicherungs- und Finanzmakler in Deutschland greifen auf ein breites Spektrum unterschiedlicher Fachzeitschriften und Online-Informationendienste zurück, wenn es darum geht, sich regelmäßig über aktuelle Entwicklungen und Trends im Versicherungs- und Finanzmarkt auf dem Laufenden zu halten. Zum Teil werden die so gewonnenen Informationen auch als unmittelbare Entscheidungshilfe für die Auswahl von Anbietern und Produkten im Vertrieb eingesetzt.

In der Befragung wurde das Magazin „Der Fonds“ erhoben, obwohl dieses Medium zu diesem Zeitpunkt bereits unter dem Titel „Das Investment“ erschien. Aus diesem Grund sind die bisher veröffentlichten Ergebnisse zum Titel „Der Fonds“ nicht richtig und werden durch eine Folgeuntersuchung korrigiert. Die richtigen Werte werden Anfang April 2009 von YouGovPsychonomics veröffentlicht.

Welche Fachmedien bei den Maklern am beliebtesten und einflussreichsten sind, zeigt die aktuelle Ausgabe des "Makler-Absatzbarometer" (III/2008) des Marktforschungs- und Beratungsinstituts psychonomics AG zum Schwerpunktthema „Mediennutzung von Maklern“. Dabei wurde ein repräsentativer Querschnitt unabhängiger Versicherungs- und Finanzmakler zur Nutzung und Vertriebsrelevanz der wichtigsten Fachmedien und Medienformate befragt.

Unter den *Monatsmagazinen* erreicht demnach „AssCompact“ mit einer einzelnen Ausgabe innerhalb eines Jahres 57 Prozent der Makler, gefolgt von „Cash“ (35%) und „Finanz-Test“ (32%). „AssCompact“ wird insgesamt von 70 Prozent der Makler mindestens einmal pro Jahr gelesen. In der Gruppe der *wöchentlich oder 14-tägig erscheinenden Fachmagazine* kommen die „Versicherungswirtschaft“ (17%) und „Focus Money“ (14%) auf die größten *monatlichen* Reichweiten; bei den vier bis sechs mal im Jahr erscheinenden Printmedien haben „Fonds Professionell“ (D) und das „VersicherungsJournal Extrablatt“ mit einer Kontaktwahrscheinlichkeit von 29 bzw. 23 Prozent *im Jahr* die Nase vorn.

Die höchste Relevanz als wichtige fachliche Entscheidungshilfe erreichen bei den Maklern unter den Printmedien aktuell „AssCompact“ (29%), „Finanz-Test“ (27%) und das „Versicherungsmagazin“ (16%). Die wichtigsten Entscheidungshilfen aus Maklersicht unter allen untersuchten *Online-Medien* sind derzeit das „VersicherungsJournal“ (40%), der „AssCompact Newsletter“ (19%) und der „dvb-Pressespiegel“ (15%). Die höchste *wöchentliche* Kontaktwahrscheinlichkeit unter den *tagesaktuellen Online-Diensten* weisen bei den Maklern aktuell das „VersicherungsJournal“ (53%), der „dvb-Pressespiegel“ (33%) und der „WMD-Brokerchannel“ (23%) auf. Das „VersicherungsJournal“ kommt innerhalb einer Woche auf eine Leserschaft von 66 Prozent der Makler. Von den *wöchentlich oder 14-tägig* erscheinenden *Online-Newslettern* zählen der „AssCompact“-Newsletter (33%), der „Versicherungsprofi“-

Newsletter von Focus Money (25%) und der „OnVista“- Newsletter von Cash (15%) zu den Medien mit den höchsten *monatlichen* Makler-Kontaktquoten.

Insgesamt wurden die Nutzungshäufigkeiten und Kontaktwahrscheinlichkeiten von 44 verschiedenen Fachzeitschriften und Online-Medien (gruppiert nach Erscheinungsweisen und Print- bzw. Online-Formaten) sowie deren Relevanz als Entscheidungshilfe im Maklervertrieb ermittelt. *„Die maklerspezifische Media-Analyse innerhalb des aktuellen Makler-Absatzbarometer bietet der Versicherungswirtschaft eine wichtige Orientierung darüber, wo sie die unabhängigen Versicherungs- und Finanzmakler am besten erreichen können und welche Bedeutung unterschiedliche Fachmedien im Maklervertrieb einnehmen“*, erläutert Gunther Ellers, Studienleiter der psychonomics AG. *„Die Fachmedien selbst erhalten zudem eine wichtige Rückmeldung zu ihrem Stellenwert und ihrer Positionierung innerhalb der Makler-Leserschaft“*.

ABSATZENTWICKLUNG IM MAKLERVERTRIEB AUF BREITER FRONT RÜCKLÄUFIG

Der von psychonomics im Rahmen des Makler-Absatzbarometer als Indikator der Geschäftsentwicklung im Maklervertrieb quartalsweise erhobene „Makler-Absatz-Index“ liegt für das 3. Quartal 2008 im Privatkundengeschäft bei plus 7 Indexpunkten und damit sowohl unter dem Niveau des Vorquartals (+12) als auch deutlich unter Vorjahresniveau (+15; Wertebereich von minus 100 für stark abnehmend bis plus 100 für stark wachsend). Für das Firmenkundengeschäft verzeichnet der Index mit aktuell plus 16 Punkten sogar den tiefsten Stand seit zwei Jahren (Vorquartal: +22; Vorjahreszeitraum: +21). Einbußen mussten die Makler im dritten Quartal 2008 nicht zuletzt in Folge der Finanzkrise vor allem bei den Finanzprodukten sowie auch in der Leben-/ Renten-Sparte hinnehmen. Einen nennenswerten Nachfrageanstieg konnten speziell private Krankenvollversicherungen verzeichnen. Im Firmenkundengeschäft waren mit Ausnahme von Sachversicherungen, die teils sogar noch zulegen konnten, alle Sparten von der schwächeren Nachfrage betroffen. Einzelnen Produktsegmente wie die betriebliche Direktversicherung konnten aber auch hier dem übergreifenden Trend erfolgreich trotzen.

Zurückhaltender Optimismus für 2008

Für das aktuelle Geschäftsjahr erwarten mittlerweile 22 Prozent der Privatkunden-Makler im Vergleich zum Vorjahr eine rückläufige Geschäftsentwicklung, im Vorquartal waren dies erst 17 Prozent. Trotz der Eintrübung im dritten Quartal geht für 2008 aber weiterhin fast jeder zweite Makler (47%) von moderaten Geschäftszuwächsen aus. Im Firmenkundengeschäft zeigen sich insgesamt sogar noch etwas optimistischere Gesamterwartungen als im Privatkundengeschäft.

Das komplette, rund 60-seitige Makler-Absatzbarometer III/2008 mit differenzierten Ergebnissen zur Absatzentwicklung nach sechs Sparten im Privatkundengeschäft bzw. fünf Sparten im Firmenkundengeschäft und insgesamt 41 Produkten sowie den ausführlichen Ergebnissen zum Vertiefungsthema „Mediennutzung von Maklern“ ist als Einzelstudie oder im Rahmen eines vergünstigten Jahresabos über die psychonomics AG erhältlich. Das kommende Makler-Absatzbarometer erscheint im Januar 2009. Für interessierte Versicherungsunternehmen und Finanzdienstleister besteht fortlaufend die Möglichkeit, exklusive Zusatzfragen im vierteljährlichen Makler- Absatzbarometer-Bus zu schalten.

Studienleitung: Gunther Ellers - E-Mail: gunther.ellers@psychonomics.de - Tel.:
+49 (0)221 42061-343.

Allgemeine Studieninfo (pdf) zum Makler-Absatzbarometer:
www.psychonomics.de/downloads/makler_absatzbarometer_und_panel.pdf

PRESSEKONTAKT

Kommunikations- und Pressebüro
Ansgar Metz
Haselbergstr. 19
D-50931 Köln
T +49 (0)177-295 3800
E-Mail: ansgar.metz@email.de