

+++ Pressemitteilung vom 19. März 2009 +++

Studie: Gewerbekundenmonitor Assekuranz 2008

Gewerbeversicherungsmarkt: Makler auf dem Vormarsch / Große Unterschiede in der Marktentwicklung einzelner Branchen

Köln, 19. März 2009. Versicherungsmakler spielen im Gewerbekundensegment der Assekuranz eine immer stärkere Rolle: 40 Prozent der Neuabschlüsse gehen mittlerweile auf deren Konto. Der vor Jahren noch sehr deutliche Akzeptanzvorsprung des Ausschließlichkeitsvertriebs ist aktuell auf nur noch fünf Prozentpunkte zusammengeschrumpft (48 Prozent vs. 43 Prozent). Dies zeigt der aktuelle "Gewerbekundenmonitor Assekuranz" des Marktforschungs- und Beratungsinstituts YouGovPsychonomics. Die Studie nimmt jährlich die Entwicklungen im deutschen Gewerbeversicherungsmarkt unter die Lupe. 1.800 Versicherungsentscheider aus Unternehmen mit bis zu 100 Mitarbeitern wurden quotiert nach fünf Größenklassen befragt.

Demnach wird der Maklervertrieb besonders häufig von den Branchen Einzelhandel, Kraftfahrzeughandel, Baugewerbe, Landverkehr und Gastgewerbe in Anspruch genommen (bis zu 60 Prozent). Generell basieren Versicherungsabschlüsse in Unternehmen immer seltener auf eigener Initiative; der Anstoß erfolgt zunehmend von außen – aktuell zu 51 Prozent (2004: 40 Prozent). Insbesondere Maklerkunden verlassen sich auf die Informations- und Beratungsaktivitäten der Vermittler (57 Prozent). Überdurchschnittlich stark auf Beratung angewiesen sind vor allem das Gastgewerbe, der Einzelhandel, das Verlags- und Druckgewerbe sowie das Ernährungsgewerbe.

Marktentwicklung: Neuabschlüsse und Stornorisiken rückläufig

Gleichwohl zeigt der Gewerbeversicherungsmarkt insgesamt rückläufige Neuabschlusszahlen: Lediglich jedes fünfte Unternehmen (22 Prozent) schloss in den letzten zwei Jahren neue Gewerbeversicherungen ab. Damit fiel die Neuabschlussquote deutlich unter die Höchstwerte der Jahre 2004 und 2007 (je 31 Prozent) und sogar noch unter den bisherigen Tiefststand aus dem Jahr 2006 (26 Prozent). Allerdings nahm in den vergangenen fünf Jahren branchenübergreifend auch das Stornorisiko kontinuierlich ab. Aktuell liegt dies

bei nur noch vier Prozent (2006: 6 Prozent; 2007: 5 Prozent). Einzelne Branchen - wie etwa das Baugewerbe, metallherstellende und -verarbeitende Betriebe sowie landwirtschaftliche Unternehmen - weisen aktuell allerdings deutlich höhere Kündigungswahrscheinlichkeiten von bis zu acht Prozent auf.

Klarer Marktführer im Gewerbekundensegment mit bis zu 100 Mitarbeitern ist die Allianz mit 24 Prozent der Kundenbeziehungen; auf den Rängen zwei bis vier folgen wie bereits in den Vorjahren R+V, AXA und HDI-Gerling. Top 5 in der Beurteilung der Qualität ihrer Vertreter sind die Provinzial, VGH, Signal-Iduna, Concordia und LVM.

Die höchsten relativen Zuwachsraten hinsichtlich der Neuabschlüsse weisen Vertrauensschadenversicherungen auf, gefolgt von der Kfz-Sparte und den Kreditversicherungen. Bezogen auf den Gesamtmarkt werden Kredit- und Vertrauensschadenversicherungen allerdings immer noch vergleichsweise selten abgeschlossen (Abdeckung im Gesamtmarkt: 12 Prozent bzw. 7 Prozent). Im Vergleich zu den Vorjahren ist insgesamt ein leichter Rückgang im Produktbesitz festzustellen, vor allem in den Sparten Betriebs-/Berufshaftpflicht sowie Sach-Inhaltsversicherungen.

Zufriedenheit mit Schadenregulierung abnehmend

Die Zufriedenheit gewerblicher Versicherungskunden mit der Qualität der Schadenregulierung der Versicherer hat gegenüber den Vorjahren abgenommen. Während 2006 noch rund zwei Drittel (64 Prozent) aller Schadenfälle aus Sicht der Geschäftskunden "ausgezeichnet" oder "sehr gut" reguliert wurden, waren dies 2008 nur noch gut die Hälfte (53 Prozent). In stärkerem Maße unzufrieden sind aber weiterhin nur sieben Prozent der Gewerbekunden. Zwischen den einzelnen untersuchten Gesellschaften bestehen hier allerdings sehr deutliche Unterschiede. Die Zahl der Schadenfälle selbst war 2008 insgesamt rückläufig.

„Der Gewerbekundenmarkt bleibt ein spannender Markt, insbesondere was die Entwicklungen in einzelnen Branchensegmenten und Sparten anbetrifft. Mit genauer Marktkenntnis und spezialisierten Vertriebskonzepten eröffnen sich für die Anbieter weiterhin zahlreiche Chancen“, kommentiert Christoph Müller, Experte für Versicherungsmarktforschung bei der YouGov-Psychonomics AG.

Über die Studie „Gewerbekundenmonitor Assekuranz“

Der "Gewerbekundenmonitor Assekuranz" der YouGovPsychonomics AG untersucht seit 2004 jährlich die Entwicklungen im deutschen Gewerbeversicherungsmarkt. In 2008 konnten die Ergebnisse erstmals für rund 20 Branchen und 37 Unterbranchen differenziert werden.

Neben Produktbesitz und Marktanteilen für 12 Sparten werden im Basisteil der Studie folgende Bereiche untersucht: Gewerbekudentypologie (Versicherungsmentalität: Kompetenz, Informationsverhalten, Entscheidungsstil), Kauf- und Kündigungsabsichten, Vertriebswegenutzung, Schadenerfahrung, Kundenbindung und Kundenzufriedenheit der 28 größten Versicherer im Gewerbekundensegment. Differenzierte Ergebnisse liegen für folgende Gesellschaften vor: AachenMünchener, Allianz, Alte Leipziger, ARAG, AXA, Concordia, D.A.S., DBV-Winterthur, Euler Hermes, Generali, Gothaer, Hamburg-Mannheimer, HDI-Gerling, HUK-Coburg, KRAVAG, LVM, Nürnberger, Provinzial, R+V, Signal-Iduna, SV Sparkassenversicherung, Versicherungskammer Bayern, Volkswagen-Versicherung, VGH, VHV, Victoria, Württembergische und Zürich.

Über den regelmäßigen Basisteil hinaus wurden in der aktuellen Ausgabe folgende Schwerpunktthemen ("Highlights") untersucht: "Image der Versicherer im Gewerbekundenmarkt", "Versicherungsfremde Kontaktpunkte" und "Versicherungen und bAV".

Der aktuelle "Gewerbekundenmonitor Assekuranz 2008" ist über die YouGovPsychonomics AG bestellbar (Gesamtumfang: 270 Seiten; 189 Seiten Chartbericht zzgl. 81 Seiten tabellarische Auswertung nach soziodemographischen, gewerbekudentypologischen und unternehmensspezifischen Kriterien).

Darüber hinaus können spezifische Branchenreports bestellt werden.

Weitere Studieninfo: www.psychonomics.de/filemanager/download/1905

Studienleitung:

Christoph Müller - T: +49 221 42061-328 - E-Mail: christoph.mueller@psychonomics.de

+++ +++ +++

Über YouGovPsychonomics:

YouGovPsychonomics ist ein Marktforschungsinstitut mit Hauptsitz in Köln und Niederlassungen in Berlin, Wien und Klagenfurt. Als Teil der weltweiten YouGov-Gruppe mit derzeit 16 Niederlassungen in zwölf Ländern bietet YouGovPsychonomics hochqualifizierte Markt- und Organisationsforschung.

PRESSEKONTAKT

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