



Der **GewerbeKundenMonitor** **Assekuranz**

Die Studie über den deutschen Gewerbeversicherungsmarkt

Ihr Ansprechpartner:
Herr Christoph Müller (Projektmanager)

psychonomics AG
Berrenrather Straße 154-156
50937 Köln
Fon: (0221) 420 61-0
Fax: (0221) 420 61-100
www.psychonomics.de

E-Mail: Christoph.Mueller@psychonomics.de

Köln, im Juni 2004



Die Idee

Jetzt endlich auch für Gewerbekunden: Der psychonomics Kundenmonitor Assekuranz

- ➔ Seit 1994 beobachtet der **Kundenmonitor Assekuranz** den bundesdeutschen **Privatversicherungsmarkt** mit großem Erfolg. Inzwischen werden jährlich 10.000 Versicherte befragt.
- ➔ Der **Kundenmonitor Assekuranz** verfolgt nicht nur das Ziel, rückblickend den Status Quo und die bisherige Entwicklung des Kundenverhaltens zu beschreiben, sondern vor allem, das Verhalten des Kunden zu erklären und damit berechenbar zu machen.
- ➔ Der **Kundenmonitor Assekuranz** setzt sich aus Standard- und Highlight-Themen zusammen: Zum einen werden Standard-Marktdaten, z. B. Produktbesitz, Neuabschlüsse, Vertriebswegenutzung, Kundenzufriedenheit und Versicherungsmentalität (z. B. Kompetenz, Entscheidungsaufwand; Vertreterorientierung) regelmäßig erfasst, zum anderen werden punktuell aktuelle Highlight-Themen untersucht.

Auf Grund der hohen Nachfrage seitens unserer Kunden wollen wir dieses bewährte Konzept - selbstverständlich unter Einbeziehung aller Besonderheiten - auf den Gewerbekundenmarkt übertragen und in diesem Jahr den **GewerbeKundenMonitor Assekuranz** an den Start bringen.



Der Markt

Komplexer Markt mit besonderen Herausforderungen

- ➔ 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 500 Mitarbeitern müssen Vertrieb, Marketing und Produktentwicklung höchst unterschiedliche Kundenerwartungen bedienen.
- ➔ 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.
- ➔ Gerade im Gewerbekundengeschäft, das mengenmäßig (nach Vertragszahlen) über 80 Prozent des Marktes ausmacht, wird nach effizienten und dennoch kundenorientierten Vertriebs- und Servicestrukturen gesucht.
- ➔ Wesentliche psychologische Informationen wie das Informationsverhalten oder der Betreuungswunsch bleiben hierbei jedoch häufig außen vor.
- ➔ Der **GewerbeKundenMonitor Assekuranz** wird diese Lücke schließen und ermöglicht Ihnen, an Aufbau und Gestaltung einer kontinuierlichen Beobachtung des Gewerbekundengeschäfts in der Assekuranz teilzunehmen.



Das Konzept

Empirisch fundiert und umsetzungsnahe

- ➔ Erhebungsmethode: Repräsentative Telefoninterviews
- ➔ Befragte: Verantwortliche für Versicherungsentscheidungen in den Betrieben
- ➔ Stichprobengröße: n=1.500
- ➔ Stichprobenquotierung:
 - 10% Betriebe bis 5 Mitarbeiter
 - 10% Betriebe bis 10 Mitarbeiter
 - 10% Betriebe bis 20 Mitarbeiter
 - 20% Betriebe bis 50 Mitarbeiter
 - 20% Betriebe bis 100 Mitarbeiter
 - 20% Betriebe bis 500 Mitarbeiter
 - 10% Betriebe bis 1.000 Mitarbeiter
- ➔ Erhebung von Basisdaten und jährlich wechselnden Highlight-Themen
- ➔ Ersterhebung: September 2004, danach **jährlicher** Erhebungsturnus
- ➔ Jährlicher Abschlussbericht Ende Oktober
 - Interpretation statt bloßer Ergebnisdarstellung
 - Vielseitige Auswertung, zunächst im Querschnitt, später auch im Längsschnitt
 - Ausführliche tabellarische und grafische Übersichten (Marktanteile, Neuabschlüsse, Vertriebswegenutzung),
 - Grundauswertungstabellen für den Gesamtmarkt, für soziodemographisch und unternehmenstypisch (Mitarbeiterzahl, Branchen) definierte Kundengruppen sowie für Kundentypen.



Die Inhalte

Mehr als nur „Wer hat was bei wem?“

Selbstverständlich ist es wichtig, Produktbesitz und Marktanteile zu kennen und zu erheben. Diese Daten sind die Basis vieler Analysen. Sie allein reichen jedoch nicht aus, um auch zukunftsgerichtete Markteinschätzungen zu ermöglichen.

Der **GewerbeKundenMonitor Assekuranz** leistet mehr:

- ➔ Produktinteresse, Kaufabsichten
- ➔ Vertriebswegenutzung, Vertriebswegeakzeptanz
 - Können Makler weiter an Boden gewinnen?
 - Welche Rolle spielen Direktvertrieb und Geschäftsstellenversicherer?
- ➔ Schadenhäufigkeit, Schadenhöhe
- ➔ Kundenzufriedenheit, Kundenbindung
 - Wie zufrieden sind Gewerbekunden mit welcher Gesellschaft?
 - Welche Einstiegssparten bieten den besten Einstieg für zusätzliche Verträge?
- ➔ Versicherungsmentalität
 - Kompetenz, Informationsverhalten, Entscheidungsstil...
Vergleichen Sie hierzu auch die nächste Seite



Die Versicherungsmentalität

Das Vorurteil von der Rationalität

„In der Wirtschaft werden - im Gegensatz zum Privatleben - Entscheidungen auf sehr rationaler Ebene gefällt.“ Viele empirische Untersuchungen haben dieses gängige Vorurteil längst widerlegt. Auch in der Wirtschaft - und gerade im Segment der GewerbeKunden - werden Entscheidungen aus dem Bauch getroffen, ist das „gute Gefühl“ von hoher Bedeutung. Daher ist es besonders wichtig, die sog. „weichen Einflussfaktoren“ des Versicherungshandelns - die Versicherungsmentalität - zu beobachten, z. B.:

- ➔ Wie kompetent sind GewerbeKunden?
- ➔ Wie groß ist die Preissensibilität (insbesondere in wirtschaftlich schwierigen Zeiten)?
- ➔ Wie wichtig sind Betreuungsqualität und Service, z. B. Erreichbarkeit rund um die Uhr?
- ➔ Welche Rolle spielen Risikoberatung und Assistancleistungen für GewerbeKunden?
- ➔ Wie wichtig ist Kulanz im Schadenfall?
- ➔ Wie wichtig sind diese Servicequalitäten im Vergleich zur Prämienhöhe?
- ➔ Besteht eine Tendenz zur Rundum-Versorgung „Alles aus einer Hand“?
- ➔ Wie häufig werden bestehende Verträge überprüft?
- ➔ Wird das Unternehmen selbst aktiv oder wartet es auf Ansprache von außen?
- ➔ Wie ausgeprägt ist die Tendenz, sich an **einen** Versicherer/Vermittler zu binden?
- ➔ Welche Besuchsfrequenzen werden als optimal erlebt?



Das Angebot

Gestaltungsfreiraum und attraktiver Preis

- ➔ Der **GewerbeKundenMonitor Assekuranz** ist eine Eigenstudie der psychonomics AG, Köln.
- ➔ Der Bezug des **GewerbeKundenMonitor Assekuranz** erfolgt im Abonnement mit jährlicher Kündigungsmöglichkeit zum Jahresende.
- ➔ Der reguläre Bezugspreis liegt bei 6.900 Euro zzgl. 16 Prozent MwSt.
- ➔ Bei Frühbucherbestellungen bis zum 31. August 2004 wird ein Subskriptionspreis von 5.500 Euro berechnet (Voraussetzung: Abonnement für mindestens 3 Jahre).
- ➔ Bezieher des Kundenmonitor Assekuranz „Privatkunden“ erhalten einen zusätzlichen Rabatt von 1.000 Euro.
- ➔ Voraussetzung für den Start des **GewerbeKundenMonitor Assekuranz** ist eine Mindestzahl von 8 verbindlichen Bestellungen bis zum 31. August 2004. Die endgültige Entscheidung zum Start der Befragung behält sich psychonomics vor.
- ➔ Anregungen der Frühbucher (bis zum 31. August 2004) werden nach Möglichkeit in der Fragebogenkonzeption berücksichtigt.
- ➔ Die Aufstockung der Stichprobe um Eigenkunden ist möglich. Preise auf Anfrage.
- ➔ Exklusive Zusatzfragen für Ihr Haus werden mit 500 Euro pro Frage kalkuliert.
- ➔ Die psychonomics GewerbeKunden-Typologie (siehe Folgeseite) wird in die Befragung integriert.



Die Typologie*

Der Gewerbekundenmarkt im Überblick

Unabhängige

- geringe Beratungs- und Serviceorientierung
- intensive Auswahlentscheidungen



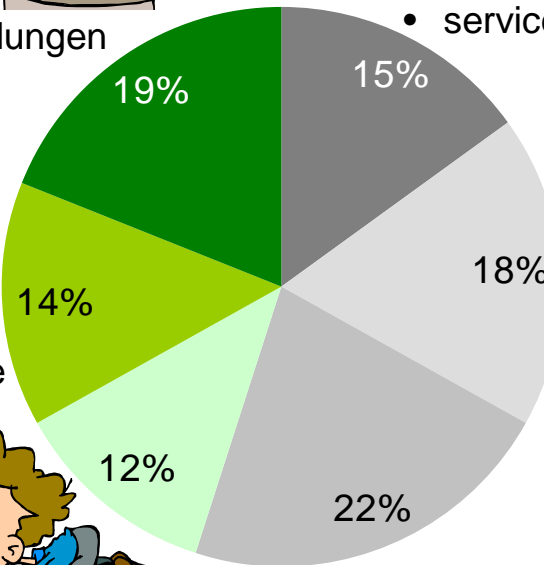
Delegierer

- kompetent
- hohe Delegationsneigung, maklerorientiert
- serviceorientiert, zahlungsbereit für Service



Experte

- höchste Kompetenz
- intensivste Entscheidungsprozesse



Pragmatiker

- „Bauchentscheider“
- etwas weniger absicherungsorientiert
- beeinflussbar



Treue

- vertreterorientiert
- geringer Makleranteil
- Rundumabsicherung aus einer Hand
- mittlere Kompetenz



Überforderte

- geringste Kompetenz und Informationsneigung
- hohe Delegationsneigung, maklerorientiert



* Typologie gewerblicher Versicherungskunden: Fiktive Werte



Bestellen Sie hier!

- Hiermit abonniere ich den **GewerbeKundenMonitor Assekuranz** beginnend ab der Ausgabe 2004 zum Preis von 6.900 € zzgl. 16% MwSt.* Das Abonnement kann bis zum 31.12 eines jeden Jahres für das Folgejahr schriftlich gekündigt werden.
 - Hiermit abonniere ich den **GewerbeKundenMonitor Assekuranz** beginnend ab der Ausgabe 2004 für mindestens drei Jahre zum Subskriptionspreis von 5.500 € zzgl. 16% MwSt.* Das Abonnement kann bis zum 31.12 eines jeden Jahres für das Folgejahr schriftlich gekündigt werden, frühestens jedoch zum Ende 2006.
 - Ich bin Abonnent des Kundenmonitors Assekuranz **Privatkunden** und erhalte einen Rabatt von 1.000 Euro zzgl. 16% MwSt.
 - Bitte informieren Sie mich über die Kosten einer Eigenkundenaufstockung um _____ Befragte.
- * Voraussetzung für die Studiendurchführung: mindestens 8 verbindliche Bestellungen bis zum 31. August 2004. 60% des Preises sind im Juli eines jeden Jahres fällig, bei späterem Vertragsabschluss sofort. Die übrigen 40% werden mit Abgabe des Abschlussberichts Ende Oktober fällig.

Name _____
Abteilung _____
Firma _____
Straße _____
PLZ, Ort _____
Tel. _____
e-Mail _____
Datum _____ Unterschrift _____

Bestellungen bitte per Fax an psychonomics, FAX 0221-42061-100