

Private Krankenzusatzversicherung: Jeder Neunte plant Abschluss

Trotz der gefühlten guten Absicherung durch die gesetzliche Krankenversicherung ist das Potenzial für Neuabschlüsse von privaten Krankenzusatzversicherungen (pKZV) weiterhin gegeben: Jeder neunte gesetzlich Versicherte (11 Prozent) zwischen 18 und 59 Jahren in Deutschland plant in den kommenden sechs Monaten eine oder mehrere pKZV bestimmt oder wahrscheinlich abzuschließen. Knapp jeder Fünfte (19 Prozent) hat dies zumindest vielleicht vor.

Der Anteil jener, die bereits eine pKZV besitzen, steigt im Vergleich zu 2013 leicht an: Besaß 2013 jeder Fünfte (20 Prozent) gesetzlich Versicherte eine pKZV, ist es in 2015 knapp jeder Vierte (23 Prozent). In erster Linie verfügen Besitzer einer pKZV über eine Zahnzusatzversicherung oder einer Auslandsreiseversicherung. Dies sind die Ergebnisse der Studie [„Kundenerwartungen an private Krankenzusatzversicherungen“](#) des internationalen Marktforschungs- und Beratungsinstituts YouGov, für die 1.005 gesetzlich Krankenversicherte und 200 Abschließer einer privaten Krankenzusatzversicherung im Alter von 18 bis 59 Jahren vom 19.01. bis 05.02.2016 befragt wurden.

Die Studienergebnisse zeigen ebenfalls, welche Abschlusswege für die Befragten bei einer privaten Krankenzusatzversicherung überhaupt bevorzugt werden. Das Internet spielt hier für Abschlussplanende eine bedeutende Rolle: Für über ein Drittel der Befragten (35 Prozent) kommt ein Online-Abschluss über ein Vergleichsportal infrage. Ebenfalls ein Drittel (34 Prozent) kann sich vorstellen, online auf der Homepage einer Versicherungsgesellschaft eine pKZV abzuschließen. Den klassischen Weg über den Versicherungsvertreter zieht immerhin noch knapp jeder vierte Abschlussplaner (24 Prozent) in Betracht.

„Im Altersvergleich unserer Studie fällt auf, dass nicht etwa die jungen, vermeintlich internetaffineren Versicherten einen Online-Abschluss in Betracht ziehen, sondern vielmehr die über 40-Jährigen“, sagt Markus Braun, Head of Marketing & Sales bei YouGov. „Zusätzlich sollten Anbieter eine gute Position bei den Vergleichsrechnern anstreben, um das Vertriebspotenzial bestmöglich zu nutzen“, so Braun weiter.

Unter die Top drei Anbieter, die für Abschlussplaner einer pKZV infrage kommen, fallen die Allianz, ERGO Direkt sowie die HanseMerkur (hier genannt in alphabetischer Reihenfolge). Die Neuauflage der Studie dient Versicherern und Krankenversicherern als Entscheidungsgrundlage für Vertriebssteuerung und Marketing. Sie zeigt unter anderem in einem Zeitvergleich zu 2013 auf, wie gut sich die Deutschen durch die gesetzliche Krankenkasse versorgt fühlen, wo Lücken wahrgenommen werden und welche Erwartungen hinsichtlich der Produktausgestaltung gestellt werden. Darüber hinaus gibt die Studie Aufschluss über den typischen Kaufentscheidungsprozess bei Abschließen von Krankenzusatzversicherungen und zeigt die Impulse für den finalen Abschlusspunkt sowie die gewählte Marke auf. Folgende Versicherer wurden in der Studie untersucht: Allianz, ALTE Oldenburger, ARAG, ASSTEL Versicherungen, AXA, Barmenia, Central, Concordia, Continentale, CSS Versicherung, Debeka, Deutsche Familienversicherung, Deutscher Ring, DEVK, DKKV, ENVIVAS, ERGO Direkt, Gothaer, HALLESCHE, HanseMerkur, HUK-Coburg, INTER, KKH MeinPlus, LVM, Mannheimer Krankenversicherung, Mecklenburgische Krankenversicherung, MÜNCHENER VEREIN, NÜRNBERGER, Provinzial, R+V, SIGNAL, Süddeutsche Krankenversicherung, UNION, uniVersa, Versicherungskammer Bayern, VIG, Württembergische, Zurich.

Weitere Informationen zur Studie finden Sie unter:

<http://yougov.de/loesungen/reports/studien/kundenerwartungen-krankenzusatz/>

Pressekontakt:

Nikolas Buckstegen

Telefon: 0221 / 420 61 - 444

E-Mail: presse@yougov.de

Unternehmen

YouGov Deutschland AG

Gustav - Heinemann - Ufer 72

50968 Köln

Internet: www.yougov.de

Über YouGov Deutschland AG

Im Jahr 2000 in London gegründet, ist YouGov mittlerweile mit mehr als 28 Standorten in Europa, den USA, im Nahen Osten, Afrika und Asien vertreten. YouGov gilt als Pionier in der Online-Marktforschung und gehört nach Angaben der renommierten American Marketing Association zu den Top 25 Marktforschungsunternehmen der Welt.