

Jeder sechste Deutsche war schon einmal in einen Rechtsstreit verwickelt - Studie der TNS Infratest Finanzforschung zum Thema Rechtsschutzversicherung

Jeder sechste Bundesbürger war in den letzten fünf Jahren in einen Rechtsstreit verwickelt. Einen Rechtsbeistand nahmen dabei allerdings nur zwölf Prozent in Anspruch. Häufiger, und zwar in 19 Prozent der Fälle, versuchten Rechtsschutzversicherte ihr Recht mit Hilfe eines Rechtsanwaltes durchzusetzen.

Jeder sechste Bundesbürger war in den letzten fünf Jahren in einen Rechtsstreit verwickelt. Einen Rechtsbeistand nahmen dabei allerdings nur zwölf Prozent in Anspruch. Häufiger, und zwar in 19 Prozent der Fälle, versuchten Rechtsschutzversicherte ihr Recht mit Hilfe eines Rechtsanwaltes durchzusetzen. Dies ergab eine repräsentative Studie der TNS Infratest Finanzforschung mit 2.043 persönlich-mündlichen Interviews vom 24.01.-18.02.2013 in der deutschen Bevölkerung ab 14 Jahren.

„Eine Rechtsschutzversicherung vermittelt in den Augen der Bundesbürger vor allem eines: Sicherheit und die Möglichkeit sein Recht auch juristisch durchsetzen zu können, ohne Angst vor finanzieller Belastung haben zu müssen.“ sagt Manfred Kreileder, Senior Director der TNS Infratest Finanzforschung.

52 Prozent der Bundesbürger erachten eine Rechtsschutzversicherung als wichtig, insbesondere für Streitigkeiten im Straßenverkehr (67 Prozent) und im Berufsalltag (52 Prozent). Aktuell verfügen jedoch lediglich 39 Prozent der Bürgerinnen und Bürger über einen Rechtsschutzabsicherung. Und das obwohl die Hälfte der Bundesbürger überzeugt ist, dass Privatpersonen ohne Rechtsschutzversicherung bei Rechtsstreitigkeiten mit Institutionen, Firmen und Behörden keine Chance haben, zu ihrem Recht zu kommen.

Die Presseinformation als PDF-Datei finden Sie auf unserer Website: <http://www.tns-infratest.com/presse>

Kontakt und weitere Informationen:

Manfred Kreileder
- Senior Director Finanzforschung -
Telefon: 089 5600 1452
Fax: 089 5600 1750
E-Mail: manfred.kreileder@tns-infratest.com

Melanie Leitner
- Consultant Finanzforschung -
Telefon: 089 5600 1808
Fax: 089 5600 1750
E-Mail: melanie.leitner@tns-infratest.com

Internet: www.tns-infratest.com

Über TNS Infratest

TNS Infratest ist das deutsche Mitglied der TNS-Gruppe (Taylor Nelson Sofres, London) und gehört damit zu einem der führenden Marktforschungs- und Beratungsunternehmen der Welt. TNS, das mit Research International im Februar 2009 fusionierte, ist seit Oktober 2008 Teil der Kantar-Group, dem weltweit größten Netzwerk in den Bereichen Research, Insight und Consultancy. Für Auftraggeber aus Automobil und Verkehr, Pharmamarkt, IT-/(Tele-) Kommunikation und Neue Medien, Finanzforschung, Konsumgüter, sowie der Medien-, Politik- und Sozialforschung liefert TNS Infratest „fact based consulting“ und damit den innovativen Management Support für Wissensvorsprung und Entscheidungssicherheit. Weitere Informationen unter www.tns-infratest.com.

Über Kantar

Kantar ist eines der führenden Marktforschungs- und Consulting-Netzwerke der Welt. Mit der gebündelten Expertise und Kompetenz seiner 13 spezialisierten Unternehmen verfolgt Kantar das Ziel, für nationale und internationale Auftraggeber weltweit der Premium-Anbieter für strategisches Wissen und inspirierende Insights zu sein. Über 28.000 Mitarbeiter in rund 100 Ländern bearbeiten das ganze Spektrum an Forschungs- und Beratungsdisziplinen und können so ihren Kunden in jeder Phase des Konsumenten-Zyklus die wettbewerbsentscheidenden Informationen bereitstellen. Mehr als die Hälfte der Fortune Top 500-Unternehmen sind Kantar-Kunden. Weitere Informationen finden Sie unter www.kantar.com.

TNS Infratest unterstützt die Initiative Markt- und Sozialforschung

Als Journalist/in wissen Sie, wie wichtig verlässliche Quellen und auskunftsberichte Personen sind. Ebenso wichtig sind valide Daten für Unternehmensentscheidungen, zum Beispiel wenn es um die Verbesserung von Produkten und Dienstleistungen geht. Diese Daten werden von der Marktforschung durch qualifizierte Bevölkerungsbefragungen gewonnen, natürlich unter Wahrung von Datenschutz und Anonymität. Vielen Menschen ist das leider nicht bewusst. Sie verwechseln Markt- und Sozialforschungsbefragungen mit Verkaufsgesprächen. Langfristig leidet darunter die seriöse Markt- und Sozialforschung. Um die Teilnahmebereitschaft bei Befragungen zu erhöhen, starteten die Marktforschungsverbände ADM, BVM, ASI und DGOF im Oktober 2010 mit der Initiative Markt- und Sozialforschung eine umfassende Öffentlichkeitsarbeit. Über Ihre Unterstützung unserer Aufklärungsarbeit würden wir uns freuen! Näheres unter www.deutsche-marktforscher.de.

tns infratest logo