

# Nachhaltigkeit

Wie unterscheiden sich Versicherungsmakler, die sich bereits mit nachhaltigen Versicherungsprodukten und Kapitalanlagen auseinandergesetzt haben, von ihren Berufskollegen?

## Ergebnisse einer Maklerbefragung im April 2021



Hamburg, Mai 2021

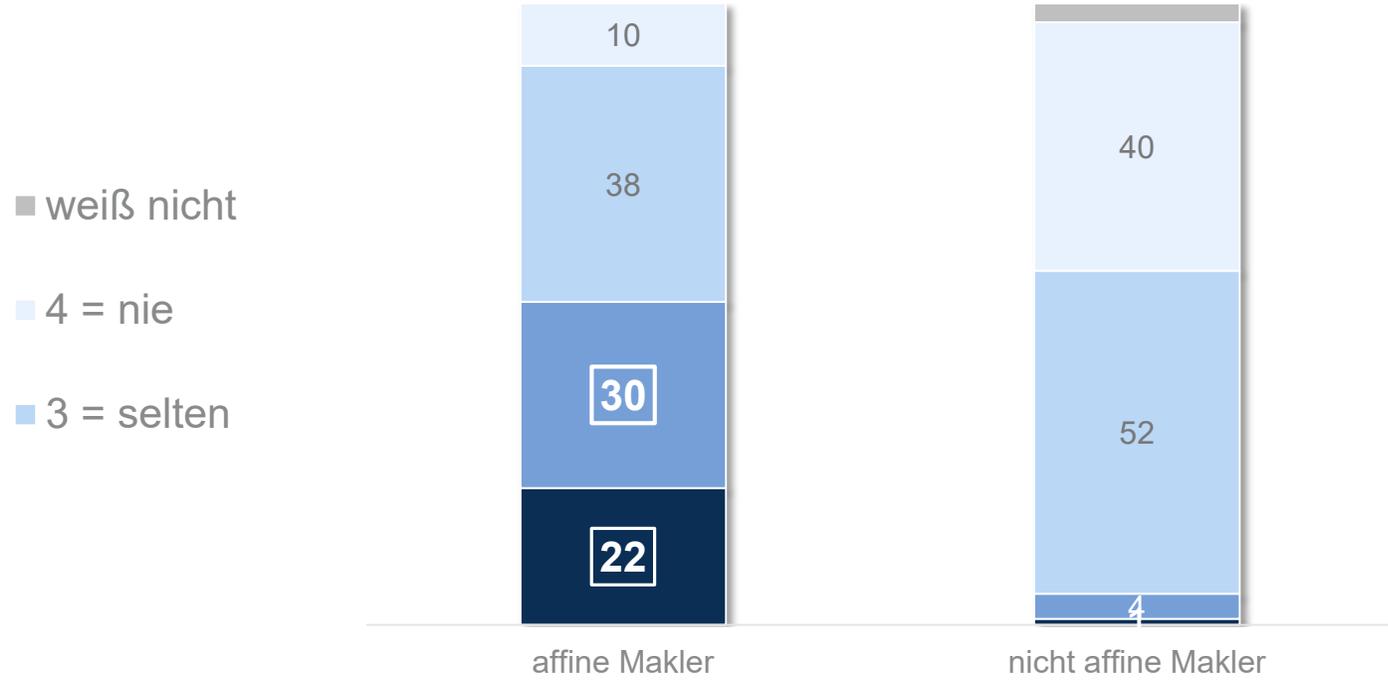
# Nachhaltigkeit in der Versicherungsbranche

## Untersuchungssteckbrief

<b>Untersuchungsthemen</b>	Nachhaltiges Engagement und Interesse im Maklermarkt
<b>Untersuchungsmethode</b>	Repräsentative telefonische Umfrage (CATI)
<b>Zielpersonen</b>	n = 202 unabhängige Versicherungsmakler
<b>Zeitraum</b>	1. -13. April 2021
<b>Durchführung</b>	Forschungsgruppe g/d/p, Hamburg in Kooperation mit MRTK Marketing Research Team Kieseler

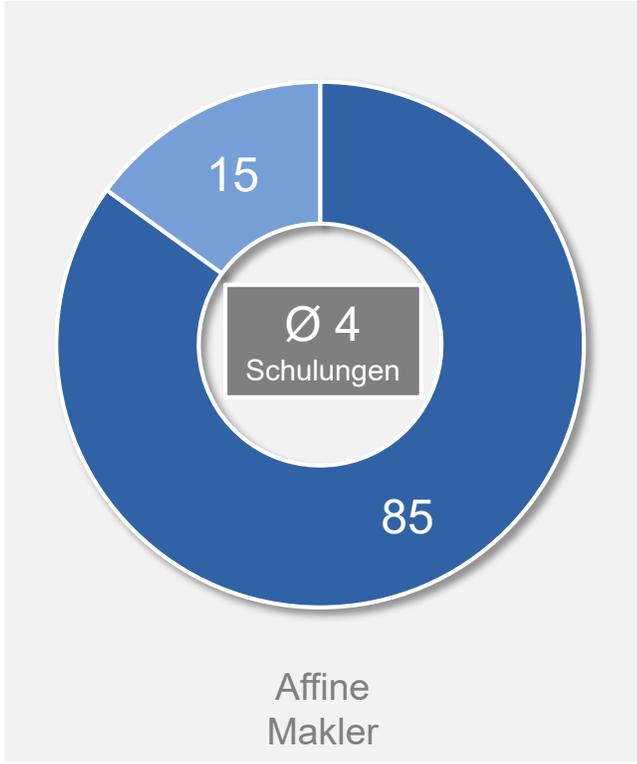
# Gut die Hälfte der affinen Versicherungsmakler vermittelt bereits häufiger nachhaltige Produkte.

## Vermittlung nachhaltiger Versicherungsprodukte und Kapitalanlagen

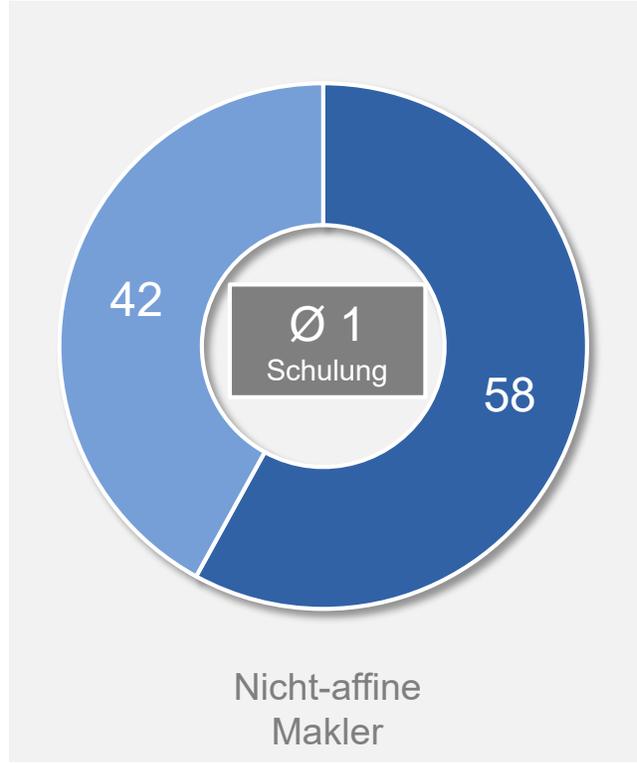


Makler, die sich bewusst mit Nachhaltigkeit auseinandergesetzt haben, nutzten im letzten halben Jahr im Schnitt 4 Schulungen oder Webinare zu dem Thema.

Schulungen / Webinare zum Thema Nachhaltigkeit



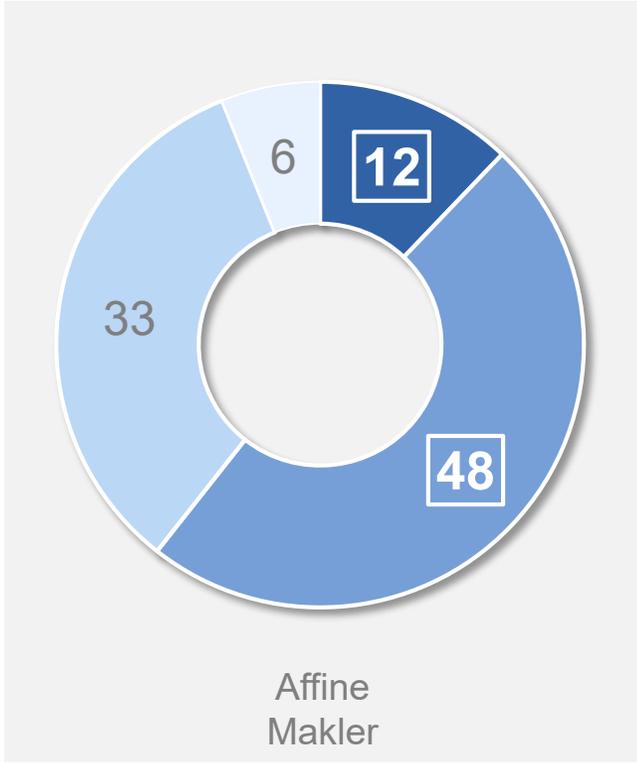
- Ja
- Nein



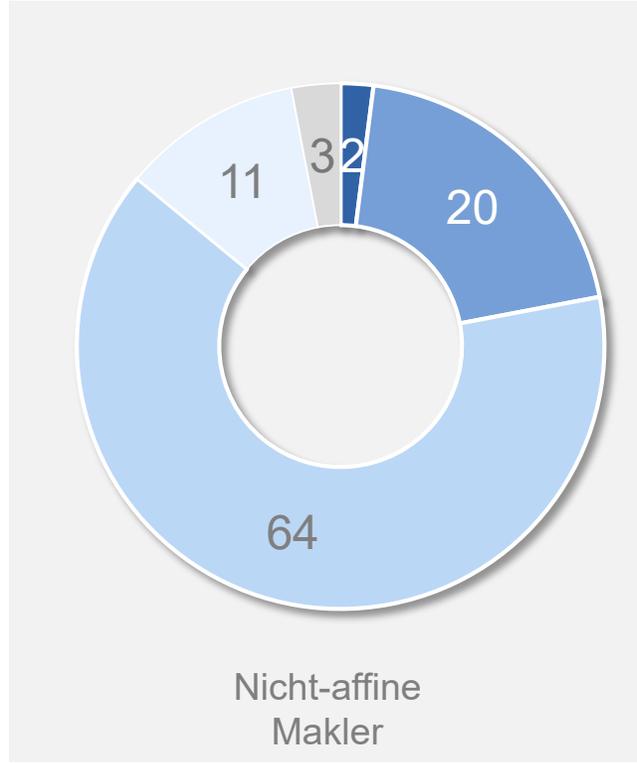
- Ja
- Nein

60% der affinen Makler sehen das Nachhaltigkeitsinteresse auch bei ihren Kunden.

Interesse der Kunden an nachhaltigen Versicherungsprodukten und Kapitalanlagen

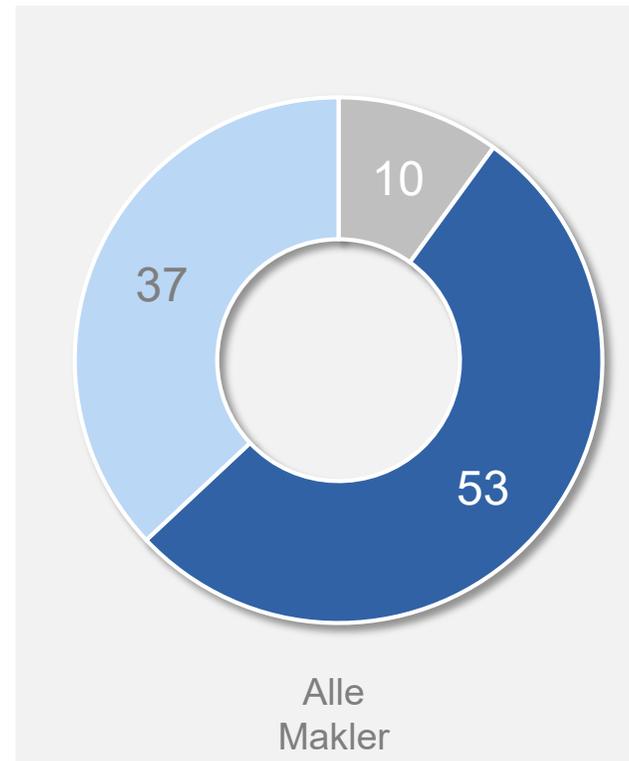


- sehr interessiert
- eher interessiert
- eher weniger interessiert
- gar nicht interessiert
- weiß nicht



Über die Hälfte der Makler geht davon aus, dass ihre Kunden nachhaltige Produkte teurer einschätzen als herkömmliche Produkte.

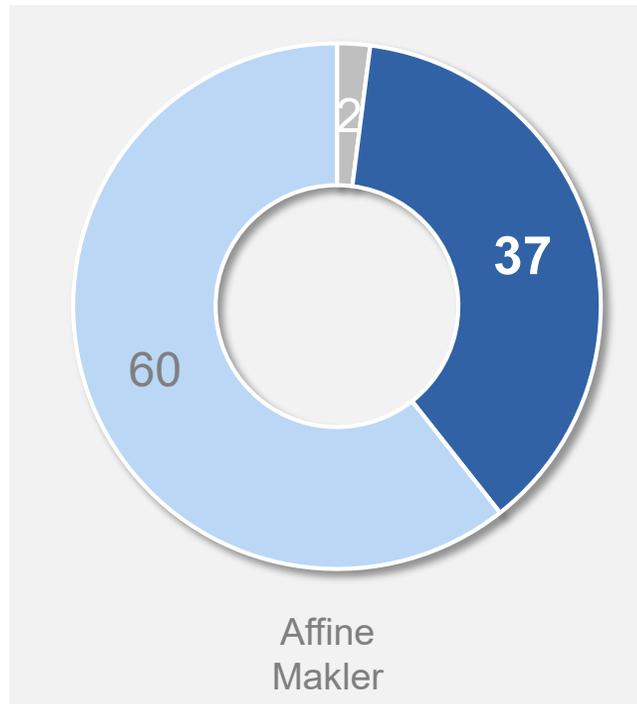
## Preisempfinden der Kunden bei nachhaltigen Produkten



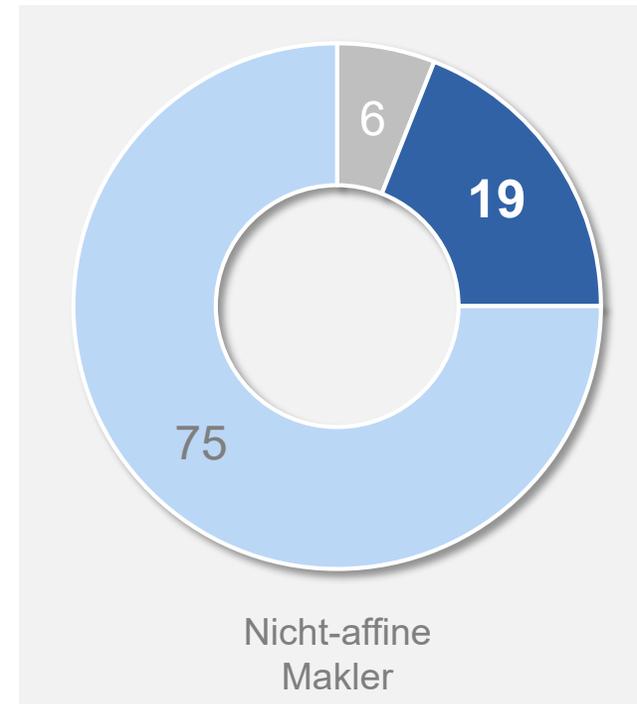
- weiß nicht
- (eher) ja
- (eher) nein

37% der affinen Makler und 19% der nicht-affinen Makler sehen die Bereitschaft ihrer Kunden, für Nachhaltigkeit mehr zu bezahlen.

Bereitschaft der Kunden, für nachhaltige Versicherungsprodukte / Investments mehr zu zahlen

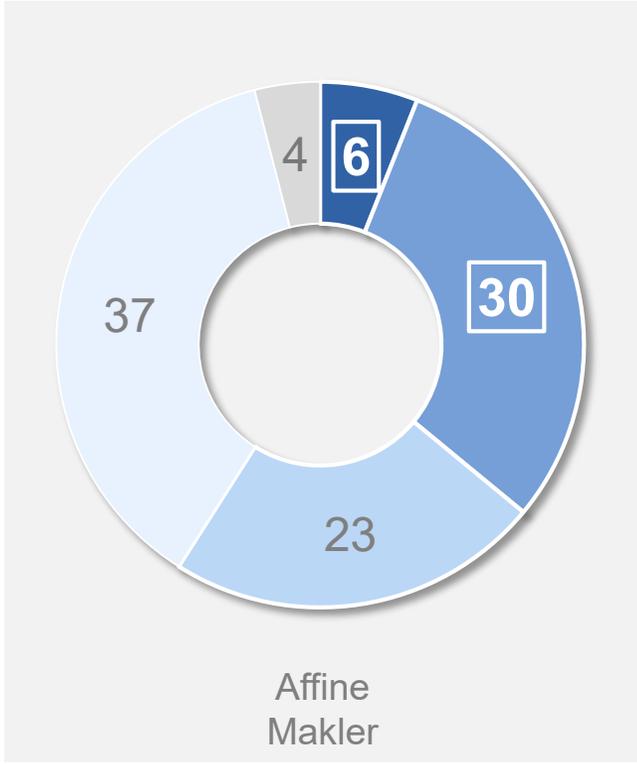


- weiß nicht
- (eher) ja
- (eher) nein

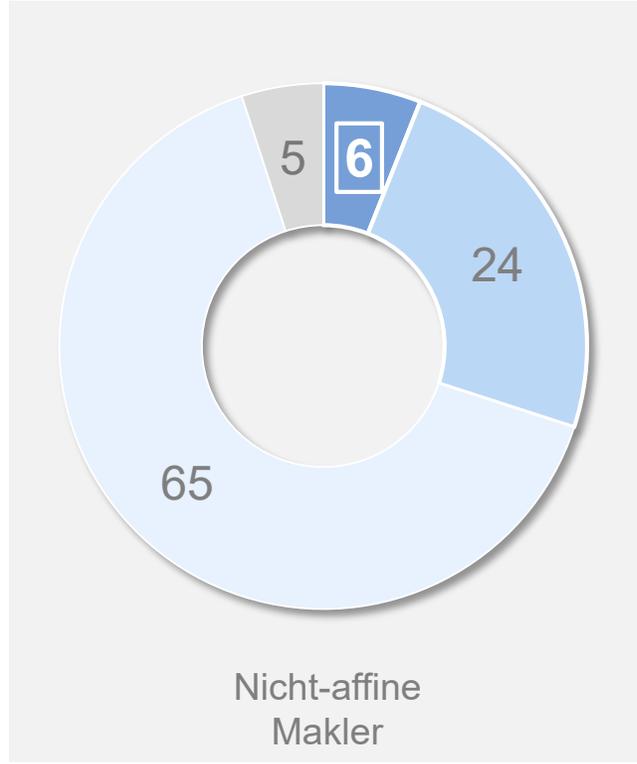


36% der affinen Makler sehen ein gestiegenes Interesse für nachhaltige Produkte; nicht-affine nur zu 6%.

Gestiegene Nachfrage seitens der Kunden

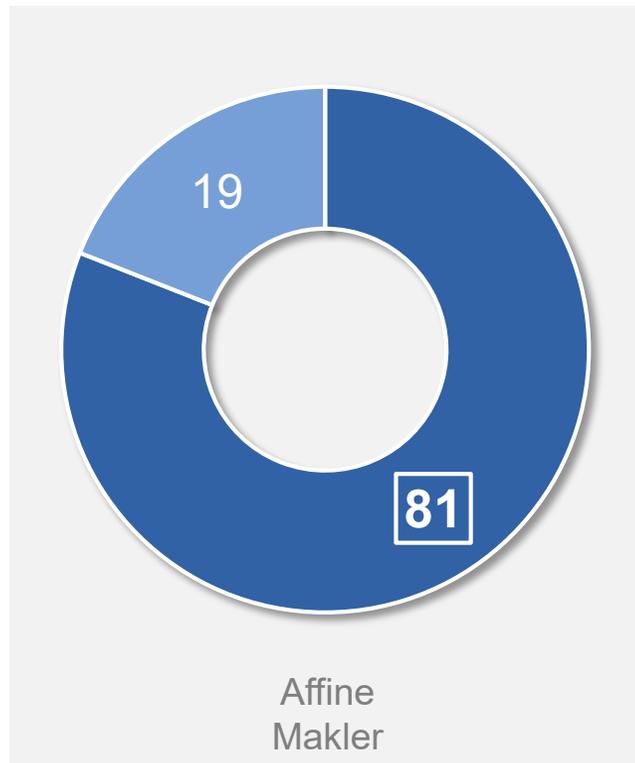


- deutlich
- etwas
- eher nicht
- gar nicht
- weiß nicht

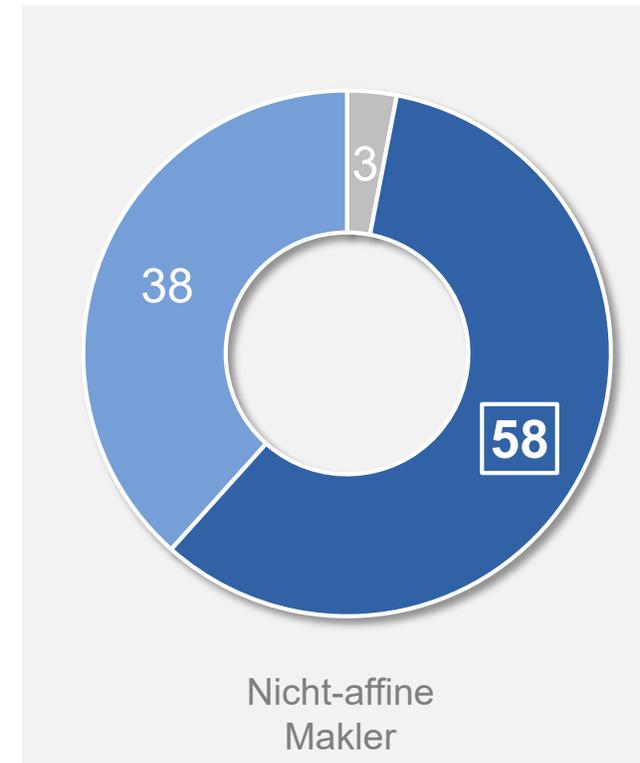


81% der affinen Makler halten eine nachhaltige Positionierung der Versicherer für sehr oder eher wichtig.

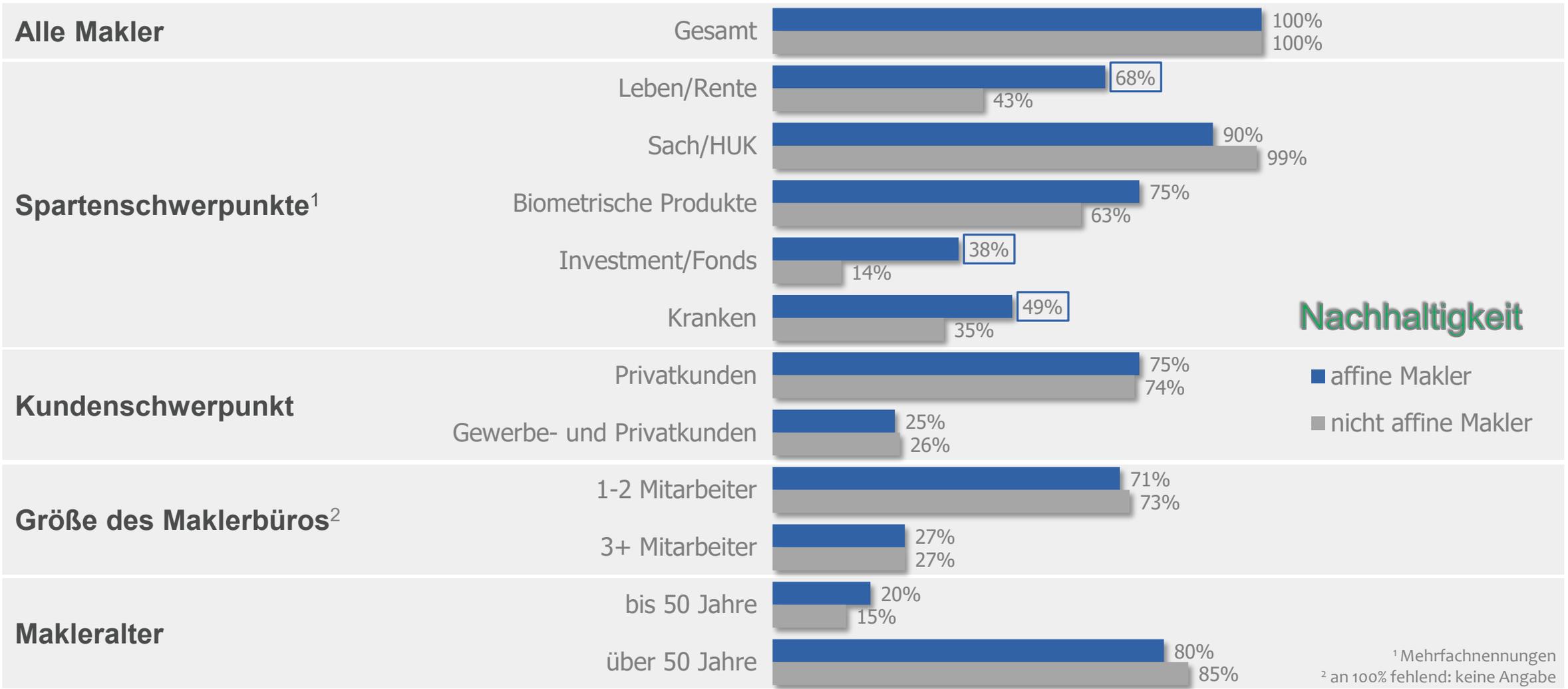
Bedeutung der nachhaltigen Positionierung für Versicherer



- sehr wichtig / eher wichtig
- weniger wichtig / gar nicht wichtig



# Persönliche Auseinandersetzung mit dem Thema Nachhaltigkeit: Wie unterscheiden sich affine Makler von den nicht-affinen?



<sup>1</sup> Mehrfachnennungen  
<sup>2</sup> an 100% fehlend: keine Angabe

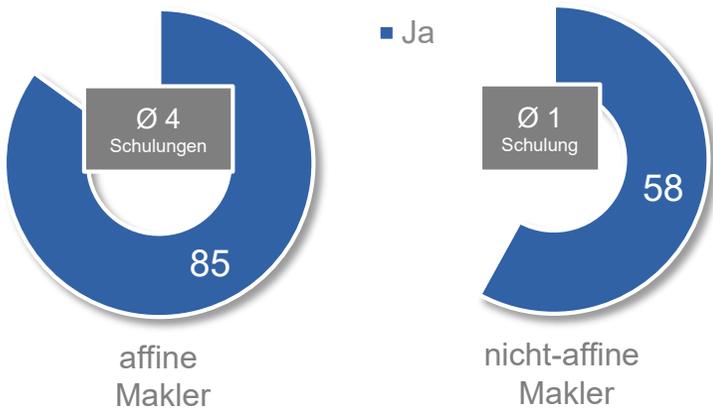


# Key facts - Übersicht

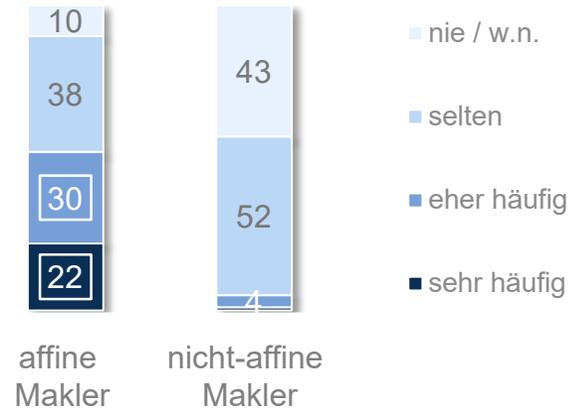
# Nachhaltige Versicherungsprodukte und Kapitalanlagen

## Wie unterscheiden sich affine Makler von den nicht-affinen Maklern?

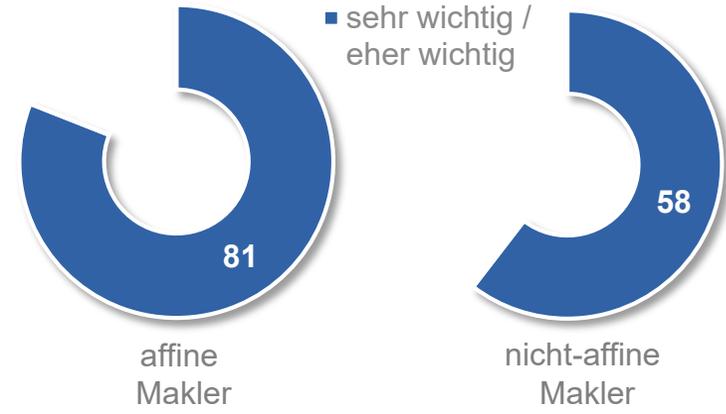
Teilnahme an Schulungen / Webinare zum Thema Nachhaltigkeit (letzte 6 Monate)



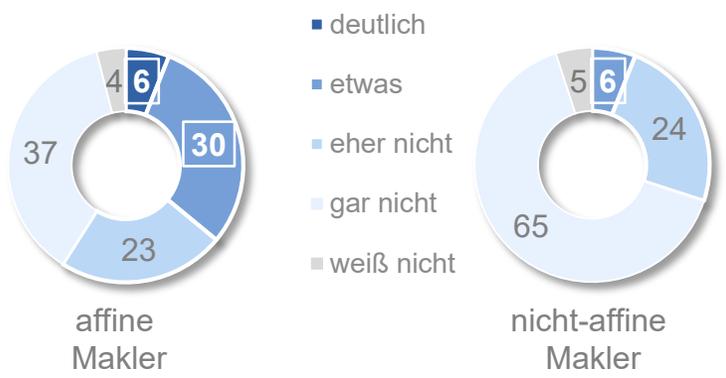
Vermittlung nachhaltiger Versicherungsprodukte und Kapitalanlagen



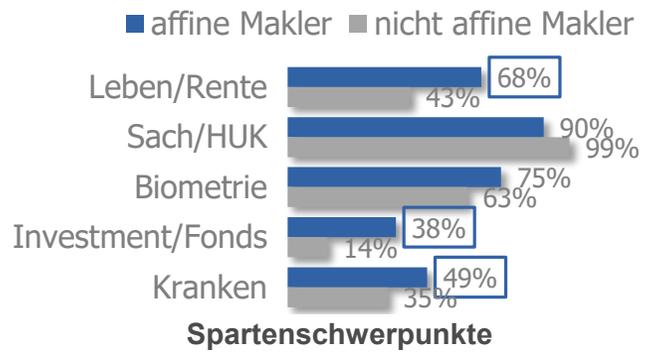
Bedeutung der nachhaltigen Positionierung für Versicherer



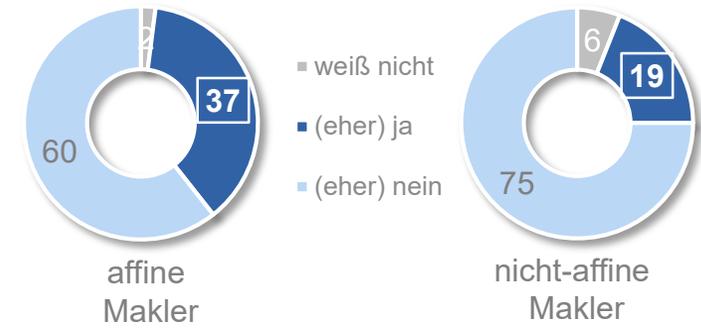
Gestiegene Nachfrage seitens der Kunden



Wie unterscheiden sich affine Makler von den nicht-affinen?



Bereitschaft der Kunden, für nachhaltige Versicherungsprodukte / Investments mehr zu zahlen



## Ihre Ansprechpartner\*innen

Christa Braaß  
Geschäftsführerin

Fon: +49 (40) / 29876 140  
Fax: +49 (40) / 29876 127  
[braass@gdp-group.com](mailto:braass@gdp-group.com)

Diplom-Kauffrau Sibylle Merten  
Senior Research Consultant

Fon: +49 (40) / 29876 160  
Fax: +49 (40) / 29876 127  
[merten@gdp-group.com](mailto:merten@gdp-group.com)

Philip Kühl  
Senior Research Consultant

Fon: +49 (40) / 29876 121  
Fax: +49 (40) / 29876 127  
[kuehl@gdp-group.com](mailto:kuehl@gdp-group.com)