

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

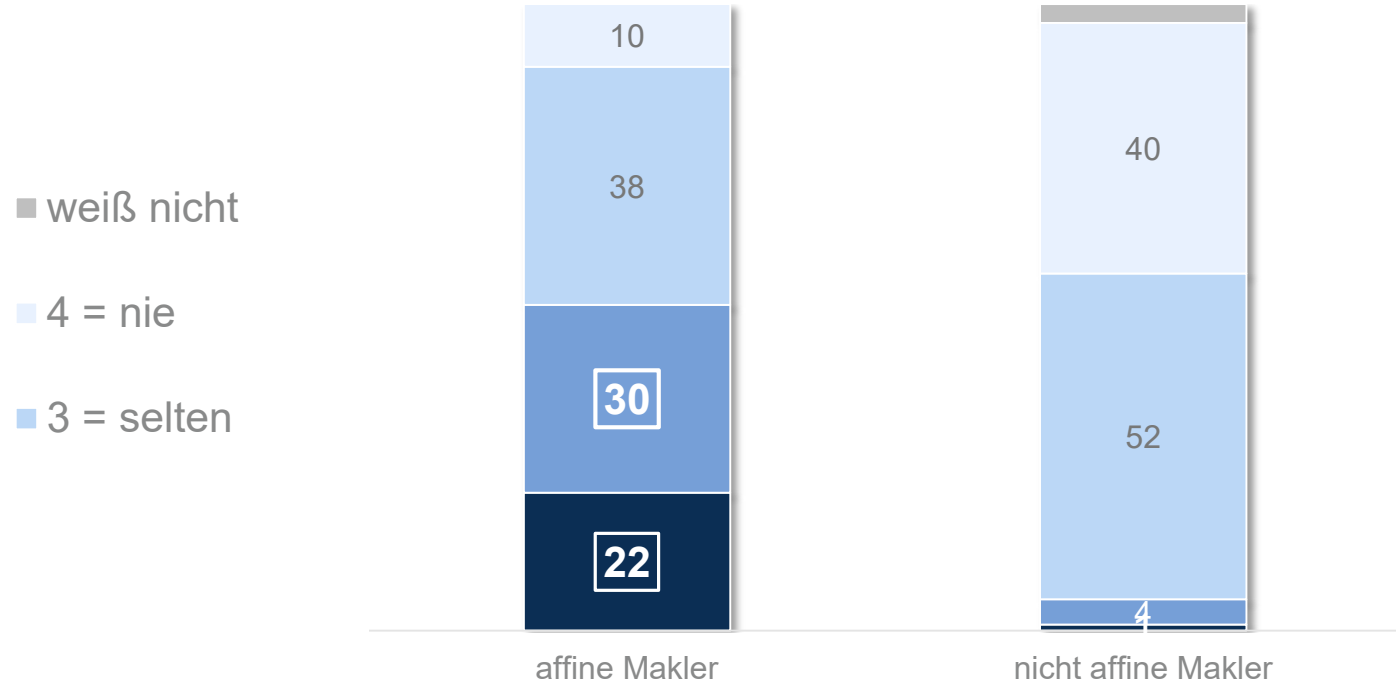
Nachhaltigkeit in der Versicherungsbranche

Untersuchungssteckbrief

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

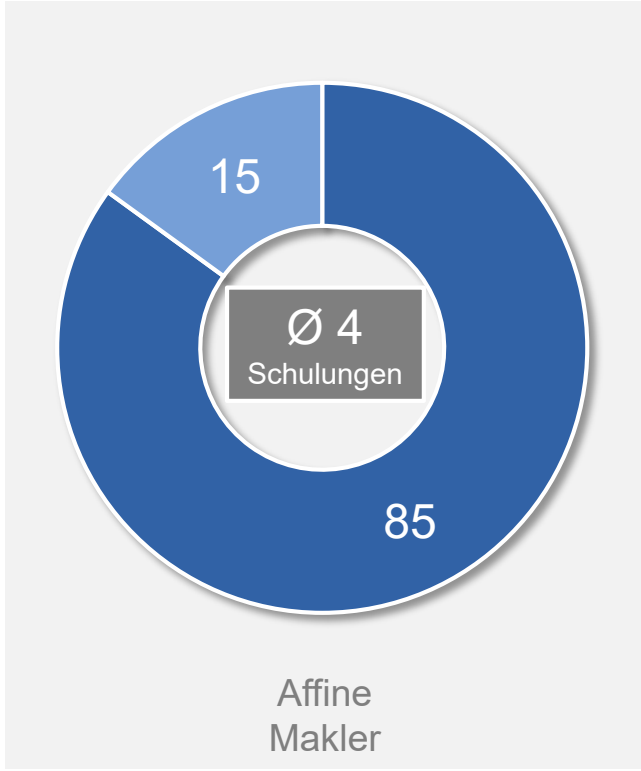
Gut die Hälfte der affinen Versicherungsmakler vermittelt bereits häufiger nachhaltige Produkte.

Vermittlung nachhaltiger Versicherungsprodukte und Kapitalanlagen

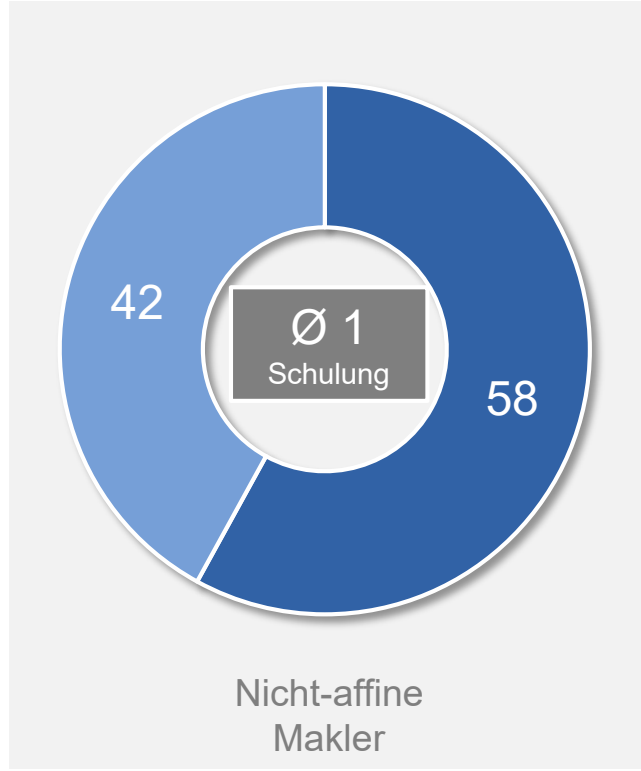


Makler, die sich bewusst mit Nachhaltigkeit auseinandergesetzt haben, nutzten im letzten halben Jahr im Schnitt 4 Schulungen oder Webinare zu dem Thema.

Schulungen / Webinare zum Thema Nachhaltigkeit



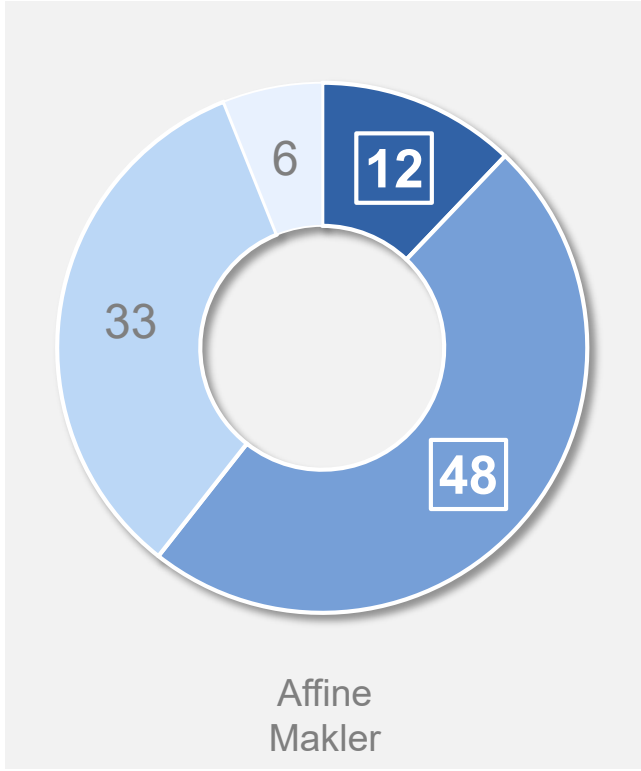
- Ja
- Nein



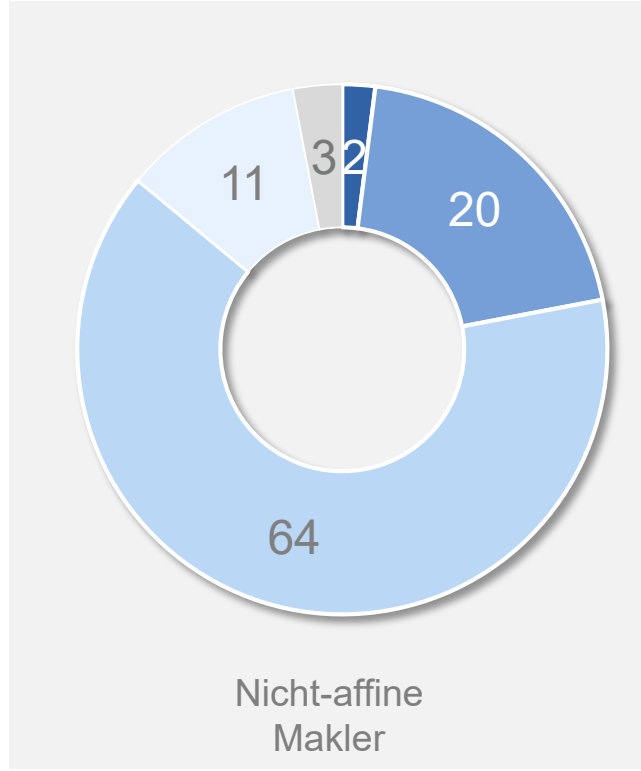
- Ja
- Nein

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

Interesse der Kunden an nachhaltigen Versicherungsprodukten und Kapitalanlagen

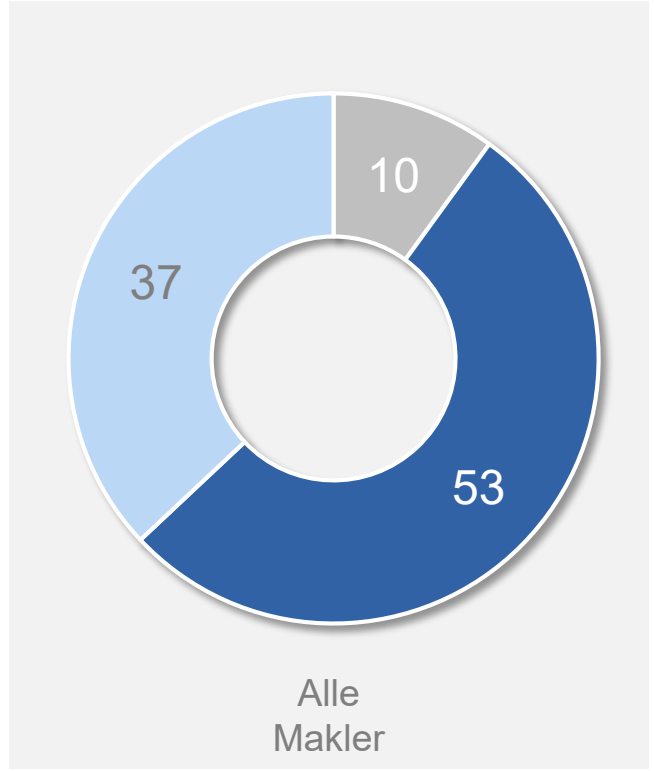


- sehr interessiert
- eher interessiert
- eher weniger interessiert
- gar nicht interessiert
- weiß nicht



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

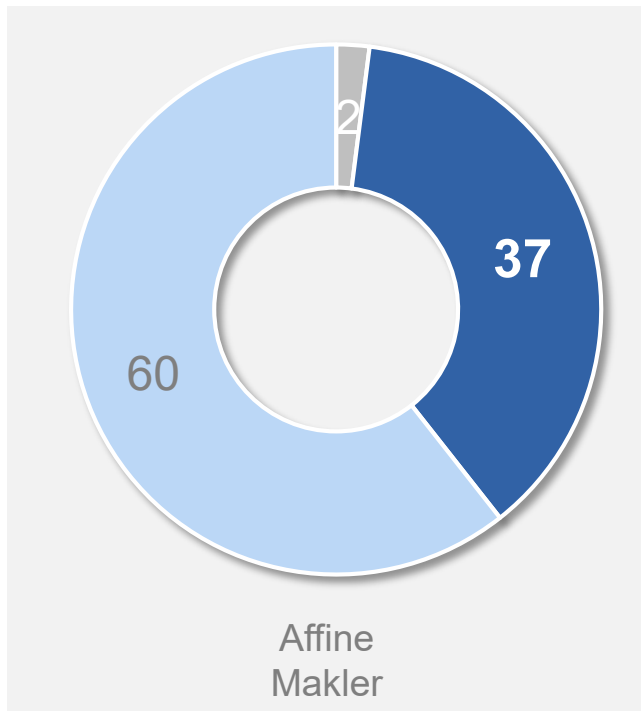
Preisempfinden der Kunden bei nachhaltigen Produkten



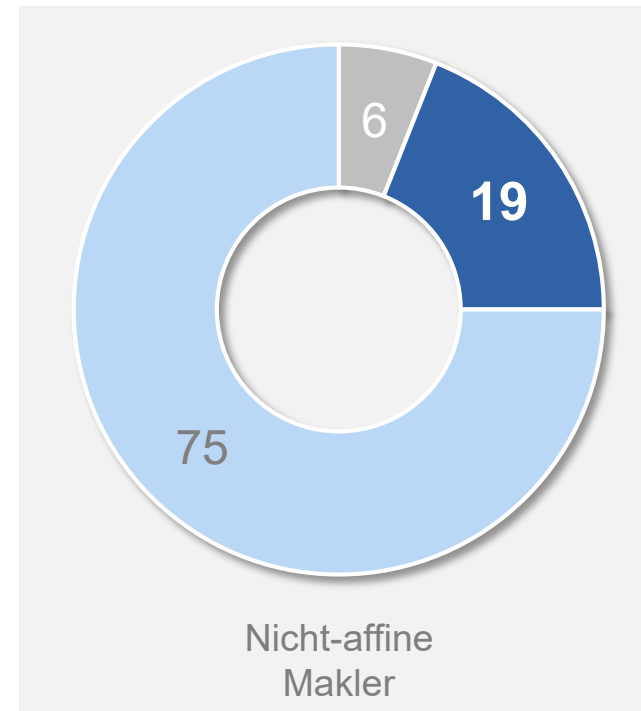
- weiß nicht
- (eher) ja
- (eher) nein

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

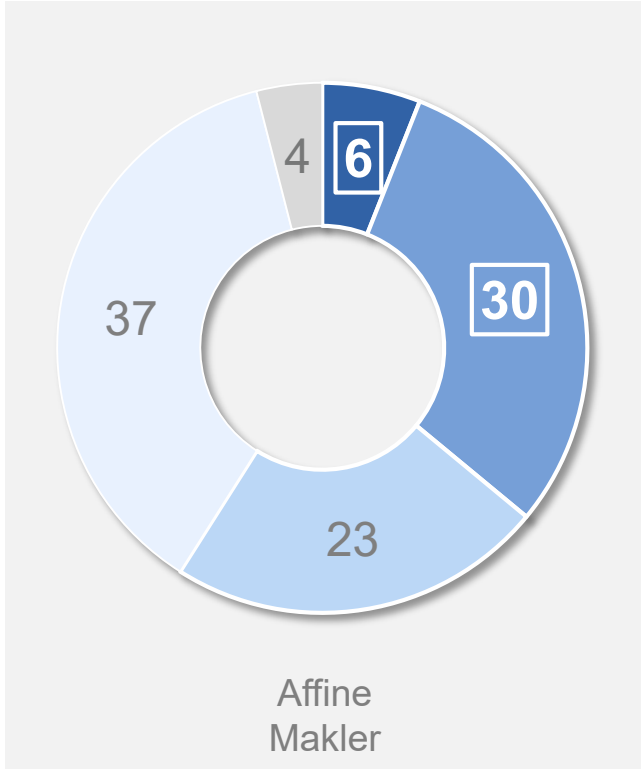


- weiß nicht
- (eher) ja
- (eher) nein

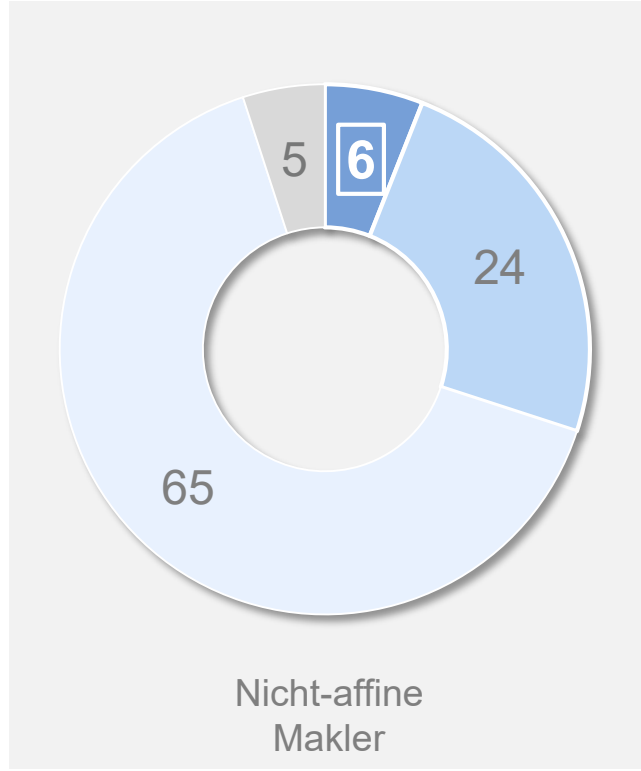


36% der affinen Makler sehen ein gestiegenes Interesse für nachhaltige Produkte; nicht-affine nur zu 6%.

Gestiegene Nachfrage seitens der Kunden

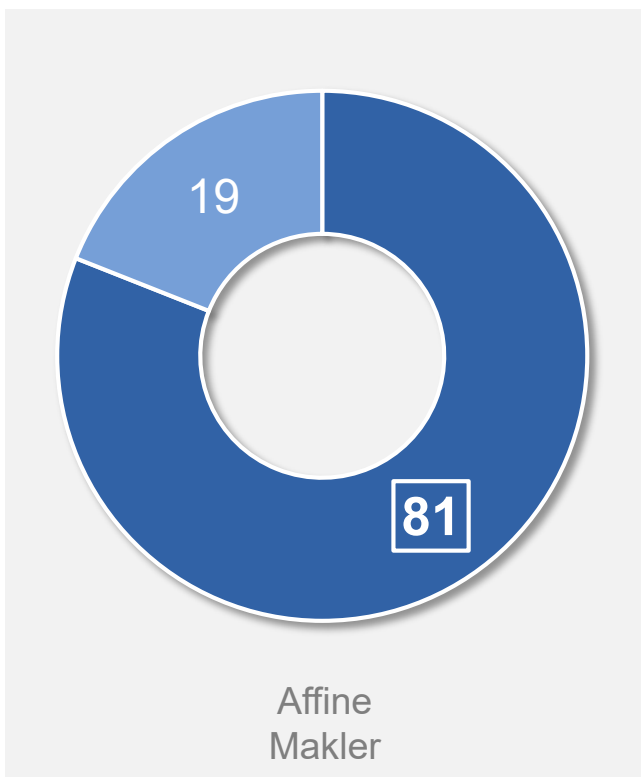


- deutlich
- etwas
- eher nicht
- gar nicht
- weiß nicht

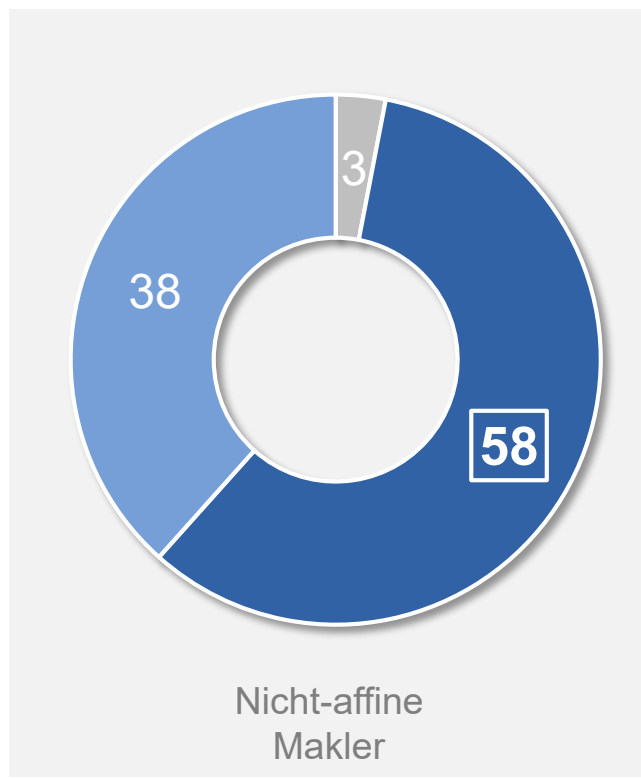


81% der affinen Makler halten eine nachhaltige Positionierung der Versicherer für sehr oder eher wichtig.

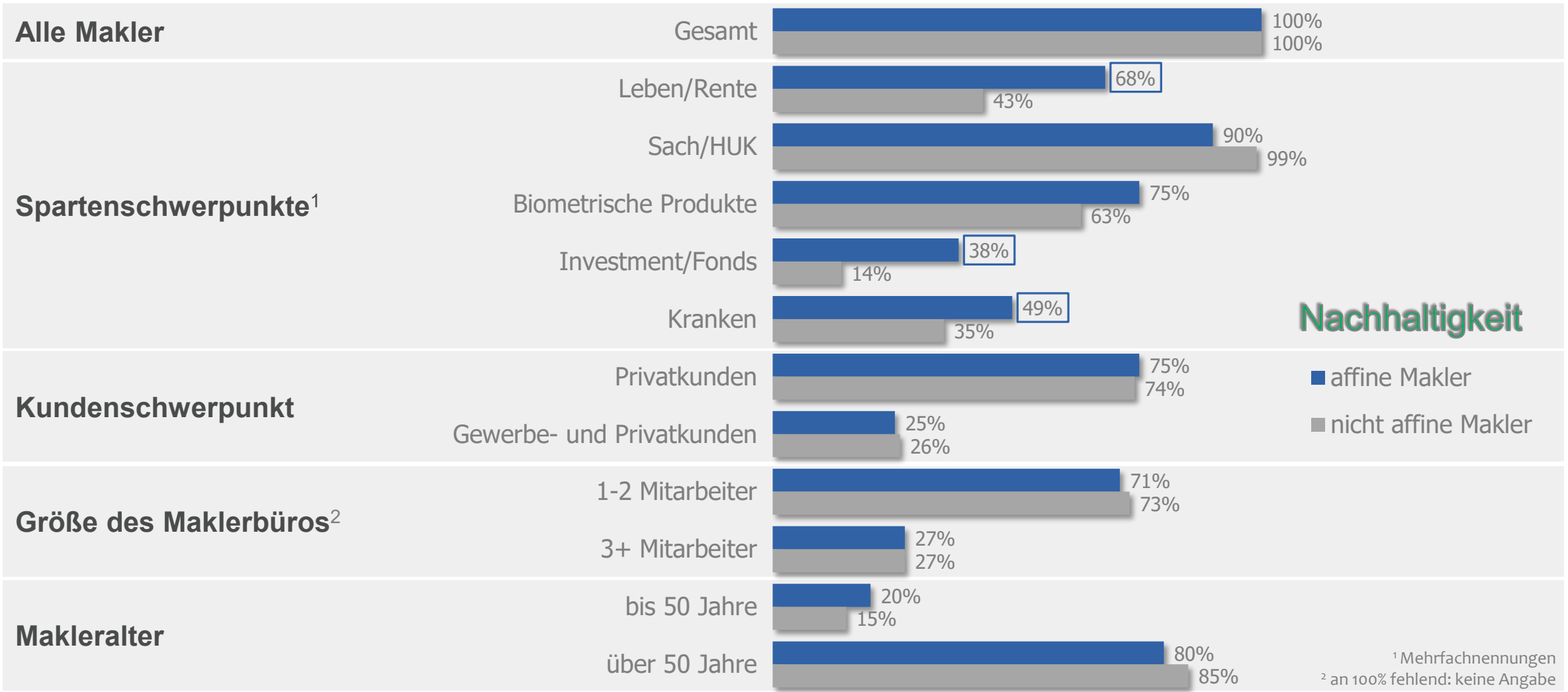
Bedeutung der nachhaltigen Positionierung für Versicherer



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



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



¹ Mehrfachnennungen
² an 100% fehlend: keine Angabe

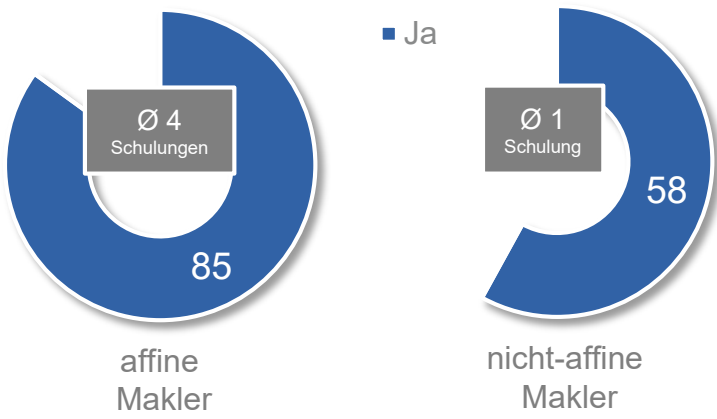


Key facts - Übersicht

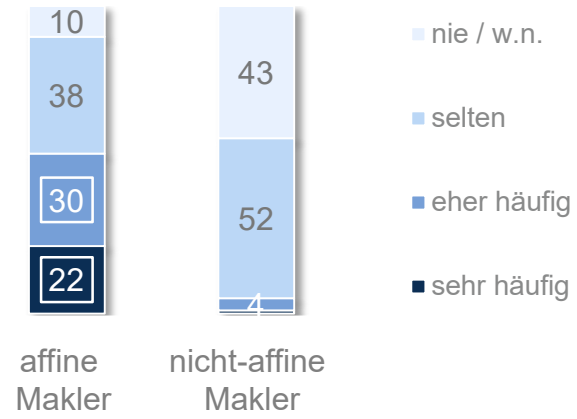
Nachhaltige Versicherungsprodukte und Kapitalanlagen

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

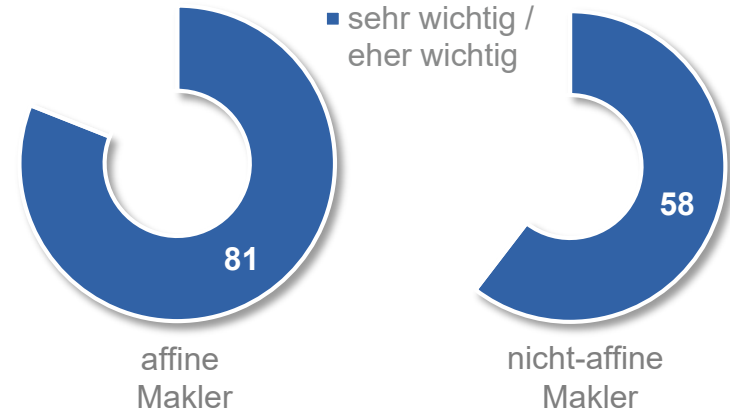
Teilnahme an Schulungen / Webinare zum Thema Nachhaltigkeit (letzte 6 Monate)



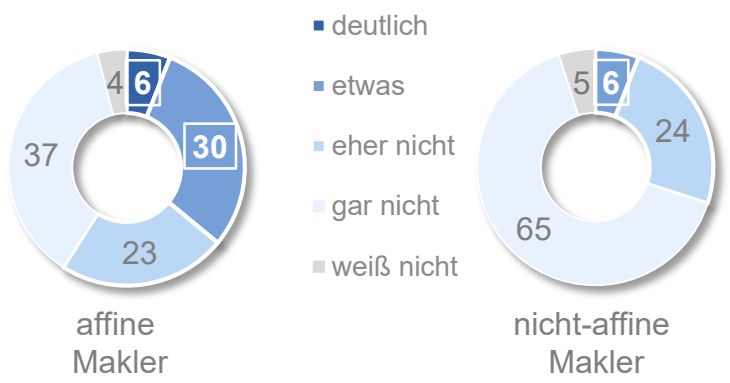
Vermittlung nachhaltiger Versicherungsprodukte und Kapitalanlagen



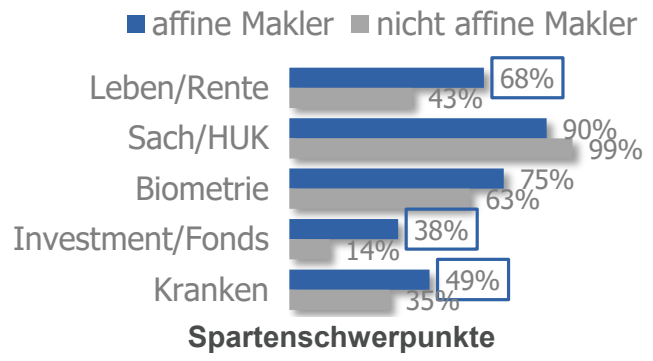
Bedeutung der nachhaltigen Positionierung für Versicherer



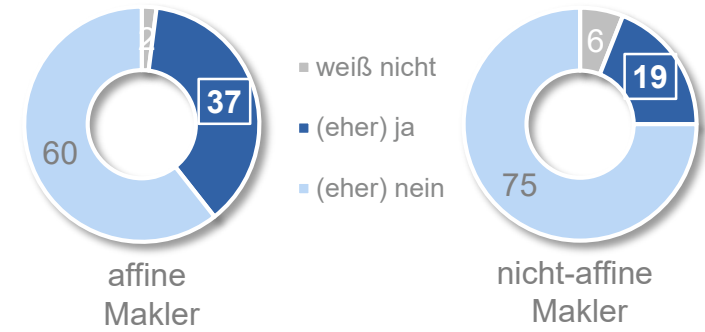
Gestiegene Nachfrage seitens der Kunden



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

Diplom-Kauffrau Sibylle Merten
Senior Research Consultant

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

Philip Kühl
Senior Research Consultant

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