

Pressemitteilung 22. Mai 2013 – HEUTE UND MORGEN GmbH – Köln

Beamte und Arbeitnehmer im Öffentlichen Dienst: Attraktive Zielgruppe für Finanzdienstleister

Aktuelle Studie des Marktforschungsinstituts HEUTE UND MORGEN untersucht Finanzverhalten und Abschlusspotenziale für Versicherungs- und Bankprodukte in der Zielgruppe Beamte und Arbeitnehmer im Öffentlichen Dienst

Köln, 22. Mai 2013. Die weit über 4,5 Millionen Beamten und Arbeitnehmer im Öffentlichen Dienst in Deutschland stellen aufgrund ihrer hohen Absicherungs- und Vorsorgeorientierung sowie ihrer Finanzstärke eine ausgesprochen chancenreiche Zielgruppe für die Finanzdienstleistungsbranche dar. Beamte und Arbeitnehmer im Öffentlichen Dienst zeigen hohes Interesse an Finanz- und Versicherungsprodukten, besitzen durchschnittlich acht Versicherungspolice und drei Bankprodukte und sind an zusätzlichen Abschlüssen interessiert. In ihrem Finanzverhalten zeigt sich die Zielgruppe betont sachlich, selbstbewusst und nicht selten auch anbieterkritisch. Unabhängige Produktinformationen, seriöse, transparente Beratung und speziell auf die Zielgruppe zugeschnittene Angebote stehen daher hoch im Kurs.

Dies zeigt die aktuelle Studie „Zielgruppen-Insights: Beamte und Arbeitnehmer im Öffentlichen Dienst“ aus der Studienreihe „Zielgruppen für Finanzdienstleister“ des Kölner Marktforschungsinstituts HEUTE UND MORGEN. Je 200 Beamte und Arbeitnehmer im Öffentlichen Dienst (ÖD) wurden im März 2013 ausführlich zu ihrem Finanzverhalten, zu ihren Erwartungen und Wünschen an Finanzdienstleister sowie ihren aktuellen Anlage-, Finanzierungs- und Versicherungsbedarfen befragt. Die Auswahl der Befragten erfolgte repräsentativ nach Alter, Geschlecht und Einkommen. Ergänzend wurde eine vertiefende qualitative Gruppendiskussion durchgeführt, in der auch zielgruppenspezifische Produktkonzepte getestet wurden.

„Beamte und Arbeitnehmer im Öffentlichen Dienst zählen in Finanz- und Versicherungsangelegenheiten zu den konservativen und anspruchsvollen Kunden: Sicherheit steht vor Rendite, Qualität vor Preis, Sachlichkeit vor Emotionalität. Dies sollte sich in der Gestaltung zielgruppenspezifischer Produkte und Marketingmaßnahmen entsprechend widerspiegeln“, sagt Dr. Michaela Brocke, Geschäftsführerin bei der HEUTE UND MORGEN GmbH.

Das einseitige Bild des biedereren oder altmodischen Beamten trifft auf die Zielgruppe nicht zu: Beamte und Arbeitnehmer im ÖD sind in ihrem Finanzverhalten ausgesprochen onlineaffin, bei der Informationssuche steht das Internet mit Abstand an erster Stelle!

Unterschiedliche Finanztypen in der Zielgruppe

Trotz übergreifender Charakteristiken ist die Zielgruppe der Beamten und Arbeitnehmer im ÖD freilich nicht homogen. Vielmehr lassen sich entlang der Kriterien Anlage- und Vorsorgeinteresse, bevorzugte Informationsmedien, Berateraffinität und Abschlusswege

drei trennscharfe Segmente bzw. Finanztypen unterscheiden: „Berateraffine Interessierte“ (33%), „Onlineaffine Interessierte“ (53%) und „Unabhängige Entscheider“ (14%).

Berateraffine Interessierte verfügen in Finanz- und Versicherungsangelegenheiten zu rund 90 Prozent über einen persönlichen Berater und vertrauen diesem in hohem Maße. Andere Informations- und Abschlusswege werden vergleichsweise selten genutzt. Die Ausstattung mit Finanz- und Versicherungsprodukten ist überdurchschnittlich hoch, zugleich besteht weiteres Abschlussinteresse.

Onlineaffine Interessierte stellen das größte Segment dar. Trotz ihrer vergleichsweise geringeren Kompetenzwahrnehmung sind sie nur wenigberateraffin; lediglich 10 Prozent haben in Finanz- und Versicherungsfragen Kontakt zu einem festen persönlichen Berater. Vielmehr holen sie entscheidungsrelevante Informationen bevorzugt im Internet ein, beispielsweise auf Vergleichsseiten unabhängiger Anbieter oder auf Anbieterhomepages. Mehrheitlich wurden auch Produktabschlüsse bereits online getätigt.

Unabhängige Entscheider interessieren sich ausgesprochen stark für Absicherung und Vorsorge. Aufgrund eines ausgeprägten Kompetenzzempfindens nehmen sie Finanz- und Versicherungsangelegenheiten am liebsten selbst in die Hand. Sie greifen nur selten auf externe Beratung oder Empfehlungen aus dem sozialen Umfeld zurück und prüfen Angebote besonders kritisch. Als Informationsquelle stehen unabhängige Fachzeitschriften hoch im Kurs. Die Gruppe ist besonders finanzstark, mehr als die Hälfte verfügt über ein Haushaltsnettoeinkommen von mehr als 3.000 Euro. Beamte sind in diesem Segment überproportional häufig vertreten.

Insgesamt unterstützt die Finanztypologie der Beamten und Arbeitnehmer im ÖD Produktgeber und Berater bei der Segmentierung des eigenen Kundenbestandes und bei der Entwicklung typgerechter Ansprache- und Betreuungskonzepte.

Spezialprodukte als Erfolgstreiber

60 Prozent der Beamten und Arbeitnehmer im ÖD fragen beim Abschluss von Finanzprodukten regelmäßig nach speziellen Produkten oder günstigen Tarifen für ihre Zielgruppe. 84 Prozent beurteilen es zudem positiv, wenn Versicherungsgesellschaften oder Banken mit solchen zielgruppenspezifischen Angeboten werben.

Vor diesem Hintergrund erstaunt es wenig, dass mehr als zwei Drittel der Beamten (69%) und vier Fünftel der Arbeitnehmer im ÖD (82%) aktuell bereits Versicherungen abgeschlossen haben, die speziell auf ihre Zielgruppe zugeschnitten sind, beispielsweise Dienst-Haftpflicht oder PKV. Als Versicherungsgesellschaften, die spezielle Produkte bzw. Spezialtarife für die Zielgruppe anbieten, werden von den Befragten spontan vor allem die HUK-Coburg und die Debeka genannt.

Ganz anders sieht die Situation hingegen im Bankbereich aus: lediglich sechs Prozent der Beamten und Arbeitnehmer im ÖD haben bereits ein zielgruppenspezifisches Bankprodukt abgeschlossen.

Und nur 16 Prozent können spontan überhaupt eine Bank oder Bausparkasse benennen, die spezielle Produkte für die Zielgruppe anbietet; bei den Versicherern sind dies immerhin rund 60 Prozent.

„Insbesondere für Banken, aber auch für die Assekuranz zeigen sich noch zahlreiche Positionierungsmöglichkeiten in der Zielgruppe“, erklärt Dr. Michaela Brocke. „Zudem sollten die Berufseinsteiger in diesem Segment frühzeitig mit den richtigen Themen angesprochen werden“.

Zukünftiges Abschlussinteresse haben Beamte und Angestellte im ÖD insbesondere an speziellen Amts- bzw. Dienst-Haftpflichtversicherungen (47% der Befragten, die ein solches Produkt nicht bereits besitzen) sowie an Policen zur Absicherung gegen geringere Beihilfesätze (44%). Aber auch an weiteren und neuen Produktideen mit spezifischem Zuschnitt auf ihre besondere Situation und ihren Bedarf ist die Zielgruppe interessiert.

Weitere Studieninfo und Bestellung

Die komplette rund 100-seitige Studie „Zielgruppen-Insights: Beamte und Arbeitnehmer im Öffentlichen Dienst“ kann über die HEUTE UND MORGEN GmbH bezogen werden. Die Studie enthält umfangreiche Detailergebnisse zum Finanzverhalten und zur finanztypologischen Segmentierung, zu Besitz und Planung von Geldanlagen, Altersvorsorge und Versicherungen, zu Entscheidungs-, Produkt- und Kommunikationspräferenzen sowie zur Testung innovativer Produktkonzepte und gewünschter Beratung und Services. Die Ergebnisse werden ausführlich nach verschiedenen soziodemographischen Kriterien sowie nach der zielgruppenspezifischen Finanztypologie differenziert. Die Studie ist Teil der regelmäßigen Studienreihe „Zielgruppen für Finanzdienstleister“ von HEUTE UND MORGEN.

Weitere Studieninformationen:

http://www.heuteundmorgen.de/frontend/downloads/studienflyer_hum_beamte_und_oed.pdf

Kontakt

Dr. Michaela Brocke
Geschäftsführerin
HEUTE UND MORGEN GmbH
Venloer Straße 19
50672 Köln
Telefon: +49 221 99 50 05 11
E-Mail: michaela.brocke@heuteundmorgen.de
www.heuteundmorgen.de