

Österreicher verlieren viel Geld durch falsche Versicherungswahl!

Studie der Wirtschaftsuniversität Wien:

Österreicher klagen über schwer verständliche Verträge und unübersichtliche Angebote

- **Nur 18 Prozent lassen bestehende Verträge regelmäßig überprüfen**
- **WKO: Enormes Sparpotential bei allen Versicherungssparten**

Wien, 27. Februar 2007 ...

Die Wirtschaftsuniversität Wien hat in Kooperation mit der Wirtschaftskammer Österreich, Fachverband der Versicherungsmakler, die österreichweite Studie

„Die Einstellung der Österreicher zum Thema Versicherungen“

erstellt.

Das Ergebnis belegt, dass sich Österreicher kaum mit Versicherungen auskennen und über schwer verständliche Verträge und ein unübersichtliches Angebot klagen.

Nur ein kleiner Prozentsatz der Österreicher lässt regelmäßig seine Polizen überprüfen und nutzt die vorhandenen Sparpotentiale.

Eine Berechnung der WKO zeigt, dass ein durchschnittlicher Haushalt durch richtige Versicherungswahl bis zu 84.000 Euro im Laufe eines Menschenlebens einsparen kann.

Die Wirtschaftsuniversität Wien, Institut für Werbewissenschaft und Marktforschung, hat in Kooperation mit der WKO, Fachverband der Versicherungsmakler, eine Studie über „Die Einstellung der Österreicher zum Thema Versicherungen“ erstellt.

Die aktuelle österreichweite repräsentative Studie belegt, dass 87 Prozent der Österreicher wenig von Versicherungen verstehen und 84 Prozent über schwer verständliche Verträge klagen. „Rund zwei Drittel der Österreicher finden, dass es viele Versicherungsanbieter und ein unübersichtliches Angebot gibt.“

Man erkennt deutlich den Wunsch nach mehr Transparenz und nach professioneller Beratung“, informiert Wolfgang Mayerhofer von der Wirtschaftsuniversität Wien, Institut für Werbewissenschaft und Marktforschung.

Die Studie zeigt weiters auf, dass die meisten Österreicher zwar den Kontakt zu einzelnen Versicherungsunternehmen nutzen, Versicherungsvergleiche hingegen seltener für die Informationsgewinnung herangezogen werden.

Der Durchschnittsösterreicher kennt nicht den Unterschied zwischen unabhängigen Versicherungsmaklern, -vertretern und -agenten. Obwohl die Mehrzahl der Österreicher weiß, dass sich mit laufender Überprüfung viel Geld sparen ließe, überprüfen nur wenige regelmäßig ihre Versicherungsverträge.

Verschenke Eigentumswohnung oder Sportwagen

Aufgrund der Ergebnisse der WU Studie gab die WKO eine Berechnung in Auftrag, die erheben sollte, wie viel ein Privathaushalt durch falsche Versicherung verlieren kann.

In den sechs gängigsten Versicherungssparten (Eigenheim, Haushalt, Kfz, Unfall, Rechtsschutz, Ableben) wurden die günstigsten und teuersten Anbieter gegenübergestellt. Laut dieser Kalkulation kann der durchschnittliche österreichische Haushalt im Laufe eines Menschenlebens – durch fehlende bzw. falsche Beratung – 84.000 Euro verlieren, wenn jeweils der teuerste Anbieter statt des günstigsten gewählt wurde.

„Diese Summe entspricht immerhin dem Wert einer Eigentumswohnung oder dem eines neuen Porsche Cayenne.“

Solch ein Sparpotential verdeutlicht, dass sowohl bei einer falschen Versicherungswahl als auch bei Unter- oder Doppelversicherung sehr hohe Geldbeträge verloren gehen. Daher ist es wichtig, neben der Prämienhöhe auch alle Nebenleistungen zu bewerten. Nur durch die Erstellung eines persönlichen Risikoprofils, welches alle familiären und finanziellen Hintergründe erfasst, ist es möglich, eine maßgeschneiderte Versicherungslösung zu finden“, erklärt Gunther Riedlsperger, Bundesobmann Fachverband der Versicherungsmakler.

Die Versicherungsmakler planen – auf Grund der Erkenntnisse aus dieser Studie – künftig verstärkt auf das hohe Sparpotential durch die richtige Versicherungswahl aufmerksam zu machen und zu verdeutlichen, dass sie die einzige Berufsgruppe ist, die alle am Markt erhältlichen Versicherungsangebote unabhängig vermittelt.

Über das WU Institut für Werbewissenschaft und Marktforschung

Der Lehrstuhl der Wirtschaftsuniversität Wien besteht seit 1955. Werbewissenschaft und Marktforschung ist eines jener Fachgebiete, auf das sich Studentinnen und Studenten im 2. Abschnitt ihres Studiums spezialisieren können. Ziel ist die Ausbildung von Werbe- und Marktforschungsexperten mit großem strategischem Know-How. Das Institut trainiert in der Ausbildung Fähigkeit zum Erkennen, Analysieren und Lösen von Problemen der Werbe- und Marktforschungspraxis, mit denen unsere Studentinnen und Studenten später im Beruf konfrontiert sein könnten. Absolventinnen und Absolventen des Faches Werbewissenschaft und Marktforschung besitzen nach einschlägiger Praxis die Qualifikation für viele Berufe: Leiter oder Mitarbeiter in einer Werbe- oder PR-Agentur, (z.B. Kontakter, Account Executive, Mediaplaner), Leiter oder Mitarbeiter der Werbe- oder Marktforschungsabteilung eines Industrie- oder Dienstleistungsunternehmens oder einer öffentlichen Behörde, Leiter oder Mitarbeiter eines Marktforschungsinstituts, Produktmanager, Brandmanager, Strategic Planner usw.

Über den Fachverband der Versicherungsmakler

Der Fachverband der Versicherungsmakler und Berater in Versicherungsangelegenheiten ist die gesetzliche Interessensvertretung dieser Berufsgruppe in der WKÖ. In dieser Funktion kümmert sich der Fachverband in erster Linie um die Begutachtung von Gesetzen und um das Lobbying zugunsten der Versicherungsmakler. In Zusammenarbeit mit den Fachgruppen der Bundesländer werden Aus- und Weiterbildung, Öffentlichkeitsarbeit und die Erstellung von Serviceprodukten (Allgemeine Geschäftsbedingung, Beratungsprotokoll, etc.) koordiniert.

Der Fachverband ist weiters Interessensvertretung für einzelne Versicherungsmakler, wenn damit die Klärung einer für den gesamten Berufsstand bedeutenden Rechtsfrage verbunden ist. Zu den weiteren Aufgaben zählen die Sicherstellung eines fairen Wettbewerbs seiner Mitglieder untereinander und der Schutz vor unfairen Maßnahmen anderer Teilnehmer. Die ständige Marktbeobachtung, die Förderung wissenschaftlicher Arbeiten rund um das Maklerrecht und die politische Einflussnahme auf die europäische Gesetzgebung durch aktive Mitarbeit im europäischen Maklerverband BIPAR runden die Aufgaben des Fachverbands ab.

WU Institut für Werbewissenschaft und Marktforschung

a.o. Univ. Prof. Dr. Wolfgang Mayerhofer
Augasse 2-6
A-1090 Wien
Tel: +43 1 31336/4616
Email: Wolfgang.Mayerhofer@wu-wien.ac.at
Internet: wum@wu-wien.ac.at