

Vermittler Media Analyse 2020/21

Analyse zum Mediennutzungsverhalten
des freien und unabhängigen Vertriebes
der Finanzbranche

Agenda

01. Studienumfang	
1. Untersuchungsdesign und –ziele	05
2. Leistungen	06
3. Struktur der Stichprobe – Gesamt	07
02. Zentrale Ergebnisse	
1. Summary	09
03. Auswertung Vermittler - GESAMT	
1. Aufteilung nach Erlaubnis	12
2. Aufteilung nach §34f	13
3. Unternehmensgröße	14
4. Altersstruktur	15
5. Regionale Aufteilung	16
6. Produktschwerpunkte	17
7. Versicherungen	19
8. Sachwertanlagen	20
9. Informationskanäle	21
10. Soziale Netzwerke	22

Agenda

03. Auswertung Vermittler - GESAMT	
11. Top Info Quellen	24
12. Themen	26
13. Medienverhalten Print	28
14. Printmedien Qualität	31
15. Printmedien Aktualität	34
16. Printmedien Layout	36
17. Printmedien Weiterempfehlung	38
18. Medienverhalten Online	40
19. Onlinemedien Qualität	43
20. Onlinemedien Aktualität	45
21. Onlinemedien Layout	47
22. Onlinemedien Weiterempfehlung	49
04. Auswertung Makler	52
05. Auswertung Jungmakler	106
06. Appendix	141

Studienumfang

01



Untersuchungsdesign und -ziele

Grundgesamtheit

Versicherungsvermittler > 20.000
(Makler, Mehrfachagenten, Ausschließlichkeitsvertreter oder Honorarberater – Schwerpunkt Makler)

Beantwortungsgröße

646 Teilnehmer / 59.838 Antworten, Bewertungen und Kommentare

Erhebungsmethode

standardisierte Onlineumfrage

Erhebungszeitraum

August / September 2020

Befragungsziele

Das berufliche Mediennutzungsverhalten deutscher
Versicherungsvermittler

Inhalt der Studie

Häufigkeiten, Reichweite Online und Offline, Weiterempfehlung, Relevanz
und Social Media Bewertung / Top Informationsquellen der Vermittler

1

Inhalte der Studie

- Ermittlung der beruflichen Nutzungshäufigkeit von Online und Offlinemedien hinsichtlich Zugang und Häufigkeit
- Auswertung in Korrelation zur Erscheinungshäufigkeit des jeweiligen Mediendienstleisters
- Errechnung der Kontaktwahrscheinlichkeit mit modernsten Analysesystemen
- Relevanzabfrage der Medienanbieter für den beruflichen Alltag der Vermittler

2

Untersuchte Medien: Print

AssCompact, BCA TOPNEWS, Bild, Börse Online, Capital, Cash, Das Investment, Die Versicherungspraxis, Die Welt, Euro, Experten Report, FAZ, Finanztest, finanzwelt, Focus Money, Fonds Professionell, Frankfurter Rundschau, Handelsblatt, Impulse, Manager Magazin, Mein Geld, Pfefferminzia, procontra, proVision, Risiko & Vorsorge, Süddeutsche Zeitung, Versicherungsjournal Extrablatt, Versicherungswirtschaft, Wirtschaftswoche, Zeitschrift für Versicherungswesen

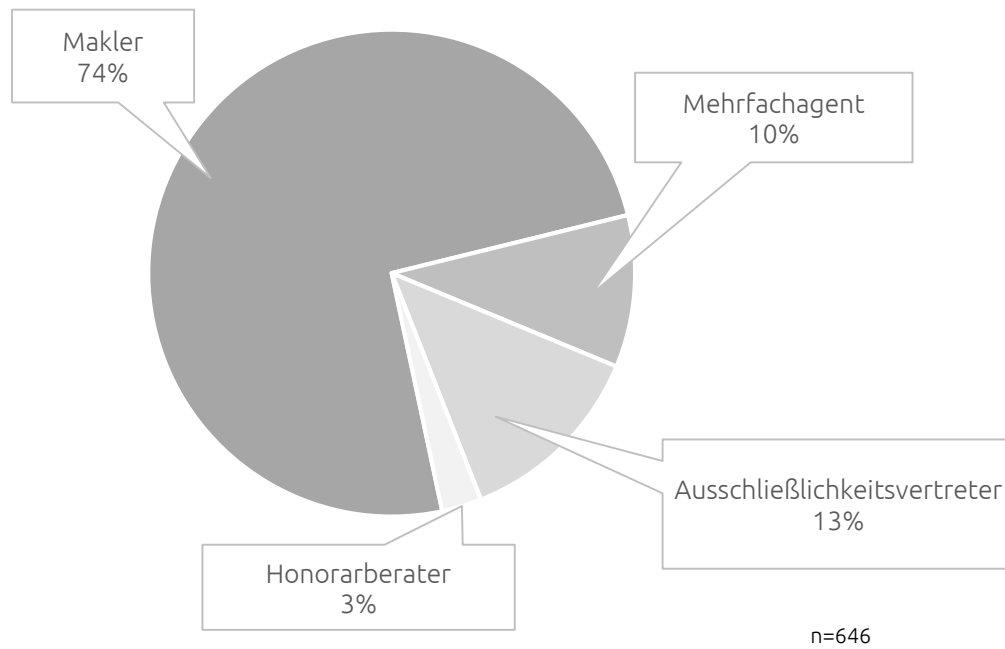
3

Untersuchte Medien: Online

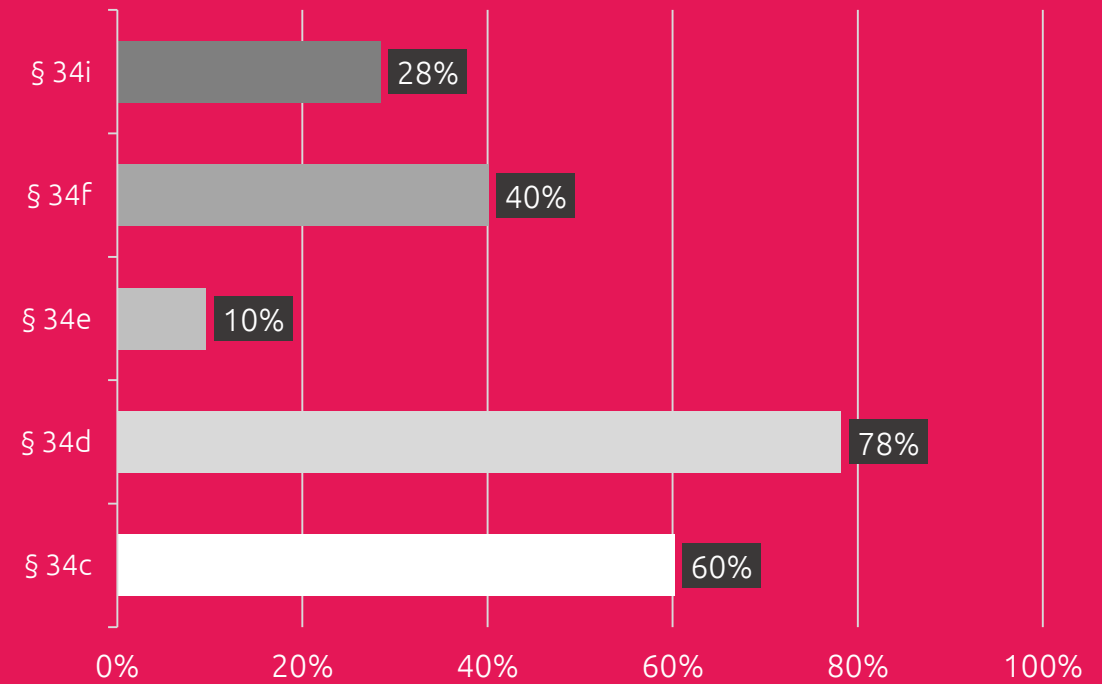
AssCompact, Bocquel News, BÖRSE am Sonntag Online-Magazin, BÖRSE ONLINE Newsletter, Cash.5vor5, Cash.OnVista, DAS INVESTMENT daily, dvb-Pressespiegel, Experten NewsReport, finanzwelt, Focus Money Versicherungsprofi, Fonds professionell Newsletter, Handelsblatt Finance Briefing, mein Geld, Pfefferminzia, procontra, Versicherungsbote, Versicherungsjournal, Versicherungsmagazin Newsletter, Versicherungsmonitor, versicherungswirtschaft-heute, WirtschaftsWoche, wmd brokerchannel, BCA, blaudirekt, Fonds Finanz Newsletter, JDC - Monday Morning News, maxpool Newsletter, SDV Newsletter, WIFO Newsletter

Struktur der Stichprobe - Gesamt

Gesamtübersicht der Studie



Erlaubnis nach...



n=646

Auswertung Vermittler - GESAMT

03

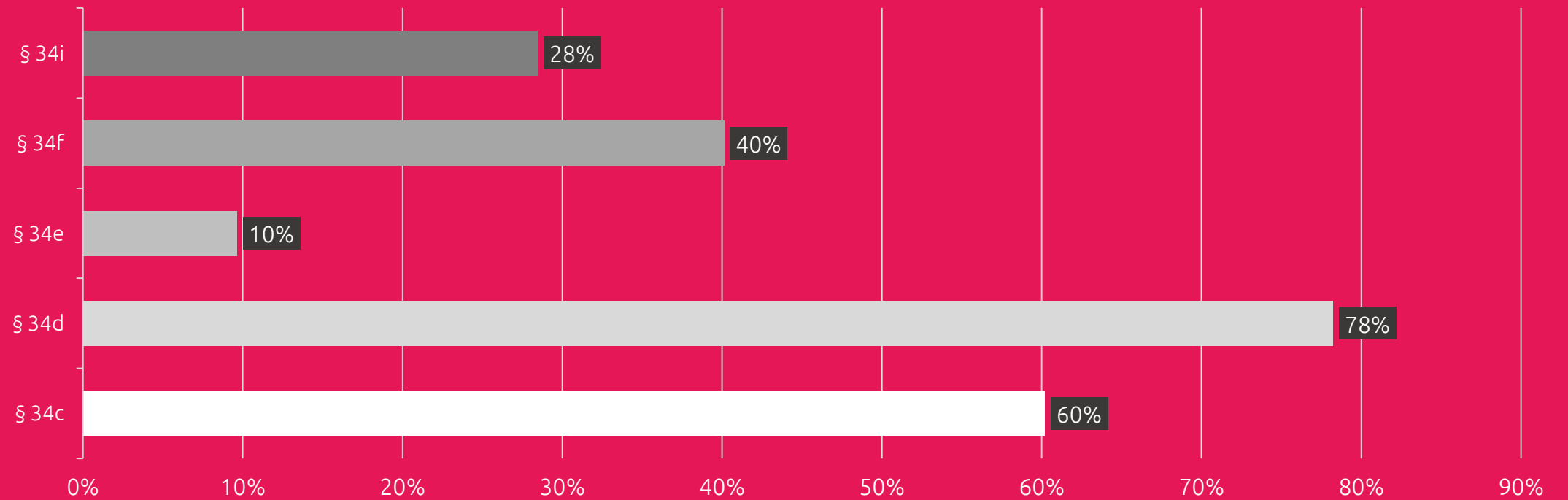
Agenda

03. Auswertung Vermittler - GESAMT

1. Aufteilung nach Erlaubnis	12
2. Aufteilung nach §34f	13
3. Unternehmensgröße	14
4. Altersstruktur	15
5. Regionale Aufteilung	16
6. Produktschwerpunkte	17
7. Versicherungen	19
8. Sachwertanlagen	20
9. Informationskanäle	21
10. Soziale Netzwerke	22
11. Top Info Quellen	24
12. Themen	26
13. Medienverhalten Print	28
14. Printmedien Qualität	31
15. Printmedien Aktualität	34
16. Printmedien Layout	36
17. Printmedien Weiterempfehlung	38
18. Medienverhalten Online	40
19. Onlinemedien Qualität	43
20. Onlinemedien Aktualität	45
21. Onlinemedien Layout	47
22. Onlinemedien Weiterempfehlung	49

Erlaubnis - GESAMT

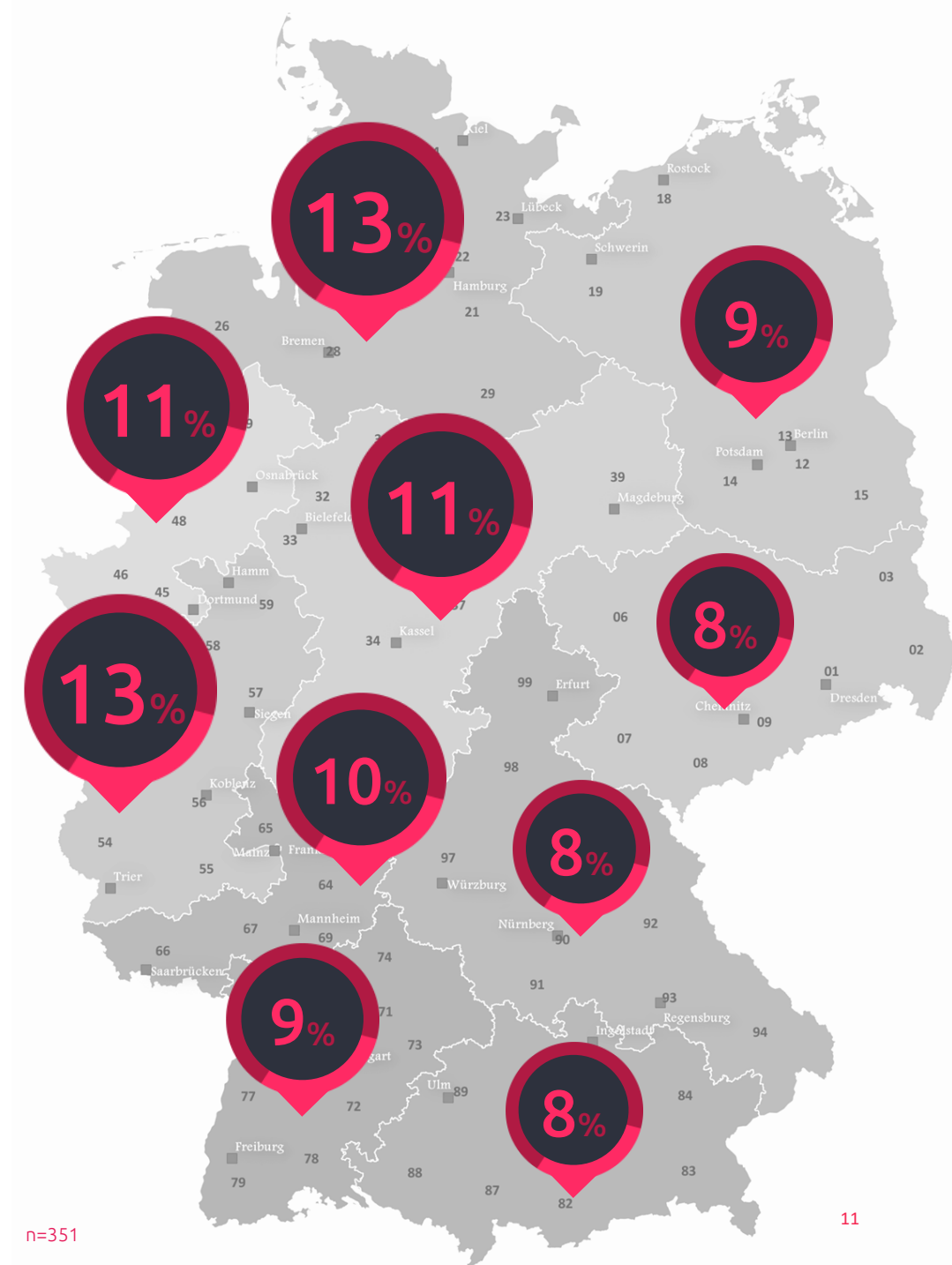
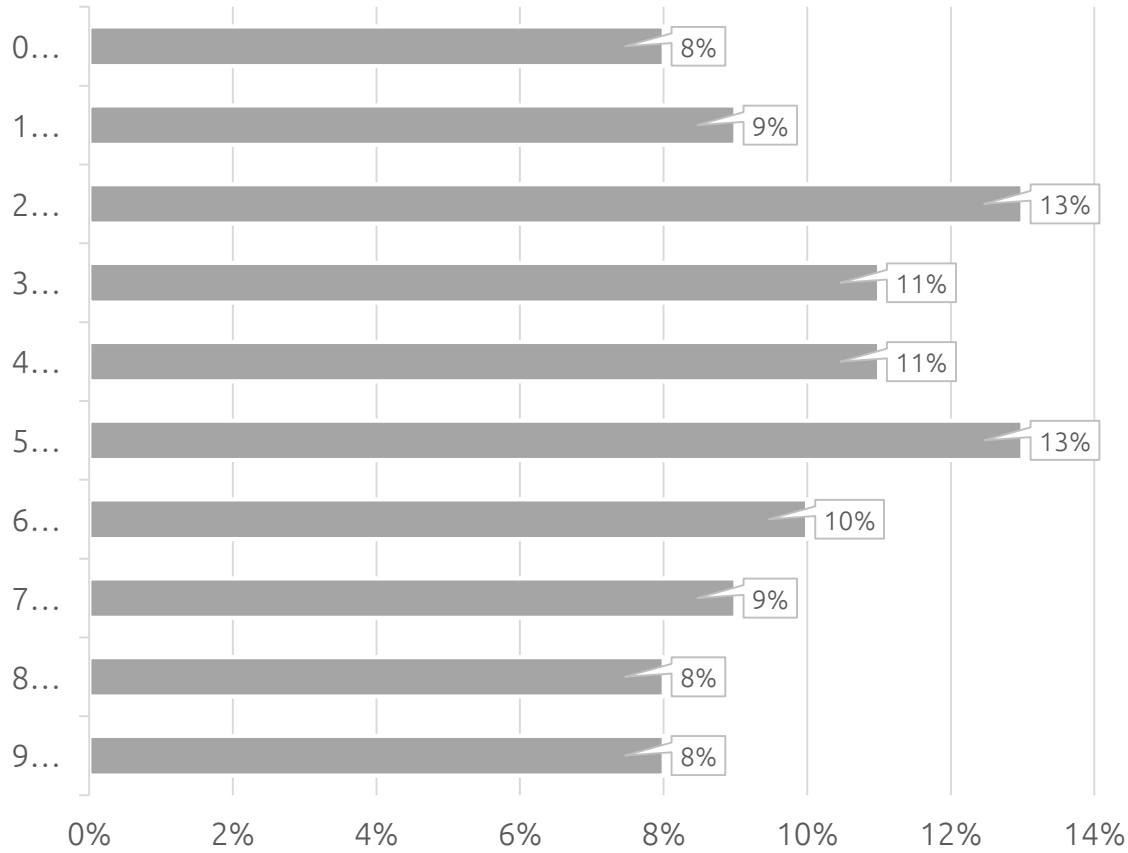
Sie besitzen die Erlaubnis nach...



n=646

Regionale Aufteilung - GESAMT

Folgt man der regionalen Aufteilung der Finanzanlagenvermittler, so lässt sich festhalten, dass eine repräsentative Verteilung der Teilnehmer gegeben ist.



Appendix

06



Weitere Auswertungen

GESAMT

– nach Erlaubnis §34f –

Gesamt = alle Printmedien

Auswertung gewünscht:

GESAMT

– nach Alter –

Gesamt = alle Printmedien

Auswertung gewünscht:

GESAMT

– nach Erlaubnis §34f –

Informationskanäle

Auswertung gewünscht:

GESAMT

– nach Alter –

Informationskanäle

Auswertung gewünscht:

GESAMT

– nach Erlaubnis §34f –

Soziale Netzwerke

Auswertung gewünscht:

GESAMT

– nach Alter –

Soziale Netzwerke

Auswertung gewünscht:

GESAMT

– nach Erlaubnis §34f –

Medienverhalten

Auswertung gewünscht:

GESAMT

– nach Alter –

Medienverhalten

Auswertung gewünscht:

Diese und weitere Auswertungen auf Anfrage möglich – Kommen Sie gerne auf uns zu.

Nice to meet you! ←

disphere interactive GmbH

Ungererstraße 112
80805 München

+49 89 3883240-0

muenchen@disphere.com

www.disphere.com

Copyright: Alle hier vorgestellten Ergebnisse sind geistiges Eigentum der disphere interactive GmbH und unterliegen dem Urheberrecht. Jede Vervielfältigung im Ganzen oder in Teilen sowie die Weitergabe an Dritte ist nicht gestattet. Die von der disphere interactive GmbH durchgeführte Untersuchung stehen dem Bezieher der Studie nur zum internen Gebrauch zur Verfügung. Dazu zählen auch gebundene Vertriebsorganisationen.