

Z jednotlivých druhov poistení majú Slováci najčastejšie uzatvorené povinné zmluvné poistenie a poistenie domácnosti

Každý desiaty plánuje v najbližšom polroku uzavrieť poistenie nehnuteľnosti

Medzi najvyužívanejšie typy poisťných zmlúv na Slovensku patrí povinné zmluvné poistenie a poistenie domácnosti – oba tieto typy má uzavreté viac než polovica Slovákov. Najčastejším spôsobom uzatvárania poisťných zmlúv je prostredníctvom finančného poradcu.

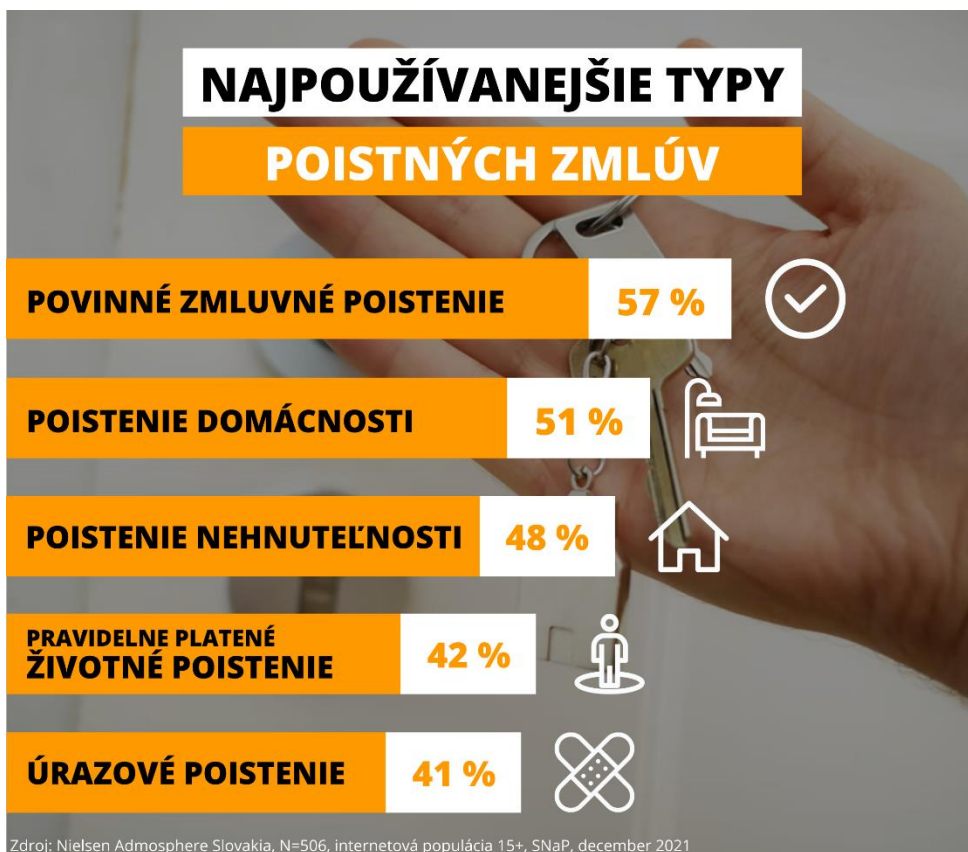
Výskum realizovala spoločnosť Nielsen Admosphere Slovakia metódou online zberu na vzorke päťsto respondentov z internetovej populácie Slovenského národného panela starších ako 15 rokov.

Povinné zmluvné poistenie si platí **57 % Slovákov aktívnych na internete**, najviac ľudia s vyšším odborným a vysokoškolským vzdelaním (66 %), najmenej potom ľudia so základným alebo stredoškolským vzdelaním bez maturity (46 %). Z hľadiska veku majú povinné zmluvné poistenie najmenej často uzavreté Slováci vo veku 15 až 24 rokov – a čím sú respondenti starší, tým skôr majú tento typ poistenia zjednané. Iba 4 % plánujú povinné zmluvné poistenie uzavrieť niekedy v horizonte nasledujúcich 6 mesiacov.

Čo sa týka druhého najčastejšie uzavretého poistenia – **poistenia domácnosti**, ktoré má uzavreté 51 % Slovákov – aj tu platí, že v najväčšej miere ho majú uzavreté ľudia s vyšším vzdelaním a tiež ľudia starší ako 35 rokov. Štyria z desiatich Slovákov o uzatvorení poistenia domácnosti v budúcnosti vôbec neuvažuje a 8 % sa na neho chystá v nasledujúcich 6 mesiacoch.

Tretím najčastejším poistením je **poistenie nehnuteľnosti**, ktoré si platí 48 % Slovákov. O niečo častejšie ho uzatvárajú muži (51 %) než ženy (46 %) a najmladšia veková skupina rovnako ako ľudia s najnižším stupňom dosiahnutého vzdelania opäť najmenej. V porovnaní s ostatnými typmi dlhodobého poistenia (teda mimo napr. jednorazového cestovného poistenia, ktoré sa chystá využiť 19 % respondentov) si práve poistenie nehnuteľnosti **plánuje v priebehu ďalších 6 mesiacov dohodnúť najvyššie percento ľudí**, a to 10 %.

Ďalšie typy poistenia, ktoré majú uzavreté viac ako dve pätiny Slovákov, sú **pravidelne platené životné poistenie** (42 %) a **úrazové poistenie** (41 %). Naopak **najmenší záujem** je o **jednorazovo platené životné poistenie** (7 %) a **celoročné cestovné poistenie** – či už od poisťovne, alebo ako dodatočnú službu k platobnej karte (to má uzavreté rovnako po 9 % respondentov).



Pokiaľ by ste hľadali **rozdiely v uzatváraní poistenia medzi mužmi a ženami**, nájdeme ich pri už spomínanom poistení nehnuteľnosti, úrazovom poistení a poistení zodpovednosti za škodu. Vo všetkých prípadoch si poistenie o približne 5 percentných bodov častejšie zjednávajú muži.

Najčastejším spôsobom uzatvárania poistných zmlúv je u slovenských internetových respondentoch využitie **finančného poradcu**. Túto možnosť poistenci najčastejšie využili pri uzatváraní pravidelne plateného životného poistenia (53 %). Všeobecne frekventované je taktiež uzatváranie poistiek osobne na pobočke poisťovne alebo na pobočke partnera (banka, leasingová spoločnosť apod.) – pri najčastejšie zjednávaných typov poistení tak odpovedala vždy okolo pätina poistencov.

Marek Zámečník | Commercial Director CZ/SK, Nielsen Admosphere

marek.zamecnik@admosphere.sk

tel.: +421 253 410 254

Eliška Morochovičová | Communication Manager CZ/SK/BG, Nielsen Admosphere

eliska.morochovicova@admosphere.cz

tel.: +420 222 717 763

Doplňujúce informácie:

Spoločnosť **Nielsen Admosphere Slovakia** (www.nielsen-admosphere.sk) je dcérskou spoločnosťou výskumnej agentúry Nielsen Admosphere, a.s. Okrem klasických výskumov trhu (face-to-face, CAWI, CATI prieskum...) sa sústreďujeme aj na rozsiahle a metodologicky a technologicky náročné mediálne výskumy. Na Slovensku od roku 2007 realizujeme Výskum návštevnosti internetu a sociodemografie jeho užívateľov (AIMmonitor), od roku 2013 monitorujeme internetovú reklamu (Admosphere SK).

Naša materská spoločnosť realizuje v Českej republike monitoring reklamy, marketingové výskumy a elektronické meranie sledovanosti televízie metódou TV metrov. Súčasťou skupiny Nielsen Admosphere je aj spoločnosť Adwind Software, ktorá vyvíja software k výskumom sledovanosti a monitoringu reklamy.

Slovenský národný panel (www.narodnypanel.sk) je projekt výskumných agentúr Nielsen Admosphere, NMS a STEM/MARK, ktoré spoločne vytvorili jeden z najväčších výskumných panelov na Slovensku. Slúži pre kvalitné a rýchle online zbery dát o internetovej populácii SR. Obdobný panel funguje aj v Českej republike, v Poľsku, v Maďarsku a v Bulharsku.

Kde nás nájdete?

Nielsen Admosphere Slovakia, s.r.o.

Lazaretská 23

811 09 Bratislava

tel.: +421 253 410 254 | www.nielsen-admosphere.sk

Nielsen Admosphere, a.s.

Českobratrská 2778/1

130 00 Praha 3

tel.: +420 222 717 763 | www.nielsen-admosphere.cz