

 Milliyet.com.tr

Kaynak : Milliyet **Tarih :** Őubat 2013

Geçmişte mal derdindeydik şimdi can derdindeyiz

Toplumdaki değişim, her alanda olduğu gibi sigorta sektöründe de kendisini gösteriyor. Geçen hafta Aksigorta'nın Genel Müdürü Uğur Gülen ve Pazarlama Direktörü Gürsal Gürarda'dan sigorta dünyasındaki dönüşüm hakkında bilgi aldım. Türkiye Sigorta ve Reasürans Şirketleri Birliği Sigorta ve Tutum Araştırması sonuçlarına göre, halkımız giderek "canını" daha fazla önemsiyor. 2008'de yapılan araştırmada dile getirilen endişeler daha çok "mal" ile ilgiliymiş.

Katılımcılar en çok ekonomi, işsizlik ve enflasyon konularında endişe duyduklarını belirtmiş. Oysa, 2012'deki araştırmada sağlık ve deprem konularındaki endişeler yani "can" le ilgili kaygılar ön plana çıkmış, ekonomik korkular daha geri planda kalmış.

Büyük otomobil aşkımız

Uğur Gülen, otomobil aşkımıza dikkat çekerek "Dünyanın her yerinde tamponu ezik, çizik arabalar görmek gayet olağandır. Avrupalı bunu çok dert etmez. Oysa, biz, en küçük bir çarpmada bile, boyası çıkan yeri onarmak istiyoruz. Arabalarımıza olan düşkünlüğümüz, doğal olarak sigorta yaptırma biçimimizde de kendisini gösteriyor. Ev ve sağlık sigortasına daha az kaynak ayırıyoruz, ama mutlaka arabamızı sigortalatıyoruz" diyor.

Altı kat büyüme

Sigorta sektörü, acente teknik personeli, eksper, broker ve şirket personeli olmak üzere 50 bin kişiye istihdam sağlıyor. Ülkemizde sigorta sahipliği yaşı ortalama 38. Türkiye'de hayat dışı sigorta sektörünün penetrasyonu yüzde 1,1.



twitter@fatoskarahasan



Uğur Gülen

Gelişmekte olan ülkelerde bu oran yüzde 1,5-2 civarında. Uğur Gülen, ekonominin sürekli olarak büyümesinin, kişilerin sigorta taleplerinin artmasına neden olduğuna dikkat çekiyor. Gülen'in tahminlerine göre, 18 milyar TL olan sigorta sektörümüzün, 2023'de 6 kat büyüyerek 80-100 milyar TL'ye yükselmesi mümkün görünüyor.

Kadınlar sağlığı önemsiyor

Ülkemizde, Bireysel Emeklilik ve Özel Sağlık sigortası sahipliğinde ağırlık kadınlarda. Bireysel emeklilikte oran kadınlarda yüzde 61, erkeklerde yüzde 39. Özel sağlık sigortasına sahip olan kadınların oranı yüzde 57, erkeklerinse yüzde 43. Buna karşın, kasko'da sahiplik ağırlıklı olarak, yüzde 65 ve iş yeri sigortasında yüzde 71'le erkek tüketicilerde.

3 milyon kişiye afet eğitimi

Aksigorta, halkımızı deprem, sel ve yangın gibi doğal afetler konusunda bilinçlendirmek için 2010'da "Hayata Devam Türkiye" isimli bir proje başlattı. Üç yılda 30 il ve 150 ilçede 3 milyon kişiye deprem ve doğal afetler konusunda eğitim hizmeti sundu. Proje kapsamında bir Tır oluşturuldu. Ziyaretçilere 3 boyutlu G Force deprem simülatöründe 7,4 büyüklüğündeki Marmara Depremi deneyimi yaşatıldı. Alınabilecek basit önlemlerin önemine dikkat çekildi.

Kia'nın 'Mi Acaba' diyen kurdu

Otomobil seçme süreci tüketiciler için kaygı ve endişeli günler demektir. Araştırma yaparken söylenenler insanın aklına sürekli kurt düşürür. Bu gerçekten



yola çıkan Kia, basit ve akılda kalan bir çalışma yapmış. Başrol oyuncusu sevimli kurtun başarılı performansı filmi izlenir kılıyor. Mesaj akılda kalıyor.

Büyük kediler haftası

Afrika'da soyları tükenen büyük kedileri koruma altına almak için Nat Geo Wild, geçen hafta yayınlarını "Büyük Kediler Haftası" temasına ayırdı. National Geographic Channel Türkiye,



hayvanlar için "herkesi kükremeye" davet eden bir tanıtım kampanyasına başladı. Ünlülerimiz çalışmaya destek verdi. Ortaya dikkat çeken bir çalışma çıktı. Nat Geo Türkiye, kampanya çerçevesinde başlı