



research tools

Marktforschung
für Innovation und Handlungssicherheit

Pressemitteilung

Versicherungsaffine privat Krankenversicherte sparen bevorzugt fürs Alter



Esslingen am Neckar, 23. Juni 2014 – Privat Krankenversicherte erweisen sich durch ihren überproportionalen Akademikeranteil und der überdurchschnittlichen finanziellen Situation als ausgesprochen versicherungsaffin. Die Altersvorsorge ist das Top-Spartmotiv der Zielgruppe, von der rund ein Viertel selbstständig ist.

Rund 8,7% der deutschen Gesamtbevölkerung sind im Besitz einer privaten Krankenversicherung. Dies entspricht etwas mehr als sechs Millionen Menschen. Privat Krankenversicherte sind zu 58 Prozent männlich und über 40 Prozent sind Akademiker. Über ein Viertel der Zielgruppe ist selbstständig. Der Anteil an privat Krankenversicherten liegt in den östlichen Bundesländern klar unter dem westdeutschen Niveau.

Privatversicherte erweisen sich als deutlich versicherungsaffiner und -interessierter als die Gesamtbevölkerung. Annähernd der Hälfte der Privatversicherten ist es wichtig, Versicherungen gegen alle Risiken abzuschließen. In Versicherungsfragen entscheiden sie in 69 Prozent der Fälle hauptsächlich selbst.

Die Altersvorsorge ist das Top-Spartmotiv für Privatversicherte. In der Gesamtbevölkerung rangiert dieses Thema weit hinter dem Top-Spartmotiv Urlaubsreise auf dem vierten Platz. 68 Prozent der Privatversicherten fühlen sich für das Alter bereits ausreichend abgesichert. Private Rentenversicherungsprodukte und Kapital-Lebensversicherungen haben Privatversicherte deutlich häufiger in ihrem Besitz als die Gesamtbevölkerung. Private Pflegeversicherungen sind sogar dreimal so häufig im Besitz der Privatversicherten zu finden.

Zwei Anbieter privater Krankenversicherungen decken in der Zielgruppe ein Viertel des Marktes ab. Gemeinsam verfügen die zehn größten Anbieter über einen Marktanteil von über 60 Prozent. Die Debeka und die DKV schöpfen ihr Potenzial in der Zielgruppe überproportional gut aus. Bei Signal Iduna und Barmenia stellen privatversicherte Frauen einen hohen Anteil der Versicherten. Relative Stärken zeigen AXA und HUK-Coburg bezogen auf junge Kunden und Barmenia und Debeka bezogen auf ältere Menschen.



research tools

Marktforschung
für Innovation und Handlungssicherheit

Über die Studie:

Die Studie „Krankenversicherungs-Zielgruppe Privatversicherte 2014“ von *research tools* gibt auf 82 Seiten Einblick in das Versicherungsverhalten der Zielgruppe. Basis sind 2.639 Interviews mit bevölkerungsrepräsentativ ausgewählten Personen, die privat krankenversichert sind. Neben Anteile der Versicherungsgesellschaften und Nutzung der Versicherungsprodukte werden auch Kundenverhalten, Freizeit- bzw. Medienverhalten und soziodemografische Merkmale der Zielgruppe analysiert und mit der Gesamtbevölkerung verglichen.

Über research tools:

Die Marktforschungsberatungsgesellschaft *research tools* mit Sitz in Esslingen am Neckar bei Stuttgart bietet umsetzungsstarke, marketingorientierte Marktforschung. Ein Fokus liegt auf der Analyse unternehmerischer Marketingmaßnahmen.

Weitere Informationen: www.research-tools.net

Pressekontakt:

Uwe Matzner
research tools
Kesselwasen 10
73728 Esslingen am Neckar
Tel. +49 (0)711 - 55090381
Fax +49 (0)711 - 55090384
uwe.matzner@research-tools.net