



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Pressemitteilung

Versicherungen: jüngere Kunden mit mehr Bedenken beim Abschluss



Knapp ein Drittel der Kunden hat beim Versicherungsabschluss Bedenken. Ältere Versicherungsnehmer zeigen sich hier deutlich gelassener als Jüngere. Hinsichtlich der Abschlussmotivation schließen über 30 Prozent der Kunden ein Versicherungsprodukt aufgrund einer Empfehlung ab. Dabei wiegt die Empfehlung über ein Online-Vergleichsportal fast ebenso stark wie die mündliche.

Esslingen am Neckar, 25. September 2019 – Die ‚Studie Kundenpfade Versicherungen 2019‘ untersucht Produktnutzung und Wechselverhalten von insgesamt 1.862 Versicherungskunden. Unter den analysierten Produktabschlüssen zählen Haftpflicht-, Hausrat- und Kfz-Versicherungen zu den am häufigsten genutzten Produktgruppen.

Neben dem konkreten Bedarf und dem vorhandenen Abschlusswunsch kristallisiert sich als weiterer Anlass, ein Versicherungsprodukt abzuschließen, die Empfehlung heraus. Nur geringfügig sind die Unterschiede zwischen mündlich ausgesprochener Empfehlung oder dem Ratschlag durch ein Online-Vergleichsportal – beide Empfehlungsgeber sind ähnlich bedeutsam und sind in der Summe für über ein Drittel der Abschlüsse verantwortlich. Der Geschlechtervergleich zeigt, dass Männer stärker auf Vergleichsportale oder wahrgenommene Werbung reagieren als Frauen. Zudem besteht ein deutlicher Zusammenhang zwischen Alter und Werbung: je jünger die Altersgruppe, desto stärker fällt die Reaktion auf wahrgenommene Werbung aus.

Knapp ein Drittel der Kunden hat beim Versicherungsabschluss Bedenken. Neben dem Preis-Leistungs-Verhältnis gehören Fragen im Kleingedruckten beziehungsweise keine Zahlung im Schadensfall zu den primären Sorgen beim Abschluss einer Versicherung. Mit dem Alter steigt offenbar die Gelassenheit. In der Altersgruppe der 55- bis 64-Jährigen äußern nur 22 Prozent Bedenken. Unter den 18- bis 24-Jährigen ist der Prozentsatz mit 40 Prozent fast doppelt so hoch.

Über die Studie:

Die „Studie Kundenpfade Versicherungen 2019“ von *research tools* gibt auf 173 Seiten Einblick in Produktnutzung und Wechselverhalten von 1.862 Versicherungskunden auf Basis von 2.000 online-repräsentativen Interviews. Grundlage der Längsschnittanalyse entlang des Kundenpfads sind mehr als 6.000 analysierte Versicherungsproduktabschlüsse.

Weitere Informationen zur Studie:

<https://research-tools.net/studie-kundenpfade-versicherungen-2019>

Der Studienherausgeber:

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