



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Pressemitteilung

Versicherungsstudie: Kontakt geht meistens vom Kunden aus



Über zwei Drittel der Kundenkontakte mit Versicherern initiiert der Kunde. Dazu zählen ein Telefonat oder Chat, eine Mail oder ein Besuch der Geschäftsstelle. Empfehlungen sind bedeutende Motivatoren bei Versicherungsabschluss. Seltener ist der Abschluss nach einer Sichtung in einem Online-Preisvergleichsportal.

Esslingen am Neckar, 14. April 2021 – Die ‚Studie Unternehmensprofile Versicherungen 2021‘ analysiert Struktur und Verhalten der Kunden von 15 Versicherungsgesellschaften. Grundlage hierfür sind knapp 8.700 ausgewertete Produktabschlüsse. Unterschiede zwischen den Gesellschaften zeigt beispielsweise die Marketingkennzahl Kundenausschöpfung, die zwischen 59 und 69 Prozent liegt. Erfolgreichster Anbieter ist in dieser Disziplin die Allianz. Damit entfallen mehr als zwei Drittel der Produktabschlüsse der Allianzkunden auf die eigene Gesellschaft.

Empfehlungen sind bedeutende Motivatoren beim Versicherungsabschluss. Die Sichtung in einem Online-Preisvergleichsportal oder wahrgenommene Werbung wiegen schwächer. Ganz konkret liegt die Empfehlungsquote, aufgrund derer ein Produkt abgeschlossen wurde, über alle Gesellschaften bei 29 Prozent. Bei immerhin jedem sechsten Produkt wird vor dem Produktabschluss ein Preisvergleichsportal im Internet zu Rate gezogen. Die Werbewirksamkeit liegt bei neun Prozent.

Im Bereich der Kundenkontaktpflege unterscheiden sich die Performances der Versicherer deutlich. Üblicherweise initiiert der Kunde einen Kontakt zur Versicherung, sei es durch ein Telefonat oder Chat, eine Mail oder den Besuch der Geschäftsstelle. Im Durchschnitt sind 68 Prozent der Kontakte aktiver Natur und gehen vom Kunden aus. Hier hebt sich CosmosDirekt durch eine intensive Kundenkontaktpflege ab.

Über die Studie:

Die „Studie Unternehmensprofile Versicherungen 2021“ von *research tools* gibt auf 123 Seiten Einblick in Struktur und Verhalten der Kunden von 15 Versicherern auf Basis von 2.000 online-repräsentativen Interviews und 8.671 analysierten Versicherungsproduktabschlüssen. Diverse Marketing-Kennzahlen wie beispielsweise Kundenausschöpfung, Kundenloyalität, Abschlussabsicht zeigen Unterschiede der Versicherer auf und liefern Benchmarks.

Weitere Informationen zur Studie:

<https://research-tools.net/studie-unternehmensprofile-versicherungen-2021>

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