



# research tools

Marketingmaßnahmen  
erfassen, verstehen, bewerten

## Pressemitteilung

### Versicherungsstudie: 49 Prozent der Produkte werden in Geschäftsstellen abgeschlossen



**Viele Kunden besuchen für den Abschluss einer Versicherung die Geschäftsstelle oder Filiale. Im Vergleich zum Vorjahr ging die Initiative für den Kundenkontakt etwas häufiger vom Versicherer aus.**

*Esslingen am Neckar, 23. März 2022* – Die ‚Studie Unternehmensprofile Versicherungen 2022‘ analysiert auf Basis von über 9.000 Produktabschlüssen Struktur und Verhalten der Kunden von 15 Versicherungsgesellschaften. Unterschiede zwischen den Gesellschaften zeigt beispielsweise die Marketingkennzahl Kundenausschöpfung, die im Vergleich zur Vorjahresstudie leicht angezogen hat und je nach Versicherer zwischen 61 und 70 Prozent beträgt. Allianz bleibt in dieser Disziplin erfolgreichster Anbieter.

An allen Produktabschlüssen halten die Geschäftsstellen von Versicherung, Vermittler und Bank zusammen einen Anteil von 49 Prozent. Dieser Anteil hat im Vergleich zur Vorgängerstudie stark zugelegt. Bei 34 Prozent liegt der durchschnittliche Anteil für den Online-Abschluss. Dieser Wert schwankt je nach Versicherer beträchtlich und bewegt sich innerhalb einer Spanne zwischen 21 und 41 Prozent. Mit 14 Prozent überraschend hoch liegt trotz der pandemischen Rahmenbedingungen der Anteil der Versicherungsabschlüsse, die mit Versicherungsvermittlern oder -mitarbeitern zu Hause in privater Atmosphäre abgeschlossen wurden.

Im Vergleich zum Vorjahr ging die Initiative für den Kundenkontakt etwas häufiger vom Versicherer aus. Der durchschnittliche Versicherer-Anteil zeigt hier ein Plus von sechs Prozentpunkten. Je nach Versicherer entfallen zwischen 24 und 56 Prozent auf deren Initiative. Am häufigsten erhalten die Kunden von ihrem Versicherungsgeber E-Mails mit oder ohne Newsletter. Auf der Kundenseite sind Anruf, E-Mail und persönliches Gespräch gleichermaßen beliebt und liegen in der Beliebtheitsskala weit vorn. Deutlich seltener chatten die Kunden über die Website. Diese Möglichkeit der Kontaktaufnahme liegt den Anteilen entsprechend gleichauf mit dem Brief.

#### Über die Studie:

Die „Studie Unternehmensprofile Versicherungen 2022“ von *research tools* gibt auf 123 Seiten Einblick in Struktur und Verhalten der Kunden von 15 Versicherern auf Basis von 4.000 online-repräsentativen Interviews und 9.030 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-2022>

Link zum YouTube-Video:

<https://www.youtube.com/watch?v=71B30r3EOp8>

**Der Studienherausgeber:**

Der Spezialist für Marketinganalyse **research tools** mit Sitz in Esslingen am Neckar bei Stuttgart bietet umsetzungsstarke, wettbewerbsorientierte Marktforschung.

[www.research-tools.net](http://www.research-tools.net)

[www.linkedin.com/company/research-tools-net](http://www.linkedin.com/company/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](mailto:uwe.matzner@research-tools.net)