research tools
Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Pressemitteilung

Versicherungsstudie: jeder vierte Produktabschluss aufgrund einer Empfehlung

Empfehlungsquote und Kundenausschöpfung werden neben weiteren Marketingkennzahlen in der Studie für 15 Versicherer verglichen. Bei beiden Kennzahlen weisen die Versicherer beträchtliche Unterschiede auf.

Esslingen am Neckar, 28. November 2023 – Rund 8.300 ausgewertete Versicherungsproduktabschlüsse dienen als Basis für die ‚Studie Unternehmensprofile Versicherungen 2023', die mit Hilfe von 15 Marketing-Kennzahlen Unterschiede von 15 Versicherern aufzeigt und Benchmarks liefert. In dieser Kennzahlenreihe ist die Kundenausschöpfung ein wichtiger Erfolgsfaktor. Sie beläuft sich je nach Versicherer auf Werte zwischen 60 und 70 Prozent. Dabei bleibt Allianz, wie bereits im Vorjahr, erfolgreichster Anbieter. Gut zwei von drei Produktabschlüssen der Allianz-Kunden entfallen auf die eigene Marke, nur 30 Prozent gehen an andere Versicherer. Die Marke HUK liegt bei dieser Kennzahl auf Rang zwei, die Sparkassenversicherungen folgt auf Rang drei.

Die Empfehlung ist für einen Produktabschluss ein starker Motivator. In der Reihe der Abschlussmotivatoren kommt die Empfehlung gleich nach dem konkreten Bedarf, dem häufigsten Beweggrund für den Abschluss einer Versicherung. Gut ein Viertel der Produktabschlüsse erfolgt aufgrund von Empfehlungen. Die Empfehlungsquote liegt im Schnitt bei 27 Prozent. Die Unterschiede zwischen den Versicherern sind mit einer Spanne von 18 Prozentpunkten deutlich ausgeprägt. AXA, Generali und HanseMerkur liegen bei dieser Kennzahl vorne.

Ein Vergleich der elf Mediengattungen liefert spannende Ergebnisse. Internetwerbung wird von den Versicherungskunden als überaus lästig bewertet, abgefragt wurden hier die Kategorien Apps, Social Media, Suchmaschinen, Werbebanner. Am informativsten werden Anzeigenblatt und Tageszeitung empfunden, diese beiden Gattungen liegen ebenfalls in Punkto Glaubwürdigkeit vorn. Den höchsten Unterhaltungswert bietet wenig überraschend die Kinowerbung.

Über die Studie:
Die „Studie Unternehmensprofile Versicherungen 2023" von *research tools* gibt auf 121 Seiten Einblick in Struktur und Verhalten der Kunden von 15 Versicherern auf Basis von 4.000 online-repräsentativen Interviews und 8.299 analysierten Versicherungsprodukt-abschlüssen. 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-2023

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