



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Pressemitteilung

Versicherungsmarkt: Große Unterschiede bei den Anteilen der Produktgruppen



Die Kennzahlen der Produktabschlüsse zeigen deutliche Unterschiede zwischen den Anbietern. Mit dem insgesamt größten Anteil stellen Kfz-Versicherungen bei HUK(-Coburg)-Kunden 48,4 Prozent der Abschlüsse. Bei Signal Iduna fällt diese Produktgruppe mit 6,7 Prozent wesentlich geringer aus, während der Anteil der Unfallversicherungen dafür rund fünfmal höher ist.

Esslingen am Neckar, 18. Juli 2024 – Die Studie Unternehmensprofile Versicherungen 2024 untersucht auf Basis von 4.000 onlinerepräsentativen Interviews und mit Hilfe von 15 Marketingkennzahlen die Unterschiede von 15 Versicherern und gibt Einblick in Marktanteile sowie Struktur und Verhalten der Kunden. Eine Analyse der Produktgruppen offenbart nicht nur große Unterschiede zwischen den durchschnittlichen Anteilen an insgesamt 14 Versicherungsarten, sondern bietet durch eine detaillierte Betrachtung der Produktabschlüsse auch eindeutige Unterscheidungskriterien für die einzelnen Anbieter.

Anbieterübergreifend erweisen sich Kfz-Versicherungen mit einem durchschnittlichen Anteil von 24,4 Prozent an allen genutzten Versicherungen als die mit Abstand beliebteste Produktgruppe. Darauf folgen Hausratversicherungen mit 14,5 Prozent und Haftpflichtversicherungen mit 12,3 Prozent. Dagegen werden Berufsunfähigkeitsversicherungen und private Pflegeversicherungen vergleichsweise selten abgeschlossen. Die übrigen zehn untersuchten Produktgruppen bewegen sich im einstelligen Prozentbereich.

Auch hinsichtlich der nach Anbietern aufgeteilten Produktnutzungen ergeben sich die größten Unterschiede bei den Kfz-Versicherungen. Die Spannweite reicht von 6,7 Prozent bei Signal Iduna bis hin zu 48,4 Prozent bei HUK(-Coburg). Die Profile der HDI und DEVK stehen ebenfalls primär für diese Produktkategorie. Kunden von CosmosDirekt bevorzugen Haftpflichtversicherungen, während ERGO-Kunden auf Zahnzusatzversicherungen setzen und HanseMerkur sich durch einen besonderen Schwerpunkt auf Reiseversicherungen von seinen Mitbewerbern abhebt.

Über die Studie:

Die „Studie Unternehmensprofile Versicherungen 2024“ von *research tools* gibt auf 119 Seiten Einblick in Struktur und Verhalten der Kunden von 15 Versicherern auf Basis von 4.000 online-repräsentativen Interviews und 5.486 analysierten Produktabschlüssen von 13 verschiedenen Versicherungsarten. Diverse Marketingkennzahlen wie beispielsweise Kundenausschöpfung, Kundenloyalität und Abschlussabsicht zeigen Unterschiede der Versicherer auf und liefern Benchmarks.

Weitere Informationen zur Studie:

<https://research-tools.net/studie-unternehmensprofile-versicherungen-2024>

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