



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Pressemitteilung

Versicherungsstudie: Die Allianz führt im Marketing-Kennzahlenvergleich



Im Versicherungsmarkt vereinen die Allianz und die HUK-COBURG mehr als ein Viertel der Produktabschlüsse und erzielen von 15 erfassten Marketing-Kennzahlen vor allem bei der Kundenausschöpfung die höchsten Werte. Mit den meisten Abschlussabsichten und der stärksten Kundentreue liegt die Allianz jedoch klar auf Platz eins.

Esslingen am Neckar, 10. Juli 2025 – Wie bereits in unseren früheren Studien zu den Unternehmensprofilen von Versicherern setzen sich die Allianz und die HUK-COBURG inklusive HUK24 erneut an die Spitze des Marketing-Rankings und heben sich durch starke Leistungen in mehreren Kennzahlenbereichen deutlich vom Wettbewerb ab. Gemeinsam vereinen sie mehr als 25 Prozent der 6.860 erfassten Versicherungsabschlüsse auf sich. Betrachtet man die geplanten Abschlüsse aus 4.000 onlinerepräsentativen Interviews, liegt die Allianz mit 16 Prozent klar vorn, während die HUK-COBURG mit zwölf Prozent einen starken zweiten Platz belegt.

Bedingt durch ihre breiten Produktportfolios fallen auch die Kundenausschöpfungsraten bei der Allianz mit 81 Prozent und der HUK-COBURG mit 80 Prozent am höchsten aus. Selbst der niedrigste erfasste Wert liegt bei 70 Prozent, was insgesamt auf ein hohes Ausschöpfungsniveau im Versicherungsmarkt hinweist. Kunden entscheiden sich also häufig für mehrere Versicherungen beim gleichen Anbieter.

Für den zukünftigen Geschäftserfolg sind Kennzahlen wie die Kundentreue besonders relevant. Auch hier überzeugt die Allianz: Bei den tatsächlichen Produktabschlüssen wird sie von 52 Prozent ihrer Kunden mehrfach gewählt und bei den geplanten Abschlüssen der Bestandskunden erreicht sie mit 30 Prozent sogar fast den doppelten Durchschnittswert. Auf Platz zwei folgen die Sparkassenversicherungen mit 49 und 24 Prozent

Bei einem Branchendurchschnitt von 19 Prozent variiert die Weiterempfehlungsquote mit 12 bis 30 Prozent deutlich zwischen den Anbietern. Hier finden sich mit Debeka, Gothaer, LVM und Signal Iduna gleich vier Anbieter, die jeweils den Spitzenwert erreichen. Auch bei der Werbewirksamkeit zeigen sich deutliche Unterschiede mit einer Range von fünf bis 18 Prozent. In dieser Kategorie bilden AXA, Debeka und Ergo die Top 3.

Über die Studie:

Die „Studie Unternehmensprofile Versicherungen 2025“ von *research tools* gibt auf 122 Seiten Einblick in Struktur und Verhalten der Kunden von 15 Versicherern auf Basis von 4.000 online-repräsentativen Interviews und 6.860 analysierten Versicherungsproduktabschlüssen. 15 Marketing-Kennzahlen wie beispielsweise Kundenausschöpfung, Kundenloyalität und Abschlussabsicht zeigen Unterschiede der Unternehmen auf und liefern Benchmarks.

Weitere Informationen zur Studie:

<https://research-tools.net/studie-unternehmensprofile-versicherungen-2025/>

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