

+++ Allianz +++ AXA +++ CosmosDirekt +++ Debeka +++ DEVK +++ Ergo +++ Generali +++ Gothaer +++ HanseMerkur +++ HDI +++ HUK(-Coburg) +++ LVM +++ R+V Versicherung +++ Signal Iduna +++ Sparkassenversicherungen +++ Allianz +++ AXA +++ CosmosDirekt +++ D

Studiensteckbrief

Studie Kundenpfade Versicherungen 2023

Längsschnittanalyse von Produktnutzung
und Wechselverhalten

erarbeitet von:
research tools, Esslingen am Neckar

Dezember 2023



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief Studie
Kundenpfade Versicherungen 2023

©Paige Thompson/pexels.com

Informationen zur Studie

Nutzwert der Studie:



Welche Unterschiede hinsichtlich der **Kundenstrukturen** offenbaren die einzelnen Produktgruppen?



Welche Art des Produktabschlusses (neuer vs. bisheriger Anbieter, erstmalige Produktnutzung vs. Produktersatz) überwiegt?



Welche **Motivatoren** und **Bedenken** zeigen sich beim Kunden im Rahmen eines Produktabschlusses?



Zwischen welchen Anbietern wechseln die Kunden, welche Versicherer sind Gewinner bei **Gain-Loss-Analysen**?



Welche Anbieter und Produkte wählt der Kunde wann innerhalb seines **Life Cycles**?



Welche **Abschlussfrequenzen** sind bei verschiedenen Kundengruppen beobachtbar?



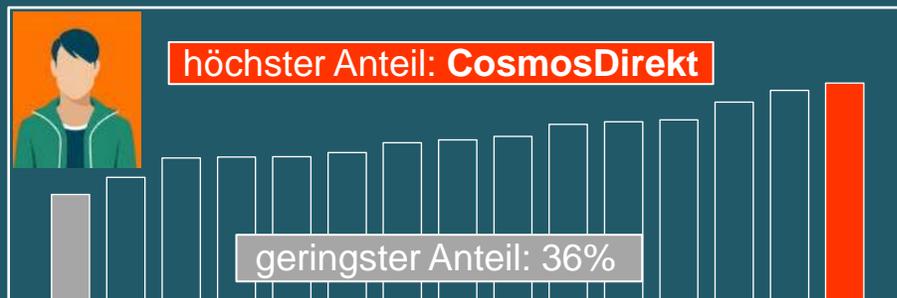
Wie viele **verschiedene Versicherer** nutzen die Kunden, wie häufig wechseln sie den Anbieter?

Informationen zur Studie

Key Facts der Analysebereiche:

der Kunde

Kunden bis **44 Jahre**



das Produkt

Versicherungsprodukte mit **höchstem Männeranteil:**

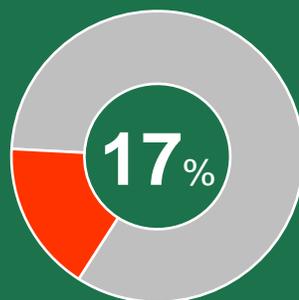
- Kfz-Schutzbrief
- Rentenversicherung (privat)
- Pflegeversicherung (privat)



der Gedanke

Abschlussmotivation:

Empfehlung



der Weg



liegt für über ein Viertel der Kunden zwischen **zwei Produktabschlüssen**



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief Studie
Kundenpfade Versicherungen 2023

Nutzen und Umfang der Studie:

Längsschnittanalyse Produktnutzung und Wechselverhalten:
Produkt- und Anbieterwahl, Abschlussort, Motivation, Wechselverhalten

zu **15 Versicherern** und **14 Produktgruppen**

auf Basis von **4.000 online-repräsentativen Interviews**,
davon **3.428 Versicherungskunden**

viele Ergebnisse **im Wettbewerbsvergleich**
auf 163 PowerPoint-Seiten

als PDF und PowerPoint-Datei **kurzfristig** verfügbar

die Studie ist **objektiv, unabhängig** und **neutral**

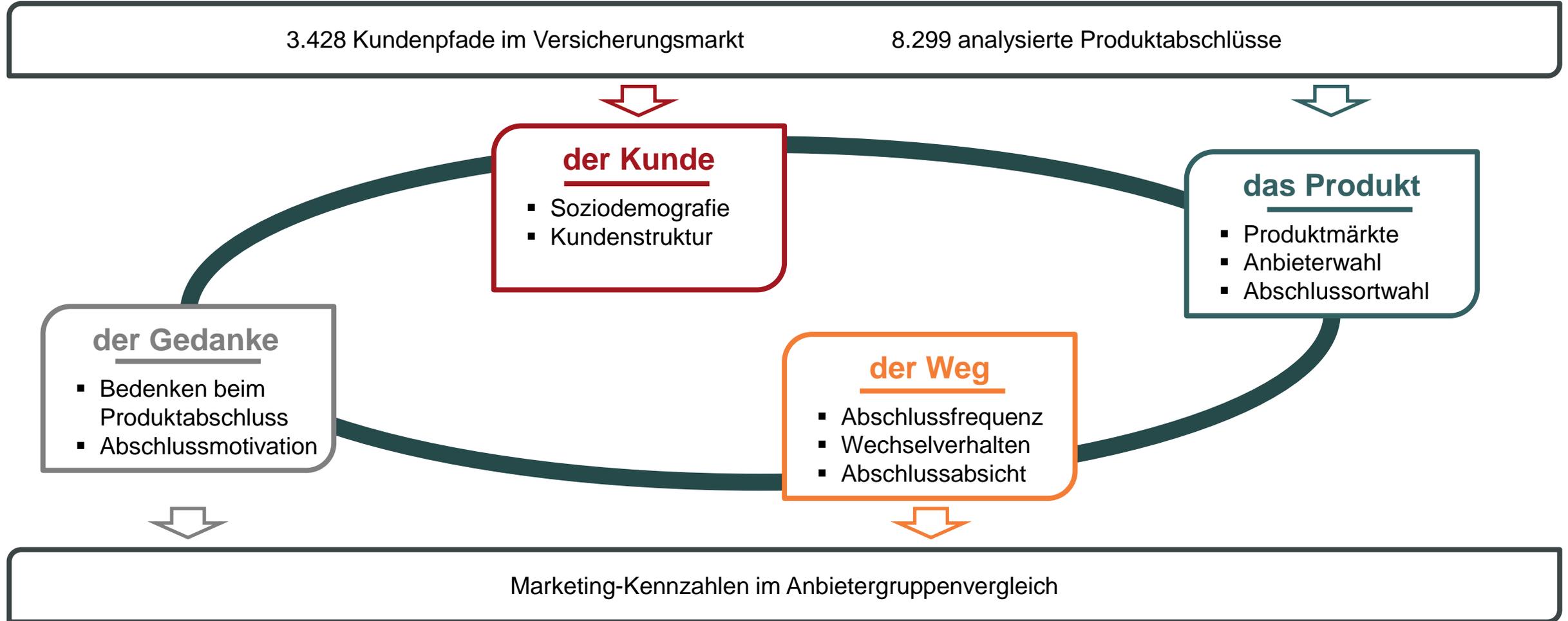
Nutzen: Kundenpfade im Versicherungsmarkt

untersuchte Versicherungs- produktgruppen:

- Berufsunfähigkeit
- Haftpflicht (ohne PKW)
- Hausrat
- Kfz-Versicherung
- Kfz-Schutzbrief
- Kranken-Zusatzversicherung
- Lebensversicherung
- Private Pflege
- Rechtsschutz
- Reise
- Private Rentenversicherung
- Unfall
- Tierversicherung
- Wohngebäude

Informationen zur Studie

Konzeption:



Informationen zur Studie

Studieninhalte:

Die Studie in Zahlen:

4.000

Online-Interviews

3.428

Kundenpfade im Versicherungsmarkt

8.299

analysierte Produktabschlüsse

15

im Detail analysierte Versicherer

6

Abschlussorte

14

Produktgruppen

Forschungsdesign:

Für die Studie wurden 4.000 Interviews online-bevölkerungsrepräsentativ (auf zwei Jahre verteilt) bei Verbrauchern in Deutschland durchgeführt. Zielsetzung der Studie ist die Ermittlung der Unternehmensprofile hinsichtlich Kundenstruktur, Kundenverhalten und Marktpositionierung. Die Studie ist im Dezember 2023 erschienen.

Preis der Studie: Die 163 Seiten umfassende Studie kostet **4.400 EUR** zzgl. Mehrwertsteuer.

Inhaltsverzeichnis

➤ Management Summary	4
➤ Forschungsdesign	9
➤ Soziodemografie der Versicherungskunden	15
➤ Produktmärkte	28
Genutzte Versicherungsprodukte, Soziodemografie der Kunden in den Produktgruppen, Abschlussreihenfolge nach Produktgruppen, Anzahl genutzter Versicherungsproduktarten, Aktuell genutzte Versicherungsprodukte	
➤ Abschlussorte	48
Abschlussorte der Versicherungsprodukte, Soziodemografie der Kunden der verschiedenen Abschlussorte, Abschlussorte nach Versicherungsanbietern, Abschlussorte nach Produktart, Nutzungsreihenfolge nach Abschlussorte, Anzahl genutzter Abschlussorte	
➤ Kundenstruktur der Versicherungsanbieter	62
➤ Anbieterwahl	69
Produktgruppenübergreifende Marktanteile der Anbieter, Nutzungsreihenfolge nach Versicherungsanbieter, Anzahl genutzter Anbieter	
➤ Abschlussmotivation	77
Abschlussmotivation in soziodemografischen Merkmalsgruppen, Abschlussmotivation in den Versicherungsproduktgruppen	
➤ Bedenken beim Abschluss	85
Bedenken nach Produktgruppen, Bedenken nach Abschlussart, Bedenken in soziodemografischen Merkmalsgruppen, Bedenken in den Produktgruppen	



Inhaltsverzeichnis

➤ Abschlussfrequenz	94
Abschlussfrequenz nach Anbietern, Abschlussfrequenz nach Abschlussorten, Abschlussfrequenz nach Anzahl aktuell genutzter Produkte, Abschlussfrequenz nach soziodemografischen Merkmalsgruppen	
➤ Wechselverhalten	101
Abschlussart des letzten Produktabschlusses, Abschlussart in soziodemografischen Merkmalsgruppen, Abschlussart in Produktgruppen, Kundenausschöpfung, Anbieterwechsel von...zu, Produktgruppenwechsel von...zu, Abschlussortwechsel von...zu, Gain-Loss-Analyse nach Anbietern, Gain-Loss-Analyse nach Abschlussorten, Anzahl genutzter Anbieter, Anzahl genutzter Abschlussorte, Brandhopper nach Anbietern, Brandhopper nach Abschlussorten, Wechsel zwischen Anbietergruppen, Wechsel zwischen Abschlussortgruppen, Gain-Loss-Analyse Abschlussabsicht nach Abschlussorten	
➤ Abschlussplan	133
Geplante Versicherungsproduktabschlüsse, Differenz der Marktanteile (Abschlussabsicht abzüglich letzte Abschlüsse), Soziodemografische Struktur der Kunden mit Abschlussplan nach Produktgruppen, Soziodemografische Struktur der Kunden mit Abschlussplan nach Anbieter	
➤ Kennzahlen der Versicherungsanbieter	158
Weiterempfehlungsquote, Werbewirksamkeit, Wechselkunden, Brandhopper, Kundenloyalität, Preisreagibilität	
➤ Kontakt	162

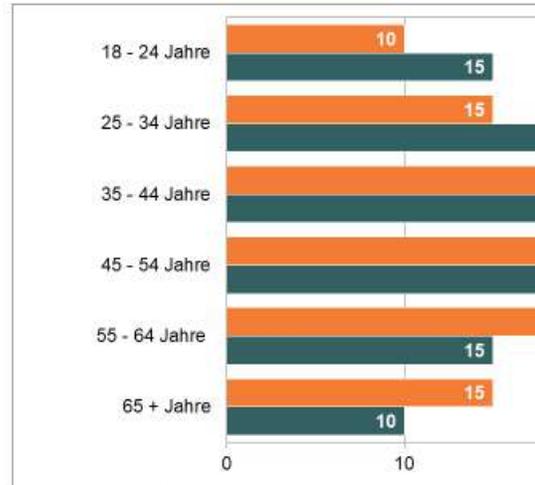


Analysebeispiele (1)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Soziodemografie der Versicherungskunden

Altersverteilung der Versicherungskunden (Angaben in %)

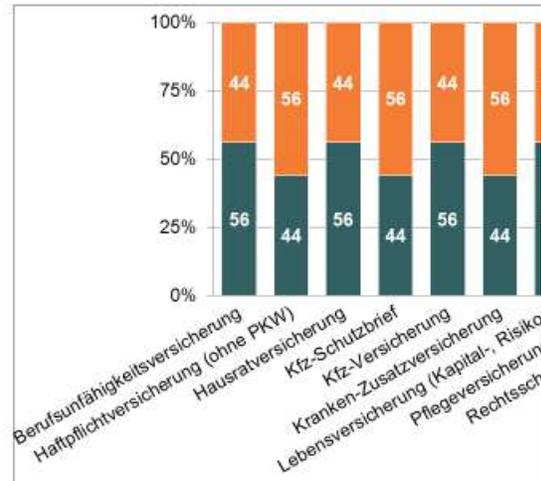


Fragestellung: Wie alt sind Sie?



Produktmärkte

Geschlechterverteilung in den Produktgruppen



Fragestellung: Welches Versicherungsprodukt wurden zuletzt bei welchem Anbieter abge-

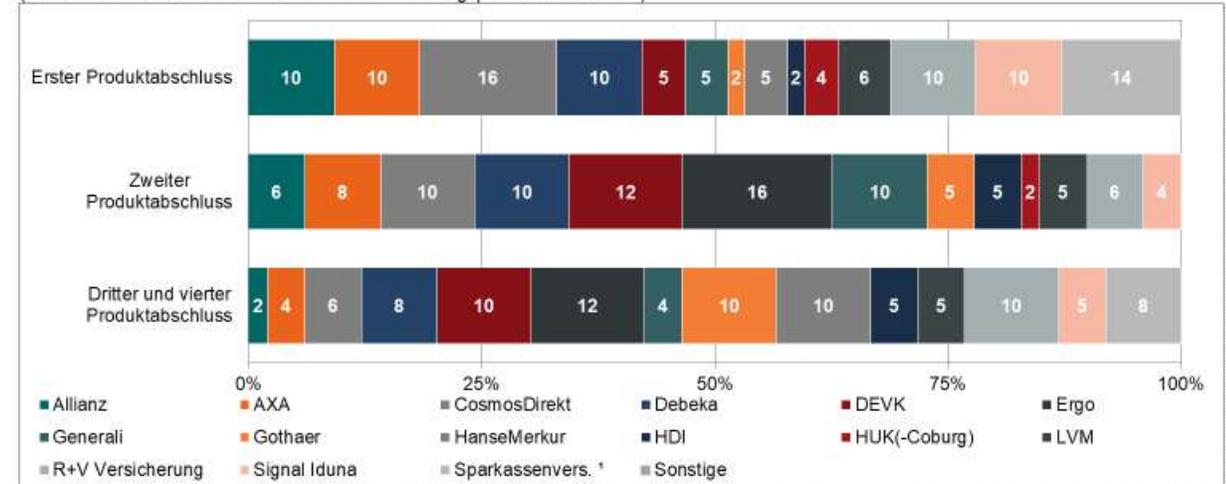


Welche Geschlechterverteilung weisen die Produktmärkte auf?

In welche Altersgruppe fällt die Nutzung der Versicherungsprodukte?

Anbieterwahl

Nutzungsreihenfolge nach Versicherungsanbieter (Basis: Personen mit bisher maximal vier Versicherungsproduktab schlüssen)



Fragestellung: Welches Versicherungsprodukt wurden zuletzt bei welchem Anbieter abgeschlossen? 1 +Provinzial u. Versicherungskammer BY



Studie Kundenpfade Versicherungen 2023

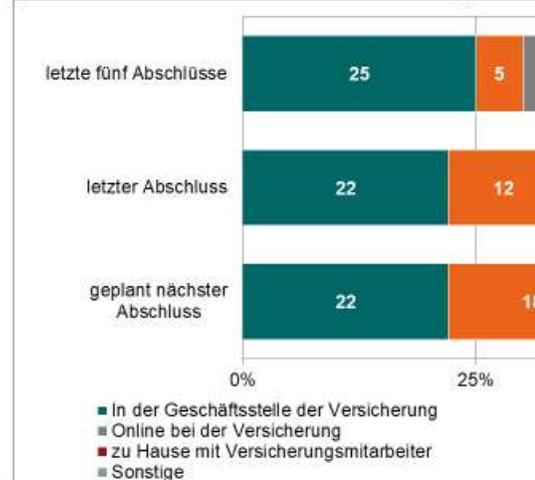
Analysebeispiele (2)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Abschlussorte

Abschlussort der genutzten Produkte

(Basis: letzte fünf Abschlüsse; letzter Abschluss und geplanter Abschluss)



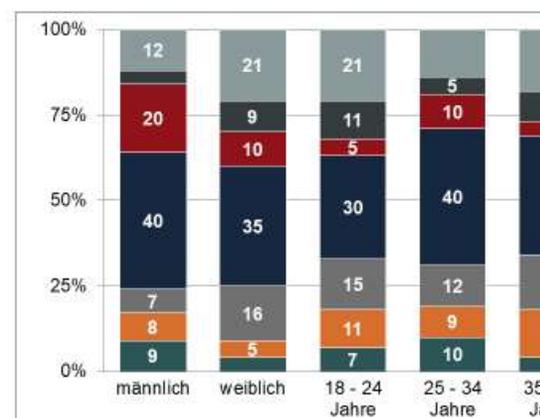
Fragestellung: Bitte geben Sie nun den Ort des Versicherungsproduktabschlusses an.



Welche Abschlussorte wählen die Kunden bevorzugt?

Abschlussmotivation

Abschlussmotivation in den Geschlechter- und Altersgruppen (Basis: letzter Produktabschluss)



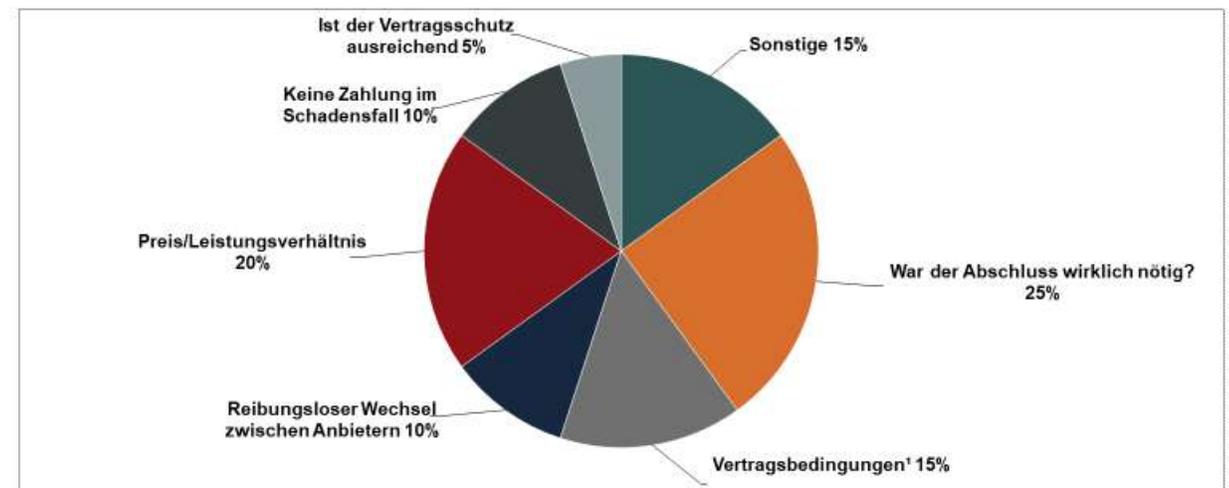
Fragestellung: Aus welchem konkreten Anlass haben Sie das zuletzt abgeschlossene Vers...



Welche Bedenken haben die Versicherungskunden?

Bedenken beim Abschluss

Übersicht aller Bedenken beim letzten Versicherungsabschluss



Fragestellung: Welche Bedenken oder Befürchtungen gingen Ihnen beim Abschluss Ihres letzten Versicherungsproduktes durch den Kopf? 1 z.B. Kündigungsfrist, Laufzeiten, Fallen im Kleingedruckten



Studie Kundenpfade Versicherungen 2023

Analysebeispiele (3)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Wechselverhalten

Produktgruppenwechsel von ... zu

von	Haftpflichtversicherung ¹	
zu	Berufsunfähigkeitsvers.	55,5%
	Haftpflichtvers. ¹	44,4%
	Rechtsschutzvers.	33,3%
	Unfallvers.	22,2%
	Wohngebäudevers.	11,1%
	Kfz-Vers.	9,9%

von	Kfz-Versicherung	
zu	Kfz-Vers.	55,5%
	Haftpflichtvers. ¹	44,4%
	Unfallvers.	33,3%
	Kranken-Zusatzvers.	22,2%

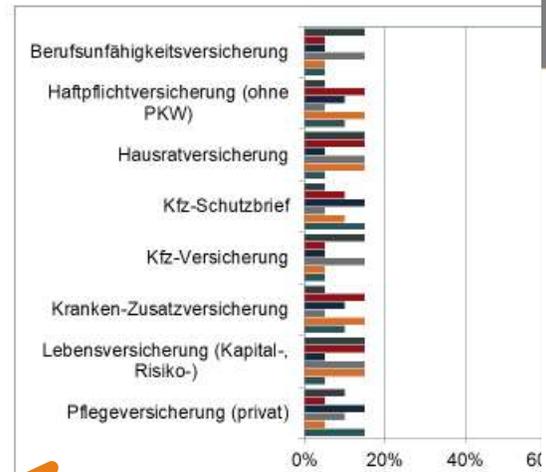
Fragestellung: Welches Versicherungsprodukt wurden zuletzt von welchem Anbieter genutzt



von	Kfz-V	
zu	Recht	
	Haus	
	Wohn	

Abschlussplan

Altersverteilung je Produktgruppe bei geplantem Abschluss



Fragestellung: Welches Versicherungsprodukt wird als nächstes genutzt?



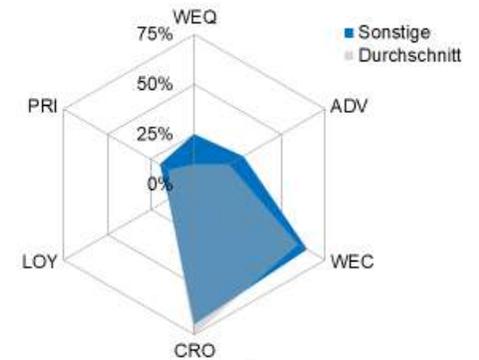
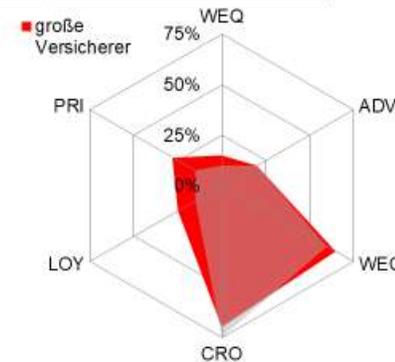
Welche Altersstruktur liegt in den Produktgruppen vor?

Bei welchen Marketingkennzahlen profilieren sich die Anbietergruppen?

Kennzahlen der Versicherungsanbieter

Kennzahlenprofil große Versicherer¹ und Sonstige²

WEQ	Weiterempfehlungsquote
ADV	Werbewirksamkeit
WEC	Wechselkunden



BRH	Brandhopper
LOY	Kundenloyalität
PRI	Preisreagibilität

¹ große Versicherer (die in dieser Studie betrachteten, namentlich genannten Anbieter: Allianz, AXA, CosmosDirekt, Debeka, DEVK, Ergo, Gothaer, HanseMerkur, HDI, HUK(-Coburg), LVM, R+V Versicherung, Generali, Signal Iduna, Sparkassenversicherungen (inkl. Provinzial und Versicherungskammer Bayern)); ² Sonstige (die Sonstigen Anbieter, in der Studie „Sonstige“ genannt)



Studie Kundenpfade Versicherungen 2023

Bestellformular

Ihre Bestellung nehmen wir gerne per formloser E-Mail oder mit ausgefülltem Bestellformular entgegen.

E-Mail: ronja.inhofer@research-tools.net

FAX: +49 (0)711 – 55090384

Auftragnehmer: research tools, Kesselwasen 10, 73728 Esslingen am Neckar

Hiermit bestellen wir zum Preis in Höhe von 4.400 EUR zzgl. MwSt. die **Studie Kundenpfade Versicherungen 2023**.

Auftraggeber:

Firma: _____

Ansprechpartner: _____

E-Mail: _____

Position/Funktion: _____

Datum, Ort, Unterschrift: _____

Ihre Ansprechpartnerin für diese Studie ist:

Ronja Inhofer



Marketinganalytikerin
M.Sc. Planung und Partizipation
Tel.: +49 711 55090383, Fax +49 711 55090384
E-Mail: ronja.inhofer@research-tools.net

research tools
Kesselwasen 10
73728 Esslingen am Neckar
www.research-tools.net

research tools: Marketingmaßnahmen erfassen – verstehen – bewerten.

Seit 2005 forscht research tools marketing- und wettbewerbsorientiert und positioniert sich als Spezialist für Marketinganalyse, -controlling und -monitoring.

Seit dem Jahr 2020 sind mehr als zehn Studien aus der Reihe Kundenpfade zu unterschiedlichen Branchen erschienen.

Weitere relevante Studien zur Versicherungsbranche:

- Studie Versicherungs-Zielgruppe Gesetzlich Krankenversicherte 2023
- Werbemarktanalyse Tierversicherung 2023
- Studie Unternehmensprofile Versicherungen 2023
- Werbemarktanalyse Zahnzusatzversicherung 2023
- Marketing-Mix-Analyse Risikolebensversicherung 2023
- Werbemarktanalyse Direktversicherungen 2023

Versicherungsbranche: seit 2021 mehr als 30 Studien veröffentlicht

