

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

Studiensteckbrief

Studie Unternehmensprofile Versicherungen 2025

Kundenbezogene Marketingkennzahlen der Anbieter

erarbeitet von:
research tools, Esslingen am Neckar

Juni 2025



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief Studie
Unternehmensprofile Versicherungen 2025

Informationen zur Studie

Nutzwert der Studie:



Welche **Kundenstrukturen** weisen die 15 analysierten Versicherer auf?



Wie unterscheidet sich das **Kundenverhalten**? Welcher Versicherer hat die höchste Weiterempfehlungsquote, wer liegt vorn bei der Kundenausschöpfung?



Welche **Abschlussmotivation** begründete den letzten Versicherungsabschluss?



Welches **Wechselverhalten** zeigt der nächste Produktabschluss auf?



Wer sind die **Benchmarks** bei Marktanteil, Kundenstruktur und -verhalten?



Über welche **Freizeitaktivitäten** und **Medien** sind die Kunden erreichbar?

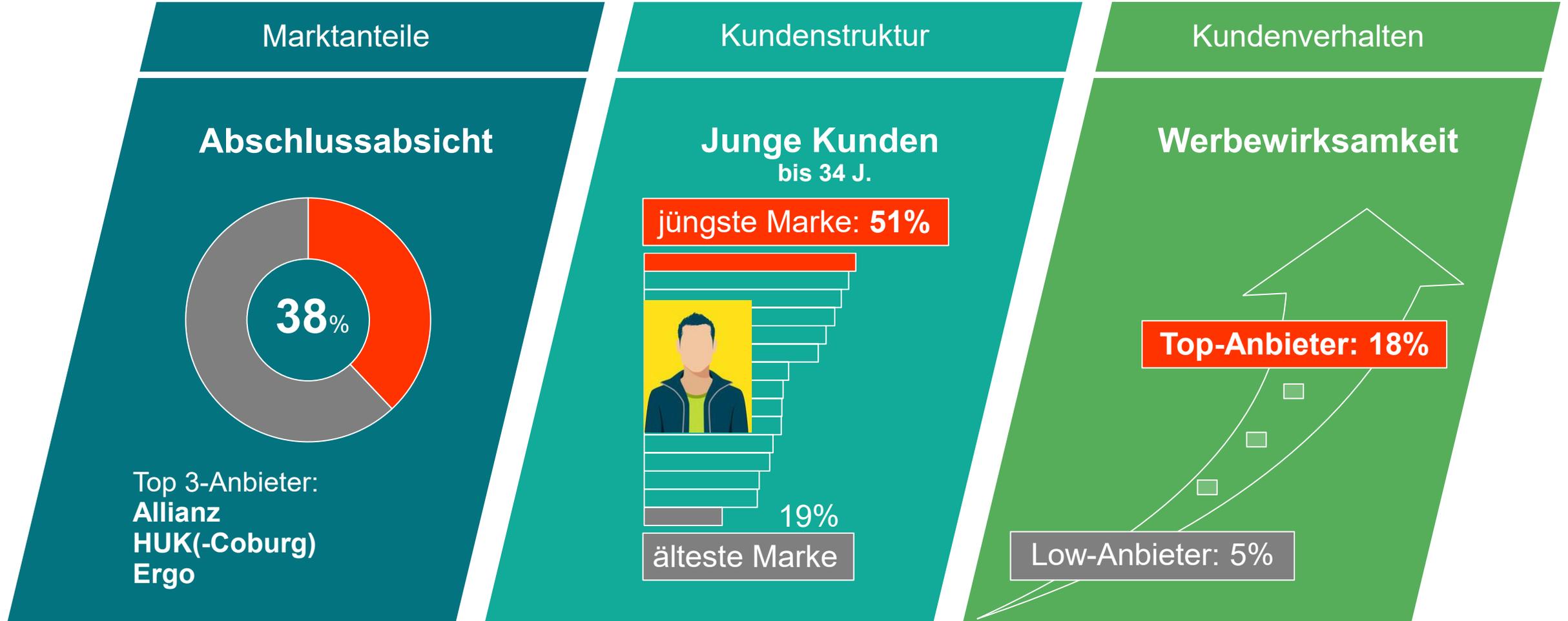


Bei welchen **Marketing-Kennzahlen** zeigen sich Potenziale?



Informationen zur Studie

Key Facts der Analysebereiche:



Informationen zur Studie

Nutzen und Umfang der Studie:

Analyse von Struktur und Verhalten der **Versicherungskunden**

von insgesamt **15 Versicherungsanbietern**

auf Basis von **4.000 Online-Interviews**

alle Informationen **im Wettbewerbsvergleich**
auf 122 PowerPoint-Seiten

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

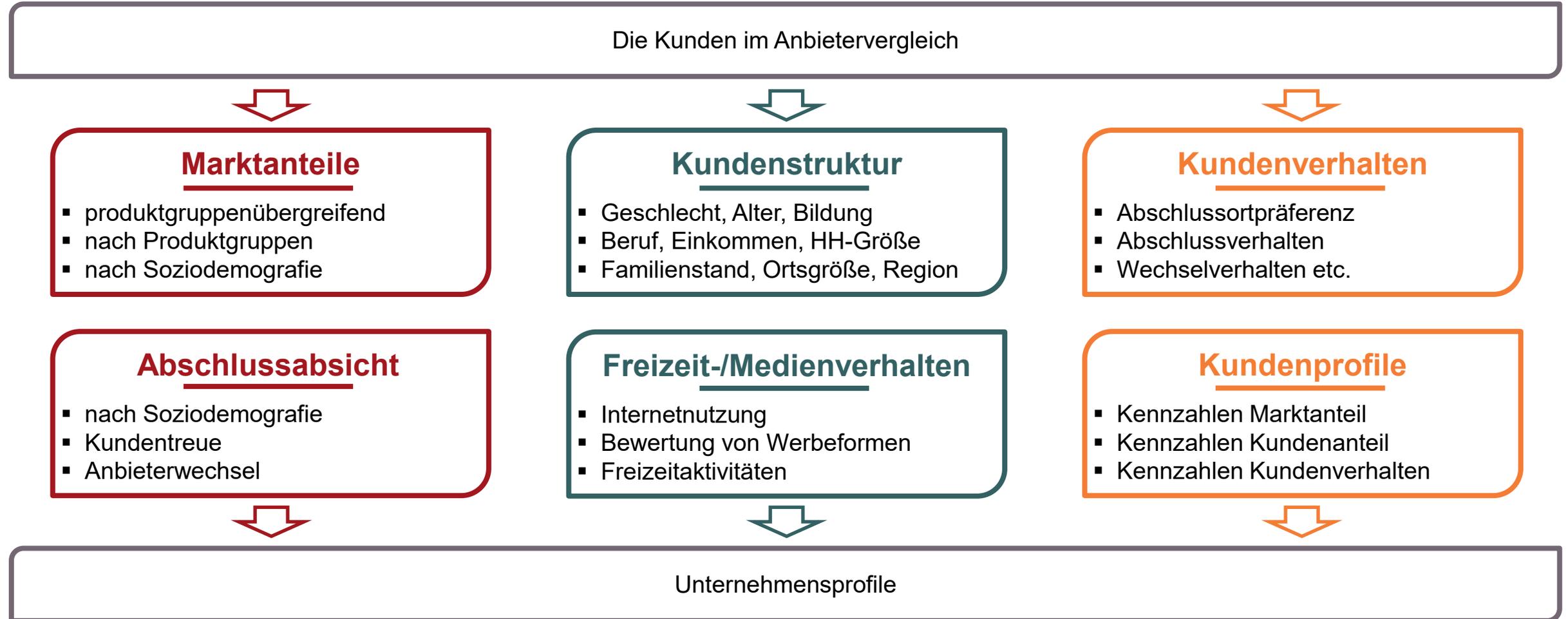
die Studie ist **objektiv, unabhängig** und **neutral**

Nutzen: Benchmarking auf Basis von Marketingkennzahlen zu Kundenstruktur und Kundenverhalten

untersuchte Versicherer:

- Allianz
- AXA
- CosmosDirekt
- Debeka
- DEVK
- Ergo
- Generali
- Gothaer
- HanseMerkur
- HDI
- HUK(-Coburg)
- LVM
- R+V Versicherung
- Signal Iduna
- Sparkassenversicherungen
- Andere Direktversicherungen
- Andere Vers. mit Geschäftsstelle

Konzeption:



Informationen zur Studie

Studieninhalte:

Die Studie in Zahlen:

4.000

Online-
Interviews

6.860

analysierte
Produkt-
abschlüsse

15

im Detail
analysierte
Versicherer

12

Abschluss-
orte

15

Produkt-
gruppen

11

Werbemedien-
gattungen

15

Marketing-
Kennzahlen
im Anbieter-
vergleich

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 Juni 2025 erschienen.

Preis der Studie: Die 122 Seiten umfassende Studie kostet **3.700 EUR** zzgl. Mehrwertsteuer.

Inhaltsverzeichnis

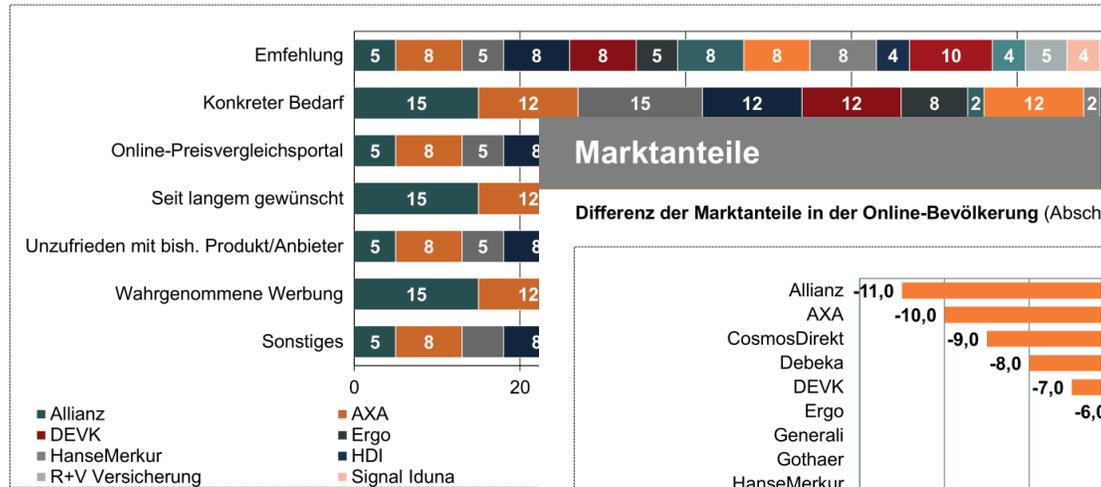
➤ Management Summary	3
➤ Forschungsdesign	8
➤ Marktanteile	12
Marktanteile in der Online-Bevölkerung insgesamt, nach Geschlecht, Alter, Nielsen-Gebiet, Ortsgröße, Produktgruppen, Abschlussmotivation, Abschlussort, Abschlussabsicht, Anteile der Anbieter an den Produktabschlüssen in den Produktkategorien	
➤ Kundenstruktur	28
Kundenstruktur nach Geschlecht, Alter, Bildung, Beruf, HH-Bruttoeinkommen, Haushaltsgröße, Familienstand, Nielsen-Gebiet, Ortsgröße	
➤ Kundenverhalten	41
Kundenausschöpfung, Abschlussart des letzten Produkts, Erstkunden in den letzten 12 Monaten, Abschlussmotivation, Werbewirksamkeit, Weiterempfehlungsquote, Frequenz der Produktabschlüsse, Kundentreue, zuletzt genutzte Produktgruppe, Produktnutzung nach Anbietern, Abschlussort, Kaufverhaltensrelevante Einstellungen, letzter Kontakt zum Anbieter	
➤ Abschlussabsicht	67
Abschlussabsicht nach Geschlecht, Alter, Ortsgröße, Nielsen-Gebiet, Kundentreue, Anbieterwechsel	
➤ Freizeit- und Medienverhalten	75
Gerät Internetnutzung, genutzte Website-Gattungen, Bewertung von Werbung nach Mediengattungen, Freizeitaktivitäten (Homework, Kreativität, Kultur, freie Zeit, Natur, Sport)	
➤ Kundenprofile der Anbieter	97
14 Kennzahlen zu Marktanteilen, Kundenanteilen und Kundenverhalten für 14 Anbieter, Ränge in den Kennzahlengruppen	
➤ Positionierung	118
Korrespondenzanalyse Ähnlichkeit der Anbieter bei Kundenkennzahlen	
➤ Kontakt	121

Analysebeispiele (1)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

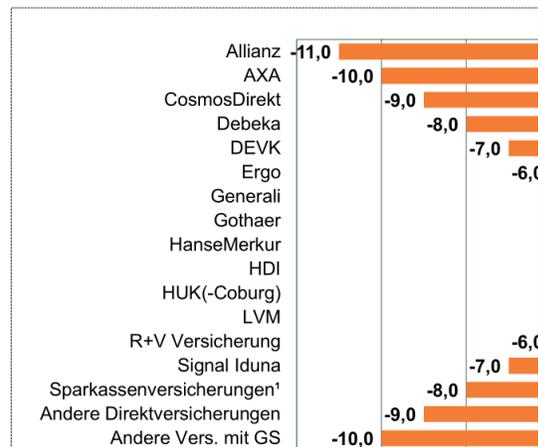
Marktanteile

Marktanteile der Anbieter nach Abschlussmotivation (Angaben in %)



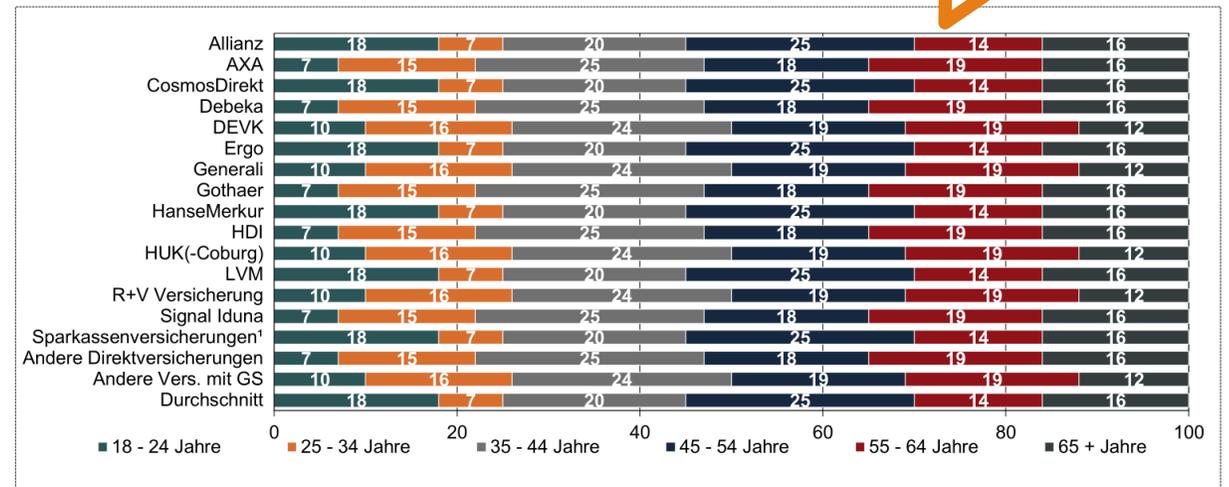
Marktanteile

Differenz der Marktanteile in der Online-Bevölkerung (Absch)



Kundenstruktur

Altersstruktur der Kunden (Angaben in %)



Fragestellung: Wie alt sind Sie? 1 inkl. Provinzial und Versicherungskammer Bayern

In welchen Altersgruppen sind die Anbieter erfolgreich?

In welchen Bereichen der Abschlussmotivation zeigt sich Potenzial?



research tools

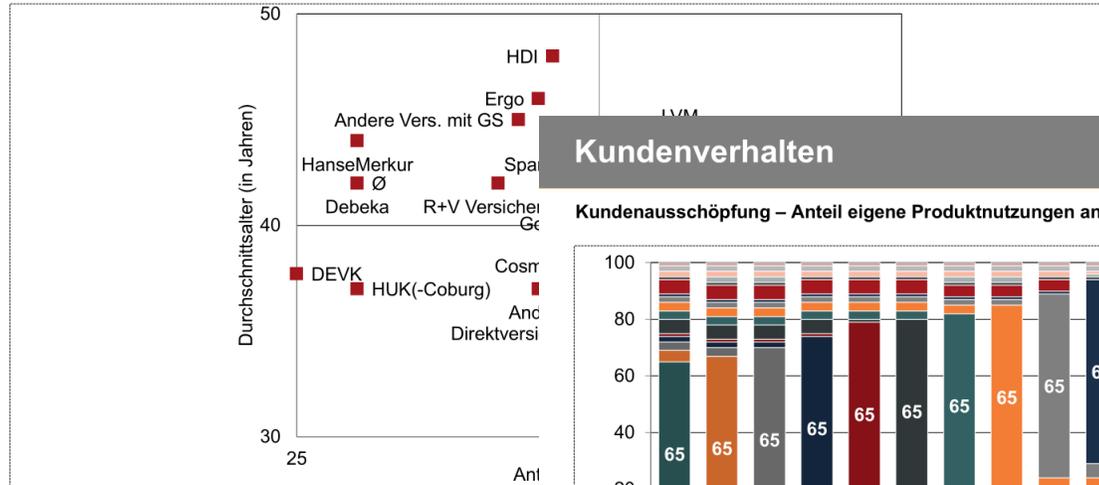
Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

Analysebeispiele (2)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Kundenstruktur

Positionierung der Anbieter nach Kundenstruktur



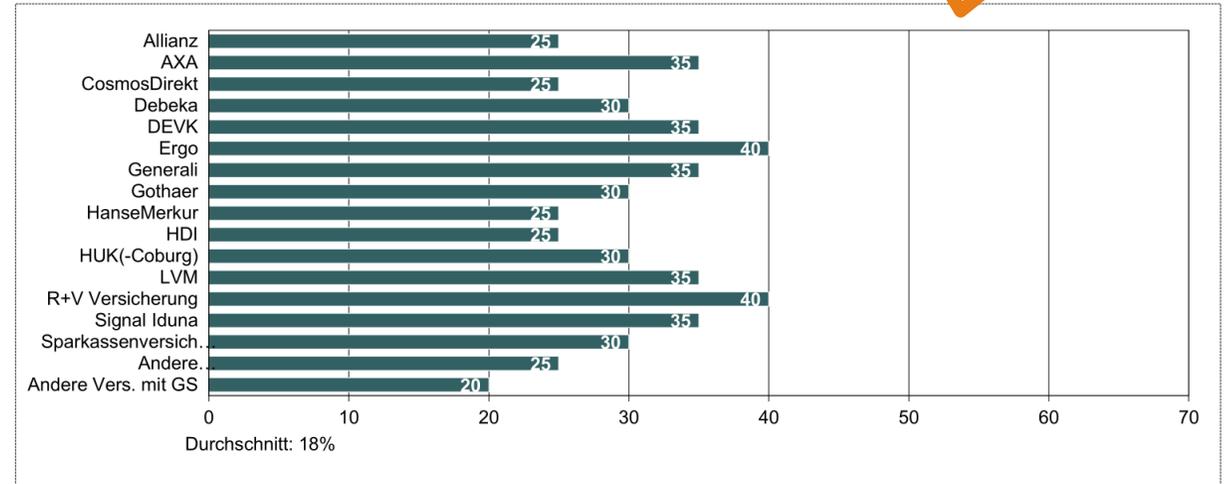
Fragestellung: Wie alt sind Sie? Ihr Geschlecht? 1 inkl. Provinzial und Versicherungskamm



Welche Positionierung ergibt sich nach Kundenstruktur?

Kundenverhalten

Weiterempfehlungsquote¹ (Angaben in %)

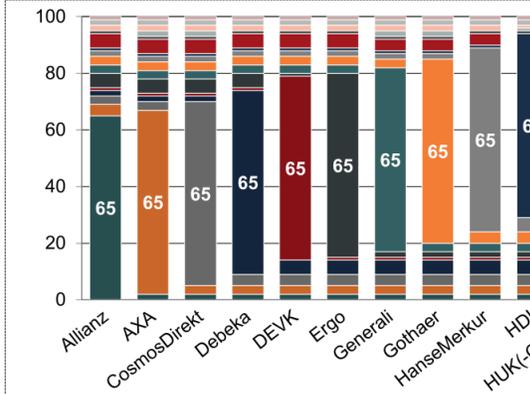


¹ Produkt wurde aufgrund einer Empfehlung abgeschlossen; Basis: letzter Produktabschluss



Studie Unternehmensprofile Versicherungen 2025

Kundenausschöpfung – Anteil eigene Produktnutzungen an



...len Produktabschlüssen, welche Allianz-Kunden getätigt haben, entfallen 65% auf Allianz



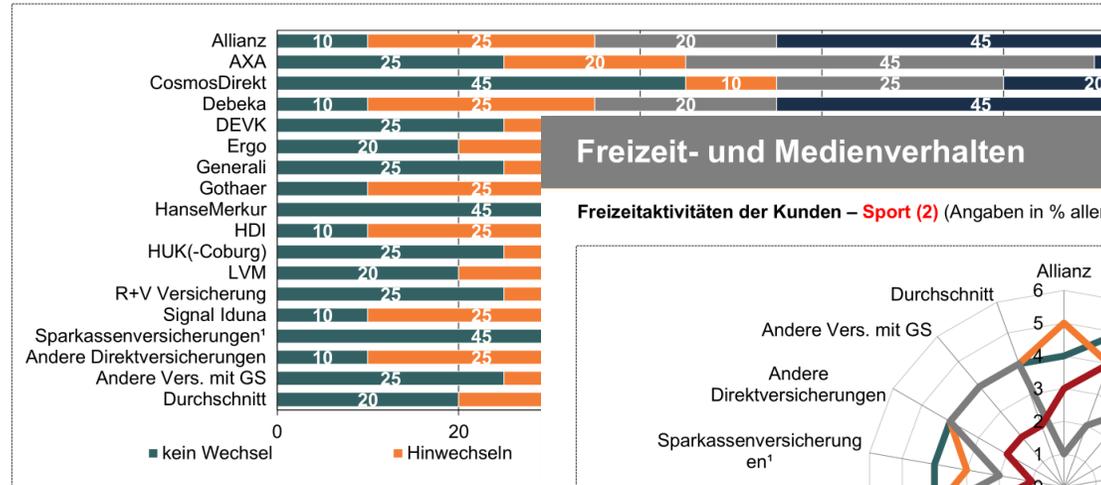
Studie Unternehmensprofile Versicherungen 2025

Analysebeispiele (3)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

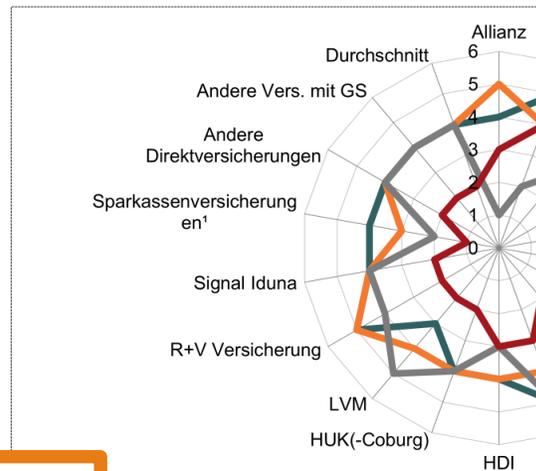
Abschlussabsicht

Anbieterwechsel letztes und geplantes nächstes Produkt (Angaben in %)



Freizeit- und Medienverhalten

Freizeitaktivitäten der Kunden – Sport (2) (Angaben in % aller Kunden)



Welche Versicherer sind die Marketing-Benchmarks?

Kundenprofile der Anbieter

Überblick – Versicherung XY

Kategorie	Segment	Anteil (%)	Rang	Kategorie	Segment	Anteil (%)	Rang
Marktanteil	insgesamt	11,1%	Rang 3	Kundenstruktur	Neukundenüberschuss	18,8%	Rang 6
	im primären Nielsen-Gebiet (NRW)	12,2%	Rang 7		Anteil Kunden < 45 Jahre	19,9%	Rang 2
	Abschlussabsicht	13,3%	Rang 1	Kundenverhalten	Kundenloyalität	20,0%	Rang 11
Kundenstruktur	In primärer Produktgruppe (Ratenkredit/ Autokredit)	14,4%	Rang 15		Empfehlungsquote	21,1%	Rang 5
	4+-Personen-Haushalte	15,5%	Rang 5		Marke wichtiger als Preis	22,2%	Rang 4
	Haushaltsbruttoverdienst > 60.000€	16,6%	Rang 4		kein Wechsel trotz besserer Konditionen	23,3%	Rang 7
Kundenstruktur	Kundenausschöpfung	17,7%	Rang 3		Anteil Erstkunden < 12 Monate ¹	24,4%	Rang 8
					Abschlussfrequenz bis 2 Jahre	25,5%	Rang 16

¹ Erstmals eine Versicherung abgeschlossen in den letzten 12 Monaten

research tools
Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

Welche Wechselrichtungen herrschen vor?

Vählen Sie fünf Freizeitaktivitäten die Ihnen wichtig sind 1 inkl. Provinzial und Versicherungskammer Bayern

research tools
Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

Studie Unternehmensprofile Versicherungen 2025

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 3.700 EUR zzgl. MwSt. die **Studie Unternehmensprofile Versicherungen 2025**.

Auftraggeber:

Firma: _____

Ansprechpartner: _____

E-Mail: _____

Position/Funktion: _____

Datum, Ort, Unterschrift: _____

Kontakt / Branchenerfahrung

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 2021 sind mehr als zehn Studien aus der Reihe Unternehmensprofile zu unterschiedlichen Branchen erschienen.

Weitere relevante Studien zur Versicherungsbranche:

- Werbemarktanalyse Rechtsschutzversicherung 2025
- Studie Social Media-Performance Krankenkassen 2025
- Studie Sponsoring Krankenkassen 2025
- Studie Social Media-Performance Versicherungen 2024
- Werbemarktanalyse Gesetzliche Krankenversicherung 2024
- Studie Kundenpfade Versicherungen 2024

Versicherungsbranche: seit 2022 mehr als 40 Studien veröffentlicht

