

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

Studiensteckbrief

Studie Unternehmensprofile Versicherungen 2026

Kundenbezogene Marketingkennzahlen der Anbieter

erarbeitet von:
research tools, Esslingen am Neckar

März 2026



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief Studie
Unternehmensprofile Versicherungen 2026

Informationen zur Studie

Nutzwert der Studie:



Welche **Kundenstrukturen** weisen die 14 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?



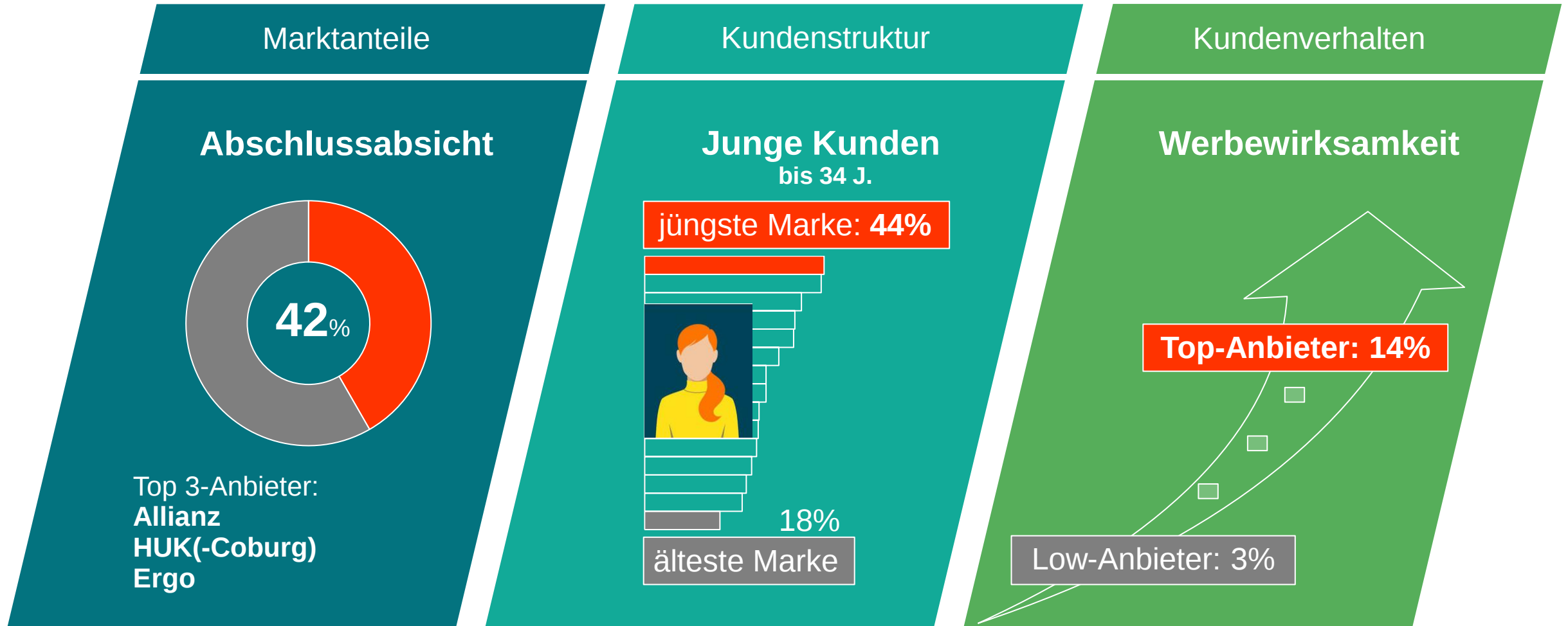
research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief Studie
Unternehmensprofile Versicherungen 2026

Informationen zur Studie

Key Facts der Analysebereiche:



Informationen zur Studie

Nutzen und Umfang der Studie:

Analyse von Struktur und Verhalten der **Versicherungskunden**

von insgesamt **14 Versicherungsanbietern**

auf Basis von **4.000 Online-Interviews**

alle Informationen **im Wettbewerbsvergleich**
auf 114 PowerPoint-Seiten

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

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

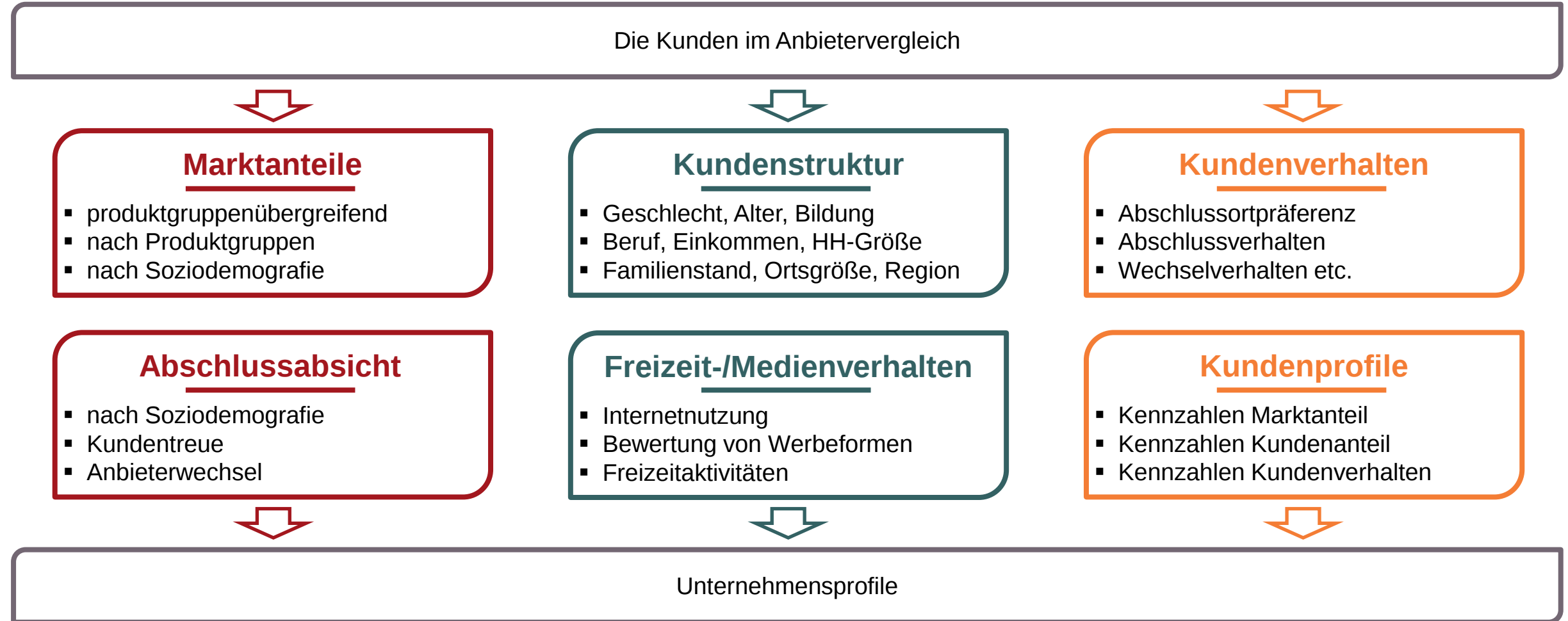
Nutzen: Benchmarking auf Basis von Marketingkennzahlen zu Kundenstruktur und Kundenverhalten

untersuchte Versicherer:

- Allianz
- AXA
- CosmosDirekt
- Debeka
- DEVK
- Ergo
- Generali
- Gothaer
- HanseMerkur
- HDI
- HUK(-Coburg)
- LVM
- R+V Versicherung
- Sparkassenversicherungen
- Andere Direktversicherungen
- Andere Versicherungen mit Geschäftsstellen



Konzeption:



Informationen zur Studie

Studieninhalte:

Die Studie in Zahlen:

4.000

Online-
Interviews

7.371

analysierte
Produkt-
abschlüsse

14

im Detail
analysierte
Versicherer

11

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 März 2026 erschienen.

Preis der Studie: Die 114 Seiten umfassende Studie kostet **3.700 EUR** zzgl. Mehrwertsteuer.



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief Studie
Unternehmensprofile Versicherungen 2026

Inhaltsverzeichnis

➤ Management Summary	3
➤ Forschungsdesign	9
➤ Marktanteile	13
Marktanteile in der Online-Bevölkerung insgesamt, Hauptanbieter, Marktanteil nach Geschlecht, Alter, Nielsen-Gebiet, Ortsgröße, Produktgruppen, Abschlussmotivation, Abschlussort, Abschlussabsicht, Anteile der Anbieter an den Produktabschlüssen in den Produktkategorien	
➤ Kundenstruktur	29
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	64
Abschlussabsicht nach Geschlecht, Alter, Ortsgröße, Nielsen-Gebiet, Kundentreue, Anbieterwechsel	
➤ Freizeit- und Medienverhalten	71
Gerät Internetnutzung, genutzte Website-Gattungen, Bewertung von Werbung nach Mediengattungen, Freizeitaktivitäten (Homework, Kreativität, Kultur, freie Zeit, Natur, Sport)	
➤ Kundenprofile der Anbieter	92
14 Kennzahlen zu Marktanteilen, Kundenanteilen und Kundenverhalten für 14 Anbieter, Ränge in den Kennzahlengruppen	
➤ Positionierung	111
Korrespondenzanalyse Ähnlichkeit der Anbieter bei Kundenkennzahlen	
➤ Kontakt	113

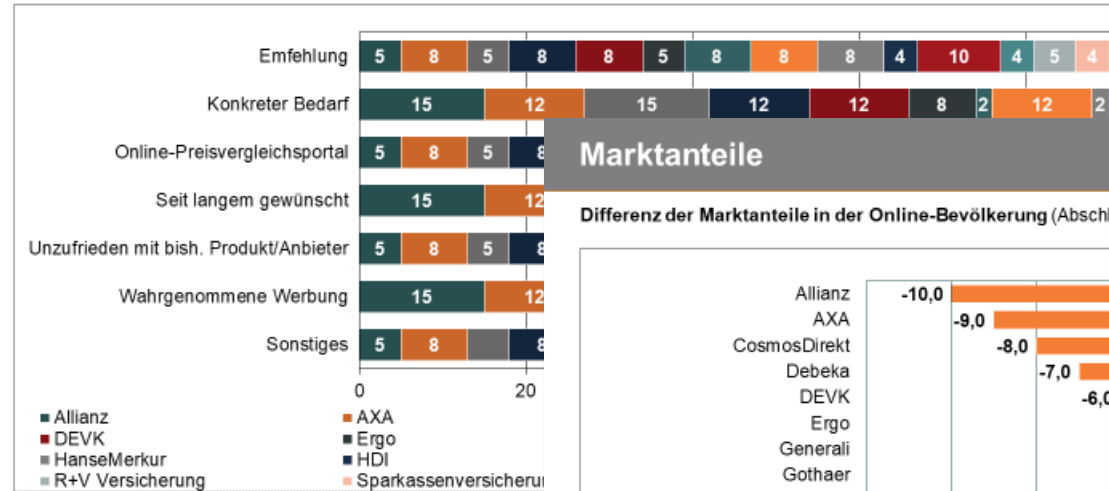


Analysebeispiele (1)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

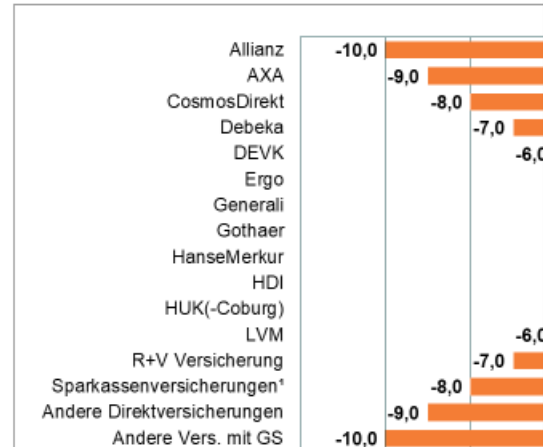
Marktanteile

Marktanteile der Anbieter nach Abschlussmotivation (Angaben in %)



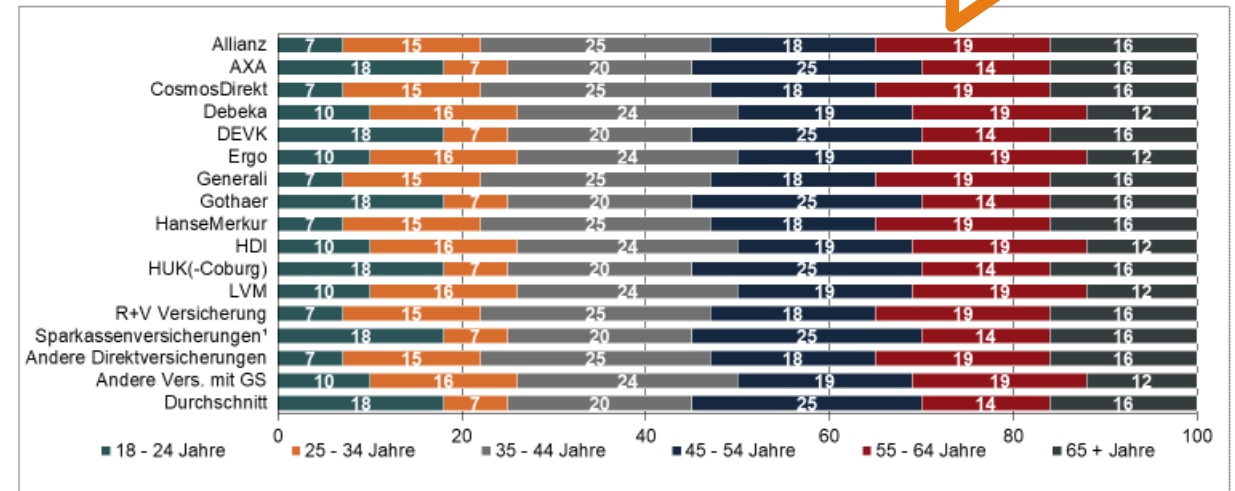
Marktanteile

Differenz der Marktanteile in der Online-Bevölkerung (Abschl.)



Kundenstruktur

Altersstruktur der Kunden (Angaben in %)



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

research tools
Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Studie Unternehmensprofile
Versicherungen 2026

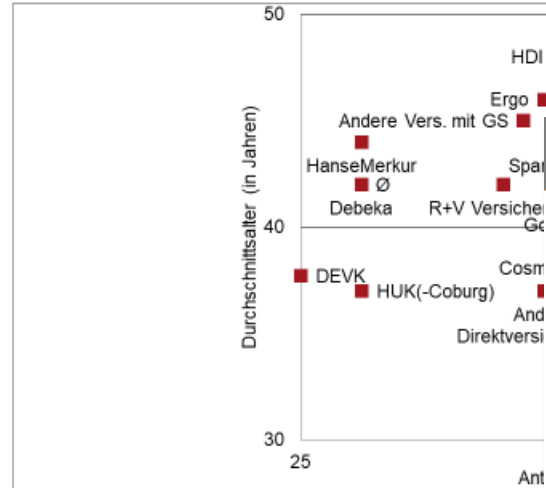
In welchen Bereichen der Abschlussmotivation zeigt sich Potenzial?

Analysebeispiele (2)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Kundenstruktur

Positionierung der Anbieter nach Kundenstruktur



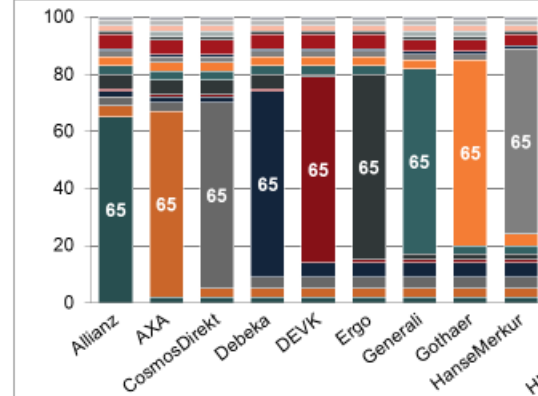
Fragestellung: Wie alt sind Sie? Ihr Geschlecht? 1 inkl. Provinzial und Versicherungskamm



Welche Positionierung ergibt sich nach Kundenstruktur?

Kundenverhalten

Kundenausschöpfung – Anteil eigene Produktnutzungen an



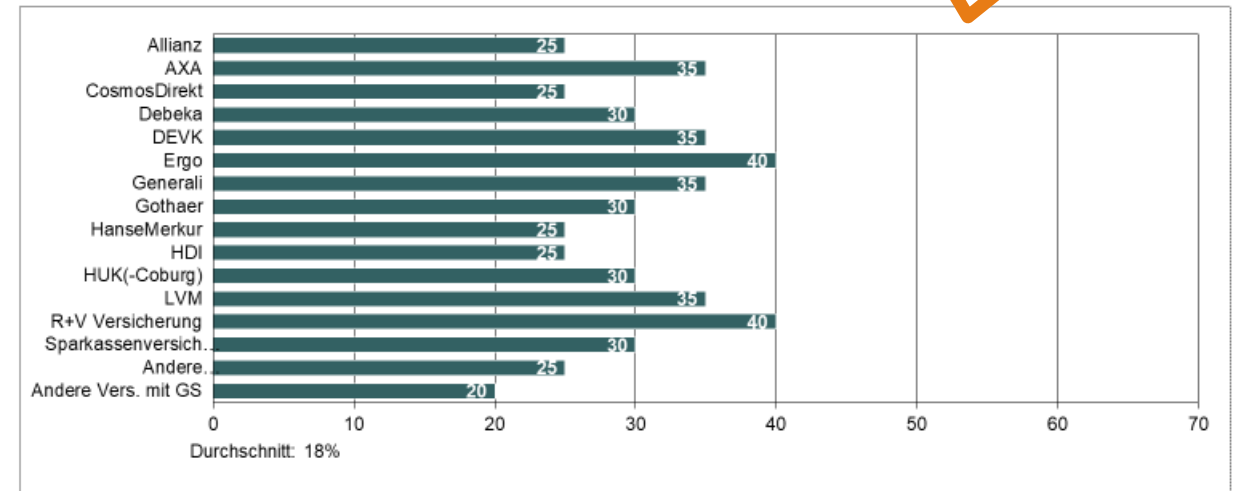
Bei den Produktabschlüssen, welche Allianz-Kunden getätigt haben, entfallen 65% auf Allianz



Studie Unternehmensprofile Versicherungen 2026

Kundenverhalten

Weiterempfehlungsquote¹ (Angaben in %)



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



Studie Unternehmensprofile Versicherungen 2026

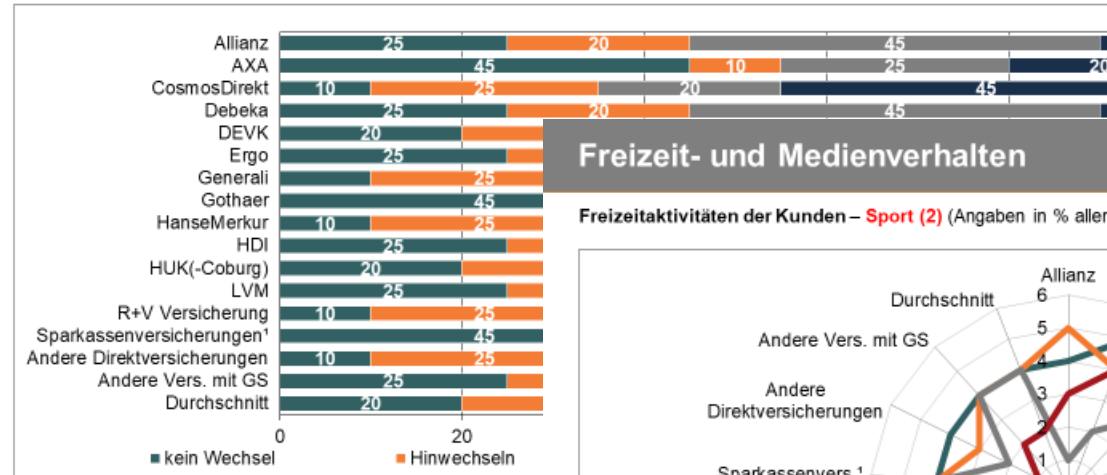
Welcher Versicherer verfügt über die höchste Weiterempfehlungsquote?

Analysebeispiele (3)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Abschlussabsicht

Anbieterwechsel letztes und geplantes nächstes Produkt (Angaben in %)



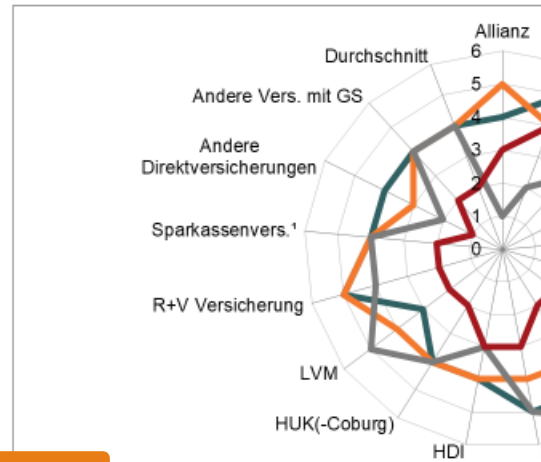
1 inkl. Provinzial und Versicherungskammer Bayern



Welche Wechselrichtungen herrschen vor?

Freizeit- und Medienverhalten

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



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



Studie Unternehmensprofile Versicherungen 2026

Kundenprofile der Anbieter

Überblick – Versicherung XY

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
	In primärer Produktgruppe (Ratenkredit/ Autokredit)	14,4%	Rang 15		Empfehlungsquote	21,1%	Rang 5
Kundenstruktur	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
	Kundenausschöpfung	17,7%	Rang 3		Anteil Erstkunden < 12 Monate¹	24,4%	Rang 8
					Abschlussfrequenz bis 2 Jahre	25,5%	Rang 16

1 Erstmalig eine Versicherung abgeschlossen in den letzten 12 Monaten



Studie Unternehmensprofile Versicherungen 2026

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 2026**.

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 2021 sind mehr als 20 Studien aus der Reihe Unternehmensprofile zu unterschiedlichen Branchen erschienen.

Weitere relevante Studien zur Versicherungsbranche:

- Werbemarktanalyse Kfz-Versicherung 2026
- Studie Kundenpfade Versicherungen 2025
- Studie Versicherungs-Zielgruppe Singlehaushalte 2025
- Werbemarktanalyse Tierversicherung 2025
- Werbemarktanalyse Zahnzusatzversicherung 2025
- Studie Versicherungs-Zielgruppe Vergleichsportalkunden 2025

Versicherungsbranche: seit 2022 mehr als 50 Studien veröffentlicht

