

+++ Allianz +++ AXA +++ CosmosDirekt +++ Debeka +++ DEVK +++ Die Continentale +++ Ergo +++ Gothaer +++
+++ HanseMerkur +++ HDI +++ HUK +++ LVM +++ R+V Vers. +++ Signal Iduna +++ Sparkassenversicherung +++

Studiensteckbrief

Studie Versicherungs-Zielgruppe Brandhopper 2019

erarbeitet von:
research tools, Esslingen am Neckar

September 2019



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief Studie Versicherungs-
Zielgruppe Brandhopper 2019

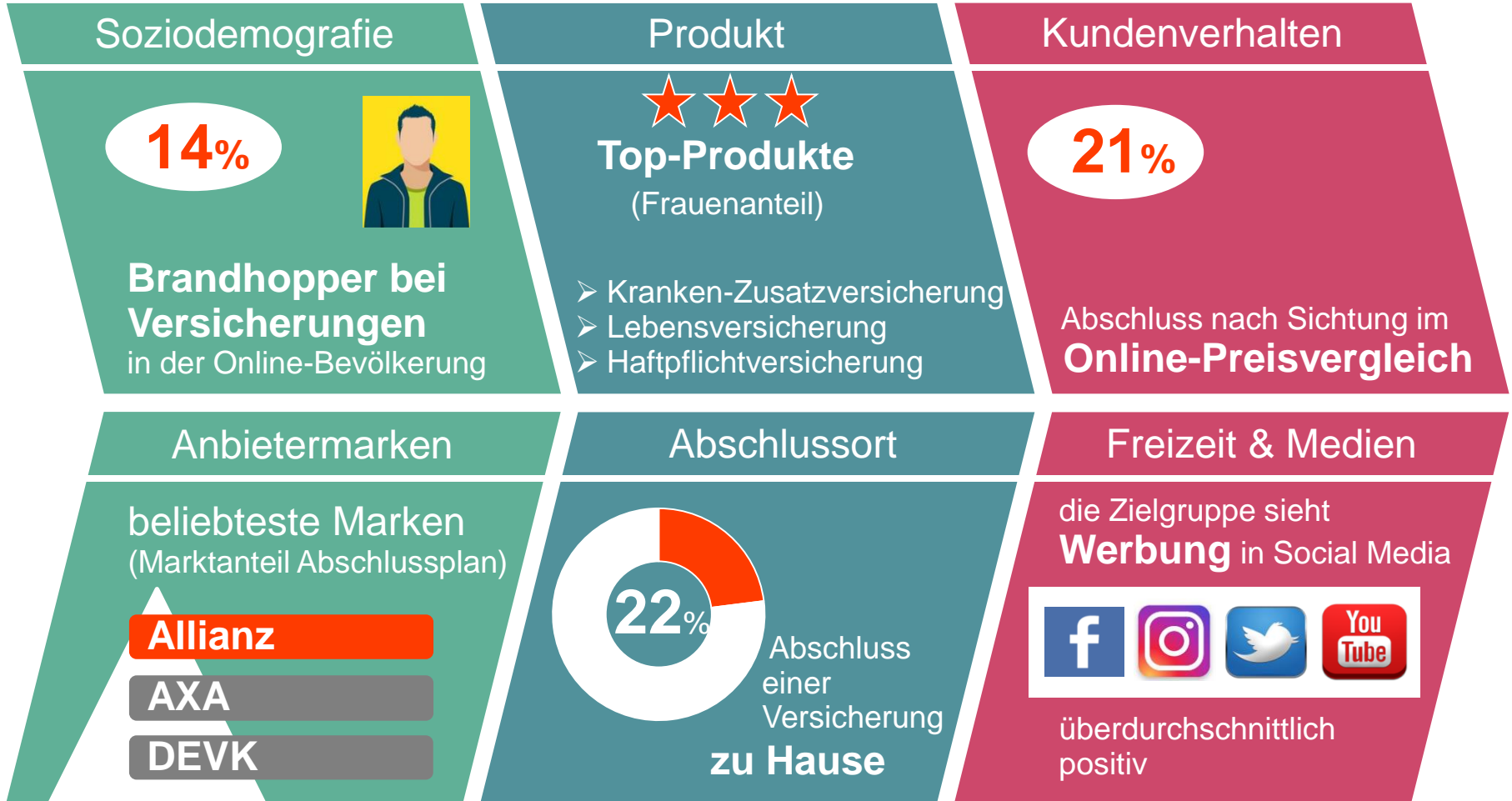
Informationen zur Studie

Ausgewählte Key Facts:

- Die untersuchte Zielgruppe ‚Brandhopper‘ wird repräsentiert von Personen, welche innerhalb ihrer letzten fünf Versicherungsabschlüsse bei drei oder mehr verschiedenen Versicherern Produkte abgeschlossen haben. 14 Prozent der 2.000 online-repräsentativ befragten Verbraucher fallen in diese Kategorie, deren Kundenverhalten beim Versicherungsabschluss analysiert wurde.
- Im Vergleich mit der Gesamtbevölkerung ist die Gruppe der unter 45-Jährigen in der Zielgruppe verstärkt präsent. 82 Prozent der befragten Versicherungsnehmer fallen in diese Altersklassen.
- Die Zielgruppe hat im Vergleich mit der Gesamtbevölkerung den Versicherungsabschluss häufiger aufgrund einer Sichtung in einem Online-Preisvergleichsportal vorgenommen.
- Hinsichtlich der Bedenken beim Versicherungsabschluss ist die Zielgruppe etwas sorgloser als die Gesamtbevölkerung.
- Im Vergleich mit der Gesamtbevölkerung zeigt besonders der Online-Versicherungsabschluss über einen Versicherungsvermittler deutlich erhöhte Anteile.
- Die Zielgruppe steht Werbung in Social Media überdurchschnittlich positiv gegenüber. Im Rahmen der Internetnutzung weisen Spiele einen merklich höheren Nutzungsgrad auf.

Informationen zur Studie

Key Facts der Analysebereiche:



Informationen zur Studie

Nutzen und Umfang der Studie:

Detaillierte Analyse der **Versicherungs-Zielgruppe Brandhopper**

Analyseinhalte: **Soziodemografie, Marktanteile, Kunden-, Freizeit- und Medienverhalten** der Zielgruppe

Nutzung von **13 Produktkategorien** und **15 Anbietern** im **Versicherungsmarkt**

alle Information auf **74 PowerPoint-Seiten**

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

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

Nutzen: Detailbetrachtung der Zielgruppe als Basis für kundenzentrierte Marketingmaßnahmen

Forschungsdesign:

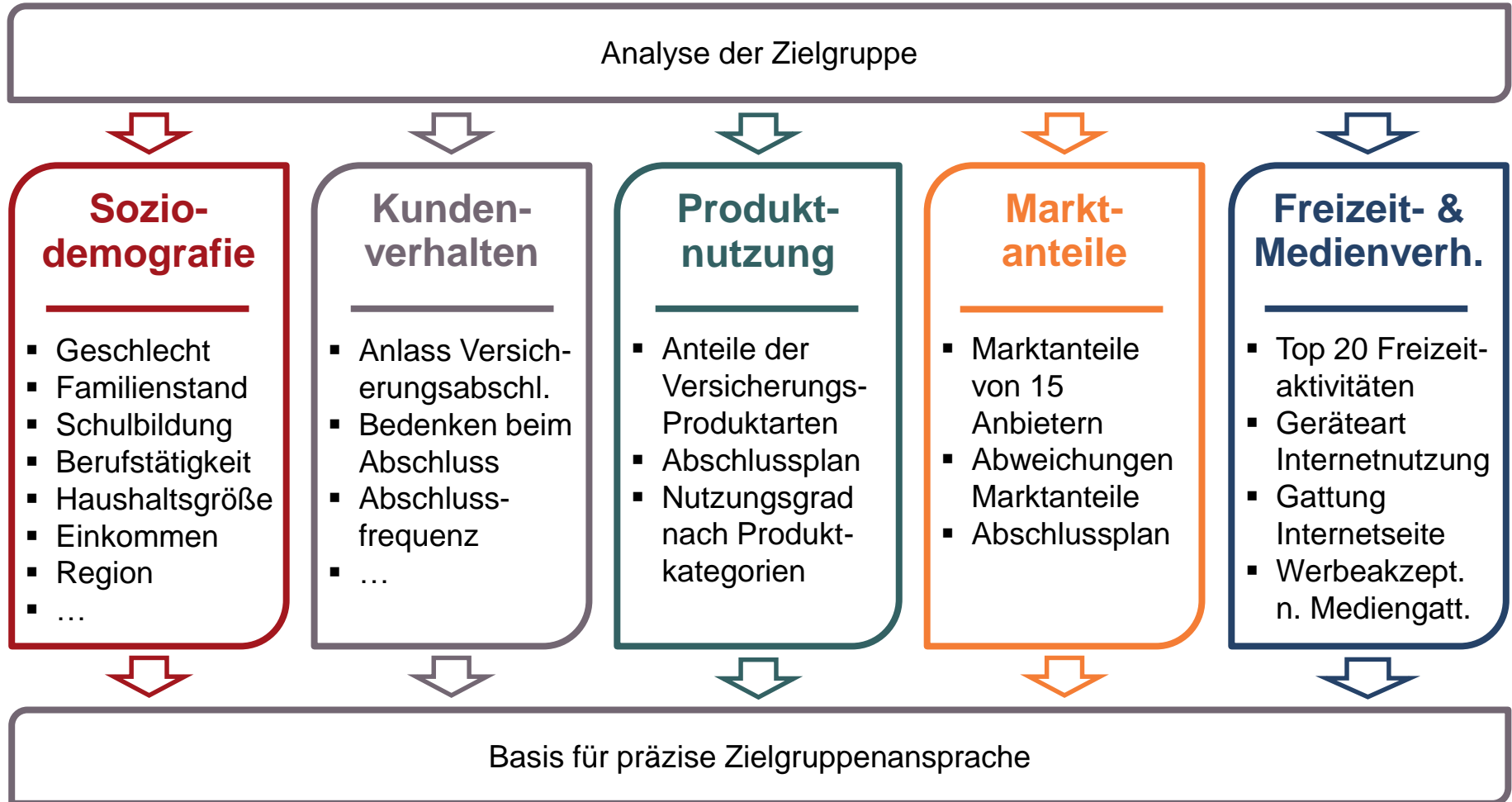
2.000 Interviews wurden online-bevölkerungsrepräsentativ bei Verbrauchern in Deutschland durchgeführt, davon 14 Prozent aus der betrachteten Zielgruppe „Brandhopper“. Die Studie ist im September 2019 erschienen.

Preis:

Die 74 Seiten umfassende Studie kostet **1.100 EUR** zuzüglich MwSt.

Informationen zur Studie

Konzeption:



Inhaltsverzeichnis

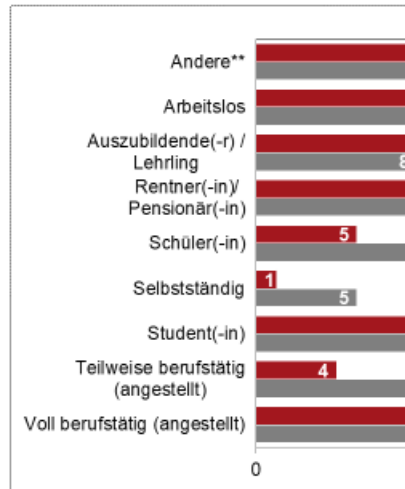
➤ Management Summary	3
➤ Forschungsdesign	9
➤ Soziodemografie	13
Vergleich der Zielgruppe mit der Gesamtbevölkerung in den soziodemografischen Merkmalen Geschlecht, Altersstruktur, Familienstand, Schulbildung, Berufstätigkeit, Haushaltsgröße, Anteile der Kinder unter 18, Haushalts-Bruttoeinkommen, Region	
➤ Kundenverhalten	26
Bewertung allgemeiner Statements zum Kaufverhalten, Anlass der zuletzt abgeschlossenen Versicherung, Bedenken beim Abschluss, treue Kunden und Brandhopper, Abschlussart der zuletzt abgeschlossenen Versicherung, Frequenz der Versicherungsabschlüsse	
➤ Produktkategorien	35
Aktuell genutzte Versicherungsprodukte, letzte fünf abgeschlossene Versicherungen, voraussichtlich nächster Produktabschluss	
➤ Versicherungsanbieter	41
Marktanteile der Versicherungsanbieter, Abweichungen Marktanteile, Abschlussplan Marktanteile	
➤ Abschlussorte	51
Marktanteile der Abschlussorte, Abweichungen Marktanteile, Abschlussplan Marktanteile	
➤ Freizeitverhalten und Mediennutzung	61
Top 20 Freizeitaktivitäten, Geräteart der letzten Internetnutzung, Gattung der Internetseite, Einstellung zur Werbung nach Mediengattungen	
➤ Kontakt	73

Analysebeispiele (1)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Soziodemografie

Anteil Berufstätigkeit (Angaben in %)

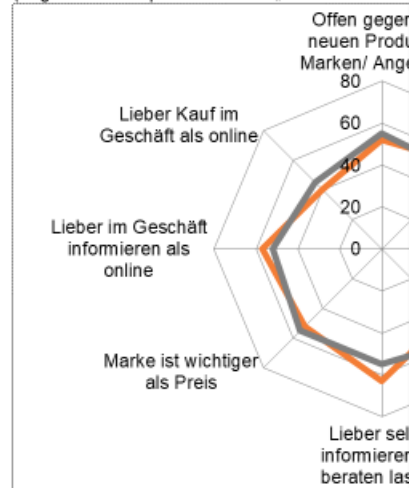


Fragestellung: Ihr Beruf?; ** Unentgeltliche Beschäftigung, Hausfrau



Kundenverhalten

Kundenverhalten der Zielgruppe im Vergleich zur Gesamtbevölkerung (Angaben als Top-2-Box-Werte „stimme voll und ganz zu“ und „stimme zu“)



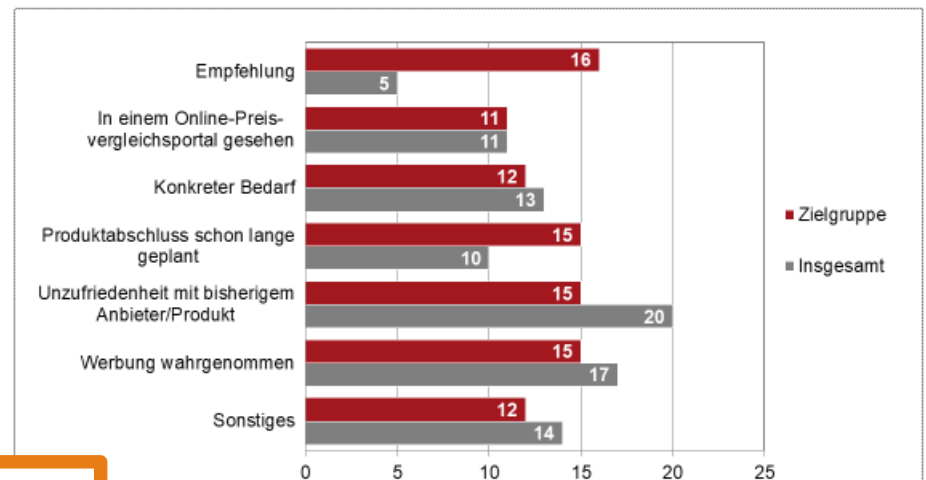
Fragestellung: Welcher der folgenden Aussagen stimmen Sie zu?



Was war der konkrete Anlass für den letzten Produktabschluss?

Kundenverhalten

Konkreter Anlass der zuletzt abgeschlossenen Versicherung (Angaben in %)



aus welchem konkreten Anlass haben Sie das zuletzt abgeschlossene Versicherungsprodukt abgeschlossen? (Mehrfachantworten)



Studie Versicherungs-Zielgruppe Brandhopper 2019

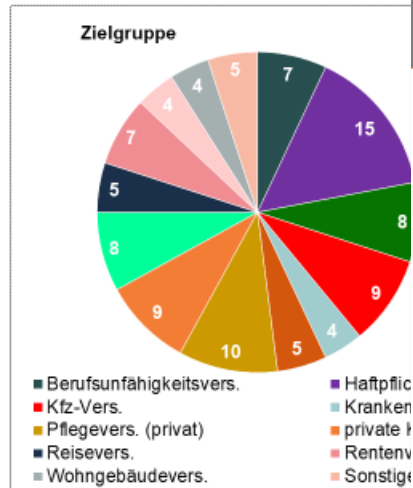
Welche soziodemografischen Merkmale charakterisieren die Zielgruppe?

Analysebeispiele (2)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Produktkategorien

Anteil der Produktkategorien an den **letzten Produktabschlüssen*** (Angaben in %)



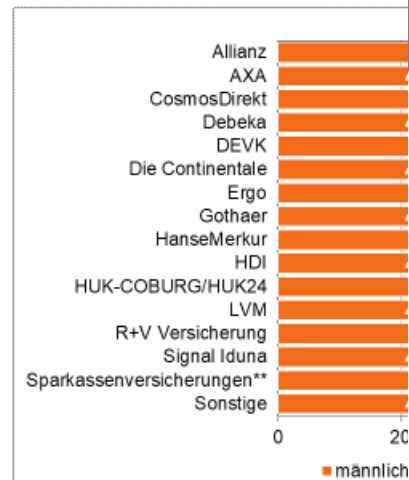
* Basis: letzte 5 Produktabschlüsse



Studie

Versicherungsanbieter

Anteile der Geschlechter nach Anbieter in der Zielgruppe (Angaben in %)



Fragestellung: Geben Sie nun an, bei welchem Anbieter Sie die oben Versicherungsabschlüsse (Anbieter); ** inkl. Provinzial und Versich

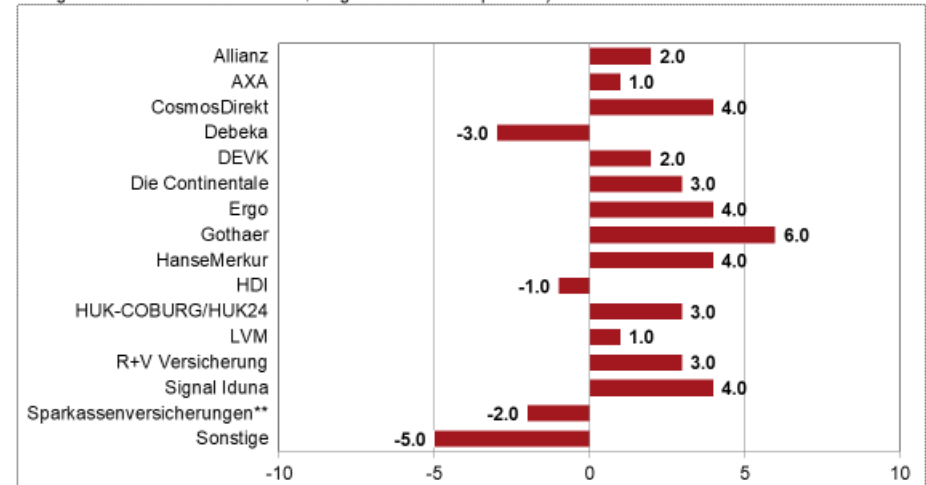


Studie

Welche Potenzialausschöpfung gelingt den Anbietern?

Versicherungsanbieter

Differenz der Marktanteile produktgruppenübergreifend in der Zielgruppe* (geplanter Produktabschluss abzüglich letzte Produktabschlüsse, Angaben in Prozentpunkten)



Fragestellung: Geben Sie nun an, bei welchem Anbieter Sie die oben genannten Versicherungen abgeschlossen haben. * Basis: letzte 5 Produktabschlüsse (Anbieter) geplanter Produktabschluss (Anbieter); ** inkl. Provinzial und Versicherungskammer Bayern



Studie Versicherungs-Zielgruppe Brandhopper 2019

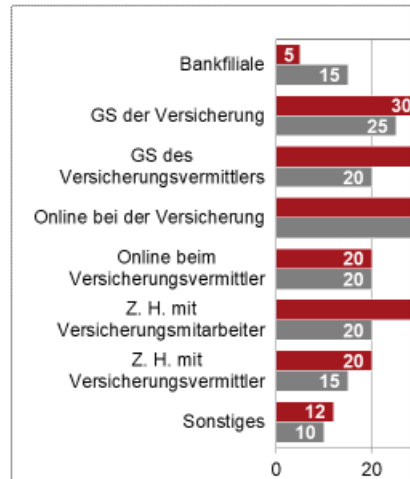
Welche Produktgruppen schließt die Zielgruppe verstärkt ab?

Analysebeispiele (3)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Abschlussorte

Verteilung der Versicherungsabschlüsse auf die Abschlussorte* (Angaben in %)

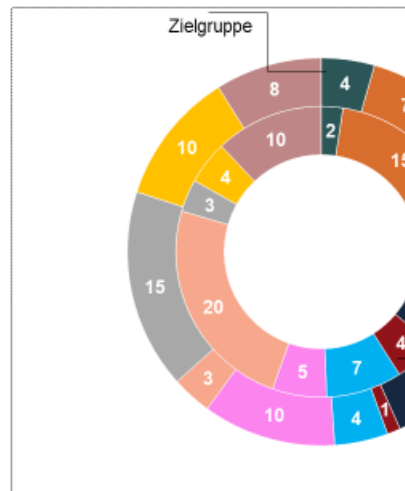


Fragestellung: siehe vorherige Seite. * Basis: letzte 5 Produktabschlüsse. Befragten aus der Zielgruppe nutzte bei den bis zu fünf letzten Versi...



Freizeitverhalten und Mediennutzung

Gattung der zuletzt besuchten Internetseite (Angaben in %)



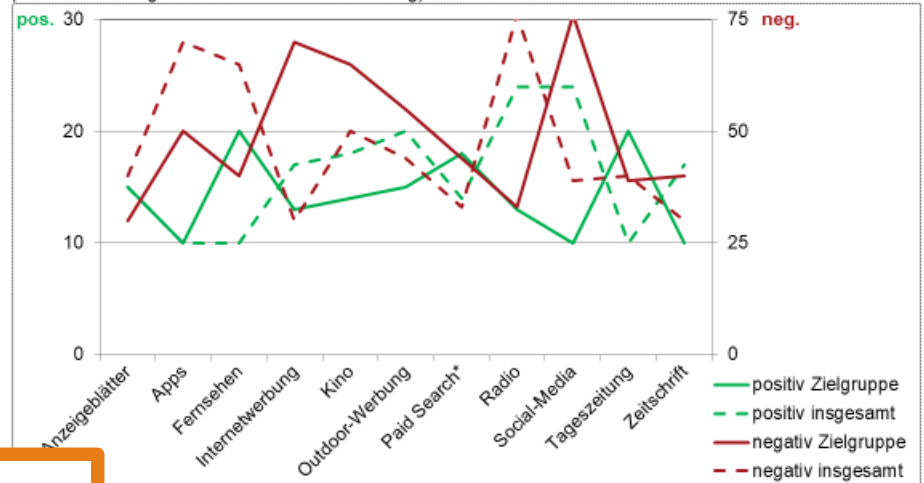
Fragestellung: Welcher Gattung würden Sie die von Ihnen zuletzt be...



Über welche Medien kann ich die Zielgruppe erreichen?

Freizeitverhalten und Mediennutzung

Einstellung zur Werbung in der Zielgruppe (Angaben in durchschnittlichen Prozent, Zustimmung zu positiven und negativen Statements zur Werbung)



Bitte bewerten Sie folgende Werbeformen. (Mehrfachantworten möglich); * Suchmaschinen-Anzeigen



Studie Versicherungs-Zielgruppe Brandhopper 2019

Welche Marken gewinnen bzw. verlieren Marktanteile in der Zielgruppe?

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 1.100 EUR zzgl. MwSt. die
Studie Versicherungs-Zielgruppe Brandhopper 2019.

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.

Zuletzt zur Versicherungsbranche erschienen:

- Studie Kundenpfade Versicherungen 2019
- Studie eVisibility Versicherungen 2019
- Studie Sponsoring Krankenkassen 2019
- Marketing-Mix-Analyse Hausratversicherung 2019
- Werbemarktanalyse Direktversicherungen 2019
- Marketing-Mix-Analyse Reiseversicherung 2019

Seit 2005 forscht research tools marketing- und wettbewerbsorientiert und positioniert sich als Marketingstudien-Spezialist. Seit 2016 sind über 30 Studien zur Versicherungsbranche erschienen. In der Studienreihe Zielgruppenstudien sind bisher 60 Studien zu unterschiedlichen Branchen erschienen.

