

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

Studiensteckbrief

Studie Versicherungs-Zielgruppe Junge Erwachsene 2023

erarbeitet von:
research tools, Esslingen am Neckar

Juni 2023



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief Studie Versicherungs-
Zielgruppe Junge Erwachsene 2023

Informationen zur Studie

Ausgewählte Key Facts:

- Die untersuchte Zielgruppe Junge Erwachsene wird repräsentiert von Personen im Alter zwischen 18 und 24 Jahren. Neun Prozent der 4.000 online-repräsentativ befragten Verbraucher fallen in diese Kategorie, deren Verhalten im Versicherungsmarkt analysiert wird.
- Über die Hälfte der Zielgruppe ist alleinstehend beziehungsweise Single.
- Im Vergleich mit den Versicherungskunden insgesamt haben junge Erwachsene mehr Bedenken beim Versicherungsabschluss.
- Junge Erwachsene sind deutlich häufiger Brandhopper als die Versicherungskunden insgesamt.
- Die Zielgruppe ist aktuell unterdurchschnittlich stark versichert. Bei zwei Produktgruppen allerdings liegen die Anteile der jungen Erwachsenen über denen der Vergleichsgruppe.
- Unter den geplanten Versicherungsprodukten wird vergleichsweise häufig die private Pflegeversicherung genannt.
- Drei Versicherer weisen speziell in der Zielgruppe hohe Marktanteile auf.
- Junge Frauen schließen häufiger als junge Männer ihre Versicherungen zu Hause mit einem Versicherungsvermittler ab.
- Junge Erwachsene besuchen häufiger Internetseiten mit Video- und Unterhaltungsinhalten als die Vergleichsgruppe.



Informationen zur Studie

Key Facts der Analysebereiche:

Soziodemografie

9%



Junge Erwachsene
in der Bevölkerung

Produkt



Top-Produkte Frauenanteil

- Haftpflichtversicherung
- Rechtsschutzversicherung
- Hausratversicherung

Kundenverhalten

34%

Abschluss aufgrund einer
Empfehlung

Versicherer

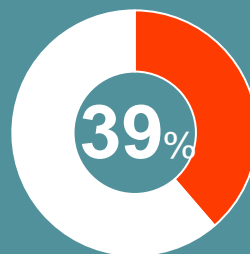
beliebteste Anbieter
(Abschlussabsicht)

HDI

R+V Versicherung

HUK-Coburg/HUK24

Teilnahmeorte



der Versicherungs-
abschlüsse erfolgen

online

Freizeit & Medien

die Zielgruppe nutzt
überdurchschnittlich
häufig



**Video und
Unterhaltungsseiten**



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief Studie Versicherungs-
Zielgruppe Junge Erwachsene 2023

Informationen zur Studie

Nutzen und Umfang der Studie:

Detaillierte Analyse der **Zielgruppe Junge Erwachsene**

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

Nutzung von **14 Produktkategorien** und **15 Versicherern**

alle Information auf **71 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:

- 4.000 Interviews (auf zwei Jahre verteilt)
- online-bevölkerungs-repräsentativ
- Verbraucher in Deutschland
- davon 9 Prozent aus der Zielgruppe junge Erwachsene
- im Juni 2023 erschienen

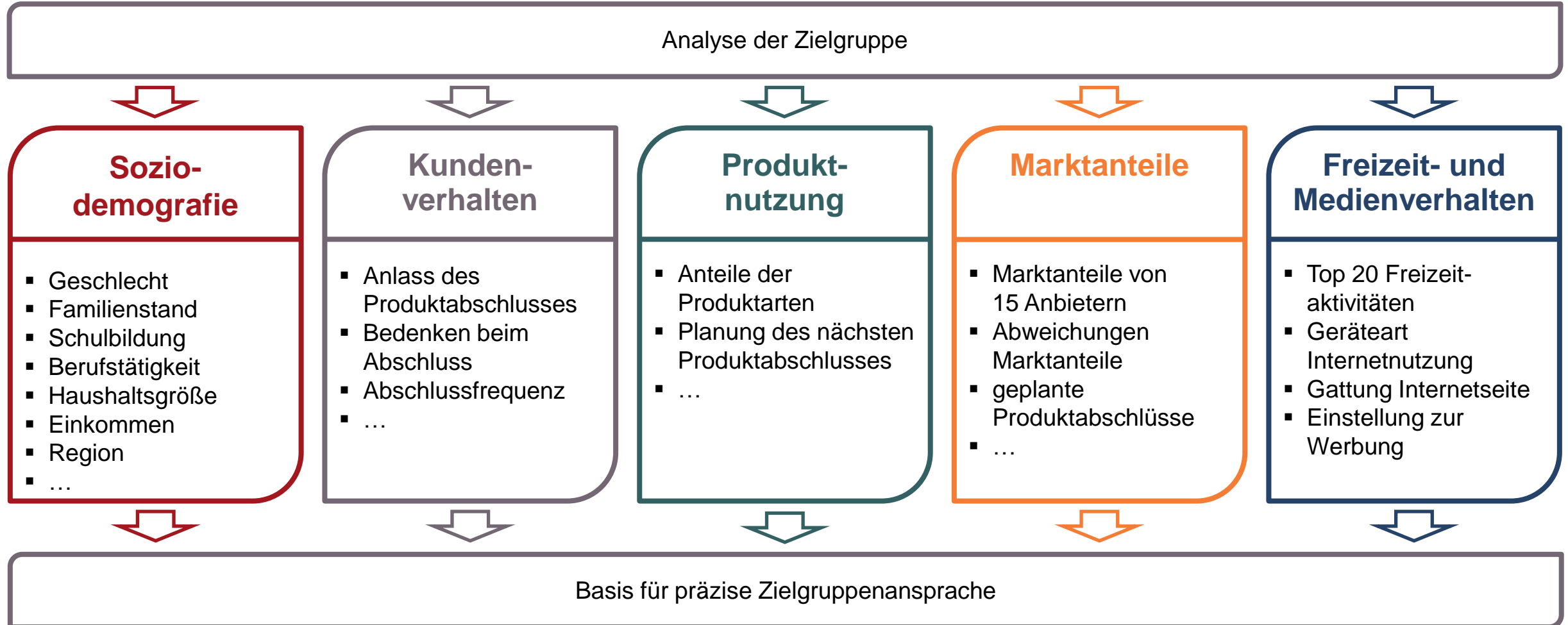
Preis:

- die 71 Seiten umfassende Studie kostet **1.500 EUR** zuzüglich MwSt.



Informationen zur Studie

Konzeption:



Inhaltsverzeichnis

➤ Management Summary	3
➤ Forschungsdesign	8
➤ Soziodemografie	12
Vergleich der Zielgruppe mit der Vergleichsgruppe in den soziodemografischen Merkmalen Geschlecht, Altersstruktur, Familienstand, Schulbildung, Berufstätigkeit, Haushaltsgröße, Anteile der Kinder unter 18, Haushalts-Bruttoeinkommen, Region	
➤ Kundenverhalten	23
Bewertung der Statements, Anlass der zuletzt abgeschlossenen Versicherung, Bedenken beim Abschluss, treue Kunden und Brandhopper, Abschlussart des zuletzt erworbenen Versicherungs- produktes, Frequenz der Abschlüsse	
➤ Produktkategorien	30
Aktuell genutzte Produktkategorien, letzte fünf erworbene Produktkategorien, voraussichtlich nächster Produktabschluss, Differenz der Marktanteile	
➤ Anbieter	37
Verteilung der Anbieter, Marktanteile der Anbieter, Abweichungen Marktanteile, Abschlussplan Marktanteile, Differenz der Marktanteile, Anbieter der Krankenversicherung	
➤ Abschlussorte	47
Verteilung der Abschlussorte, Marktanteile der Abschlussorte, Abweichungen Marktanteile, Abschlussplan Marktanteile, Differenz der Marktanteile	
➤ Freizeitverhalten und Mediennutzung	55
Top 10 Medien, Top 20 Freizeitaktivitäten, Geräteart der letzten Internetnutzung, Gattung der Internetseite, Einstellung zur Werbung nach Mediengattungen, letzter Kontakt zum Anbieter	
➤ Kontakt	70

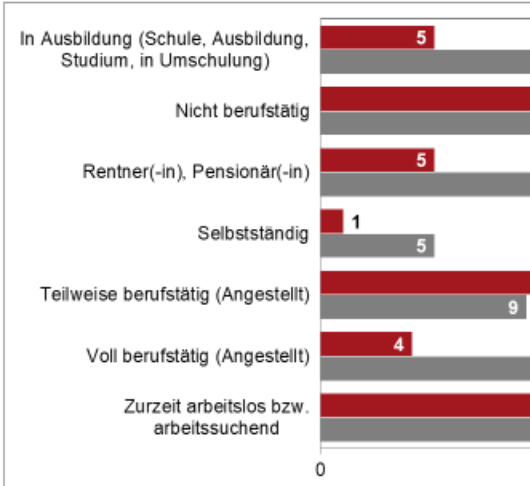


Analysebeispiele (1)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Soziodemografie

Anteil Berufstätigkeit (Angaben in %)



Fragestellung: Ihr Beruf?



Kundenverhalten

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



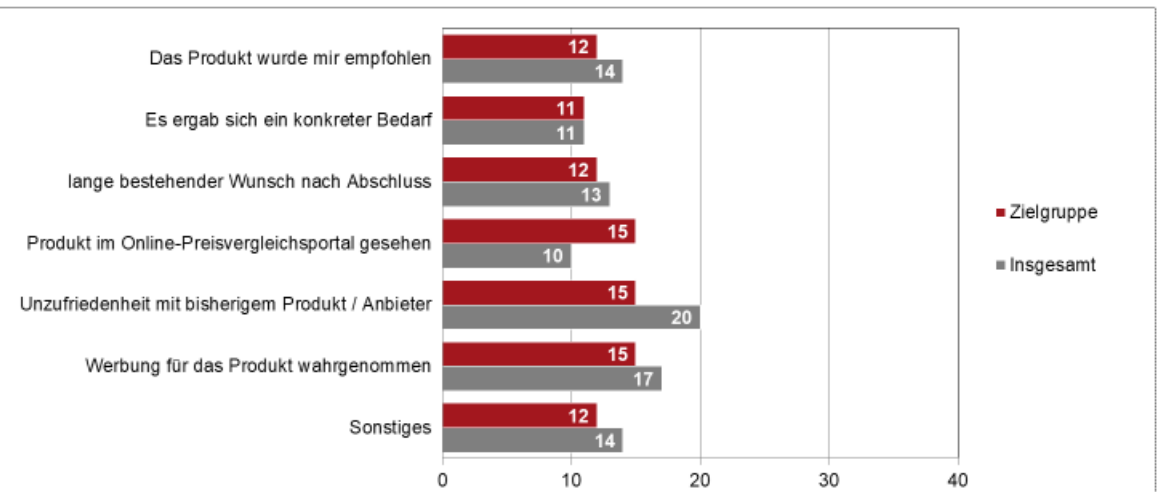
Fragestellung: Welcher der folgenden Aussagen stimmen Sie zu?



Was war der konkrete Anlass für den letzten Produktabschluss?

Kundenverhalten

Konkreter Anlass des letzten Produkterwerbs (Angaben in %)



Fragestellung: Aus welchem konkreten Anlass haben Sie das zuletzt abgeschlossene Produkt erworben? (Mehrfachantworten möglich)



Studie Versicherungs-Zielgruppe
Junge Erwachsene 2023

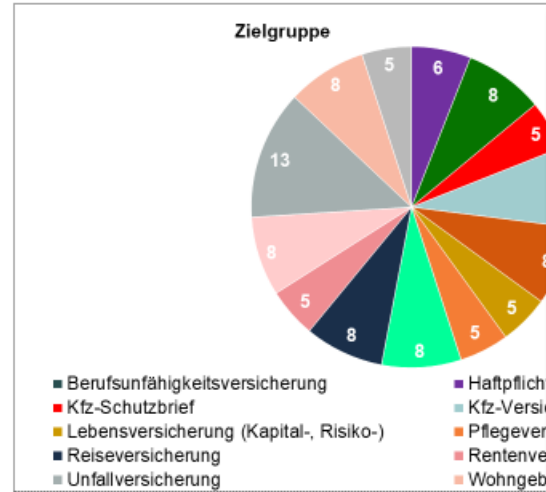
Welche soziodemografischen Merkmale charakterisieren die Zielgruppe?

Analysebeispiele (2)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Produktkategorien

Anteil der Produktkategorien an den **letzten Produktabschlüssen**¹ (Angaben in %)

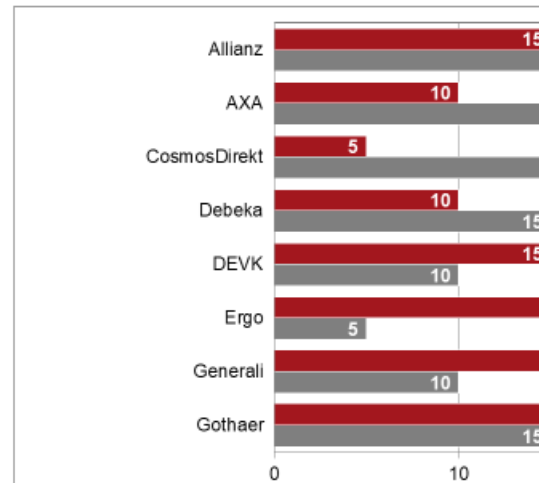


¹ Basis: letzte 5 Produktabschlüsse



Anbieter

Verteilung der Produktabschlüsse auf die Anbieter¹ (1 von 2) (Angaben in %)



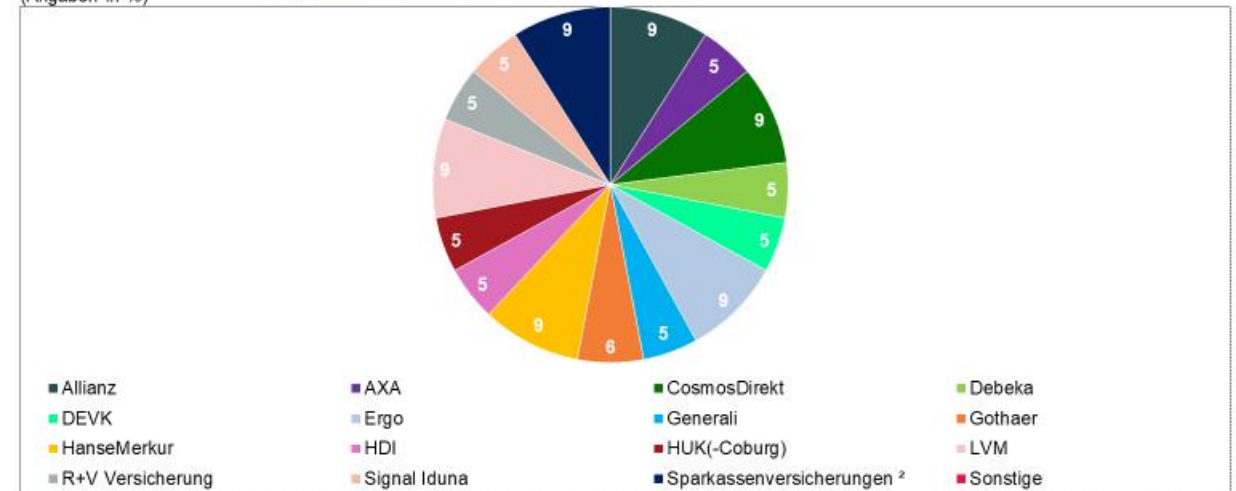
Fragestellung: Geben Sie nun an, von welchem Anbieter Sie die oben genannten Versiche bei einem der bis zu fünf letzten Versicherungsabschlüsse ein Produkt von AXA



Welche Versicherer werden zukünftig gewählt?

Anbieter

Marktanteile der Anbieter bei **geplantem Produkterwerb**¹ in der Zielgruppe (Angaben in %)



Fragestellung: Geben Sie nun an, von welchem Anbieter Sie ihr voraussichtlich nächstes Versicherungsprodukt erwerben möchten. ¹ Basis: voraussichtlich nächster Produkterwerb (Anbieter) ² +Provinzial u. Versicherungskammer BY



Studie Versicherungs-Zielgruppe
Junge Erwachsene 2023

Welche Produktgruppen erwirbt die Zielgruppe verstärkt?

Analysebeispiele (3)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Abschlussorte

Anteile der Geschlechter nach Abschlussorten in der Zielgruppe* (Angaben in %)



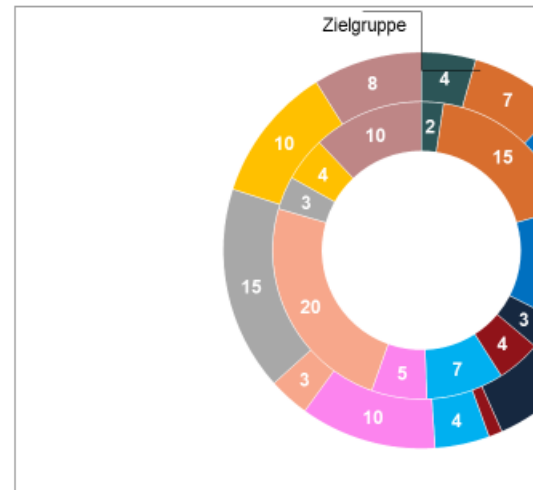
Fragestellung: Geben Sie nun an, wo Sie die oben genannten Versicherungsprodukte erworben haben.



Welche Abschlussorte wählt die Zielgruppe verstärkt?

Freizeitverhalten und Mediennutzung

Gattung der zuletzt besuchten Internetseite (Angaben in %)



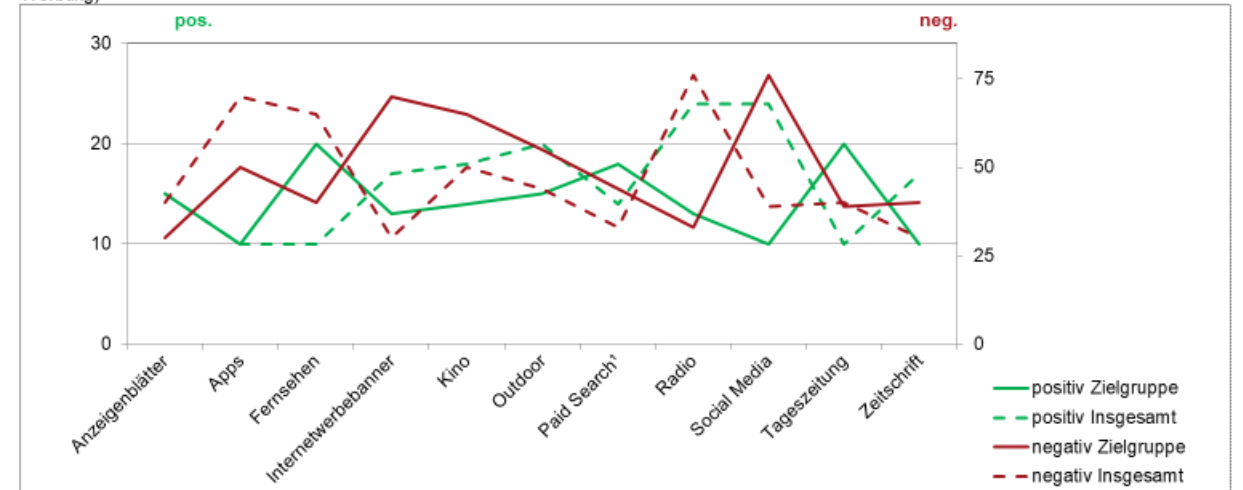
Fragestellung: Welcher Gattung würden Sie die von Ihnen zuletzt besuchte Internetseite zurechnen?



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)



Fragestellung: Bitte bewerten Sie folgende Werbepformen. (Mehrfachantworten möglich) 1 Suchmaschinen-Anzeigen



Studie Versicherungs-Zielgruppe Junge Erwachsene 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 1.500 EUR zzgl. MwSt. die **Studie Versicherungs-Zielgruppe Junge Erwachsene 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 Marketingstudien-Spezialist.

In der Studienreihe Zielgruppenstudien sind bisher mehr als 100 Studien zu unterschiedlichen Branchen erschienen.

Zuletzt zur Versicherungsbranche erschienen:

- Studie Versicherungs-Zielgruppe Rechtsschutz 2023
- Studie eVisibility Krankenkassen 2023
- Marketing-Mix-Analyse Kfz-Versicherung 2023
- Studie Versicherungs-Zielgruppe Tierversicherung 2023
- Studie Sponsoring Versicherungen 2023
- Studie Social Media-Performance Versicherungen 2022

Versicherungsbranche: seit 2020 mehr als 40 Studien veröffentlicht

