

A woman with blonde hair and glasses, wearing a light blue blazer, stands in a library or law office. She is holding several books. The background shows wooden bookshelves filled with books.

Studiensteckbrief

Studie Versicherungs- Zielgruppe Rechtsschutz 2019

erarbeitet von:
research tools, Esslingen am Neckar

April 2019



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief Studie Versicherungs-
Zielgruppe Rechtsschutz 2019

Informationen zur Studie

Ausgewählte Key Facts:

- Die untersuchte Zielgruppe Rechtsschutzversicherungskunden wird repräsentiert von Personen, die innerhalb ihrer letzten fünf Versicherungsabschlüsse mindestens einmal eine Rechtsschutzversicherung abgeschlossen haben. 23 Prozent der 2.000 online-repräsentativ befragten Verbraucher fallen in diese Kategorie, deren Verhalten beim Abschluss der letzten bis zu fünf Versicherungsabschlüsse analysiert wurde.
- Knapp ein Drittel der RSV-Kunden fallen in die Altersklasse zwischen 35 und 44 Jahre. Der Anteil der Verheirateten ist in der Zielgruppe höher als in der Gesamtbevölkerung.
- Im Vergleich mit der Gesamtbevölkerung hat die Zielgruppe den letzten Versicherungsproduktabschluss häufiger nach einer Suche in einem Online-Preisvergleichsportal vorgenommen.
- Sowohl in der Zielgruppe, als auch in der Gesamtbevölkerung, galten beim jüngsten Produktabschluss die Bedenken hauptsächlich dem Preis-Leistungsverhältnis.
- Beim letzten Produktabschluss war der Anteil männlicher Versicherungsnehmer besonders bei den Produkten ‚Pflegezusatzversicherung‘ und ‚private Krankenversicherung‘ deutlich erhöht.
- Im Vergleich mit der Gesamtbevölkerung schließen RSV-Kunden ihre Versicherungsprodukte häufiger in der Geschäftsstelle der Versicherung und seltener online bei der Versicherung ab.
- RSV-Kunden stehen Werbung in Suchmaschinen, Tageszeitungen und Zeitschriften positiver gegenüber als die Gesamtbevölkerung.

Informationen zur Studie

Nutzen und Umfang der Studie:

Detaillierte Analyse der **Zielgruppe ‚Kunden Rechtsschutzversicherung‘**

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

Nutzung von **13 Produktkategorien** und **15 Versicherungsanbietern**

alle Information auf **73 PowerPoint-Seiten**

als **pdf- und ppt-Datei** kurzfristig verfügbar

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

Nutzen: Detailbetrachtung der Zielgruppe als Basis für adäquate Marketingmaßnahmen in der Produktparte

Forschungsdesign:

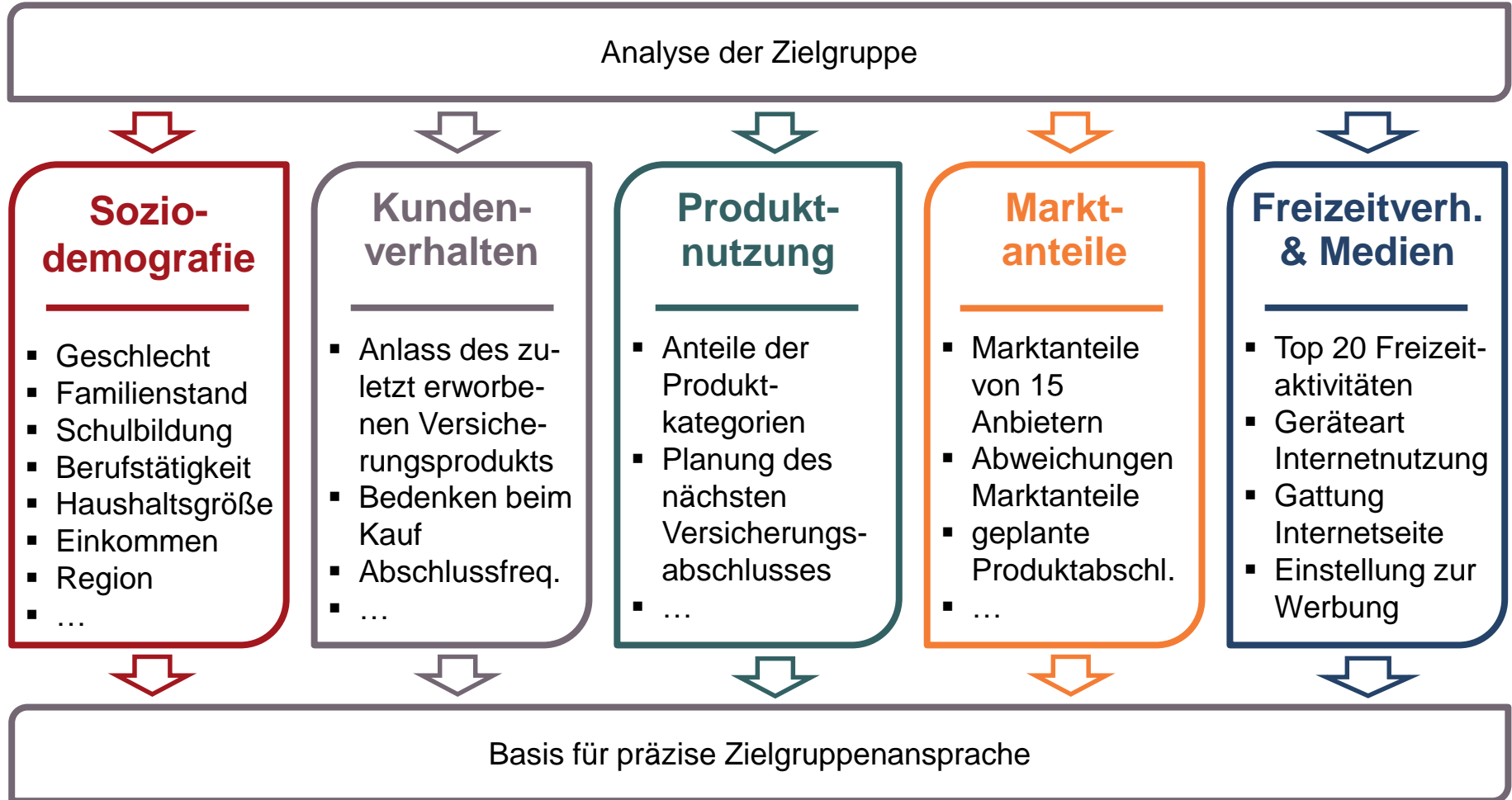
2.000 Interviews wurden online-bevölkerungsrepräsentativ bei Verbrauchern in Deutschland durchgeführt, davon 23 Prozent aus der betrachteten Zielgruppe „RSV-Kunden“. Die Studie ist im April 2019 erschienen.

Preis:

Die 73 Seiten umfassende Studie kostet **1.100 EUR** zuzüglich MwSt.

Informationen zur Studie

Konzeption:



Inhaltsverzeichnis

➤ Management Summary	3
➤ Forschungsdesign	7
➤ Soziodemografie	11
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	23
Bewertung der Statements, Anlass des zuletzt abgeschlossenen Versicherungsproduktes, Bedenken beim Abschluss, treue Kunden und Brandhopper, Abschlussart des zuletzt erworbenen Versicherungsproduktes, Frequenz der Versicherungsabschlüsse	
➤ Produktkategorien	32
Letzte fünf abgeschlossene Versicherungsprodukte, voraussichtlich nächster Versicherungsabschluss, aktuell genutzte Versicherungsprodukte	
➤ Versicherungsanbieter	38
Marktanteile der Versicherungsanbieter, Abweichungen Marktanteile, Abschlussplan Marktanteile	
➤ Abschlussorte	51
Marktanteile der Abschlussorte, Abweichungen Marktanteile, Abschlussplan Marktanteile	
➤ Freizeitverhalten und Mediennutzung	60
Top 20 Freizeitaktivitäten, Geräteart der letzten Internetnutzung, Gattung der Internetseite, Einstellung zur Werbung nach Mediengattungen	
➤ Kontakt	72

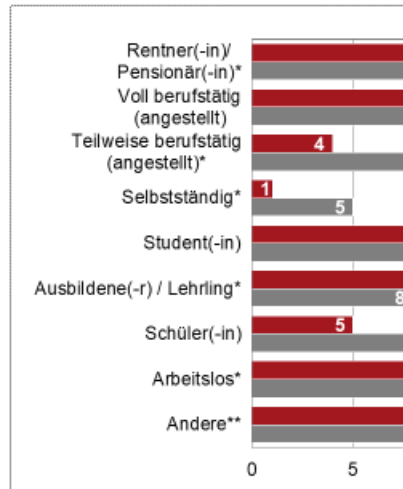


Analysebeispiele (1)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Soziodemografie

Berufstätigkeit (Angaben in %)



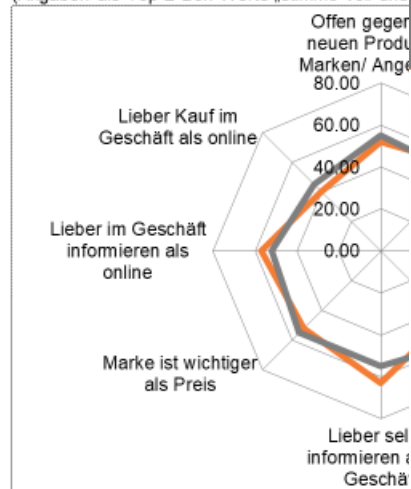
Fragestellung: Ihr Beruf?; **Unentgeltliche Beschäftigung*, Hausfrau



Studie 1

Kundenverhalten

Kundenverhalten der RSV-Kunden 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?

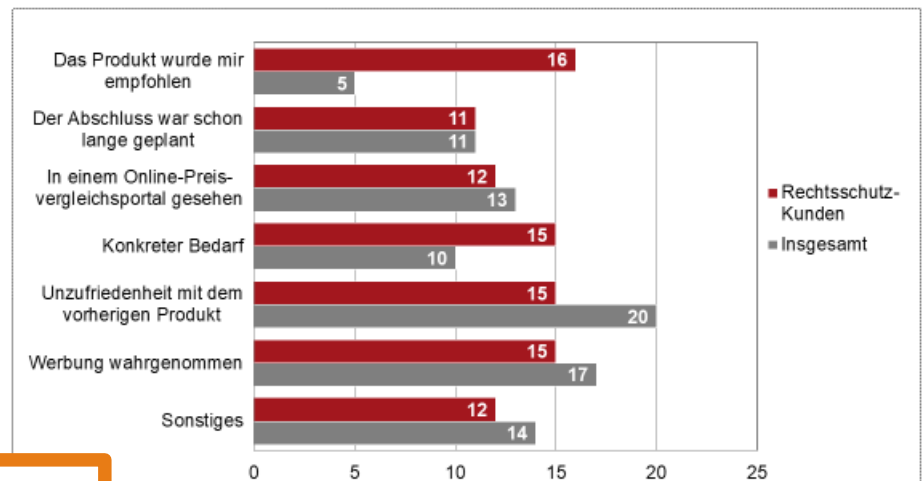


Studie 1

Was war der konkrete Anlass für den letzten Versicherungsabschluss?

Kundenverhalten

Konkreter Anlass des zuletzt erworbenen Versicherungsproduktes (Angaben in %)



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



Studie Versicherungen-Zielgruppe Rechtsschutz 2019

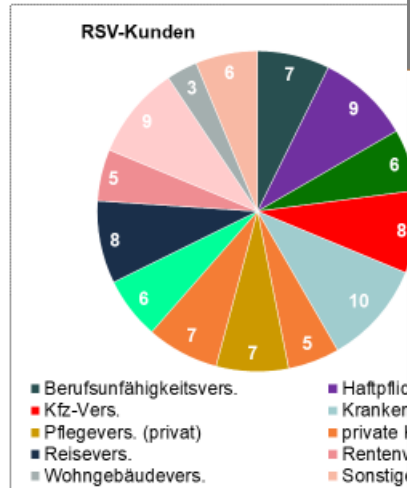
Welche soziodemografischen Merkmale charakterisieren die Zielgruppe?

Analysebeispiele (2)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Produktkategorien

Anteil der Produktkategorien an allen Produktabschlüssen*(Angaben in %)



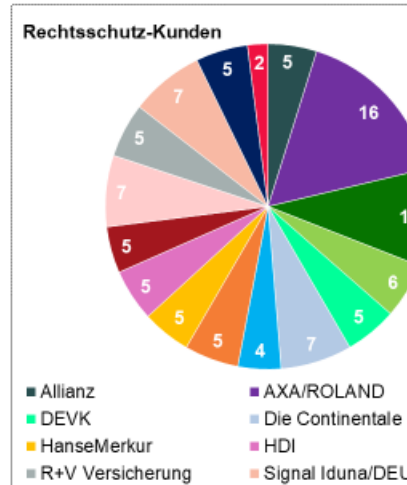
* Basis: letzte 5 Produktabschlüsse.



Studie 1

Versicherungsanbieter

Verteilung der Versicherungsanbieter*(Angaben in %)



* Basis: letzte 5 Produktabschlüsse; **geringe Datenbasis – vorsicht

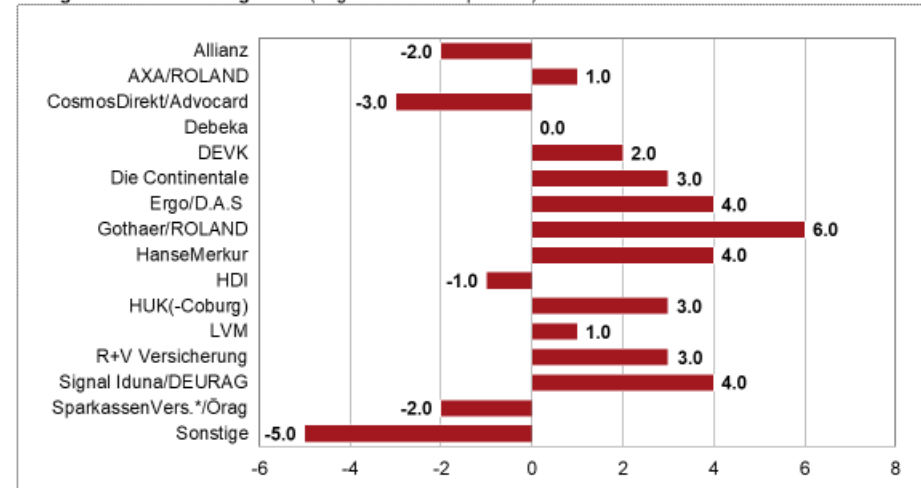


Studie 1

Welche Potenzialausschöpfung gelingt den Anbietern?

Versicherungsanbieter

Abweichungen der Marktanteile* der Versicherungsanbieter – Marktanteil bei Rechtsschutz-Kunden abzüglich Marktanteil insgesamt (Angabe in Prozentpunkten)



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



Studie Versicherungen-Zielgruppe Rechtsschutz 2019

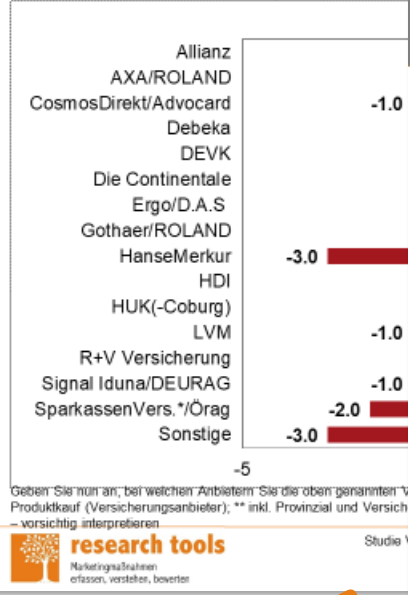
Welche Produktgruppen schließen RSV-Kunden verstärkt ab?

Analysebeispiele (3)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

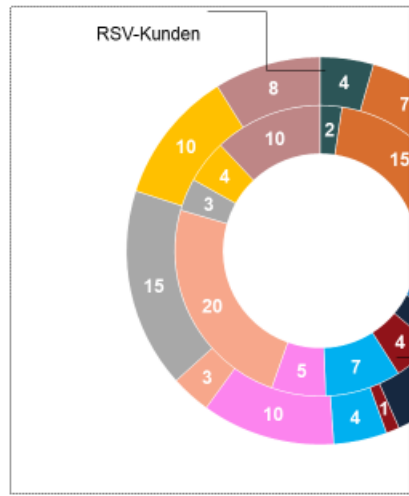
Versicherungsanbieter

Differenz der Marktanteile produktgruppenübergreifend in der Zielgruppe* (geplanter Abschluss abzüglich letzte Abschlüsse, Angaben in Prozentpunkten)



Freizeitverhalten und Mediennutzung

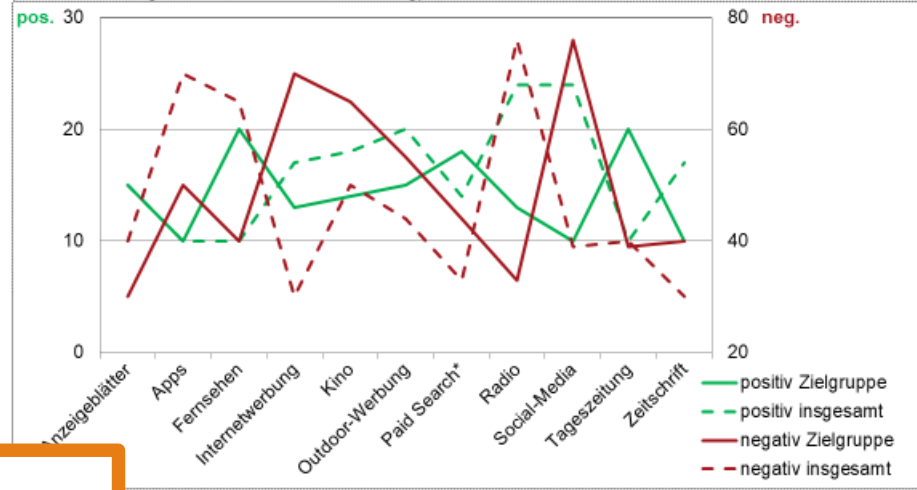
Gattung der zuletzt besuchten Internetseite (Angaben in %)



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)



Welche Anbieter 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 Rechtsschutz 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 Unternehmensprofile Versicherungen 2019
- Reputation Analysis Insurance 2018
- Werbemarktanalyse Gesetzl. Krankenversicherung 2018
- Werbemarktanalyse Lebensversicherung 2018
- Marketing-Mix-Analyse Unfallversicherung 2018
- Werbemarktanalyse Kfz-Versicherung 2018

Seit 2005 forscht research tools marketing- und wettbewerbsorientiert und positioniert sich als Marketingstudien-Spezialist. Seit 2016 sind 25 Studien zur Versicherungsbranche erschienen. In der Studienreihe Zielgruppenstudien sind bisher >60 Studien zu unterschiedlichen Branchen erschienen.

