

+++ 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 Rechtsschutz 2023

erarbeitet von:
research tools, Esslingen am Neckar

Mai 2023



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief Studie Versicherungs-
Zielgruppe Rechtsschutz 2023

Ausgewählte Key Facts:

- Die untersuchte Zielgruppe Rechtsschutz wird repräsentiert von Personen, die aktuell eine Rechtsschutzversicherung besitzen. 32 Prozent der 4.000 online-repräsentativ befragten Verbraucher fallen in diese Kategorie, deren Verhalten im Versicherungsmarkt analysiert wird.
- In der Zielgruppe sind die Altersgruppen ab 45 Jahre vergleichsweise stark vertreten.
- Im Vergleich mit den Versicherungskunden insgesamt haben Rechtsschutzversicherte weniger Bedenken beim Versicherungsabschluss.
- Abgesehen von Rechtsschutzversicherungen nutzt die Zielgruppe verstärkt Hausrat- und Unfallversicherungen. Über alle analysierten Produktgruppen hinweg ist die Zielgruppe überdurchschnittlich gut versichert.
- Unter den geplanten Versicherungsprodukten wird vergleichsweise häufig die private Pflegeversicherung genannt.
- Zwei Versicherer weisen in der Zielgruppe einen besonders hohen Marktanteil auf.
- Weibliche Rechtsschutzversicherten schließen überdurchschnittlich häufig ihre Versicherungen zu Hause ab, männliche hingegen haben erhöhte Anteile bei Onlineabschlüssen.
- Rechtsschutzversicherte besuchen häufiger Internetseiten mit Nachrichten als die Vergleichsgruppe.



Informationen zur Studie

Key Facts der Analysebereiche:

Soziodemografie

32%



Kunden mit Rechtsschutzversicherung
in der Bevölkerung

Produkt



Top-Produkte Frauenanteil

- Kranken-Zusatzversicherung
- Berufsunfähigkeitsversicherung
- Tierversicherung

Kundenverhalten

22%

Abschluss aufgrund einer **Empfehlung**

Versicherer

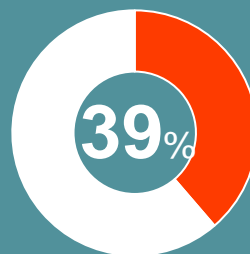
beliebteste Anbieter
(Abschlussabsicht)

Allianz

HUK-Coburg/HUK24

AXA

Teilnahmeorte



der Versicherungs-
abschlüsse erfolgen

online

Freizeit & Medien

die Zielgruppe nutzt
überdurchschnittlich
häufig



Nachrichtenseiten

Informationen zur Studie

Nutzen und Umfang der Studie:

Detaillierte Analyse der **Zielgruppe Rechtsschutz**

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-bevölkerungsrepräsentativ
- Verbraucher in Deutschland
- davon 32 Prozent aus der Zielgruppe Rechtsschutz
- im Mai 2023 erschienen

Preis:

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



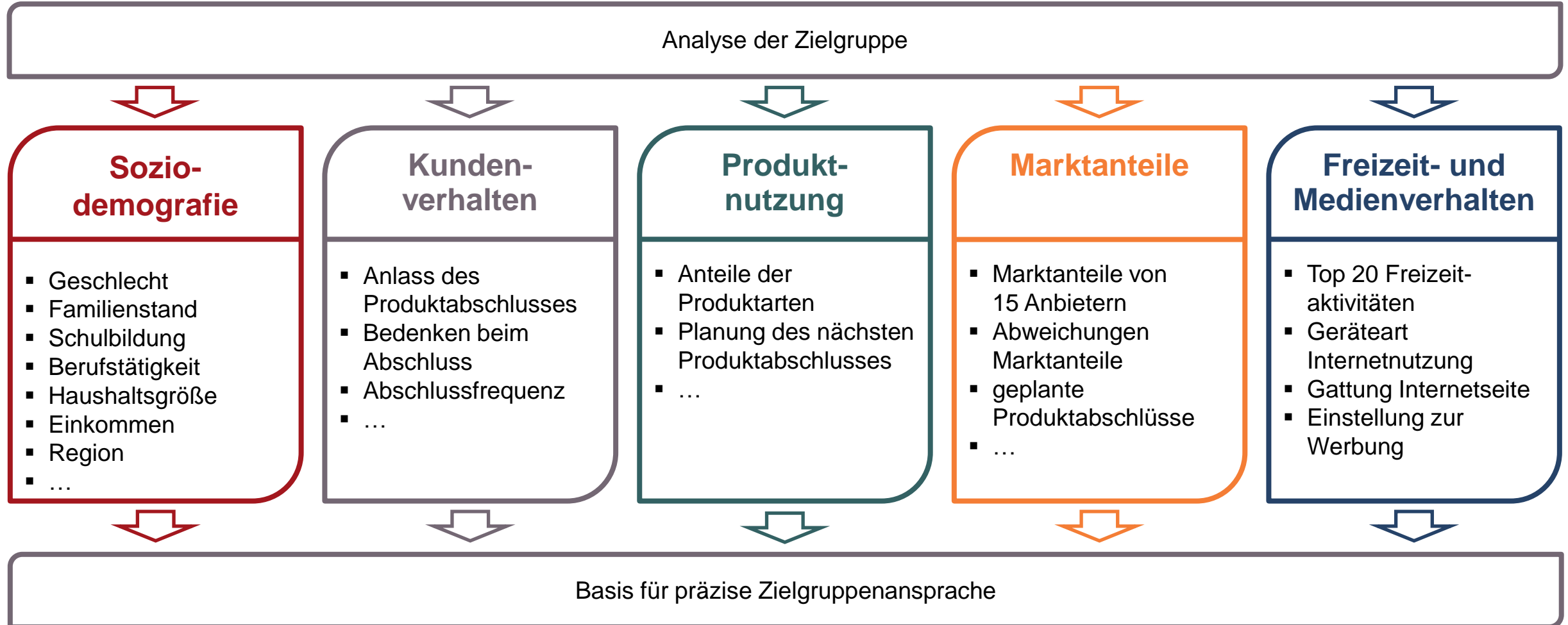
research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief Studie Versicherungs-
Zielgruppe Rechtsschutz 2023

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

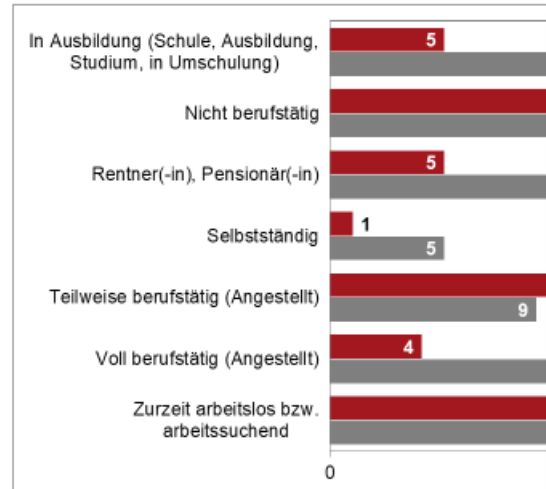


Analysebeispiele (1)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Soziodemografie

Anteil Berufstätigkeit (Angaben in %)



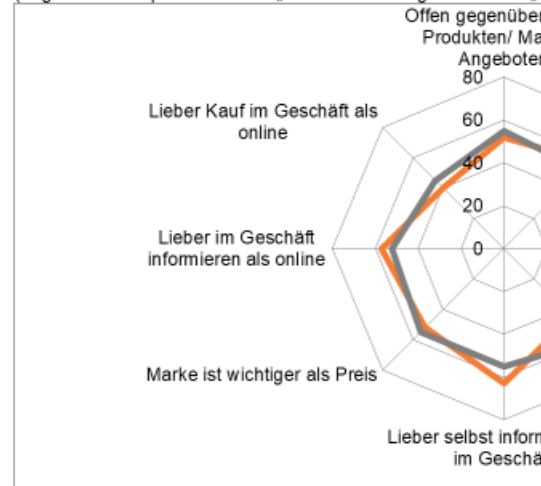
Fragestellung: Ihr Beruf?

research tools
Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

Studie

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?

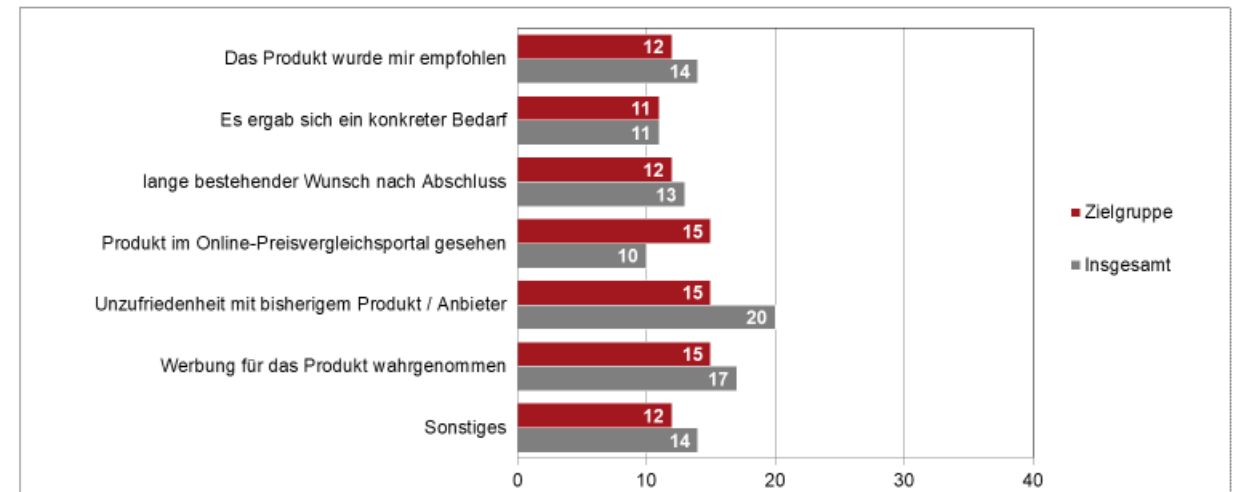
research tools
Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

Studie

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)

research tools
Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

Studie Versicherungs-Zielgruppe Rechtsschutz 2023

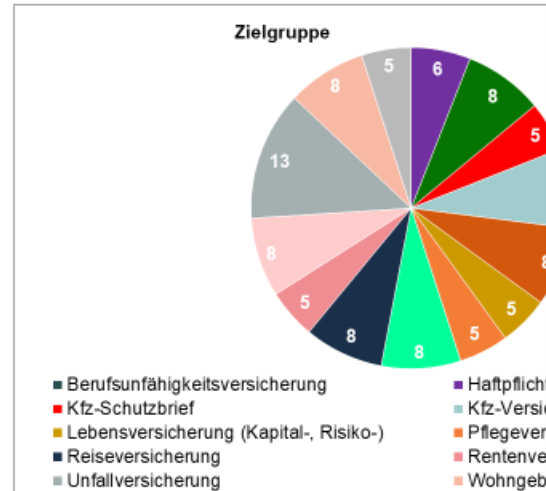
Welche soziodemografischen Merkmale charakterisieren die Zielgruppe?

Analysebeispiele (2)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Produktkategorien

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



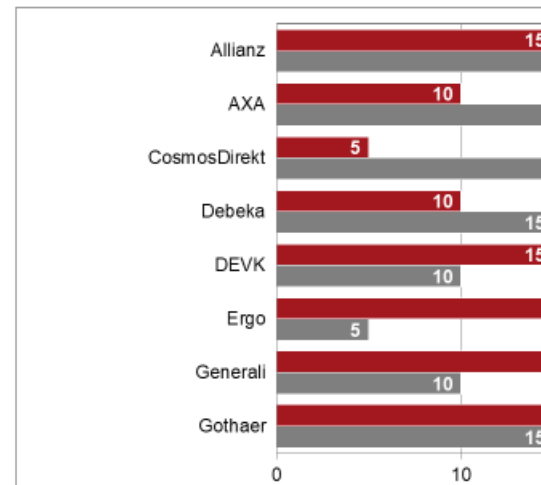
¹ Basis: letzte 5 Produktabschlüsse



Stu
Re

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

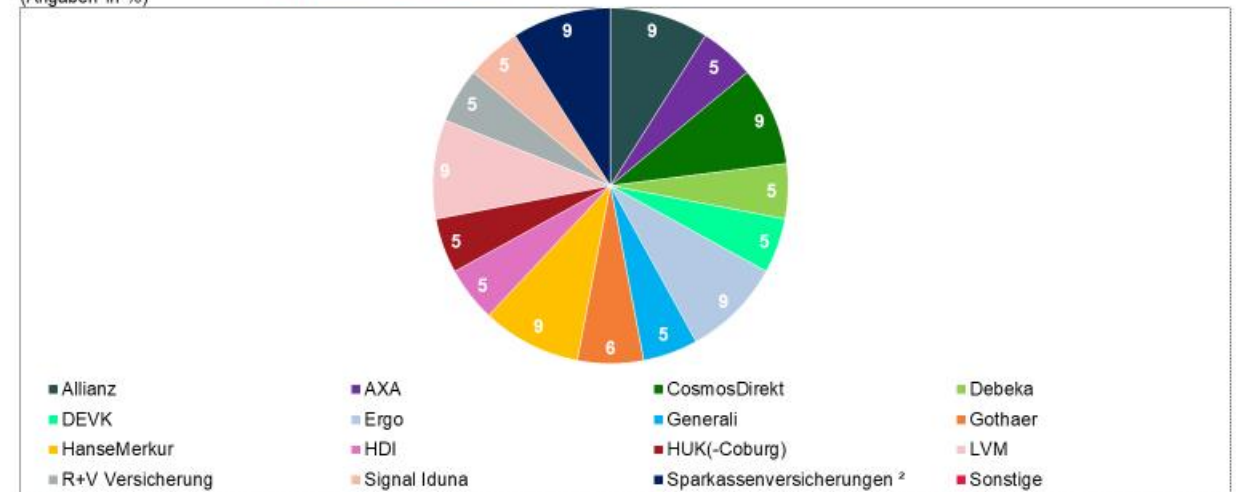


Stu
Re

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 Rechtsschutz 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 %)

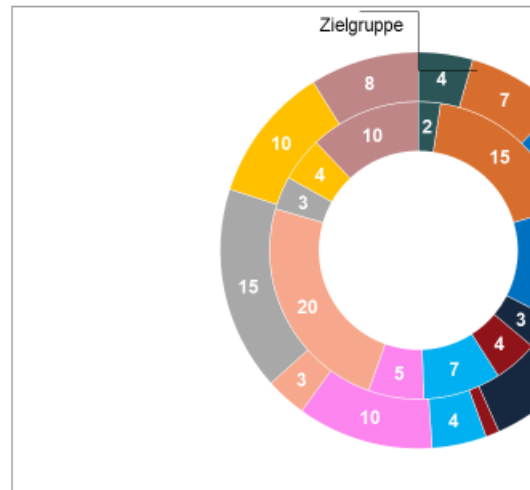


Fragestellung: Geben Sie nun an, wo Sie die oben genannten Versicherungsprodukte erworben haben.



Freizeitverhalten und Mediennutzung

Gattung der zuletzt besuchten Internetseite (Angaben in %)



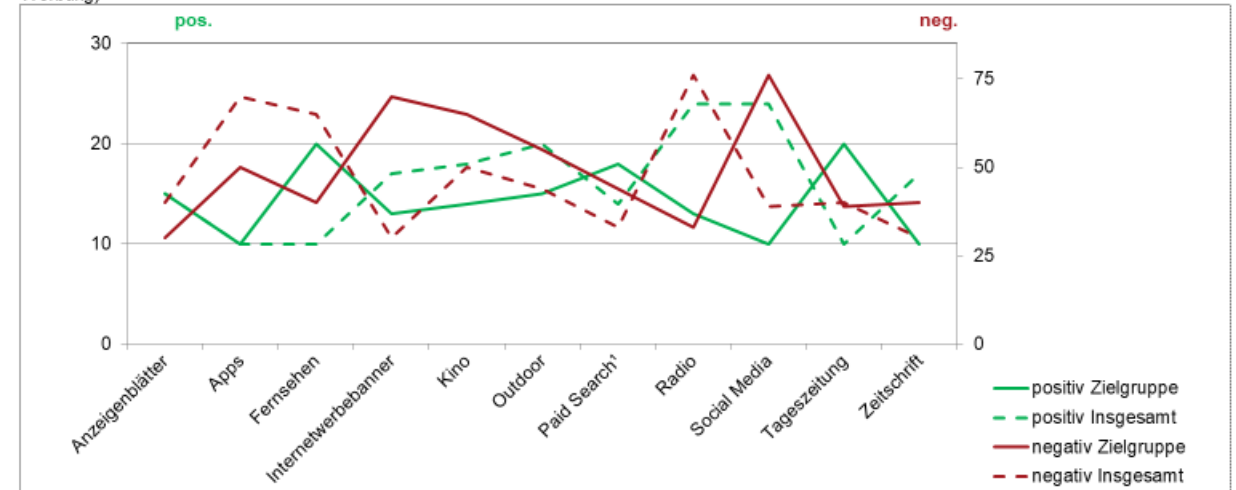
Fragestellung: Welcher Gattung würden Sie die von Ihnen zuletzt besuchte Internetseite zurechnen?



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 Werbeformen. (Mehrfachantworten möglich) 1 Suchmaschinen-Anzeigen



Studie Versicherungs-Zielgruppe Rechtsschutz 2023

Welche Abschlussorte wählt die Zielgruppe verstärkt?

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 Rechtsschutz 2023**.

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 Marketingstudien-Spezialist.

Seit 2016 sind über 70 Studien zur Versicherungsbranche erschienen. In der Studienreihe Zielgruppenstudien sind bisher mehr als 100 Studien zu unterschiedlichen Branchen erschienen.

Zuletzt zur Versicherungsbranche erschienen:

- 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
- Werbemarktanalyse Gesetzliche Krankenversicherung 2022

Versicherungsbranche: seit 2020 mehr als 40 Studien veröffentlicht

