

++ Allianz +++ AXA +++ CosmosDirekt +++ Debeka +++ DEVK +++ Ergo +++ Generali +++ Gothaer +++
HanseMerkur ++ HDI ++ HUK-Coburg ++ LVM +++ R+V Vers. +++ Signal Iduna +++ SparkassenVersicherung

Studiensteckbrief

Studie Versicherungs-Zielgruppe Vergleichsportalkunden 2022

erarbeitet von:
research tools, Esslingen am Neckar

September 2022



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief Studie Versicherungs-
Zielgruppe Vergleichsportalkunden 2022

Informationen zur Studie

Ausgewählte Key Facts:

- Die untersuchte Zielgruppe Vergleichsportalkunden wird repräsentiert von Personen, die ihren letzten Versicherungsproduktabschluss aufgrund einer Sichtung in einem Online-Preisvergleichsportal getätigt haben. 4.000 Verbraucher wurden online-repräsentativ befragt, um das Verhalten der Vergleichsportalkunden im Versicherungsmarkt analysieren zu können.
- Die Zielgruppe ist etwas jünger als die Vergleichsgruppe der Versicherungskunden insgesamt, zudem ist das Bildungsniveau höher.
- Vergleichsportalkunden haben mehr Bedenken beim Versicherungsproduktabschluss als die Gesamtheit der Versicherungskunden.
- Unter den Produktabschlüssen finden sich in der Zielgruppe überdurchschnittlich viele der Produktkategorie Kfz-Versicherungen.
- Zwei Versicherer weisen in der Zielgruppe deutlich höhere Marktanteile aus als in der Vergleichsgruppe.
- Die Zielgruppe ist erwartungsgemäß erheblich onlineaffiner als die Vergleichsgruppe. Die Geschäftsstelle der Versicherung wird von der Zielgruppe für einen Produktabschluss im Vergleich seltener aufgesucht.
- Die Gruppe der Vergleichsportalkunden reagiert überdurchschnittlich positiv auf vielfältige Werbemaßnahmen.

Informationen zur Studie

Key Facts der Analysebereiche:



Informationen zur Studie

Nutzen und Umfang der Studie:

Detaillierte Analyse der **Zielgruppe Vergleichsportalkunden**

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

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

alle Information auf **72 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:

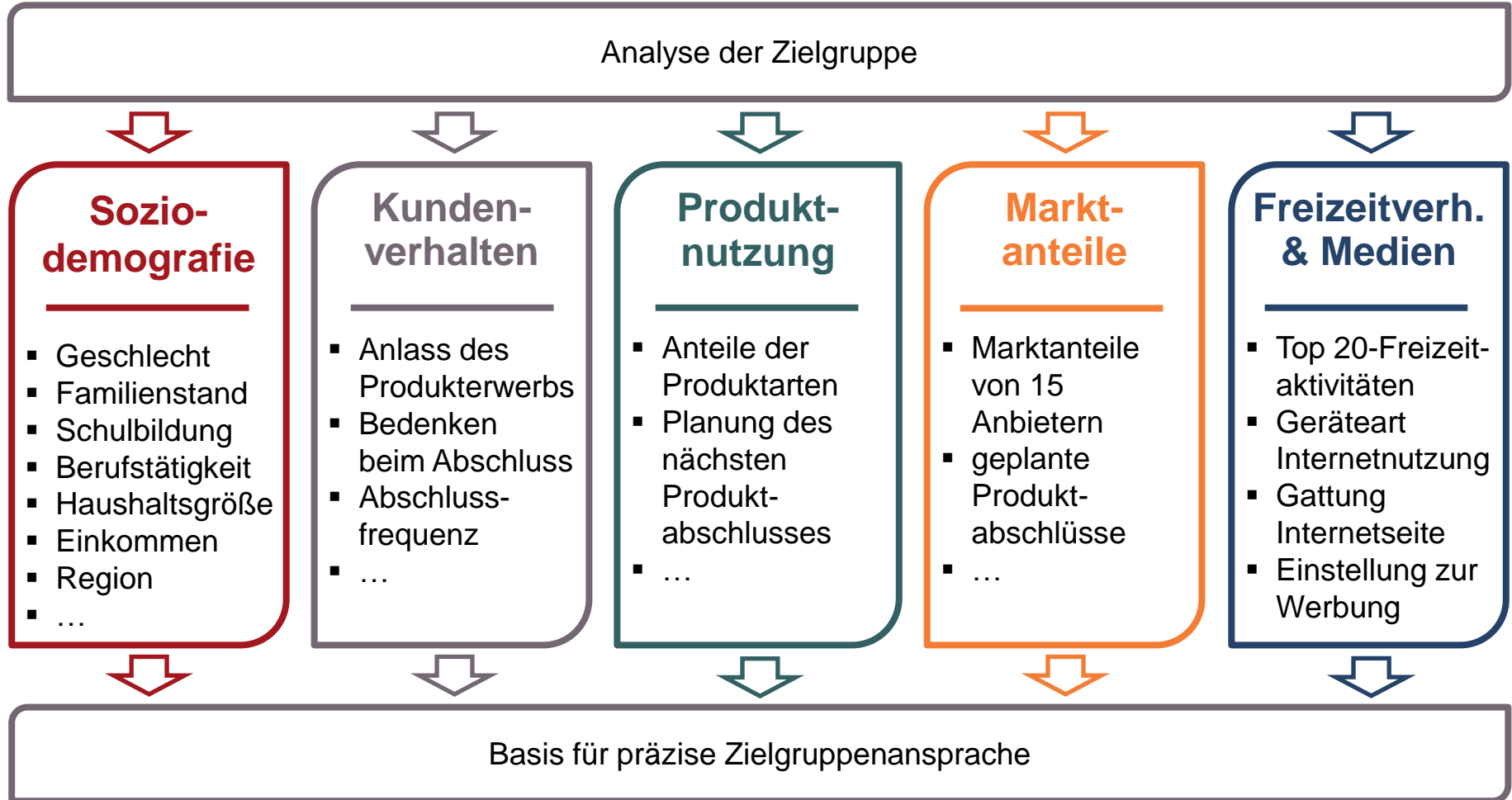
- 4.000 Interviews
- online-bevölkerungsrepräsentativ
- Verbraucher in Deutschland
- Vergleich von Zielgruppe und Versicherungskunden insgesamt
- im September 2022 erschienen

Preis:

- die 72 Seiten umfassende Studie kostet **1.500 EUR** zuzüglich MwSt.

Informationen zur Studie

Konzeption:



Inhaltsverzeichnis

➤	Management Summary	3
➤	Forschungsdesign	10
➤	Soziodemografie Vergleich der Zielgruppe mit der Vergleichsgruppe in den soziodemografischen Merkmalen Geschlecht, Altersstruktur, Familienstand, Schulbildung, Berufstätigkeit, Haushaltsgröße, Anteile der Kinder unter 18, Haushalts-Bruttoeinkommen, Region	14
➤	Kundenverhalten Bewertung der Statements, Anlass der zuletzt abgeschlossenen Versicherung, Bedenken beim Abschluss, treue Kunden und Brandhopper, Abschlussart des zuletzt erworbenen Versicherungs- produktes, Frequenz der Abschlüsse	25
➤	Produktkategorien Aktuell genutzte Produktkategorien, letzte fünf erworbene Produktkategorien, voraussichtlich nächster Produktwerb, Differenz der Marktanteile	32
➤	Anbieter Verteilung der Anbieter, Marktanteile der Anbieter, Abweichungen Marktanteile, Erwerbsplan Marktanteile, Differenz der Marktanteile, Anbieter der Krankenversicherung	39
➤	Abschlussorte Verteilung der Abschlussorte, Marktanteile der Abschlussorte, Abweichungen Marktanteile, Erwerbsplan Marktanteile, Differenz der Marktanteile	49
➤	Freizeitverhalten und Mediennutzung Top 10 Medien, Top 20 Freizeitaktivitäten, Geräteart der letzten Internetnutzung, Gattung der Internetseite, Einstellung zur Werbung nach Mediengattungen	57
➤	Kontakt	71

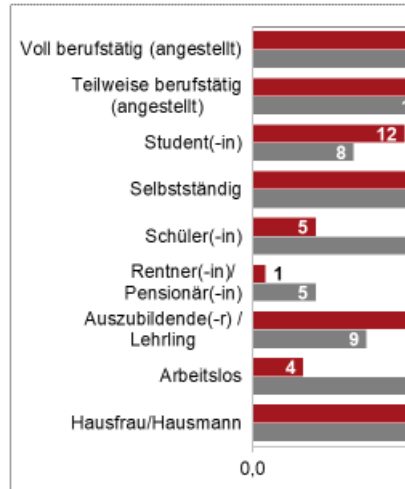


Analysebeispiele (1)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Soziodemografie

Anteil Berufstätigkeit (Angaben in %)

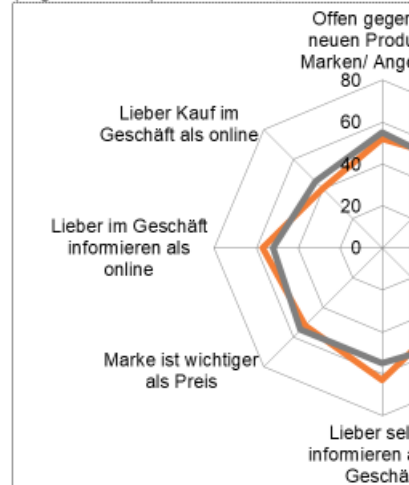


Fragestellung: Ihr Beruf?



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 %)



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



Studie Versicherungs-Zielgruppe Vergleichsportalkunden 2022

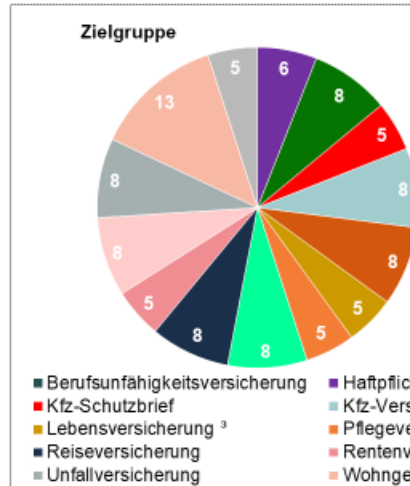
Welche soziodemografischen Merkmale charakterisieren die Zielgruppe?

Analysebeispiele (2)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Produktkategorien

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



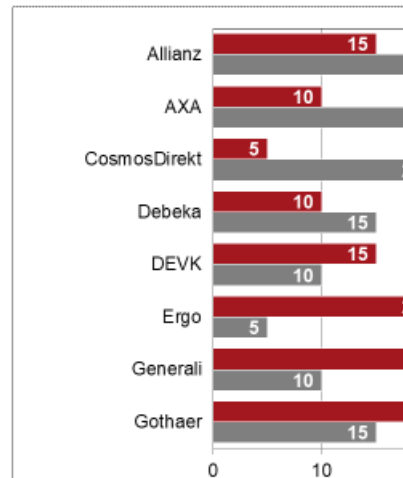
1 Basis: letzte 5 Produktabschlüsse 2 ohne PKW 3 Kapital-, Risiko-



Studie Vergleich

Anbieter

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



Fragestellung: Geben Sie nun an, von welchem Anbieter Sie die obere Produktabschlüsse (Anbieter); Lesebeispiel: 10% der ZG nutzen bei

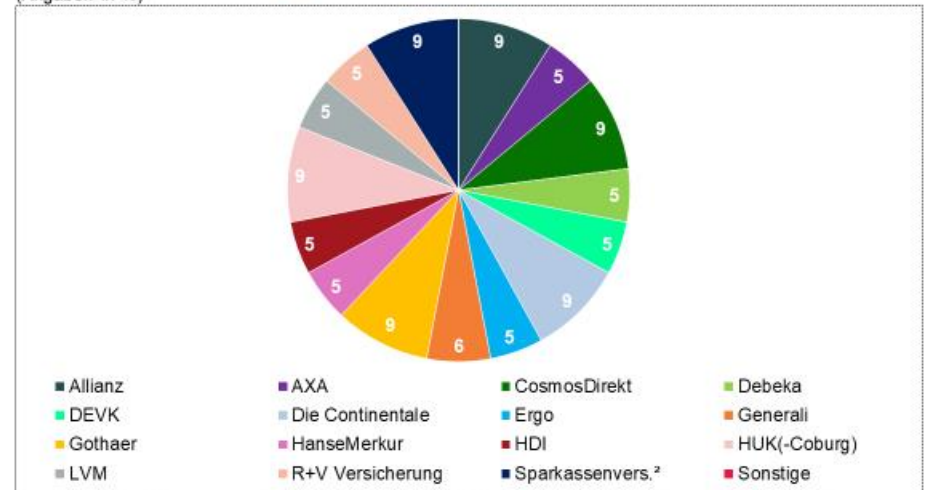


Studie Vergleich

Welche Versicherer werden zukünftig gewählt?

Anbieter

Marktanteile der Anbieter bei **geplantem Produkterwerb** 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 Vergleichsportalkunden 2022

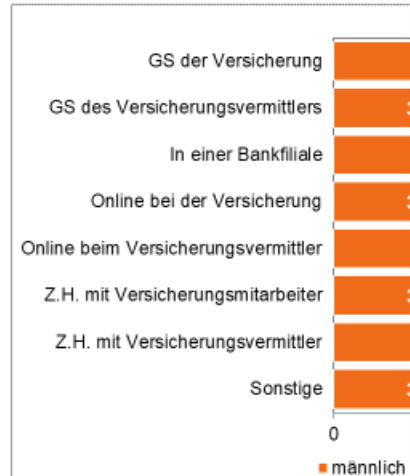
Welche Produktgruppen erwirbt die Zielgruppe verstärkt?

Analysebeispiele (3)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Abschlussorte

Anteile der Geschlechter nach Abschlussorten in der Zielgruppe¹ (Angaben in %)

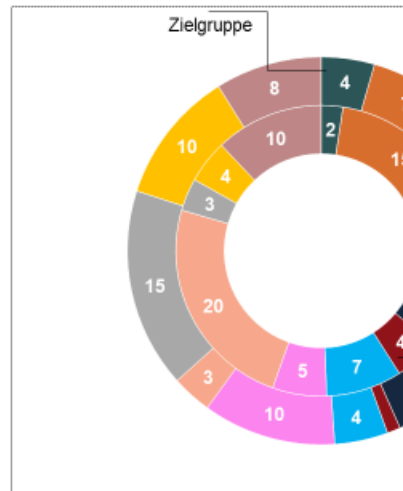


Fragestellung: Geben Sie nun an, wo Sie die oben genannten Versik (Abschlussorte), Z.H. = zu Hause; GS = Geschäftsstelle



Freizeitverhalten und Mediennutzung

Gattung der zuletzt besuchten Internetseite (Angaben in %)



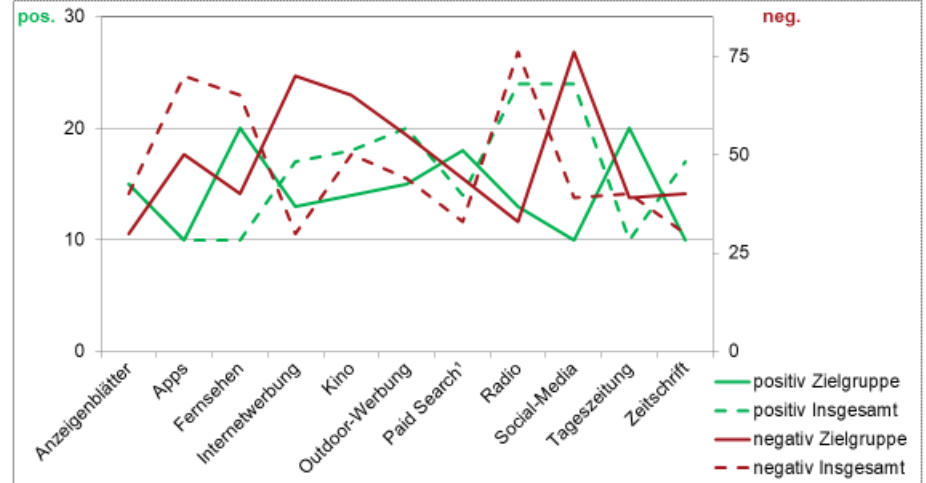
Fragestellung: Welcher Gattung würden Sie die von Ihnen zuletzt be



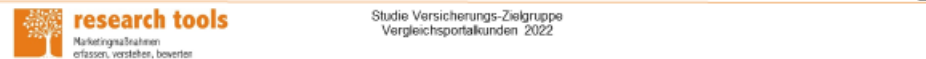
Über welche Medien kann ich die Zielgruppe erreichen?

Freizeitverhalten und Mediennutzung

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



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



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 Vergleichsportalkunden 2022.

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:

- Marketing-Mix-Analyse Hausratversicherung 2022
- Werbemarktanalyse Versicherungen 2022
- Studie eVisibility Versicherungen 2022
- Marketing-Mix-Analyse Berufsunfähigkeitsversich. 2022
- Stud. Social Media Ad Perception Versicherungen 2022
- Stud. Social Media-Performance Krankenkassen 2022

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.

