

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

Studiensteckbrief

Studie Versicherungs-Zielgruppe Vergleichsportalkunden 2025

erarbeitet von:
research tools, Esslingen am Neckar

September 2025



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief Studie Versicherungs-
Zielgruppe Vergleichsportalkunden 2025

Informationen zur Studie

Nutzwert der Studie:



Worin unterscheidet sich die Zielgruppe in **soziodemografischer Hinsicht** von der Gesamtheit der Versicherungskunden?



Welche **Motivatoren** sind für Vergleichsportalkunden beim Produktabschluss besonders relevant?



Zu welchen **Versicherungsprodukten** besteht in der Zielgruppe eine Affinität?



Welche **Anbieter** sind in der Zielgruppe überdurchschnittlich beliebt?



Worüber schließen Vergleichsportalkunden ihre Versicherungsprodukte ab?



Über welche **Medien** erreiche ich die Zielgruppe besonders gut?

Informationen zur Studie

Key Facts der Analysebereiche:

Soziodemografie

17%



Vergleichsportalkunden
in der Bevölkerung

Produkt



Top-Produkte Frauenanteil

- Tierversicherung
- Gesetzliche Krankenversicherung
- Hausratversicherung

Kundenverhalten

15%

Abschluss aufgrund einer
Empfehlung

Versicherer

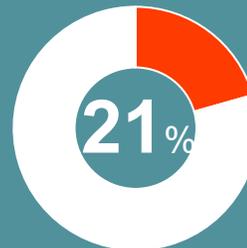
beliebteste Anbieter
(Abschlussabsicht)

Sparkassenvers.

HUK(-Coburg)

Allianz

Teilnahmeorte



der Versicherungs-
abschlüsse erfolgen

via
Handy/Tablet

Freizeit & Medien

die Zielgruppe nutzt
überdurchschnittlich
häufig

**Preisvergleichs-
seiten**



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief Studie Versicherungs-
Zielgruppe Vergleichsportalkunden 2025

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 Anbietern**

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:

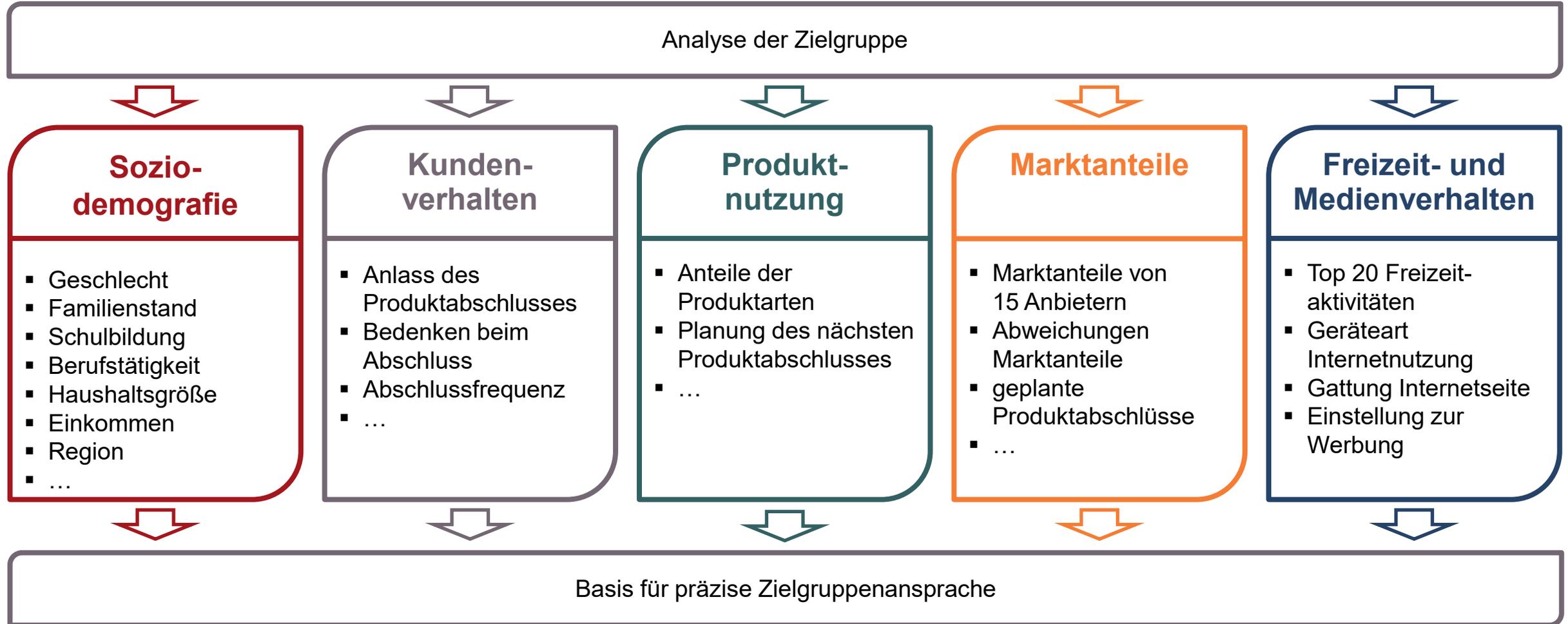
- 4.000 Interviews (auf zwei Jahre verteilt)
- online-bevölkerungsrepräsentativ
- Verbraucher in Deutschland
- davon 17 Prozent aus der Zielgruppe Vergleichsportalkunden
- Im September 2025 erschienen

Preis:

- die 72 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, Wohnsituation	
➤ Kundenverhalten	24
Branchenübergreifendes Kundenverhalten, Anlass der zuletzt abgeschlossenen Versicherung, Bedenken beim Abschluss, Abschlussart des zuletzt erworbenen Versicherungsproduktes, Frequenz der Abschlüsse, Abschlussart nach Produktkategorie, Anzahl Anbieter nach Produktkategorie	
➤ Produktkategorien	32
Aktuell genutzte Produktkategorien, letzte zwei abgeschlossene Produkte, voraussichtlich nächster Produktabschluss, Differenz der Marktanteile, Anzahl der Produkte	
➤ Anbieter	40
Verteilung der Anbieter, Marktanteile der Anbieter, Abweichungen Marktanteile, Abschlussplan Marktanteile, Differenz der Marktanteile, Anbieter der Krankenversicherung	
➤ Abschlussorte	50
Verteilung der Abschlussorte, Marktanteile der Abschlussorte, Abweichungen Marktanteile, Abschlussorte nach Geschlecht	
➤ Freizeitverhalten und Mediennutzung	56
Top 10 Medien, Top 20 Freizeitaktivitäten, Geräteart der letzten Internetnutzung, Gattung der Internetseite, Einstellung zur Werbung nach Mediengattungen, letzter Kontakt zum Anbieter	
➤ Kontakt	71

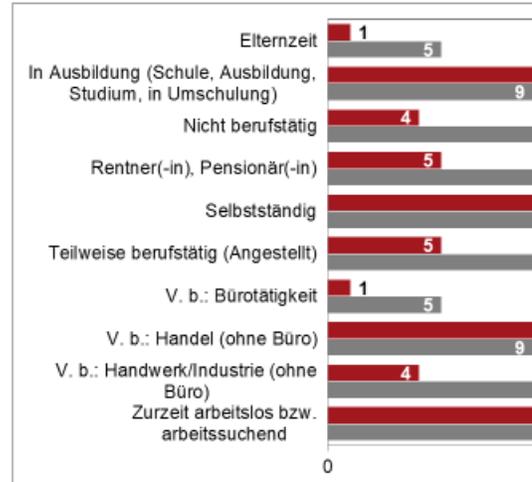


Analysebeispiele (1)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Soziodemografie

Anteil Berufstätigkeit (Angaben in %)



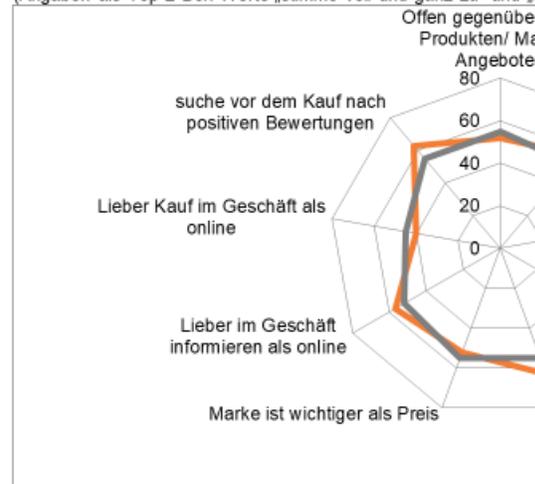
Fragestellung: Ihr Beruf?



Stux Vi

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?

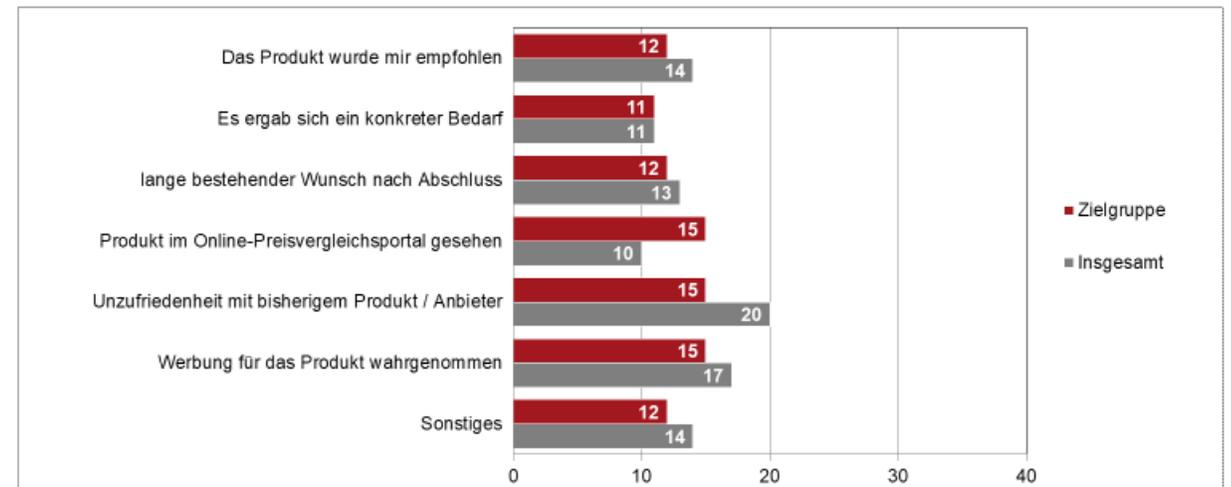


Stux Vi

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 Vergleichsportalkunden 2025

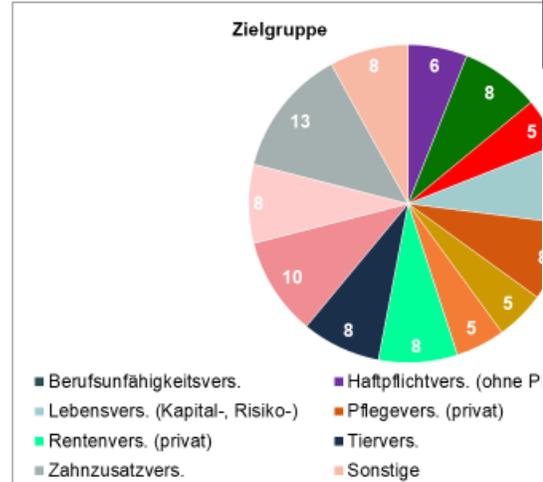
Welche soziodemografischen Merkmale charakterisieren die Zielgruppe?

Analysebeispiele (2)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

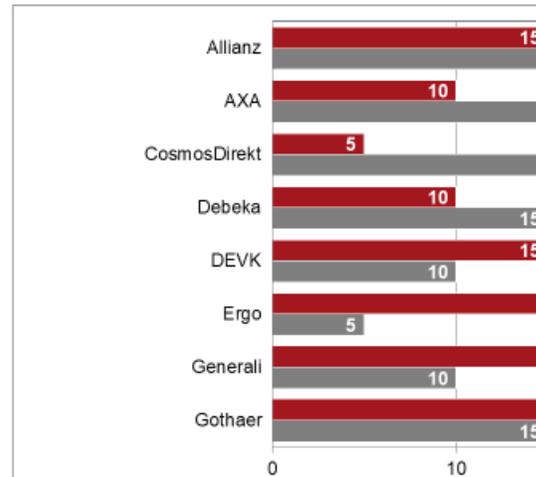
Produktkategorien

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



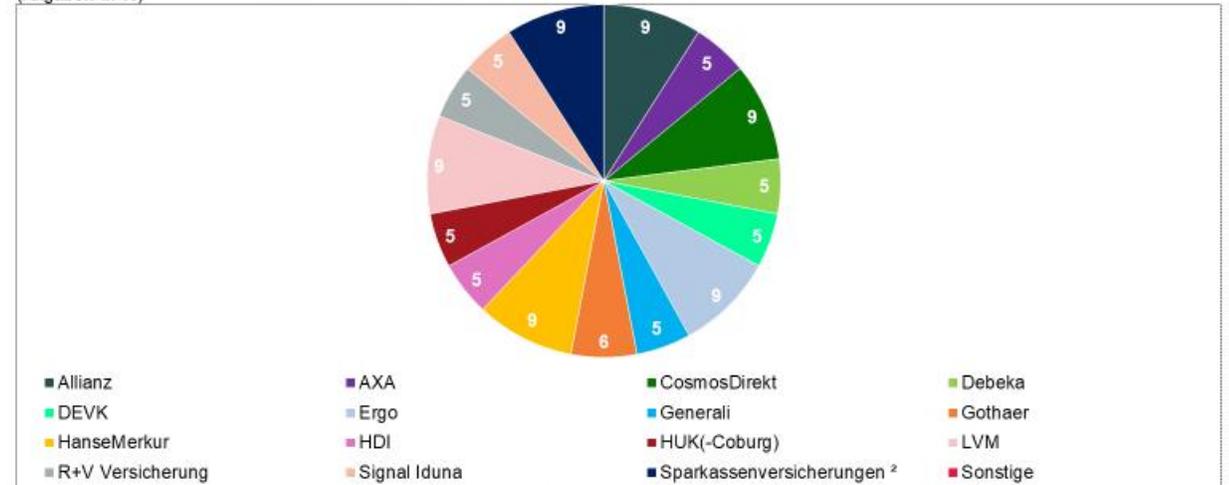
Anbieter

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



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

Welche Anbieter werden zukünftig gewählt?

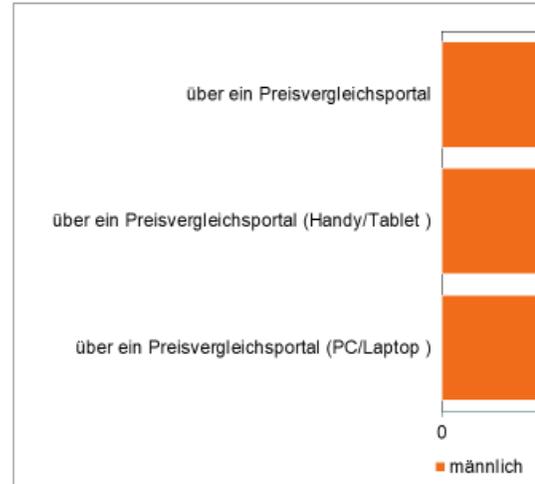
Welche Produktgruppen erwirbt die Zielgruppe verstärkt?

Analysebeispiele (3)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Abschlussorte

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

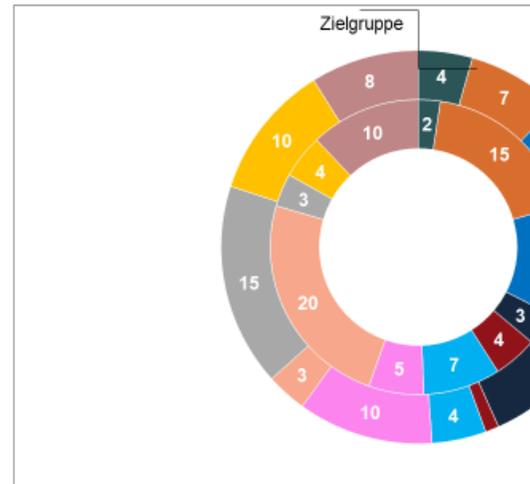


Fragestellung: Geben Sie nun an, wo Sie die oben genannten Versicherungsprodukte erworben haben



Freizeitverhalten und Mediennutzung

Gattung der zuletzt besuchten Internetseite (Angaben in %)



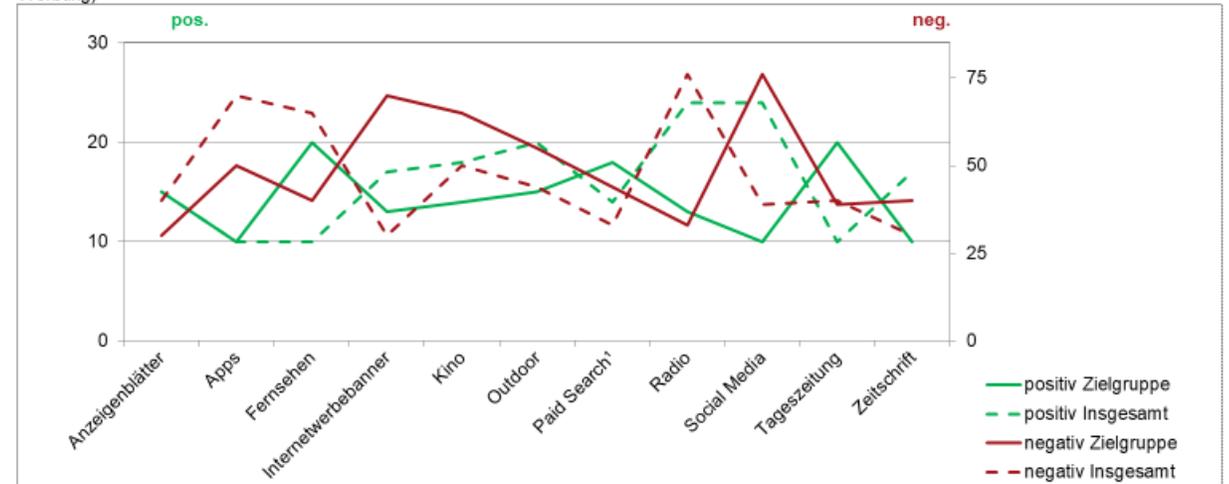
Fragestellung: Welcher Gattung würden Sie die von Ihnen zuletzt besuchte Internetseite zuordnen



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 Vergleichsportalkunden 2025

Welche Abschlussorte präferieren Frauen aus 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 1.500 EUR zzgl. MwSt. die
Studie Versicherungs-Zielgruppe Vergleichsportalkunden 2025.

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.

Seit 2020 sind über 70 Studien zur Versicherungsbranche erschienen. In der Studienreihe Zielgruppenstudien sind bisher mehr als 150 Studien zu unterschiedlichen Branchen erschienen.

Zuletzt zur Versicherungsbranche erschienen :

- Werbemarktanalyse Direktversicherungen 2025
- Studie Social Media Ad Perception Versicherungen 2025
- Studie eVisibility Versicherungen 2025
- Studie eVisibility Krankenkassen 2025
- Studie Unternehmensprofile Versicherungen 2025
- Werbemarktanalyse Rechtsschutzversicherung 2025

Versicherungsbranche: seit 2020 mehr als 70 Studien veröffentlicht

