Versicherungs-Zielgruppe Brandhopper

Am 9. Oktober 2019 | Von Roland | In Brandhopper

Brandhopper sind Personen mit geringer Markenbindung. Innerhalb der letzten fünf Versicherungsabschlüsse haben sie bei drei oder mehr Versicherern Produkte abgeschlossen. 82 Prozent der Brandhopper sind unter 45 Jahre. In der Vergleichsgruppe der online-befragten Gesamtbevölkerung liegt der Anteil in dieser Altersgruppe hingegen nur bei 59 Prozent. Über ein Drittel der Zielgruppe hat das zuletzt abgeschlossene Versicherungsprodukt aufgrund der Sichtung in einem Online-Vergleichsportal oder wahrgenommener Werbung abgeschlossen. Dies sind 13 Prozentpunkte mehr als in der Vergleichsgruppe der Gesamtbevölkerung.

Absolut gesehen punkten AXA und Ergo in der Zielgruppe mit den höchsten Marktanteilen. Vergleicht man die Marktanteile der Zielgruppe mit der Gesamtbevölkerung zeigen sich für andere Versicherer Vorteile. Gothaer und HanseMerkur verzeichnen in der Zielgruppe merklich höhere Marktanteile als in der Gesamtbevölkerung.

Über die Studie:

Die „Studie Versicherungs-Zielgruppe Brandhopper 2019" von *research tools* gibt auf 74 Seiten Einblick in das Verhalten der Zielgruppe. 14 Prozent der 2.000 online-repräsentativ befragten Verbraucher fallen in die Nutzergruppe, deren Verhalten bei den letzten bis zu fünf Versicherungsproduktabschlüssen untersucht wurde. Auf Basis der Interviews werden Soziodemografie, Produktkategorie, Versicherungsanbieter, Kundenverhalten, Freizeit- und Medienverhalten analysiert.

Weitere Informationen:

> **Studie Versicherungs-Zielgruppe Brandhopper 2019**

https://www.youtube.com/watch?v=BkDxMerwiG4

Über research tools:

Die Marktforschungsberatungsgesellschaft research tools mit Sitz in Esslingen am Neckar bei Stuttgart bietet umsetzungsstarke, marketingorientierte Marktforschung. Ein Fokus liegt auf der Analyse unternehmerischer Marketingmaßnahmen.

Print PDF Email Chat