



# research tools

Marketingmaßnahmen  
erfassen, verstehen, bewerten

## Pressemitteilung

### Krankenzusatzversicherte: Bedarf an privater Pflege- und Berufsunfähigkeitsversicherung ungebrochen



**Esslingen am Neckar, 15. September 2014 – Krankenzusatzversicherte besitzen deutlich mehr Versicherungen als die Gesamtbevölkerung. Besonders häufig sind die Produkte private Pflege, private Rente, Gebäude, Berufsunfähigkeit und Rechtsschutz vorhanden. Laut der „Studie Versicherungs-Zielgruppe Krankenzusatzversicherte 2014“ decken zehn Versicherungen drei Viertel des Marktes der Zielgruppe ab.**

Rund elf Prozent der deutschen Gesamtbevölkerung haben eine Krankenzusatzversicherung für bessere Unterbringung, Privatbehandlung im Krankenhaus und für ambulante privatärztliche Behandlung. Das entspricht rund 7,6 Millionen Menschen. 52 Prozent der Zielgruppe sind männlich und die Altersklassen ab 40 Jahre sind im Vergleich mit der Gesamtbevölkerung etwas stärker vertreten. Mehr als ein Viertel der Zielgruppe sind Akademiker. Der Konsumspielraum liegt deutlich über dem der Gesamtbevölkerung. In Süddeutschland sind die Anteile privat Krankenversicherter am höchsten.

Privat Krankenversicherte erweisen sich als überaus spar- und versicherungsaffin. In Geldanlagemöglichkeiten und der Sparneigung liegen die Anteile der Zielgruppe deutlich über denen der Gesamtbevölkerung. Überdies hat die Zielgruppe ein vergleichsweise starkes Bedürfnis nach Risikoabsicherung durch Versicherungen. Annähernd zwei Drittel der Zielgruppe fühlen sich bereits für das Alter ausreichend abgesichert. Ein Drittel zeigt noch starken Bedarf nach Produktinformationen über Altersvorsorgeprodukte.

Krankenzusatzversicherte besitzen deutlich mehr Versicherungen als die Gesamtbevölkerung. Besonders die Produkte private Pflege, private Rente, Gebäude, Berufsunfähigkeit und Rechtsschutz wurden in der Zielgruppe bereits etwa zwei- bis dreimal so häufig abgeschlossen. Bei den Zusatzversicherungen ist neben der stationären und der ambulanten Zusatzversicherung vor allem das Produkt Krankentagegeld von großer Bedeutung. Die private Pflegeversicherung hat den höchsten Frauenanteil in der Zielgruppe und der Kfz-Schutzbrief und die Gebäudeversicherung den höchsten männlichen Anteil. Weitere Abschlüsse sind vor allem für die private Pflege und die Berufsunfähigkeit geplant.

Die Zielgruppe besitzt vermehrt Policen von größeren Versicherern. Zehn Versicherungen decken hier drei Viertel des Marktes ab. Hingegen liegt der Vergleichswert der Gesamtbevölkerung bei 58 Prozent. DKV und HUK-Coburg schöpfen ihr Potenzial in der Zielgruppe überproportional gut aus. Ergo Direkt und HUK-Coburg haben den höchsten Anteil an Männern und Signal Iduna den höchsten weiblichen Anteil in der Zielgruppe.

Die Tageszeitung ist neben dem Fernseher das beliebteste Medium. Tageszeitungen und in geringerem Maße auch Zeitschriften sind in der Zielgruppe beliebter als in der Gesamtbevölkerung. Werbung wird in diesen beiden Medien als glaubwürdig, nützlich und informativ empfunden.



# research tools

Marketingmaßnahmen  
erfassen, verstehen, bewerten

## **Über die Studie:**

Die „Studie Versicherungs-Zielgruppe Krankenzusatzversicherte 2014“ von *research tools* gibt auf 80 Seiten Einblick in das Versicherungsverhalten der Zielgruppe. Basis sind rund 3.300 Interviews mit bevölkerungsrepräsentativ ausgewählten Personen, die eine Krankenzusatzversicherung für bessere Unterbringung, Privatbehandlung im Krankenhaus und für ambulante privatärztliche Behandlung abgeschlossen haben. Neben Anteile der Versicherungsgesellschaften und Nutzung der Versicherungsprodukte werden Kundenverhalten, Freizeit- und Medienverhalten und Soziodemografie der Zielgruppe analysiert und mit der Gesamtbevölkerung verglichen.

## **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.

Weitere Informationen: [www.research-tools.net](http://www.research-tools.net)

## **Pressekontakt:**

Uwe Matzner  
research tools  
Kesselwasen 10  
73728 Esslingen am Neckar  
Tel. +49 (0)711 - 55090381  
Fax +49 (0)711 - 55090384  
[uwe.matzner@research-tools.net](mailto:uwe.matzner@research-tools.net)