

Beispielhafte Ergebnisauszüge – Januar 2024 – Nordlight research GmbH & CEDIO GmbH

CEDIO
ANALYSE. PREDICT. DECIDE.

NORDLIGHT
research

Zukunftspotenziale für die Versicherungsbranche –

Kunden zwischen Abwarten und Neuausrichtung im
sich verändernden Markt – Oktober 2023

Auszug & Angebot zur Studienbestellung



Überblick

Diese Studie analysiert die **aktuelle Gesamtsituation** der Verbraucher, das Verhalten im Vorfeld eines Versicherungsabschlusses (**Informationskanäle, Abschlusswege**), die **derzeitige und geplante Ausstattung** mit Versicherungs- und Vorsorgeprodukten sowie das **Konsumverhalten** und Strategien bei weniger bzw. mehr verfügbarem Geld und **schaft** damit **Orientierung** in dem sich aufgrund der Kaufkraft **verändernden Marktumfeld**.

- › **Online-basierte Umfrage im Panel** mit quotiertem Sample und gewichteter Analyse, mobilfähige Befragung
- › **Fallzahl: n=1.010 Befragte** nach Qualitätsprüfung der Interviews
- › **rund 15 Minuten Befragungsdauer**

- › Die Studie ist mit **PowerPoint** aufbereitet und hat eine hohe Leserfreundlichkeit.
- › **Interpretation der Ergebnisse:** Kurz und knapp, damit beim raschen Lesen klar wird, was die Kernergebnisse sind.
- › **Management Summary:** Diese hebt die bedeutendsten Ergebnisse in der Kurzfassung hervor.
- › **Umfang:** rund 70 inhaltliche Seiten mit Ergebnissen im **PDF-Format** (druckbar und kopierbar).
- › Optional: **Tabellenband** im Microsoft-Excel-Format zur weiteren Detailanalyse.



Inhalte

Sie finden Antworten auf diese und weitere Fragen...

- › Wie bewerten Verbraucher ihre **aktuelle Situation** – sowohl in **persönlicher** als auch in **finanzieller** Hinsicht?
- › Wie stark **interessieren** sich Verbraucher in ihrer Freizeit für die Themen **Finanzen & Geldanlage** sowie **Versicherungen & Vorsorge**?
- › Welche Quellen nutzen Verbraucher zur **Informationsbeschaffung**, welchen wird **vertraut** und was sind die bevorzugten **Abschlusskanäle für Versicherungen**?
- › Welche **Versicherungsprodukte** besitzen die Verbraucher, wo sind **Änderungen** geplant und wo liegt Potenzial für **Neuabschlüsse**?

- › Wie beschreiben Verbraucher ihr **aktuelles Konsumverhalten**?
- › Wie bewerten und handhaben Verbraucher das Thema **Altersvorsorge**?
- › Welche **Strategien** werden entwickelt in Szenarien mit **mehr bzw. weniger** verfügbarem **Geld**? Welche **Chancen** und **Risiken** ergeben sich daraus für **Versicherungen**?
- › Welche **soziodemografischen** und **psychografischen** Unterschiede können bei diesen Themen identifiziert werden?

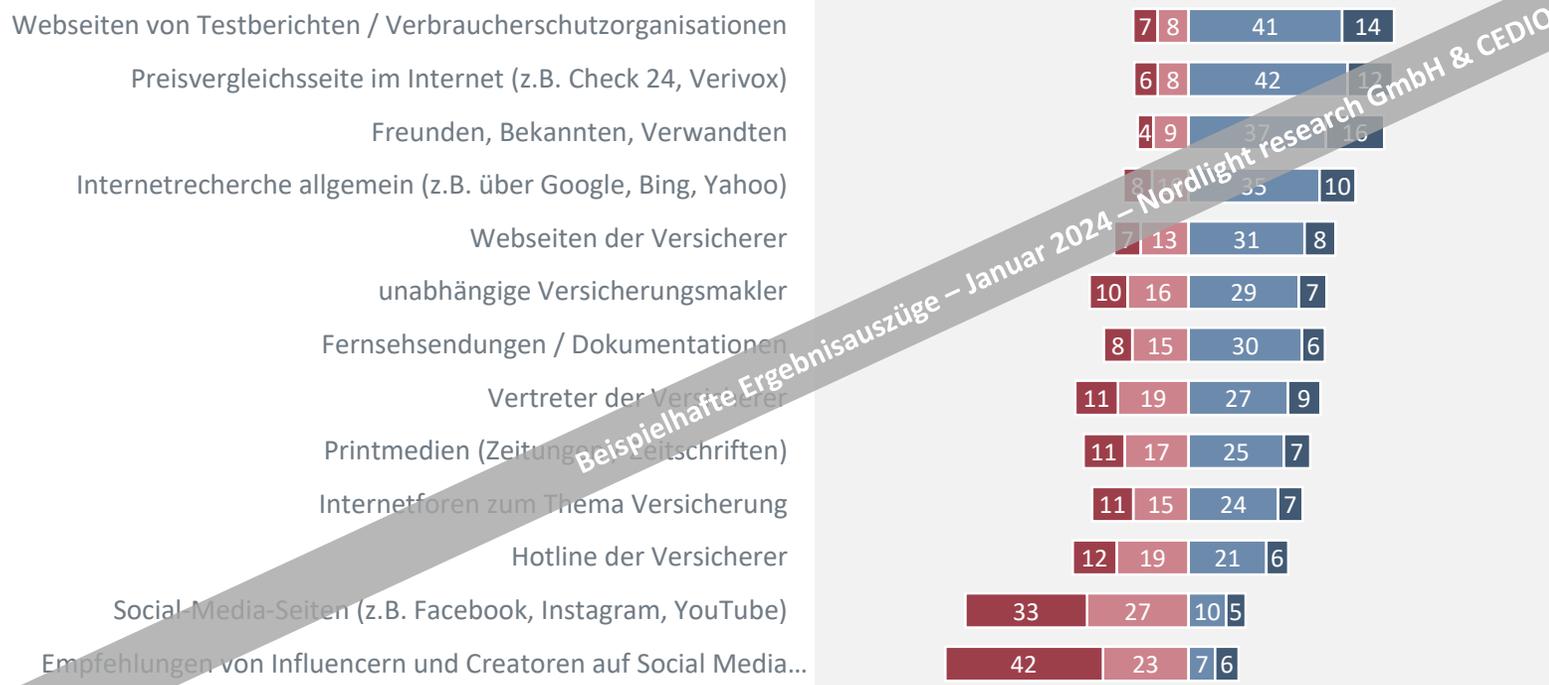


<https://trendmonitor-deutschland.de/produkt/zukunftspotenziale-fuer-die-versicherungsbranche/>

Als Informationsquelle für Versicherungsthemen wird Webseiten von Testberichten und Preisvergleichsseiten am häufigsten vertraut.

Wie sehr vertrauen Sie Informationen zu Versicherungen aus den folgenden Quellen?

in % | Basis: Gesamt, n=1.000-1.007



5 = vertraue ich überhaupt nicht 4 3 2 1 = vertraue ich voll und ganz (ausgeblendet)

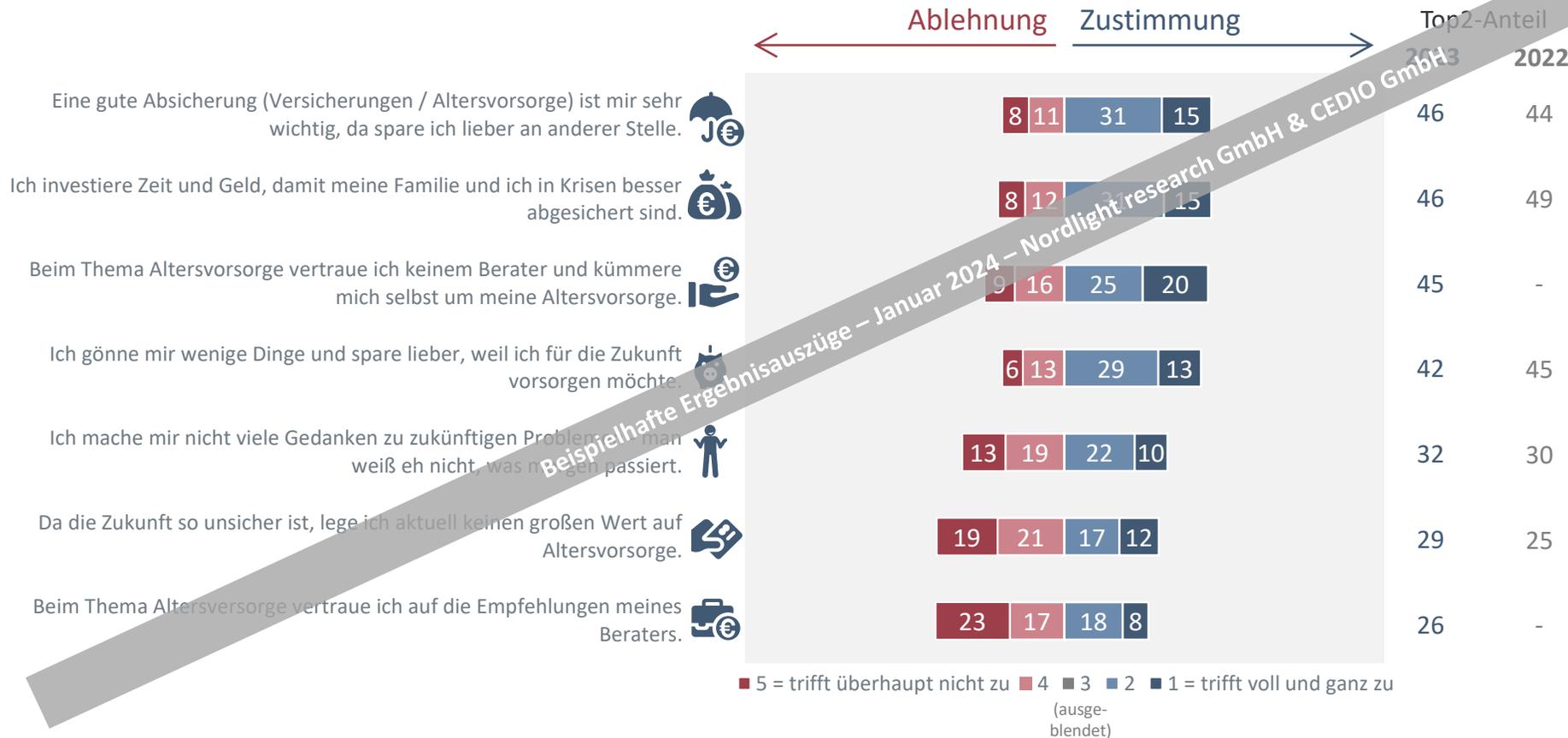
- > Das höchste Vertrauen erhalten **Webseiten von Testberichten** mit 55 %, ebenso wie **Preisvergleichsseiten** im Internet mit 54 %.
- > **Freunden, Bekannten und Verwandten** wird in Bezug auf Informationen zu Versicherungen auch häufig Vertrauen geschenkt.
- > Weniger Vertrauen erhalten dagegen **Social-Media-Seiten und Content Creator**.
- > Mit **steigendem Alter** steigt auch das **Misstrauen** gegenüber allen Informationsquellen.



Fast die Hälfte legt Wert auf eine gute Absicherung und spart lieber an einer anderen Stelle.

Inwieweit treffen die folgenden Aussagen auf Sie zu?

in % | Basis: Gesamt, 2023: n=1.003-1.009; 2022: n=1.008-1.029



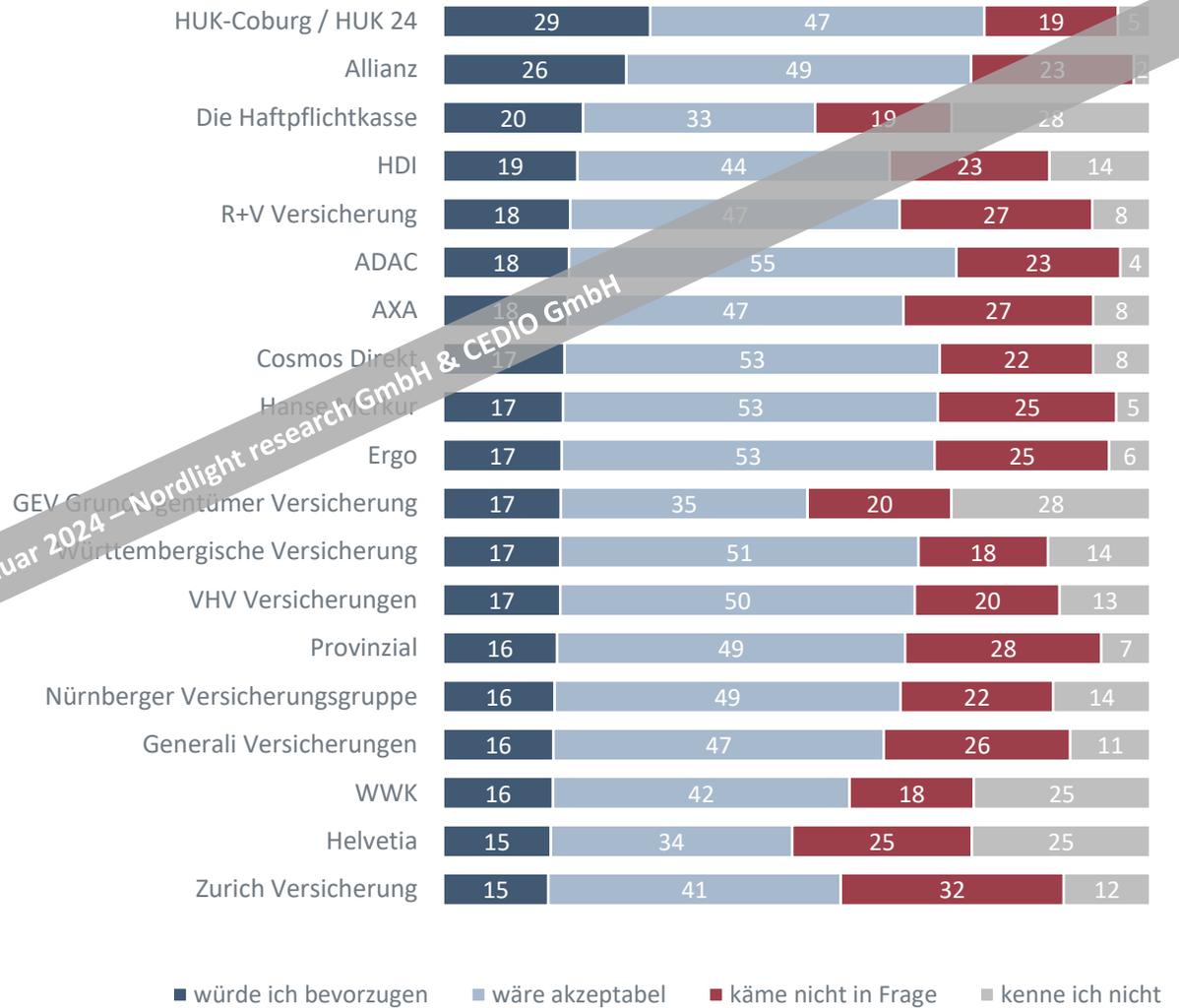
> Auch hier wird deutlich: Die stark **negative Zukunftsaussicht** und der **Wille zu Sparen**, die letztes Jahr vorherrschten, sind tendenziell dieses Jahr bereits wieder **rückläufig**.

Relevant Set für Neuabschlüsse – Auto, Haus und Recht (I)

in % | Basis: Personen, die einen Neuabschluss planen, n=180-187

- > In der Sparte „**Auto, Haus und Recht**“ sind die **HUK-Coburg / HUK 24** und die **Allianz** mit etwas Abstand die beiden **bevorzugten** Versicherer. An dritter Stelle liegt in dieser Sparte **Die Haftpflichtkasse**.
- > Den größten Anteil an **Ablehnern** haben die **Zurich Versicherung** (32 %) und die **Provinzial** (28 %) zu verzeichnen.

Beispielhafte Ergebnisauszüge – Januar 2024 – Nordlight research GmbH & CEDIO GmbH

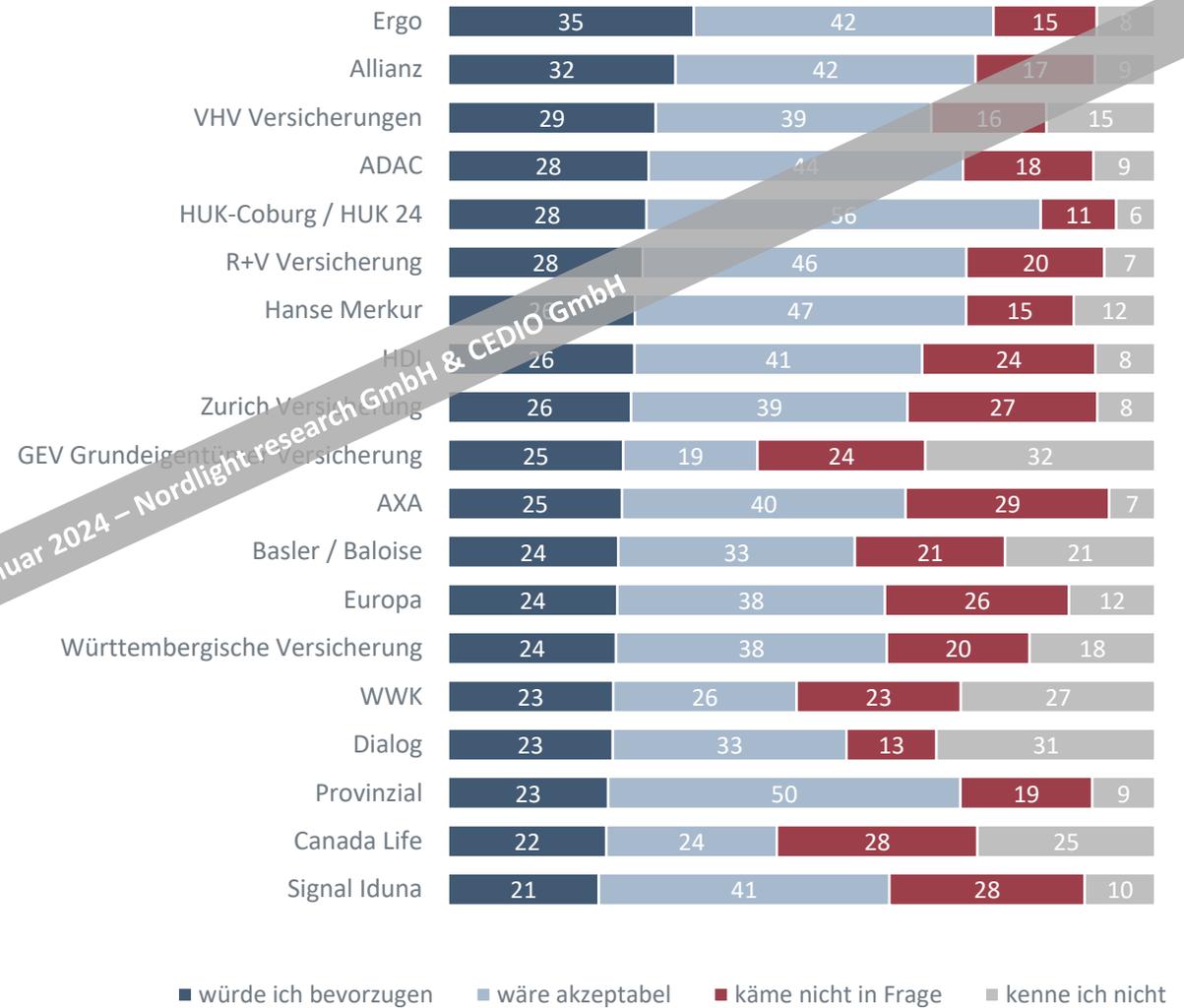


Relevant Set für Neuabschlüsse – Gesundheit und Freizeit (I)

in % | Basis: Personen, die einen Neuabschluss planen, n=106-108

- > In der Sparte „**Gesundheit und Freizeit**“ würden jeweils mehr als 30 % derjenigen, die einen Neuabschluss planen, die **Ergo** oder die **Allianz** als Versicherer **bevorzugen**.
- > Die **Haftpflichtkasse** (siehe nächste Folie), die **AXA** und die **Continentale** (siehe nächste Folie) haben bei Versicherungen zum Thema „Gesundheit und Freizeit“ die meisten **Ablehner**.

Beispielhafte Ergebnisauszüge – Januar 2024 – Nordlight research GmbH & CEDIO GmbH

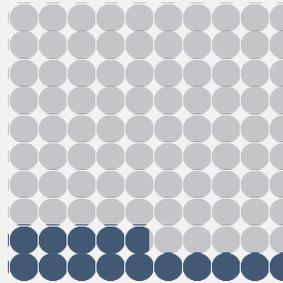


Steckbrief: Pflegeversicherung



Besitz und geplanter Neuabschluss

15 %
besitzen eine
Pflegeversicherung



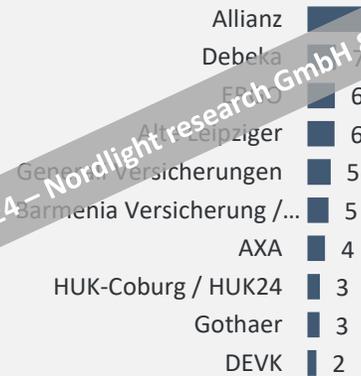
3 %
planen, eine
Pflegeversicherung neu
abzuschließen



Beispielhafte Ergebnisauszüge – Januar 2024 – Nordlight research GmbH & CEDIO GmbH



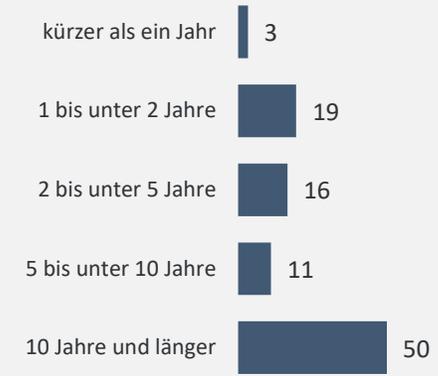
Top 10 eigener Anbieter



in % | Basis: Besitzer einer Pflegeversicherung, n=124



Versicherungsdauer



in % | Basis: Besitzer einer Pflegeversicherung, n=124



Geplante Änderung



Basis: Besitzer einer Pflegeversicherung, n=124

Basis: Gesamt, n=1.010

Zusatzkonsum: Ranking

in % | Basis: Personen, die das Eintreten des Positivszenarios als „äußerst wahrscheinlich“, „wahrscheinlich“ oder „vielleicht“ ansehen; 2023: n=472-476; 2022: n=353-362 | Beschriftungen teilweise gekürzt

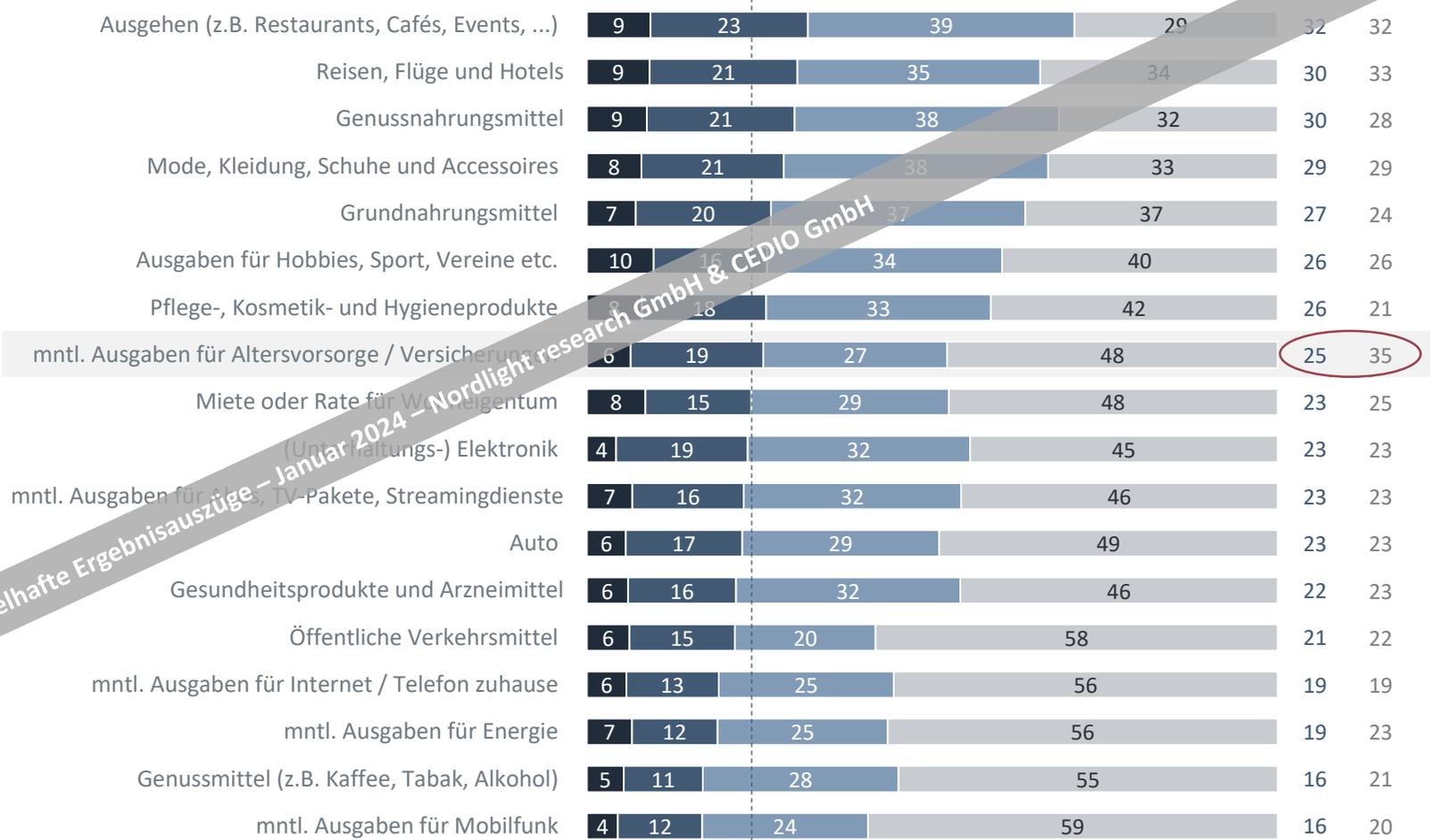
- > Auf den ersten Plätzen des potenziellen Mehrkonsums finden sich **Ausgehen, Reisen und Genussnahrungsmittel**.
- > Ein **Viertel** würde mit 10-20 % mehr Geld vermehrt in die **Altersvorsorge / Versicherungen** investieren. Dies sind **deutlich weniger** als noch in 2022.
- > Gesättigt sind besonders viele bereits in puncto **Telekommunikation** aber auch **Genussmittel** und **Ausgaben für Energie**: Hier geben rund 60 % der Konsumenten und Konsumentinnen an, dass sie nicht mehr konsumieren würden, selbst wenn sie zusätzliches Geld zur Verfügung hätten.



Positivszenario: Wenn man 10-20 % mehr Geld hätte...

Ø Niveau (sehr) viel mehr konsumieren

Top2
2023 2022



■ sehr viel mehr konsumieren / mir gönnen ■ viel mehr konsumieren / mir gönnen
■ etwas mehr konsumieren / mir gönnen ■ nicht mehr konsumieren / mir gönnen



Bestellung via Fax, postalisch, oder online:

NORDLIGHT research GmbH | Elb 21 | 40721 Hilden
Fax +49 2103 258 19-99 | info@nordlight-research.com

online: <https://trendmonitor-deutschland.de/shop/>

Hiermit bestelle ich ein Exemplar „Zukunftspotenziale für die Versicherungsbranche“

- zum Preis von 1.490 Euro zzgl. Ust.
Umfang: **Studie** im PDF-Format
- zum Preis von 1.990 Euro zzgl. Ust.
Umfang: **Studie plus Tabellenband*** im Excel-Format

Ort, Datum, Unterschrift

Empfänger und Rechnungsadresse

Frau Herr

Name

Vorname

Firma

Abteilung

Straße

PLZ und Ort

Telefon

E-Mail-Adresse

Zahlungskonditionen: Die Rechnungsstellung erfolgt nach Lieferung mit Zahlungsziel 30 Tage ohne Skonto.

* Alle deskriptiven Ergebnisse der Studie | Original-Fragen und Antwortkategorien | Verteilung der Antworten (%) | Fallzahl der Antworten (n) | Top- / Bottom-Boxes | Hervorgehobene Signifikanztests zwischen den Gruppen

Kontakt

Team NORDLIGHT research



Liesa Fiegl
Senior Research Consultant

Tel.: +49 160 94927146
E-Mail: liesa.fiegl@nordlight-research.com



Thomas Donath
Managing Partner

Tel.: +49 2103 258 19 22
E-Mail: thomas.donath@nordlight-research.com



NORDLIGHT research GmbH
Elb 21
40721 Hilden

Website: www.nordlight-research.com

Team CEDIO



Thorsten Stein
Gründer und Geschäftsführer

Tel.: +49 931 40444801
E-Mail: thorsten.stein@cedio.de



Marco Ritter
Head of Sales

Tel.: +49 151 17639348
E-Mail: marco.ritter@cedio.de



Cedio GmbH
Sendelbachstraße 2
97209 Veitshöchheim

Website: www.cedio.de