Zukunftspotenziale für die Versicherungsbranche –

Kunden zwischen Abwarten und Neuausrichtung im sich verändernden Markt

Auszug & Angebot zur Studienbestellung | Oktober 2023

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 **schafft** 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.

Zukunftspotenziale für die Versicherungsbranche

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/

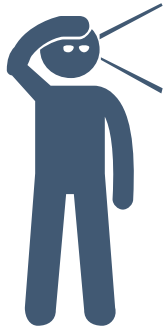
Untersuchte Versicherungsprodukte und Versicherer

Auslandskrankenversicherung | Berufsunfähigkeitsversicherung/Grundfähigkeitsversicherung | Betriebliche Altersvorsorge | Hausratversicherung | Kfz Voll- oder Teilkasko-Versicherung | Pflegeversicherung | Private Kranken-/Krankenzusatzversicherung | Private Renten-/Lebensversicherung | Private Unfallversicherung | Privat-Haftpflichtversicherung | Rechtsschutzversicherung | Reiserücktrittsversicherung | Riester-Rente/Rürup-Rente | Risikolebensversicherung | Wohngebäudeversicherung

Aegurion | ADAC | Allianz | Alte Leipziger | AXA | Barmenia Versicherung / Barmenia Direkt | Basler / Baloise | Canada Life | Continentale | Cosmos Direkt | DA direkt (Deutsche Allgemeine Versicherungen) | Debeka | Dela | DEVK | Dialog | Die Bayerische | Die Haftpflichtkasse | Ergo | Europa | Generali Versicherungen | Getsafe | GEV Grundeigentümer Versicherung | Gothaer | Hannoversche Leben | Hanse Merkur | HDI | Helvetia | HUK-Coburg / HUK 24 | LVM Versicherung | Münchener Verein | Nürnberger Versicherungsgruppe | Provinzial | R+V Versicherung | Signal Iduna | Versicherungskammer Bayern / Bavaria Direkt | VHV Versicherungen | Württembergische Versicherung | WWK | Zurich Versicherung

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

Auszug 1 – Kapitelübersicht



Zukunftspotenziale für die Versicherungsbranche

1. Kurzfassung
2. Aktuelle Situation der Verbraucher

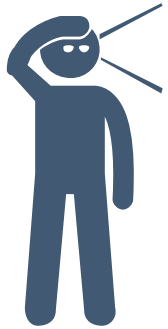
   Persönliche Gesamtsituation, Interessen, persönliche finanzielle Situation
3. Mediennutzung & Versicherungsabschluss

   Mediennutzung, Informationskanäle, Abschlusswege
4. Steckbriefe Versicherungen

   Besitz und geplanter Neuabschluss, geplante Änderungen, Versicherungsdauer, Top 10 Anbieter
5. Konsumlaune & Sparstrategien

   Konsumverhalten, Strategien bei weniger bzw. mehr verfügbarem Geld
6. Anhang

Auszug 2

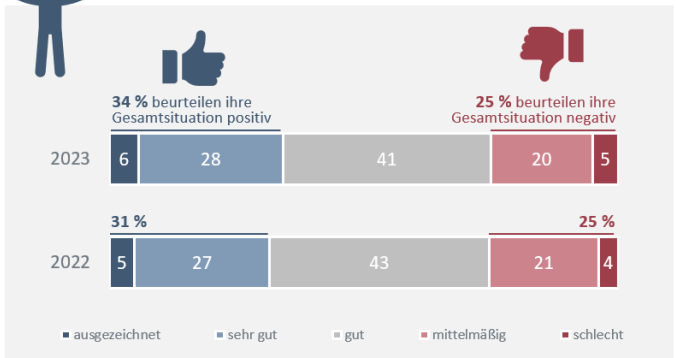


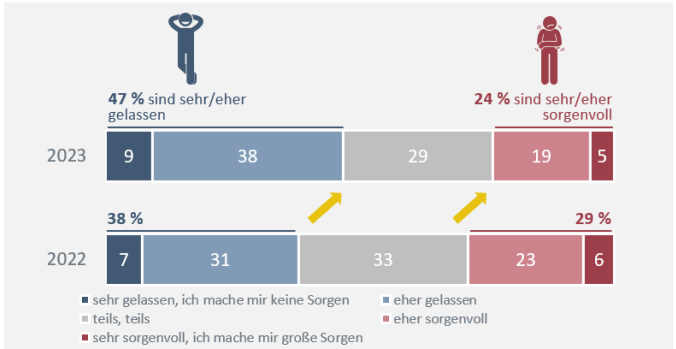
Der Ausblick in die Zukunft fällt in diesem Jahr deutlich positiver aus als im vergangenen Jahr.

Wenn Sie an Ihre persönliche Gesamtsituation denken: Wie bewerten Sie diese aktuell?
Und wenn Sie an die Zukunft denken: Wie sehen Sie dieser entgegen?

in % | Basis: Gesamt, 2023: n=1.010, 2022: n=2.036

Persönliche Gesamtsituation



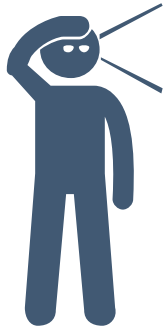


> Die Beurteilung der **persönlichen Gesamtsituation** hat sich im Vergleich zu der Studie aus 2022 hingegen **nicht grundlegend verändert**.

8

Zukunftspotenziale für die Versicherungsbranche – NORDLIGHT research und CEDIO

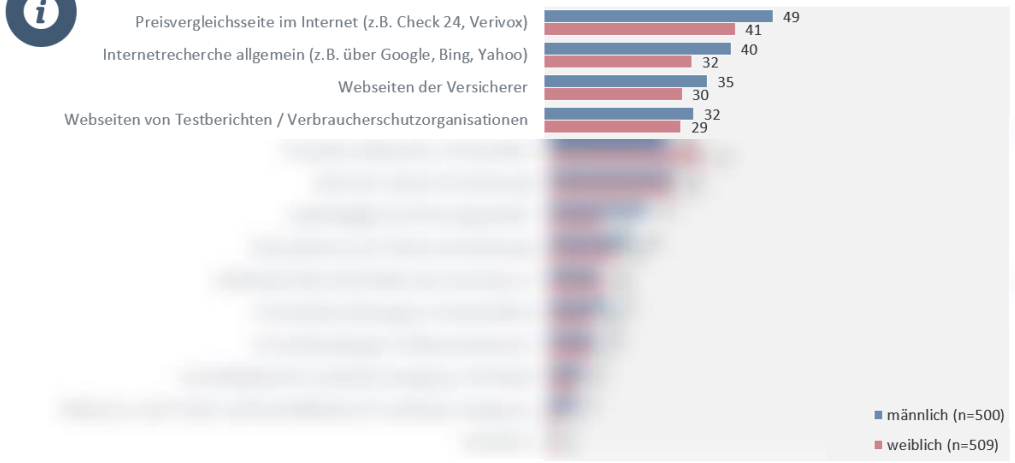
Auszug 3



Es zeigen sich geschlechtsspezifische Unterschiede beim Informationsverhalten vor dem Abschluss einer Versicherung.

Wo würden Sie sich vor dem Abschluss einer Versicherung informieren?

in % | Basis: Gesamt, n=1.010 | Mehrfachnennung | Summe > 100 % möglich



> **Männer** würden sich häufiger auf **Preisvergleichsseiten** im Internet und **allgemein im Internet** informieren als Frauen.

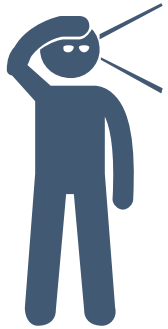
Zukunftspotenziale für die Versicherungsbranche – NORDLIGHT research und CEDIO

18

Auszug 4

Steckbrief: Betriebliche Altersvorsorge
Besitz und geplanter Neuabschluss
22 %
besitzen eine betriebliche Altersvorsorge
3 %
planen, eine betriebliche Altersvorsorge neu abzuschließen
Basis: Gesamt, n=1.010
Top 10 eigener Anbieter
16
7
6
4
4
3
2
2
2
2
in % | Basis: Besitzer einer betrieblichen Altersvorsorge, n=170
Versicherungsdauer
kürzer als ein Jahr 5
1 bis unter 2 Jahre 6
2 bis unter 5 Jahre 17
5 bis unter 10 Jahre 13
10 Jahre und länger 58
in % | Basis: Besitzer einer betrieblichen Altersvorsorge, n=170
Geplante Änderung
5 %
ja
95 %
nein
Basis: Besitzer einer betrieblichen Altersvorsorge, n=170
31
Zukunftspotenziale für die Versicherungsbranche – NORDLIGHT research und CEDIO

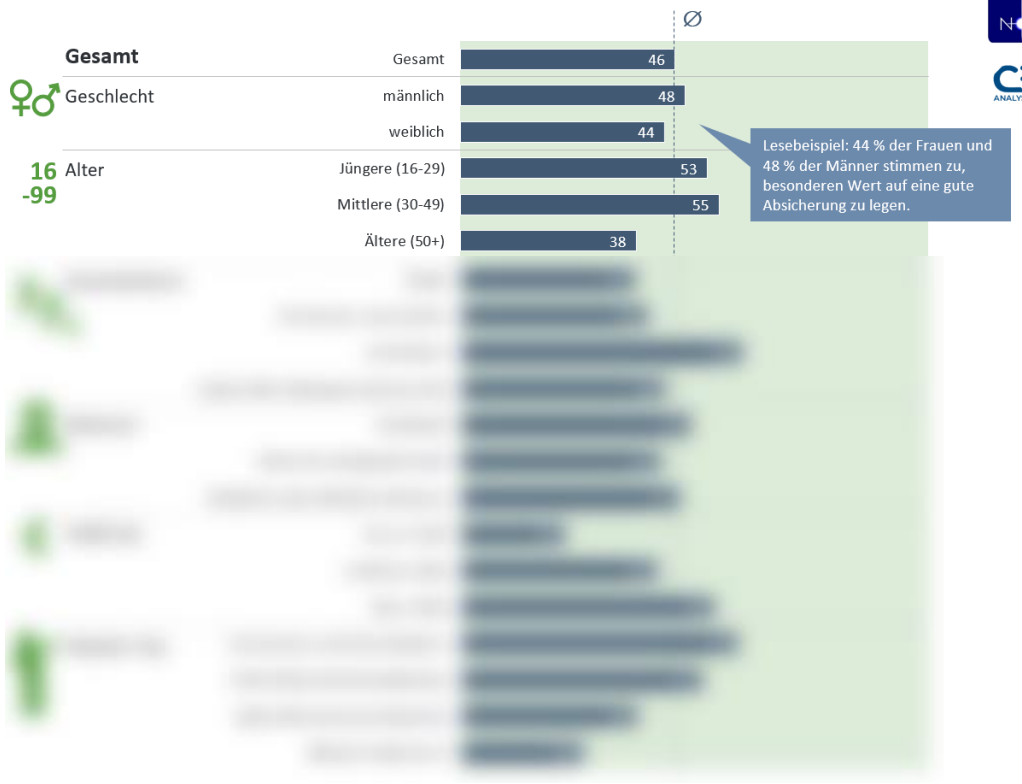
Auszug 5



Soziodemografie →
Absicherung durch Versicherungen / Altersvorsorge

Inwieweit treffen die folgenden Aussagen auf Sie zu?
Eine gute Absicherung (Versicherungen / Altersvorsorge) ist mir sehr wichtig, da spare ich lieber an anderer Stelle.

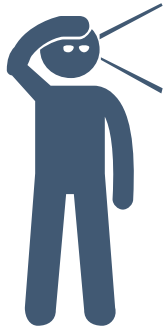
in % | Basis: n=110-1.008 | Darstellung der Top2-Anteile auf einer 5-stufigen Skala von „1 = trifft voll und ganz zu“ bis „5 = trifft überhaupt nicht zu“



Zukunftspotenziale für die Versicherungsbranche – NORDLIGHT research und CEDIO

50

Auszug 6



Änderungen und Neuabschlüsse

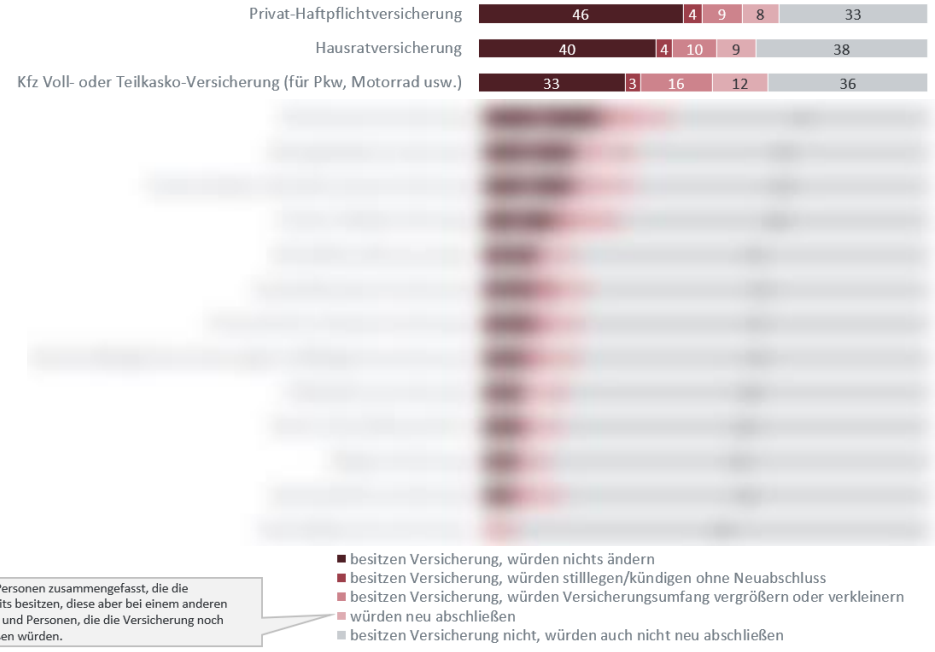
in % | Basis: Personen, die das Eintreten des Negativszenarios als „äußerst wahrscheinlich“, „wahrscheinlich“ oder „vielleicht“ ansehen; n=724

> Fast die Hälfte derer, die das Negativszenario für wahrscheinlich halten, besitzen eine **Privat-Haftpflichtversicherung** und würden an dem Vertrag **nichts ändern**, wenn sie weniger Geld zur Verfügung hätten.

> 16 % würden mit weniger Geld den **Versicherungsumfang** ihrer **Kfz Voll- oder Teilkasko-Versicherung** verändern.

> 12 % würden hingegen eine **Kfz-Versicherung neu abschließen**, wenn sie weniger Geld hätten.

Negativszenario: wenn man 10-20 % weniger Geld hätte…



Hinweis: In dieser Kategorie sind Personen zusammengefasst, die die entsprechende Versicherung bereits besitzen, diese aber bei einem anderen Anbieter neu abschließen würden und Personen, die die Versicherung noch nicht besitzen und diese abschließen würden.

Zukunftspotenziale für die Versicherungsbranche – NORDLIGHT research und CEDIO

76

Zukunftspotenziale für die Versicherungsbranche

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

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.

Ort, Datum, Unterschrift

* 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

Unternehmensprofile der zwei Kooperationspartner

NORDLIGHT research

- Die NORDLIGHT research GmbH ist ein dynamisches Institut und liefert hochwertige Marktforschungslösungen für erfolgskritische Entscheidungen. Denn Fakten zu Märkten statt Vermutungen reduzieren nicht nur Risiken, sondern machen auf neue Chancen aufmerksam.
- Wir prüfen Produkte, Services und Kommunikation:
  In der Entwicklung, vor dem Launch und auch danach.
- Unser Leistungsspektrum umfasst den gesamten Marktforschungsprozess – von der Anforderungsanalyse und Studienkonzeption über die Datenerhebung und Auswertung bis hin zu Reports und Management-Präsentationen mit Handlungsempfehlungen.
- Seit 2007 bauen wir die Partnerschaft mit bestehenden Kunden aus und knüpfen Geschäftsbeziehungen zu neuen Unternehmen. Unser Firmensitz ist Hilden bei Düsseldorf.

CEDIO

- Die CEDIO GmbH bietet Beratungsdienstleistungen rund um die Themen Business Intelligence und Digital Solutions. Unser Portfolio umfasst sowohl die strategische Beratung unserer Kunden als auch die Konzeptionierung, Implementierung und den Betrieb von Data Analytics Lösungen. Unsere Expertise liegt darin, Unternehmen dabei zu helfen, Informationen anschaulich zu visualisieren, um fundierte Entscheidungen zu ermöglichen. Dabei setzen wir auf ein strukturiertes, nachhaltiges und skalierbares Konzept, gestützt auf 16 Jahren Erfahrung in diesem Bereich.
- Unter Einbindung innovativer Lösungen und Technologien steht für uns der Kunde im Fokus all unserer Aktivitäten. Die Zusammenarbeit auf Augenhöhe und eine gegenseitige Wertschätzung sind für uns die Basis für den gemeinsamen Erfolg. Mit Agilität, Flexibilität und einem starken Fokus auf Lösungsorientierung schaffen wir eine echte Entscheidungsgrundlage, um individuelle Herausforderungen erfolgreich zu bewältigen.