

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

Studiensteckbrief

# Studie Versicherungs-Zielgruppe Wohngebäudeversicherung 2024

erarbeitet von:  
research tools, Esslingen am Neckar

Oktober 2024



**research tools**

Marketingmaßnahmen  
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief Studie Versicherungs-  
Zielgruppe Wohngebäudeversicherung 2024

# Informationen zur Studie

## Nutzwert der Studie:



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



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



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



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



**Worüber** schließen Wohngebäudeversicherungskunden ihre Versicherungsprodukte ab?



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

# Informationen zur Studie

## Key Facts der Analysebereiche:

### Soziodemografie

19%



Verbraucher mit  
**Wohngebäudeversicherung**  
in der Online-Bevölkerung

### Produkt



#### Top-Produkte Frauenanteil

- Tierversicherung
- Unfallversicherung
- Zahnzusatzversicherung

### Kundenverhalten

18%

Abschluss aufgrund einer  
**Empfehlung**

### Versicherer

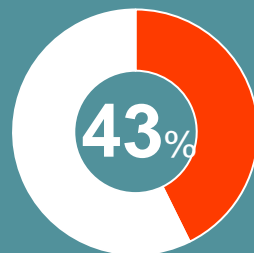
beliebteste Anbieter  
(Marktanteil)

**HUK(-Coburg)**

Allianz

Sparkassenvers.

### Abschlussorte



der Versicherungs-  
abschlüsse erfolgen  
**online**

### Freizeit & Medien

die Zielgruppe  
steht Werbung in

**Printmedien**

überdurchschnittlich  
positiv gegenüber



# Informationen zur Studie

## Nutzen und Umfang der Studie:

Detaillierte Analyse der **Zielgruppe Wohngebäudeversicherungskunden**

Analyseinhalte: **Soziodemografie, Marktanteile, Kunden-, Freizeit- und Medienverhalten** der Zielgruppe

Nutzung von **13 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 19 Prozent aus der Zielgruppe Wohngebäudeversicherungskunden
- Im Oktober 2024 erschienen

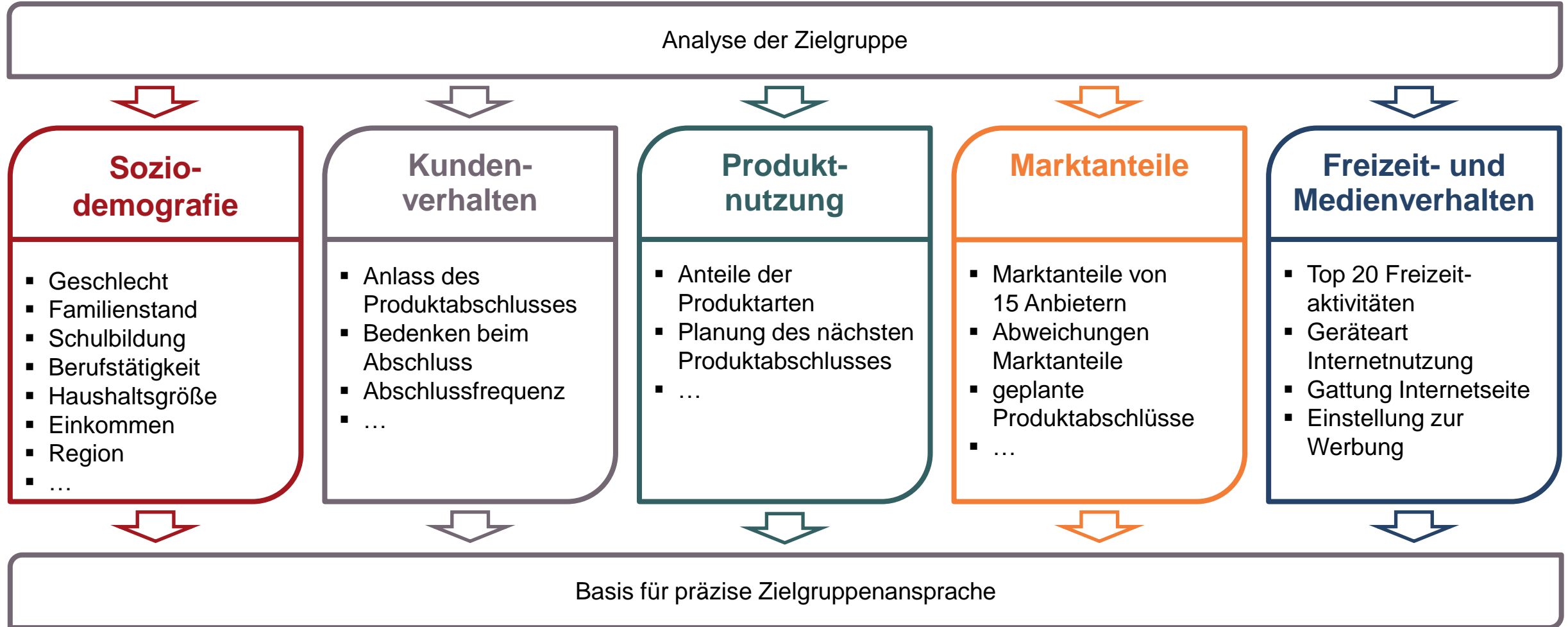
## Preis:

- 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 Wohngebäudeversicherung	
➤ 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

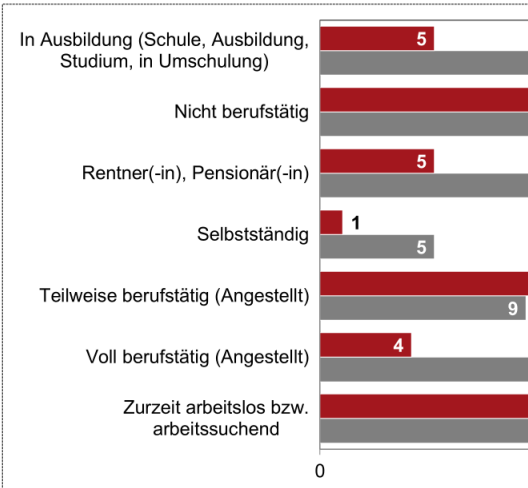


# Analysebeispiele (1)

## Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

### Soziodemografie

Anteil Berufstätigkeit (Angaben in %)



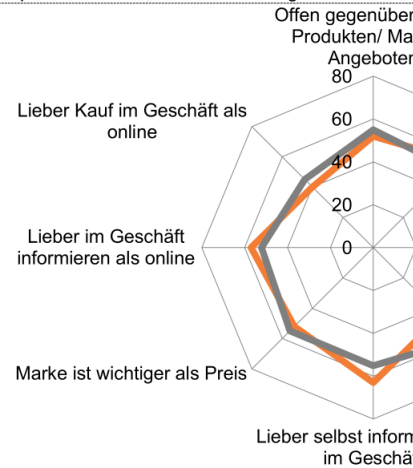
Fragestellung: Ihr Beruf?



Studie

### 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?

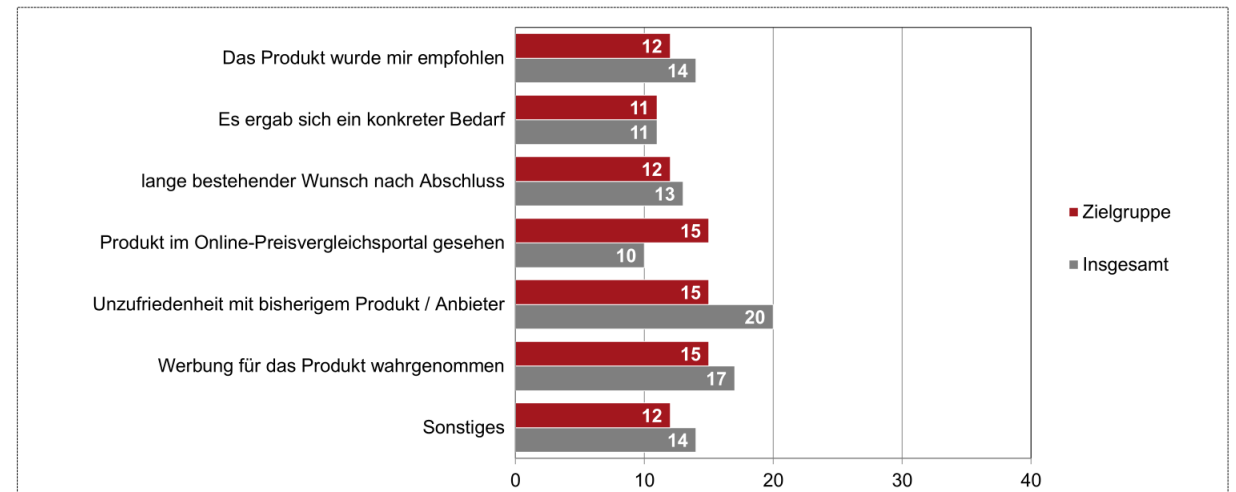


Studie

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  
Wohngebäudeversicherung 2024

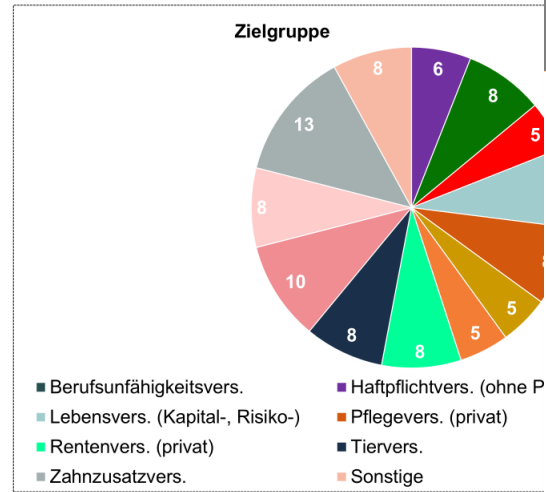
Welche soziodemografischen Merkmale charakterisieren die Zielgruppe?

# Analysebeispiele (2)

## Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

### Produktkategorien

Anteil der Produktkategorien an den **letzten Produktabschlüssen**<sup>1</sup> (Angaben in %)



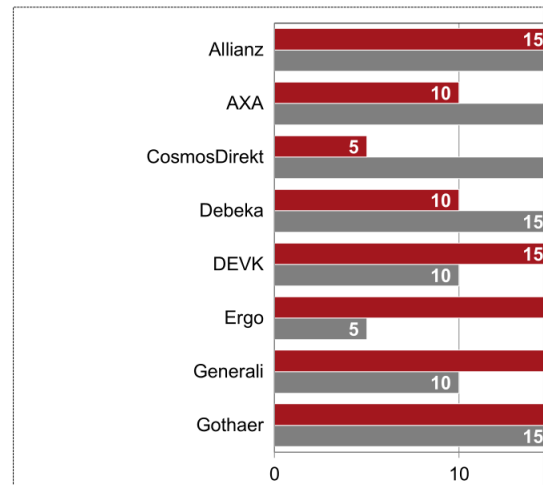
<sup>1</sup> Basis: letzte 2 Produktabschlüsse



Stur Wolf

### Anbieter

Verteilung der Produktabschlüsse auf die Anbieter<sup>1</sup> (1 von 2) (Angaben in %)



Fragestellung: Geben Sie nun an, von welchem Anbieter Sie die oben genannten Versiche bei einem der letzten beiden Versicherungsabschlüsse ein Produkt von AXA



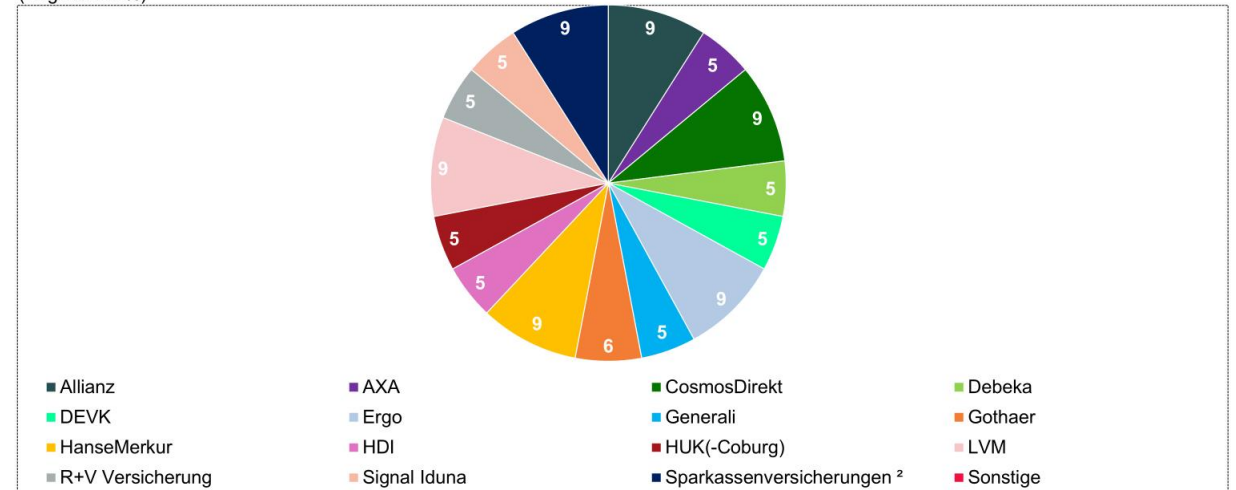
Stur Wolf

Welche Anbieter werden zukünftig gewählt?

Welche Produktgruppen erwirbt die Zielgruppe verstärkt?

### Anbieter

Marktanteile der Anbieter bei **geplantem Produkterwerb**<sup>1</sup> in der Zielgruppe (Angaben in %)



Fragestellung: Geben Sie nun an, von welchem Anbieter Sie ihr voraussichtlich nächstes Versicherungsprodukt erwerben möchten. <sup>1</sup> Basis: voraussichtlich nächster Produkterwerb (Anbieter) <sup>2</sup> +Provincial u. Versicherungskammer BY



Studie Versicherungs-Zielgruppe Wohngebäudeversicherung 2024

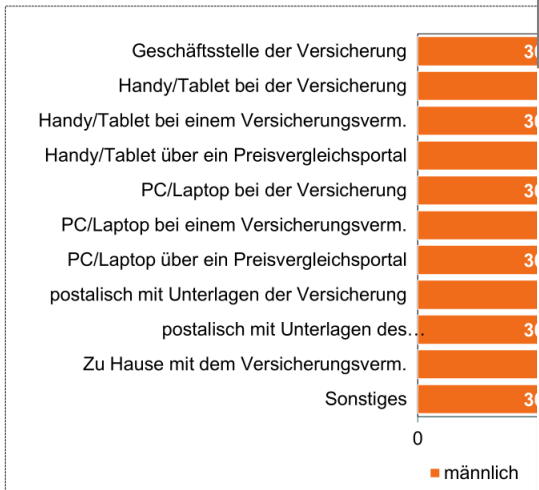


# Analysebeispiele (3)

## Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

### Abschlussorte

Anteile der Geschlechter nach Abschlussorten in der Zielgruppe<sup>1</sup> (Angaben in %)

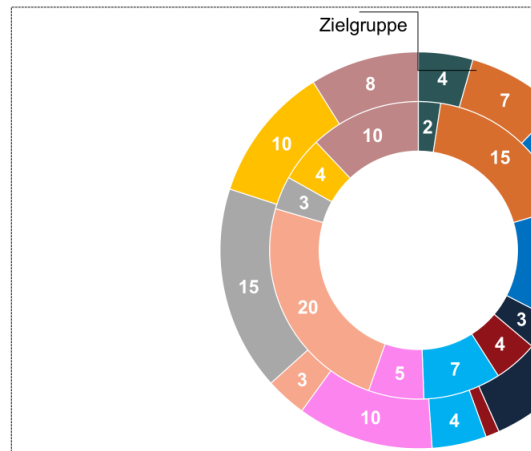


Fragestellung: Geben Sie nun an, wo Sie die oben genannten Versicherungsprodukte erw...



### Freizeitverhalten und Mediennutzung

Gattung der zuletzt besuchten Internetseite (Angaben in %)



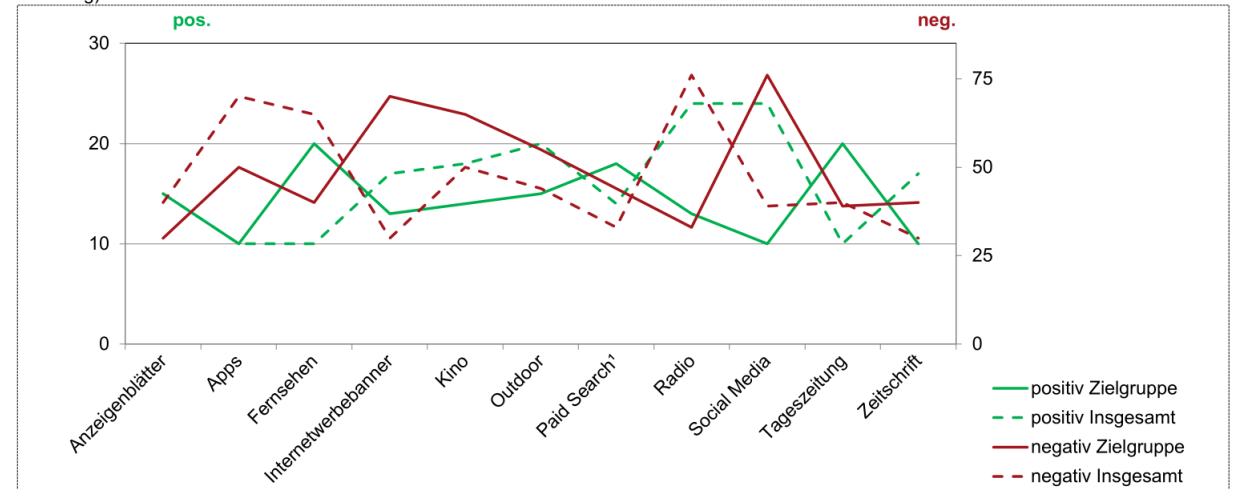
Fragestellung: Welcher Gattung würden Sie die von Ihnen zuletzt besuchte Internetseite zi...



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 Wohngebäudeversicherung 2024

Welche Abschlussorte präferieren Frauen aus der Zielgruppe?