

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?

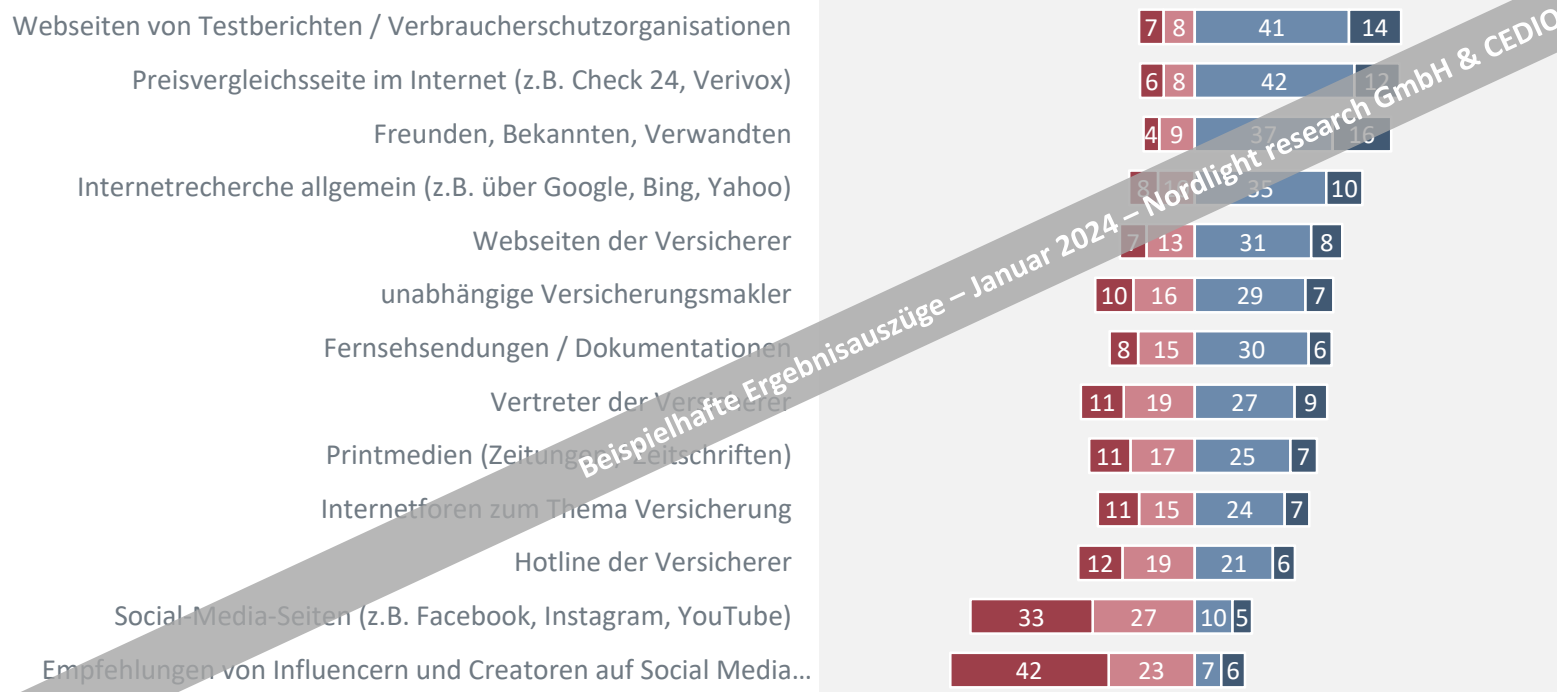
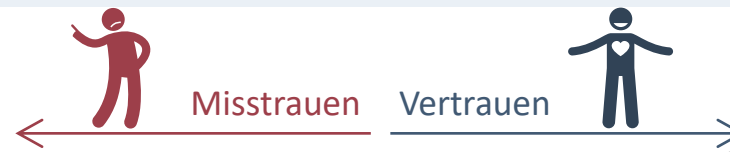


<https://trendmonitor-deutschland.de/produkt/zukunftspotenziale-fuer-die-versicherungsbranche/>

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



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.

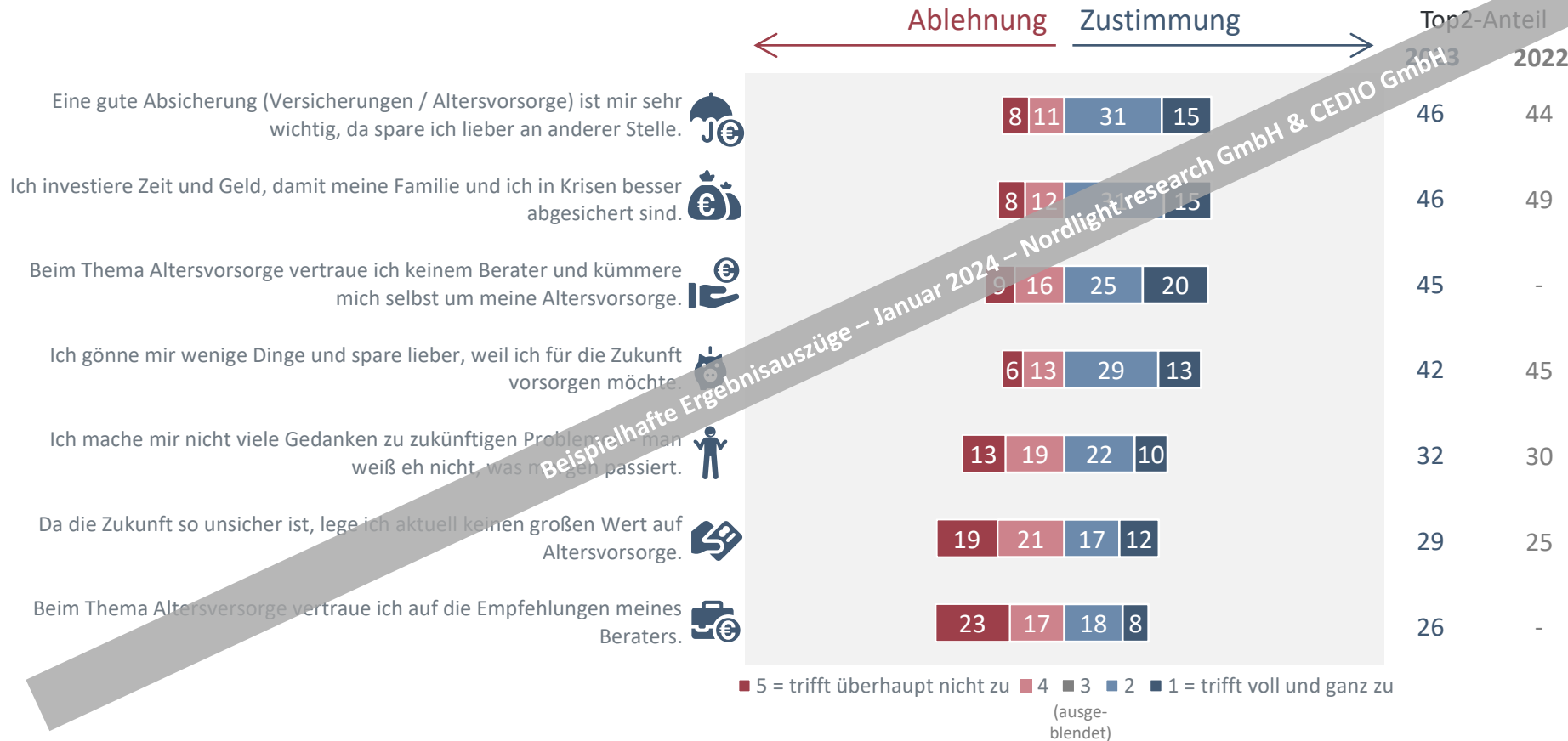


■ 5 = vertraue ich überhaupt nicht ■ 4 ■ 3 ■ 2 ■ 1 = vertraue ich voll und ganz (ausgeblendet)

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



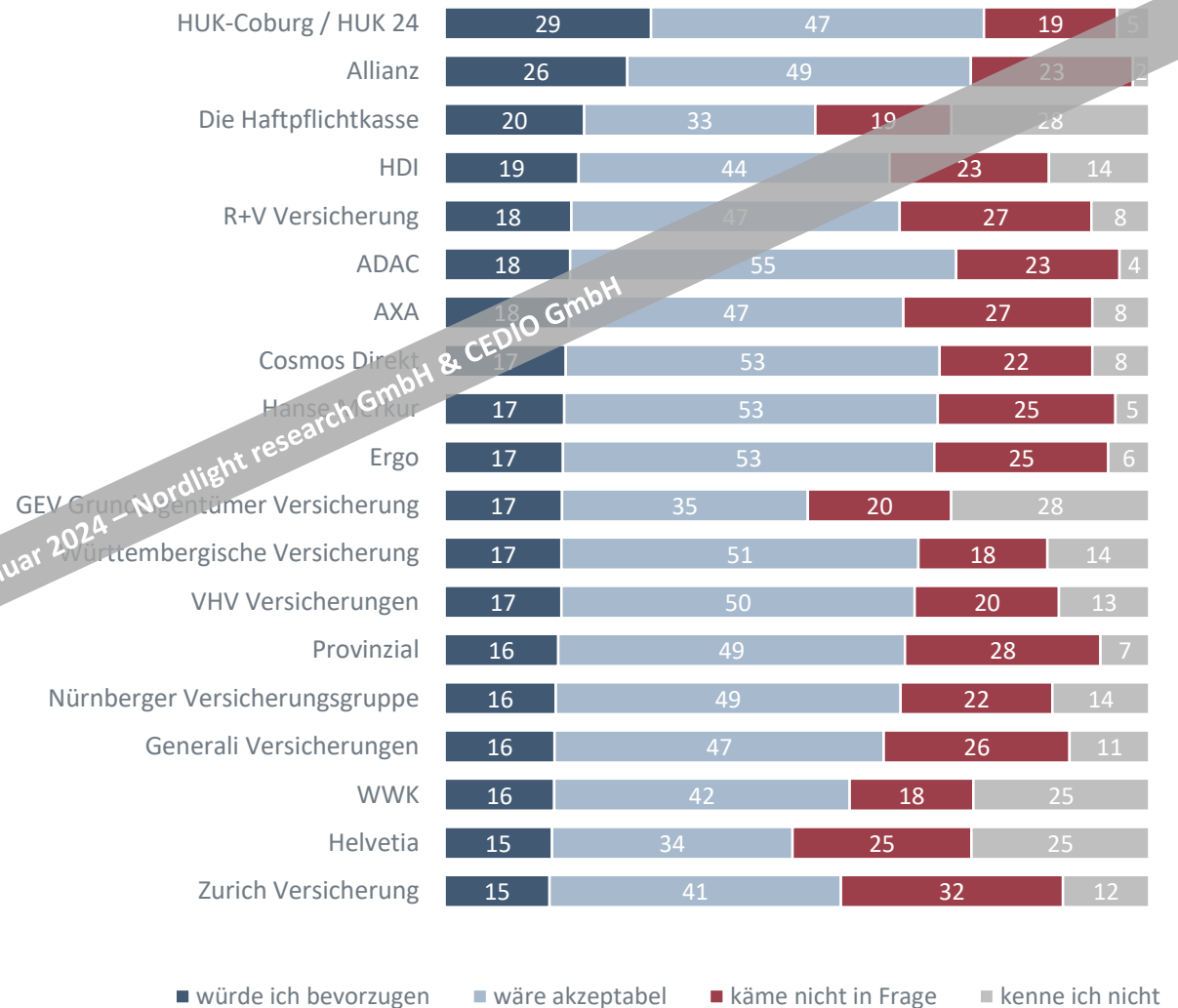
> Auch hier wird deutlich: Die stark **negative Zukunftsaussicht** und der **Wille zu Sparen**, die letztes Jahr vorherrschten, sind tendenziell dieses Jahr bereits wieder **rückläufig**.

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

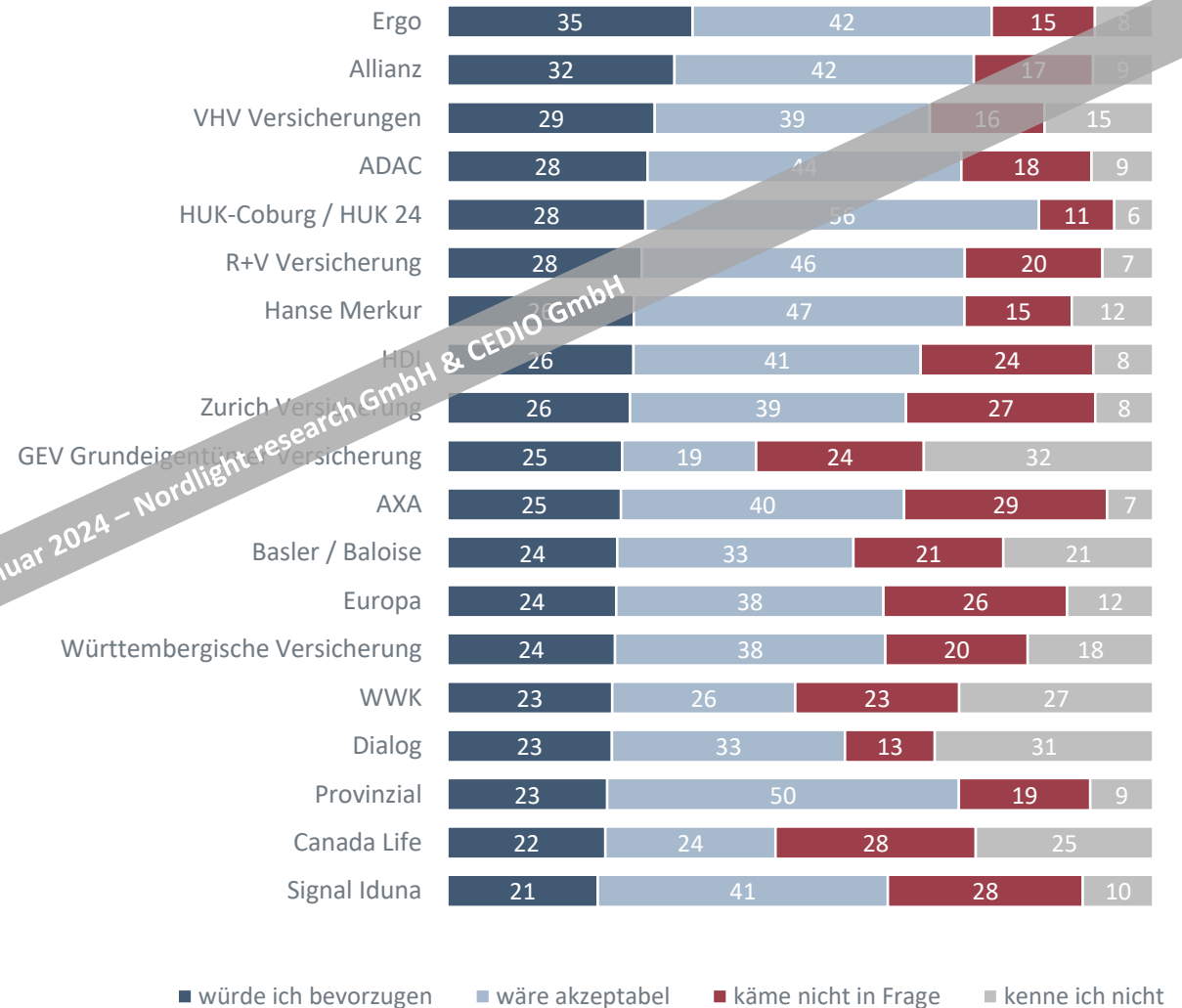


Relevant Set für Neuabschlüsse – Gesundheit und Freizeit (I)

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

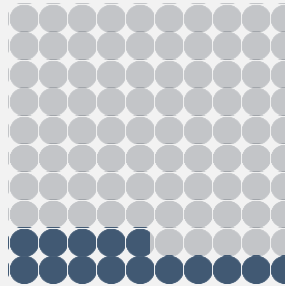


Steckbrief: Pflegeversicherung



Besitz und geplanter Neuabschluss

15 %
besitzen eine
Pflegeversicherung



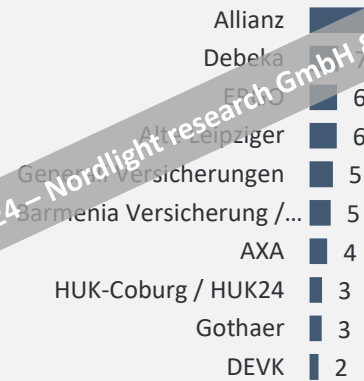
3 %
planen, eine
Pflegeversicherung neu
abzuschließen



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



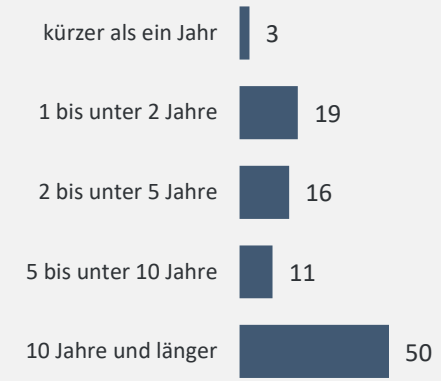
Top 10 eigener Anbieter



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

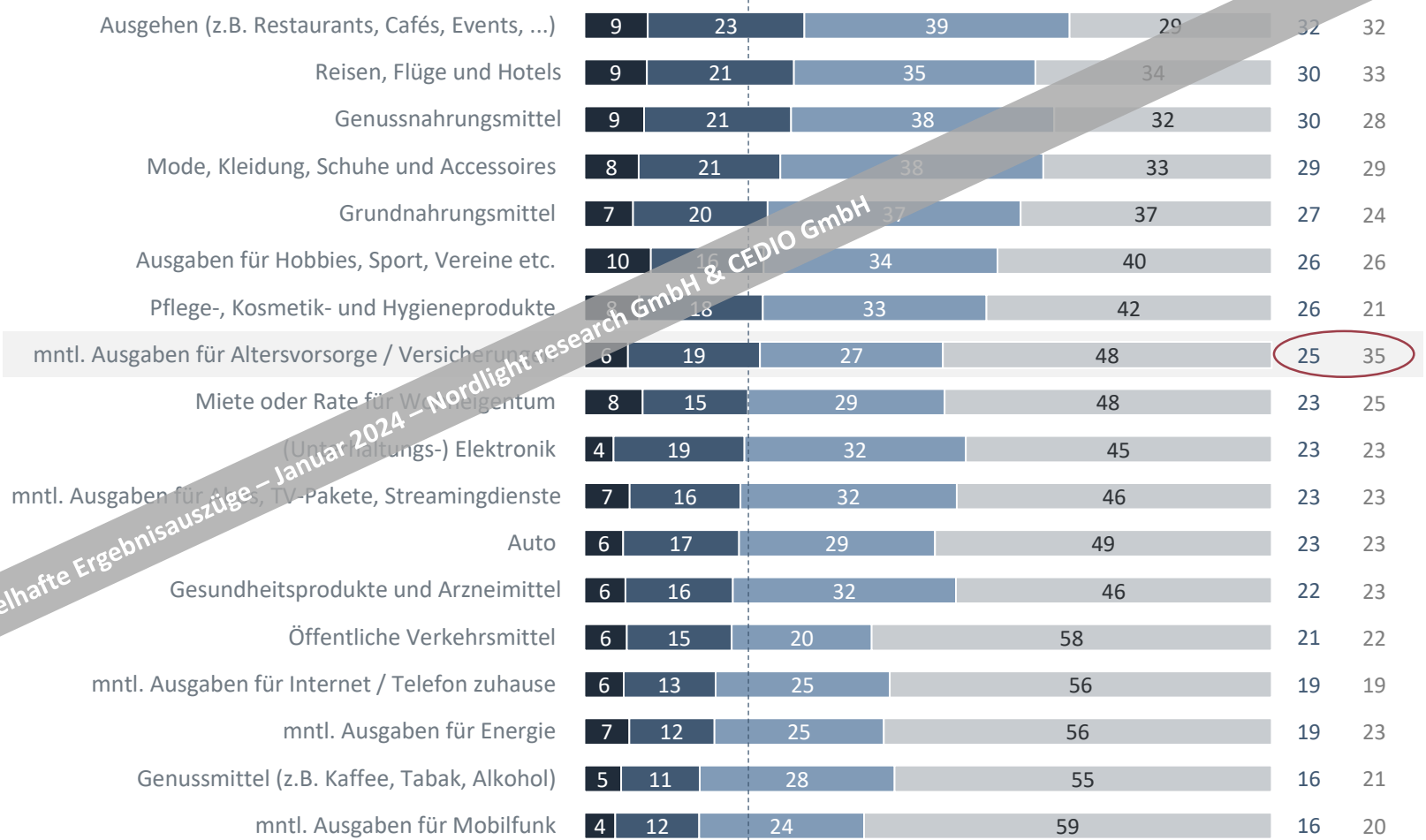
- > Auf den ersten Plätzen des potenziellen Mehrkonsums finden sich **Ausgehen, Reisen** und **Genussnahrungsmittel**.
- > Ein **Viertel** würde mit 10-20 % mehr Geld vermehrt in die **Altersvorsorge / Versicherungen** investieren. Dies sind **deutlich weniger** als noch in 2022.
- > Gesättigt sind besonders 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

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

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.

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