



## Markentreue Kunden schätzen den persönlichen Kontakt

**In einer Studie hat research tools die Versicherungszielgruppe „Onebrander“ analysiert. Dabei zeigte sich, dass die meisten markentreuen Kunden weiterhin den persönlichen Kontakt schätzen.**

### Altersklasse 55+ und ortstreu

Verstärkt präsent ist die Zielgruppe vor allem in der Altersklasse 55 bis 64 Jahre mit einem Anteil von einem Drittel. In der Vergleichsgruppe der onlinebefragten Gesamtbevölkerung liegt der Wert hingegen nur bei 24 Prozent. In großen Städten ab 500.000 Einwohnern finden sich vergleichsweise wenige Onebrander.

Die ausgeprägte Kundentreue zeigt sich nicht nur beim klaren Bekenntnis zum Versicherer des Vertrauens. Auch beim gewählten Abschlussort sind Onebrander mit einem Anteil von 72 Prozent überaus beständig. Dabei ist der Zielgruppe der persönliche Kontakt zum Berater sehr wichtig.

39 Prozent schließen eine Versicherung in der Geschäftsstelle des Versicherers oder Vermittlers ab. 30 Prozent bevorzugen für einen Produktabschluss die eigenen vier Wände. Immerhin knapp ein Viertel wählt die Online-Variante.

### Versicherer mit höchsten Marktanteilen

Absolut gesehen punkten Allianz und HUK-Coburg/HUK24 in der Zielgruppe mit den höchsten Marktanteilen. Beide Versicherer sind sowohl bei Männern, als auch bei Frauen beliebt. Über 70 Prozent der Onebrander sind bereits mit

Versicherungsprodukten zu Haftpflicht, Hausrat und Kfz abgedeckt. Hingegen verfügt erst jeder sechste Onebrander über eine private Pflegeversicherung.

Versicherungs- und Finanznachrichten

# expertenReport



<https://www.experten.de/id/4918641/markentreue-kunden-schaetzen-den-persoentlichen-kontakt/>