



Quelle: (1) Gorodenkoff -  
stock.adobe.com (2) © research tools

## Hohe Empfehlungsquote beim Versicherungsabschluss

**Über zwei Drittel der Kundenkontakte mit Versicherern initiiert der Kunde. Dazu zählen ein Telefonat oder Chat, eine Mail oder ein Besuch der Geschäftsstelle. Empfehlungen sind bedeutende Motivatoren bei Versicherungsabschluss. Seltener ist der Abschluss nach einer Sichtung in einem Online-Preisvergleichsportal.**

Unterschiede zwischen den Gesellschaften zeigen sich beispielsweise die Marketingkennzahl Kundenausschöpfung, die zwischen 59 und 69 Prozent liegt. Erfolgreichster Anbieter ist in dieser Disziplin die [Allianz](#).

●● Damit entfallen mehr als zwei Drittel der Produktabschlüsse der Allianzkunden auf die eigene Gesellschaft.

Empfehlungen sind bedeutende Motivatoren beim Versicherungsabschluss. Die Sichtung in einem Online-Preisvergleichsportal oder wahrgenommene Werbung wiegen schwächer.

Ganz konkret liegt die Empfehlungsquote, aufgrund derer ein Produkt abgeschlossen wurde, über alle Gesellschaften bei 29 Prozent. Bei immerhin jedem sechsten Produkt wird vor dem Produktabschluss ein Preisvergleichsportal im Internet zu Rate gezogen. Die Werbewirksamkeit liegt bei neun Prozent.

Im Bereich der Kundenkontaktpflege unterscheiden sich die Performances der Versicherer deutlich. Üblicherweise initiiert der Kunde einen Kontakt zur Versicherung, sei es durch

ein Telefonat oder Chat, eine Mail oder den Besuch der Geschäftsstelle.

Im Durchschnitt sind 68 Prozent der Kontakte aktiver Natur und gehen vom Kunden aus. Hier hebt sich [CosmosDirekt](#) durch eine intensive Kundenkontaktpflege ab.

### Über die Studie:

Die „Studie Unternehmensprofile Versicherungen 2021“ von [research tools](#) gibt auf 123 Seiten Einblick in Struktur und Verhalten der Kunden von 15 Versicherern auf Basis von 2.000 online-repräsentativen Interviews und 8.671 analysierten Versicherungsproduktabschlüssen.

Diverse Marketing-Kennzahlen wie beispielsweise Kundenausschöpfung, Kundenloyalität, Abschlussabsicht zeigen Unterschiede der Versicherer auf und liefern Benchmarks.

# Versicherungsmarkt: 15 Marken / 14 Produktgruppen

repräsentative Befragung von 2.000 Verbrauchern in Deutschland



Quelle: Studie Unternehmensprofile Versicherungen 2021 / research tools



Quelle:

Studie-Unternehmensprofile-Versicherungen-2021-research-tools

Versicherungs- und Finanznachrichten

# expertenReport



<https://www.experten.de/id/4921482/studie-kontakt-geht-zumeist-vom-kunden-aus/>