

Branchenstudie Versicherungen

Wien, Dezember 2021

im Auftrag von



Inhaltsverzeichnis

- **Highlights**
- **Studieneckdaten & Beschreibung der Stichprobe**
 - Studieneckdaten & Beschreibung der repräsentativen Stichprobe
 - Legende
- **Soziodemographie der Personengruppen**
- **Aktuelle Versicherungsprodukte und –anbieter**
- **Wahrnehmung und Eigenschaften von Versicherungsanbietern**
- **Informationsverhalten, Onlineabschluss und Nutzung des Online-Kanals**
- **Risikoaffinität**
- **Relevanz von österreichischen Nachrichtenportalen mit Fokus auf krone.at**

Highlights

Highlights

- 90% der **krone.at Nutzer** besitzen bereits eine Haushaltsversicherung, haben allerdings **Ausbau-Potential hinsichtlich privater Krankenversicherung, privater Pensionsvorsorge oder Unfallversicherung** (Seite 11).
- krone.at Nutzer mit einer Kfz-Versicherung, private Krankenversicherung, Haushaltsversicherung oder Unfallversicherung besitzen diese überwiegend bereits über einen langen Zeitraum (6 Jahre oder länger) (Seite 12).
- Kfz-Versicherung, private Krankenversicherung, Haushaltsversicherung und Unfallversicherung werden von krone.at Nutzern aktuell vermehrt bei den Versicherungsanbietern UNIQA, Wiener Städtische, Generali und Allianz bezogen (Seite 13).
- **krone.at Nutzer bewerten Versicherungsanbieter** (ähnlich dem österreichischen Durchschnitt) als **sympathisch / gutes Image, innovativ, zuverlässig / seriös, schnell und unkompliziert, kompetente Beratung und digital** (Seite 17 bis 19).
- Informationen suchen **krone.at Nutzer** häufiger direkt bei Versicherungen oder Versicherungsvertretern als der Durchschnitt; auch wird die **Aufmerksamkeit durch Werbung in österreichischen Online-Tageszeitungen häufiger geweckt** (Seite 21).

Highlights

- Für rund **60% der Befragten ist es relevant einen Beratungstermin online zu vereinbaren**, rund 40% bevorzugen den Beratungstermin persönlich oder am Telefon (Seite 23).
- Sowohl die ÖsterreicherInnen als auch die **krone.at Nutzer** sind wenig Risiko-affin, und **bevorzugen bei der finanziellen Vorsorge mehr Sicherheit als hohe Erträge**. (Seite 25)
- **45%** der befragten ÖsterreicherInnen **nutzen mindestens einmal pro Woche krone.at** (Seite 28).
- **Werbung auf krone.at** wird **informativ** und **gut integriert** auf der Webseite bewertet, besonders unter krone.at Nutzern (Seite 33 & 34).
- **krone.at Nutzer kaufen** signifikant **häufiger aufgrund von Werbeanzeigen in Online-Nachrichtenportalen** als der österreichische Durchschnitt (Seite 35).

Studieneckdaten & Beschreibung der Stichprobe

Studieneckdaten & Beschreibung der repräsentativen Stichprobe

Methode

Computer Assisted Web Interviews (CAWI) im TALK Online-Panel

Befragte Zielgruppe

Personen ab 15 Jahren; repräsentativ für die Bevölkerung nach Alter, Geschlecht, Bundesland und Bildung (mit/ohne Matura)

Stichprobengröße

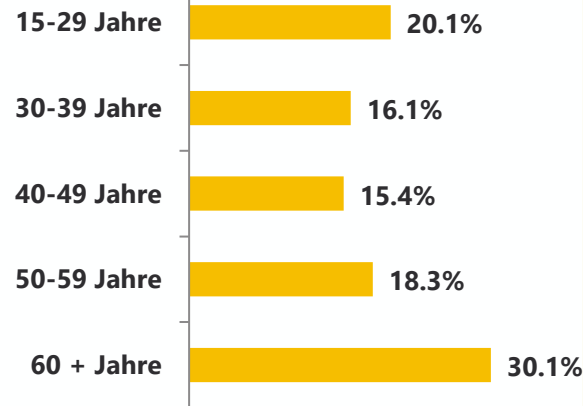
n=602 Netto

Befragungszeitraum

29.11. – 10.12.2021

n= 602

Alter:



Geschlecht:



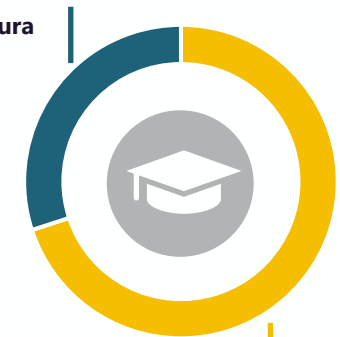
51,0%



49,0%

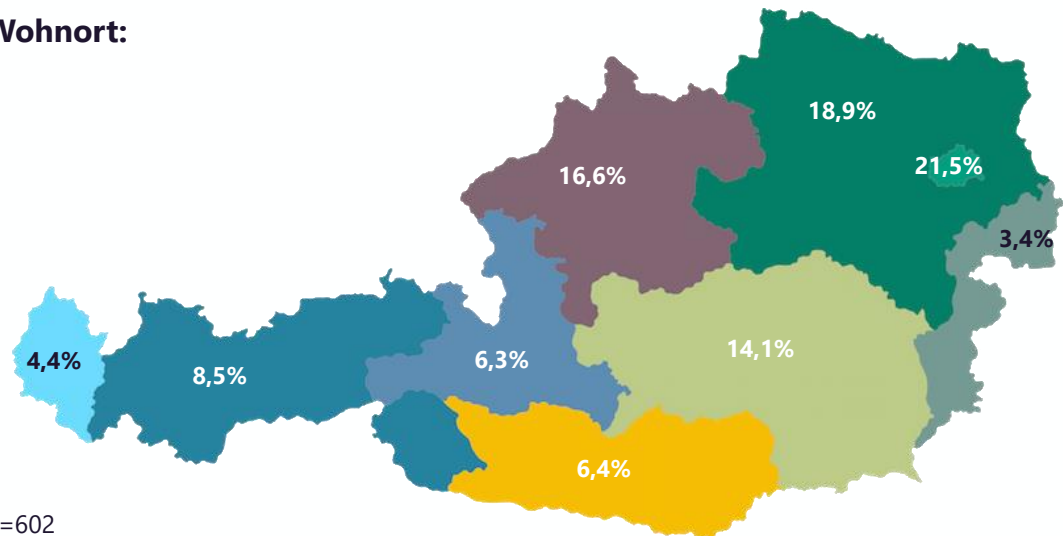
Bildung:

mit Matura
33,0%



ohne Matura
70,0%

Wohnort:



n=602

In %, Einfachantworten, repräsentativ gewichtet gemäß Alter, Geschlecht, Bundesland & Bildung nach Statistik Austria

Legende

Die Ergebnisse werden in Folge nach folgenden 2 Personengruppen analysiert. Es wird dargestellt, wie sich diese Profile hinsichtlich Soziodemographie, Versicherungsprodukte und –anbieter, Informationsverhalten, Online-Bereitschaft in Bezug auf Produktabschluss, Risikoaffinität sowie Bewertung von krone.at verhalten.



Repräsentative Stichprobe: Gesamtbevölkerung, 15+ Jahre



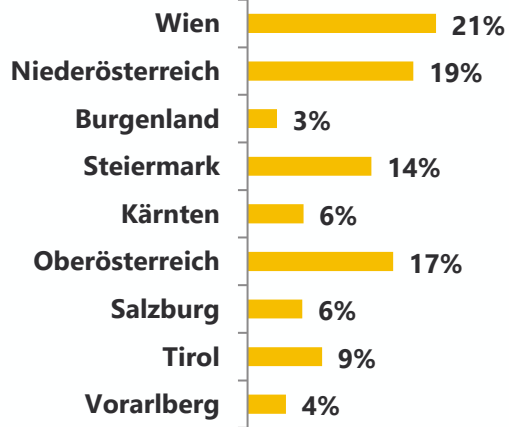
krone.at-Nutzer: Personen, die mindestens 1 Mal pro Woche krone.at nutzen

Soziodemographie der Personengruppen

Soziodemographie

 = repräsentativ AT

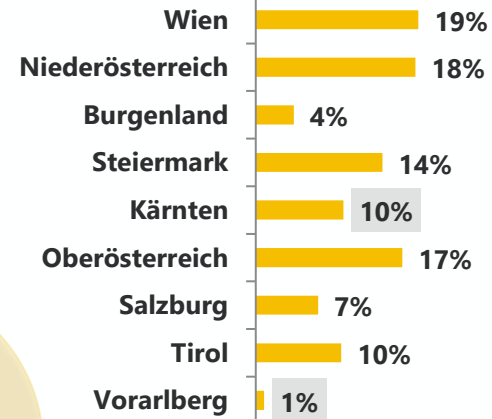
 = krone.at-Nutzer



49,0%



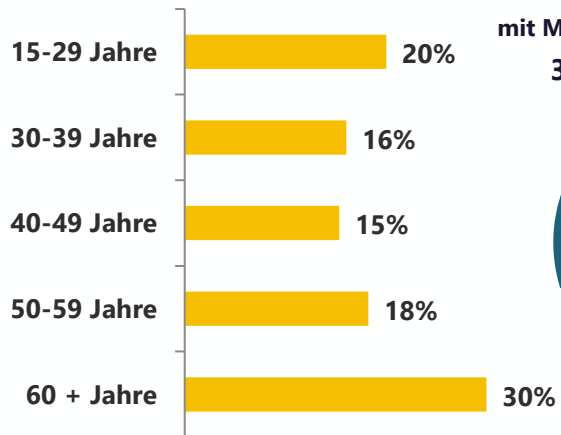
51,0%



51,4%



48,6%



mit Matura
30,0%

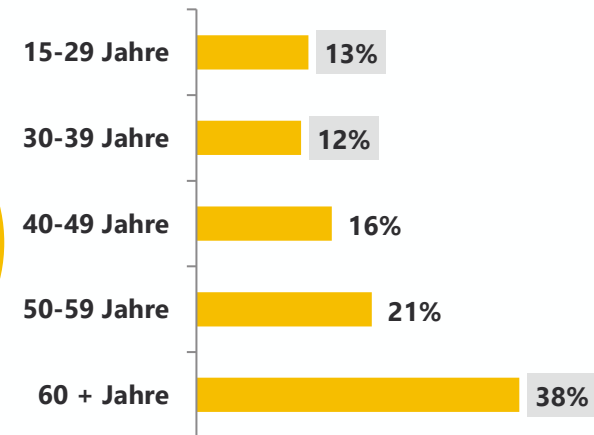


ohne Matura
70,0%


mit Matura
20,5%



ohne Matura
79,5%



In %, Einfachantwort, Repräsentativ: n=602; krone.at Nutzer (Personen, die mindestens 1 Mal pro Woche krone.at nutzen): n=224

 = signifikanter Unterschied zu repräsentativ AT, Signifikanzniveau $p \leq 0,05$

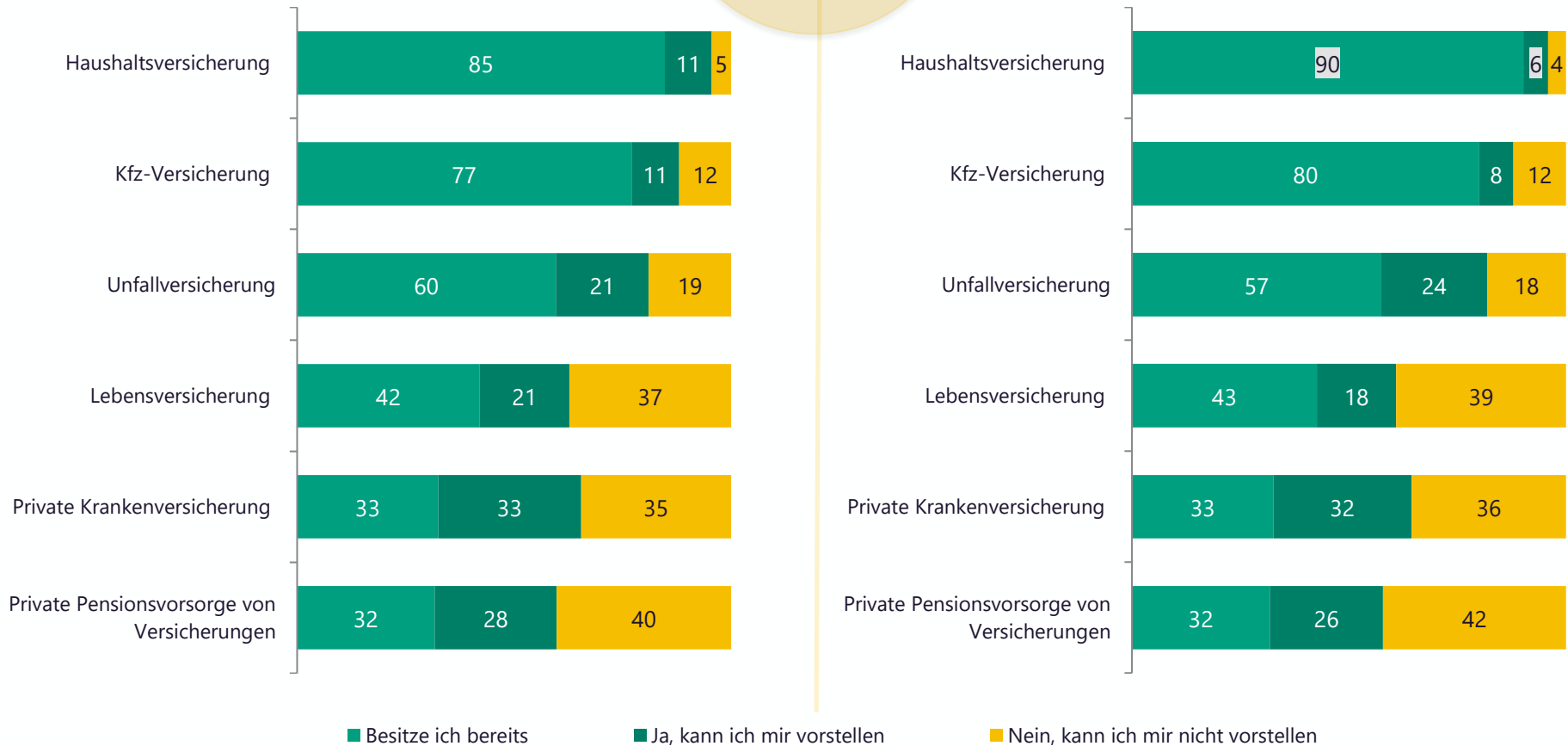
Aktuelle Versicherungsprodukte und -anbieter

krone.at Nutzer besitzen häufiger Haushaltsversicherungen als der Durchschnitt

„Welche der folgenden Versicherungen können Sie sich grundsätzlich vorstellen zukünftig abzuschließen bzw. besitzen Sie bereits?“

 = repräsentativ AT

 = krone.at-Nutzer



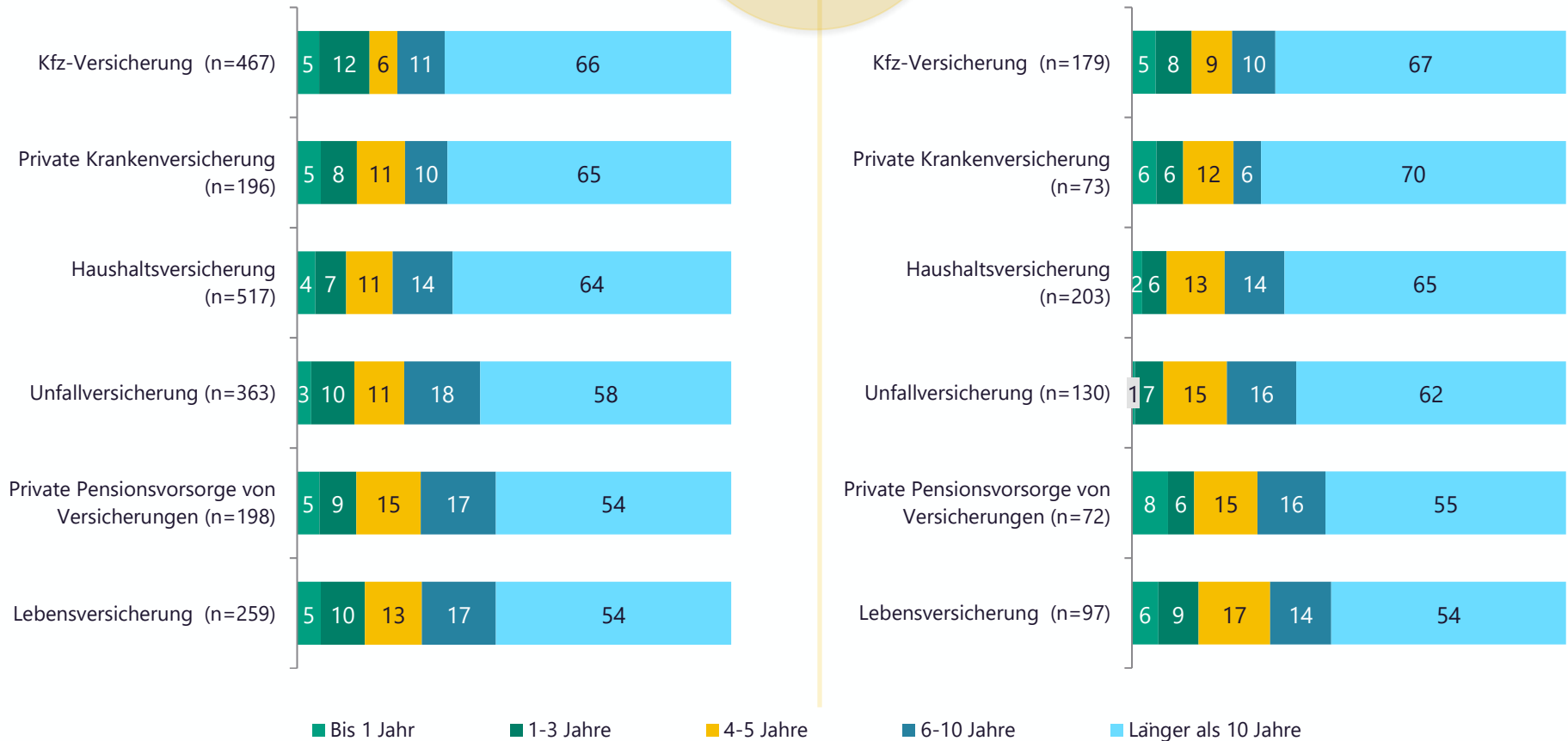
In %, Einfachantwort-Matrix, Repräsentativ: n=602; krone.at Nutzer (Personen, die mindestens 1 Mal pro Woche krone.at nutzen): n=224

Die langjährigsten Versicherungsprodukte sind Kfz-Versicherungen, private Kranken- und Haushaltsversicherungen; hier entspricht der krone.at Nutzer dem Österreichischen Durchschnitt

„Wie lange besitzen Sie diese Versicherung(en) bereits?“

 = repräsentativ AT

 = krone.at-Nutzer



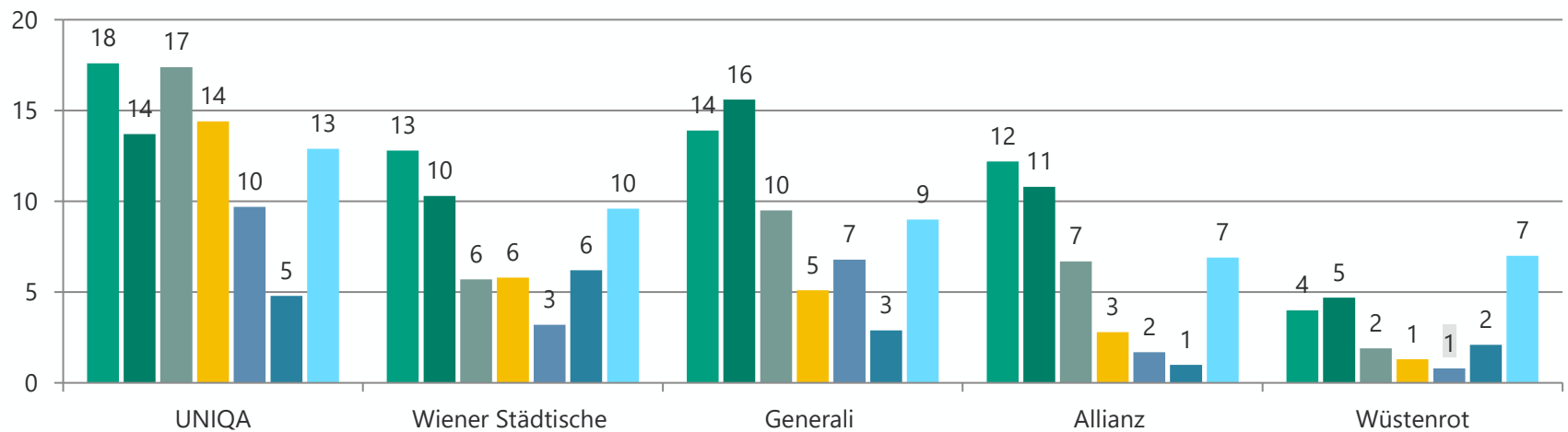
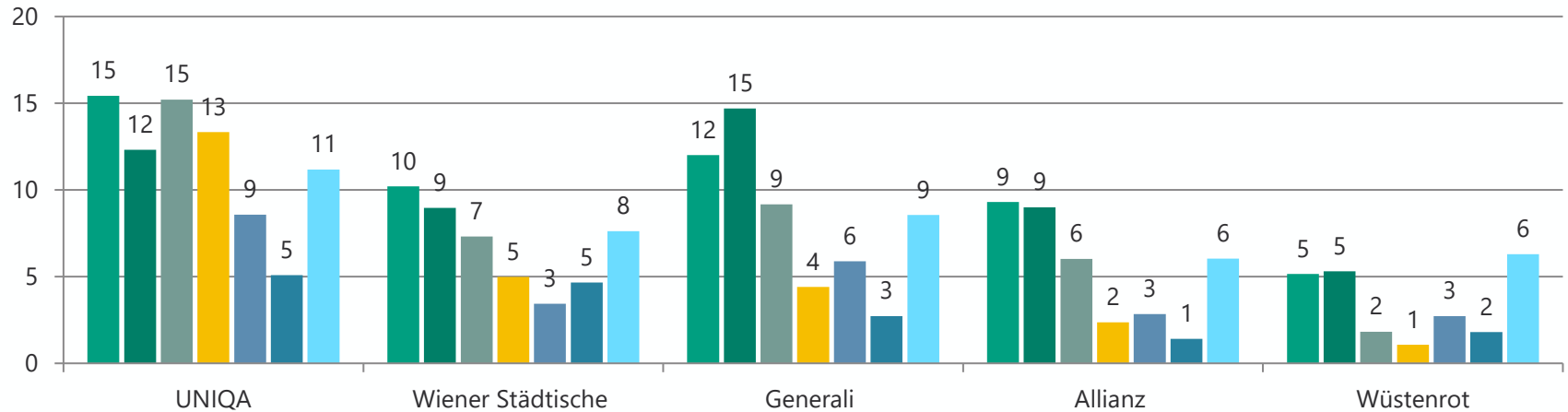
In %, Einfachantwort-Matrix, Personen, die das Versicherungsprodukt bereits besitzen

Aktuelle Versicherungsanbieter (1/3)

„Bei welcher Versicherung besitzen Sie aktuell die folgenden Produkte?“

 = repräsentativ AT

 = krone.at-Nutzer



■ Haushaltsversicherung ■ Kfz-Versicherung ■ Unfallversicherung ■ Private Krankenversicherung ■ Lebensversicherung ■ Private Pensionsvorsorge von Versicherungen ■ Sonstige Versicherung

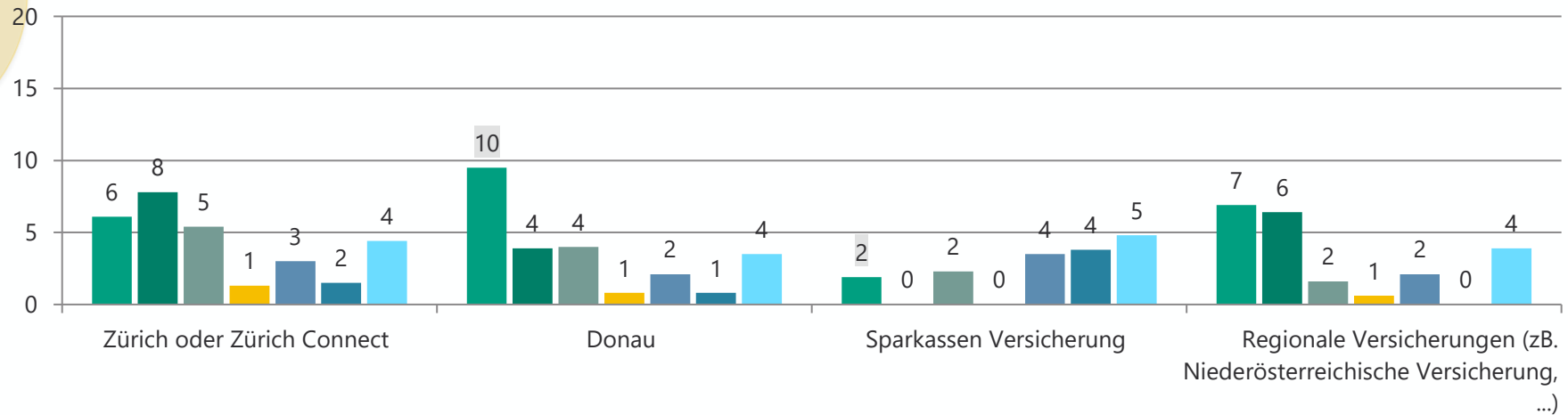
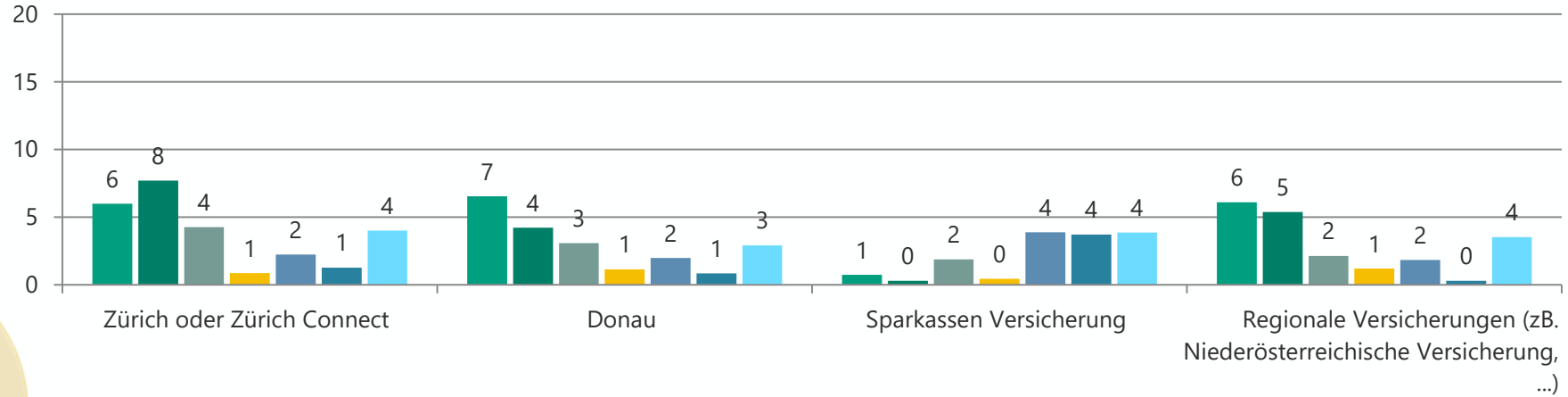
In %, Einfachantwort-Matrix, Personen, die mindestens ein Versicherungsprodukt besitzen; Repräsentativ: n=555; krone.at Nutzer (Personen, die mindestens 1 Mal pro Woche krone.at nutzen): n=207

Aktuelle Versicherungsanbieter (2/3)

„Bei welcher Versicherung besitzen Sie aktuell die folgenden Produkte?“

 = repräsentativ AT

 = krone.at-Nutzer



■ Haushaltsversicherung ■ Kfz-Versicherung ■ Unfallversicherung ■ Private Krankenversicherung ■ Lebensversicherung ■ Private Pensionsvorsorge von Versicherungen ■ Sonstige Versicherung

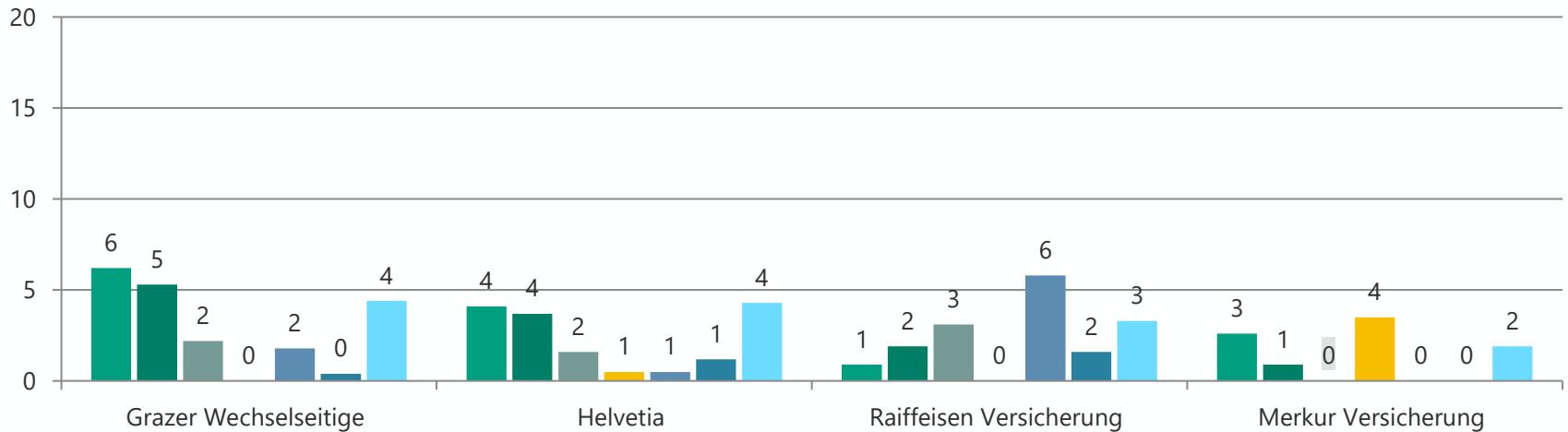
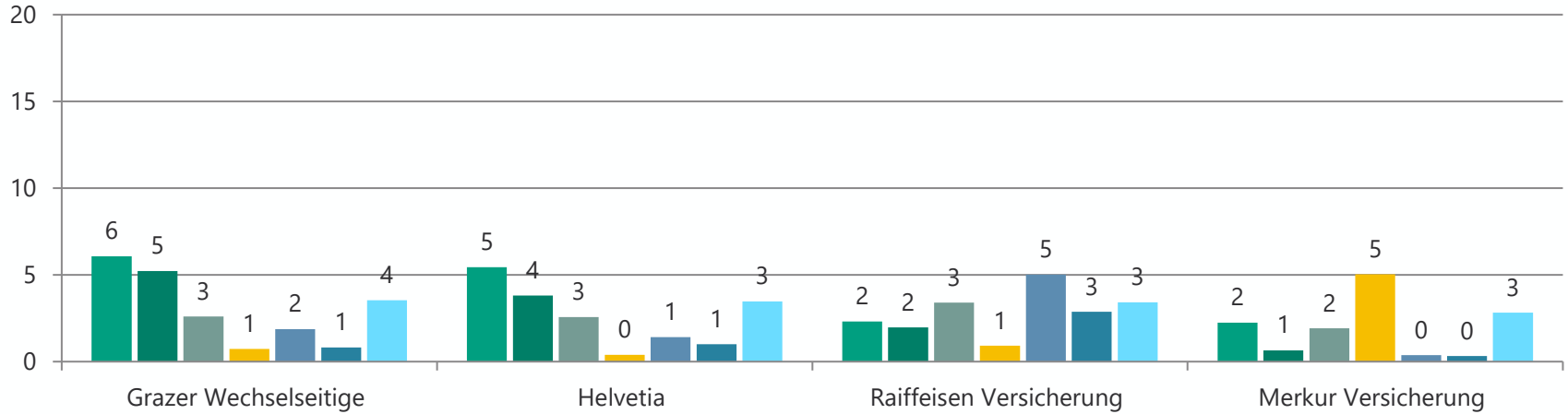
In %, Einfachantwort-Matrix, Personen, die mindestens ein Versicherungsprodukt besitzen; Repräsentativ: n=555; krone.at Nutzer (Personen, die mindestens 1 Mal pro Woche krone.at nutzen): n=207

Aktuelle Versicherungsanbieter (3/3)

„Bei welcher Versicherung besitzen Sie aktuell die folgenden Produkte?“

 = repräsentativ AT

 = krone.at-Nutzer



■ Haushaltsversicherung ■ Kfz-Versicherung ■ Unfallversicherung ■ Private Krankenversicherung ■ Lebensversicherung ■ Private Pensionsvorsorge von Versicherungen ■ Sonstige Versicherung

In %, Einfachantwort-Matrix, Personen, die mindestens ein Versicherungsprodukt besitzen; Repräsentativ: n=555; krone.at Nutzer (Personen, die mindestens 1 Mal pro Woche krone.at nutzen): n=207

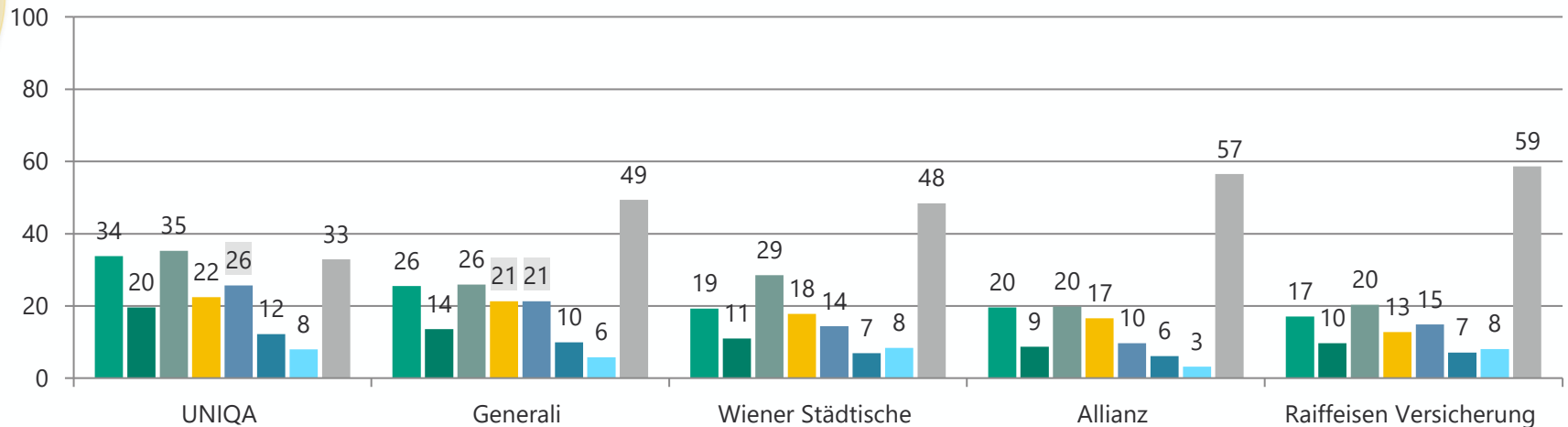
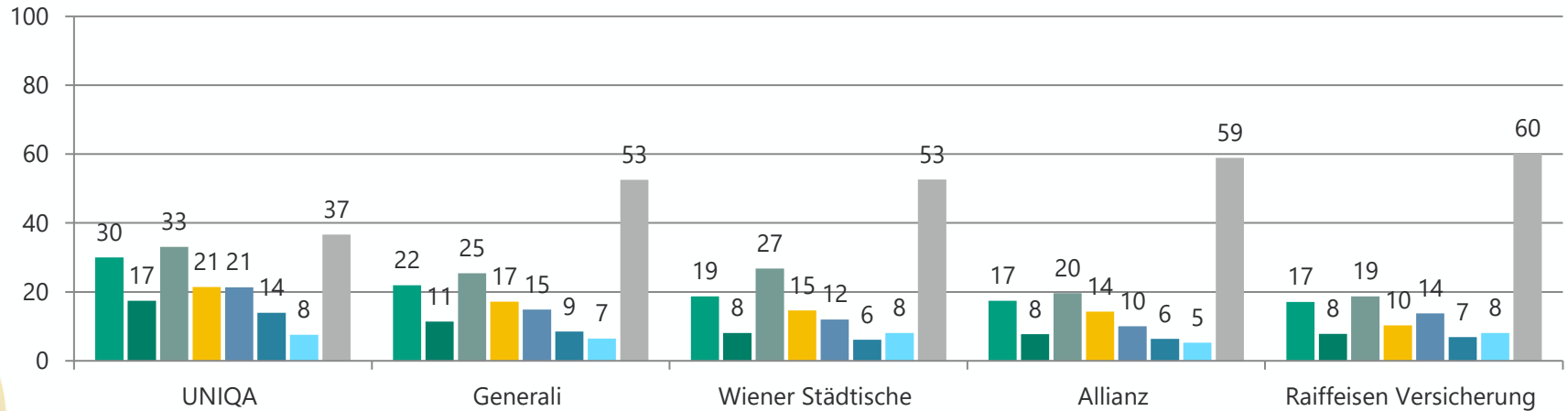
Wahrnehmung und Eigenschaften von Versicherungsanbietern

Wahrnehmung von Versicherungen (1/3)

„Welche der folgenden Eigenschaften treffen Ihrer Meinung nach auf die folgenden Versicherungsanbieter zu?“

 = repräsentativ AT

 = krone.at-Nutzer



■ sympathisch / gutes Image
 ■ innovativ
 ■ zuverlässig / seriös
 ■ schnell und unkompliziert
■ kompetente Beratung
 ■ digital
 ■ nichts davon zutreffend
 ■ kann ich nicht beurteilen

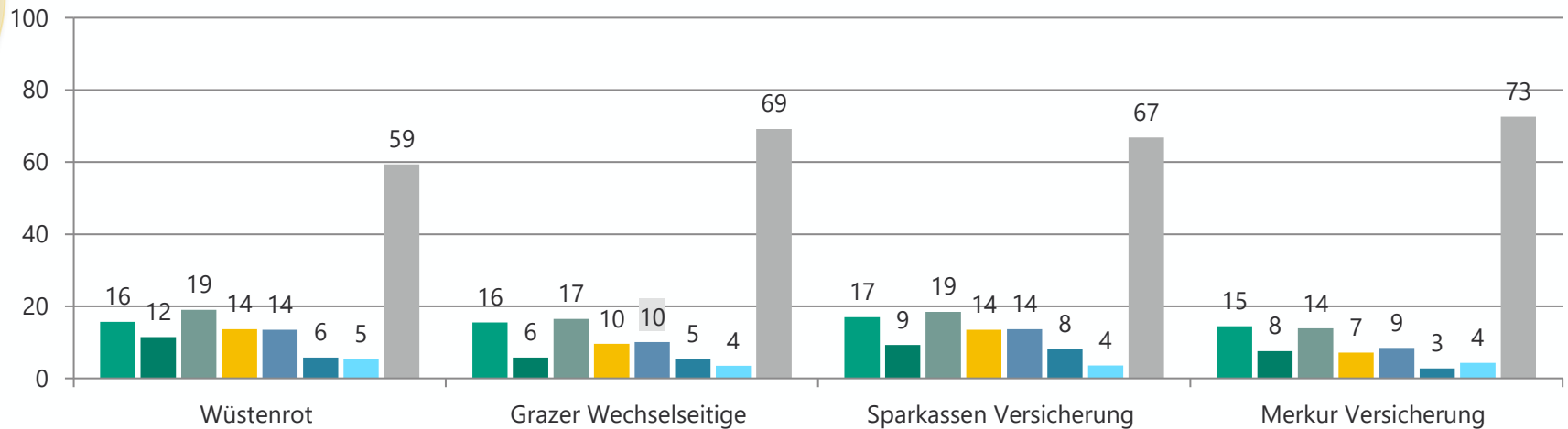
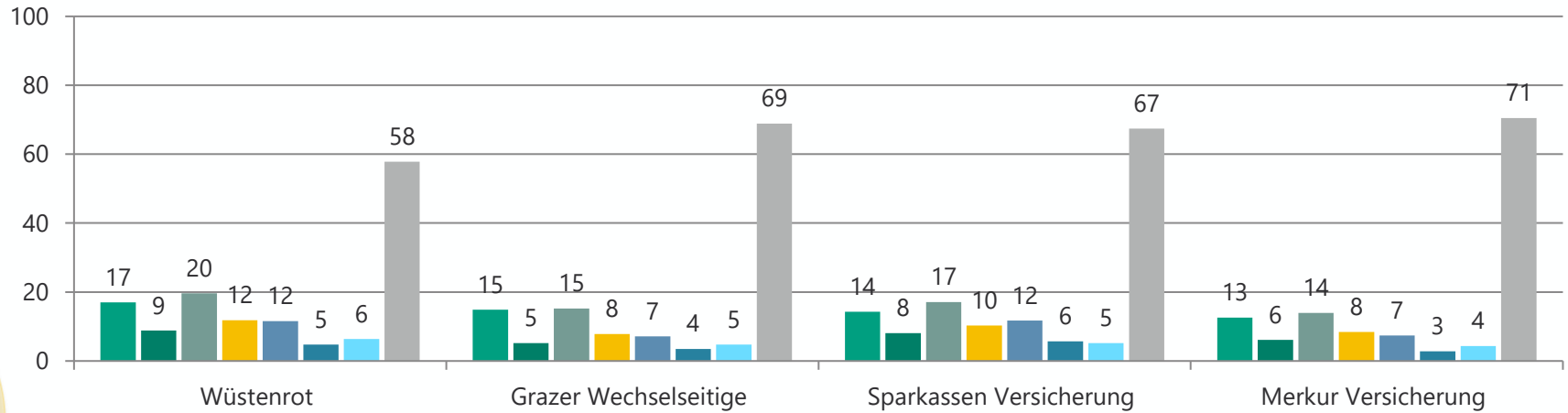
In %, Einfachantwort-Matrix, Repräsentativ: n=602; krone.at Nutzer (Personen, die mindestens 1 Mal pro Woche krone.at nutzen): n=224

Wahrnehmung von Versicherungen (2/3)

„Welche der folgenden Eigenschaften treffen Ihrer Meinung nach auf die folgenden Versicherungsanbieter zu?“

 = repräsentativ AT

 = krone.at-Nutzer



■ sympathisch / gutes Image
 ■ innovativ
 ■ zuverlässig / seriös
 ■ schnell und unkompliziert
■ kompetente Beratung
 ■ digital
 ■ nichts davon zutreffend
 ■ kann ich nicht beurteilen

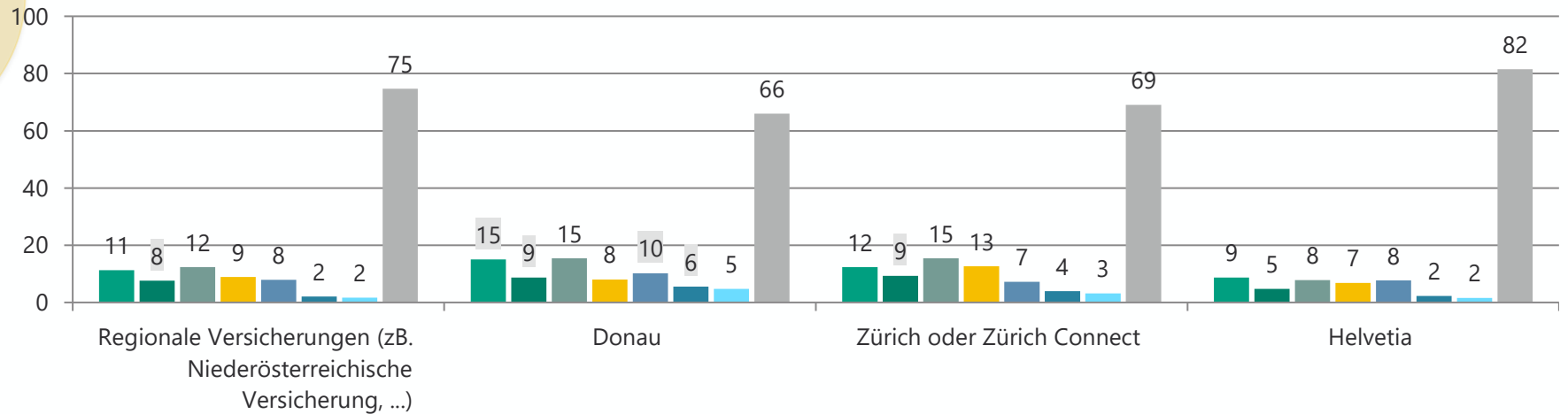
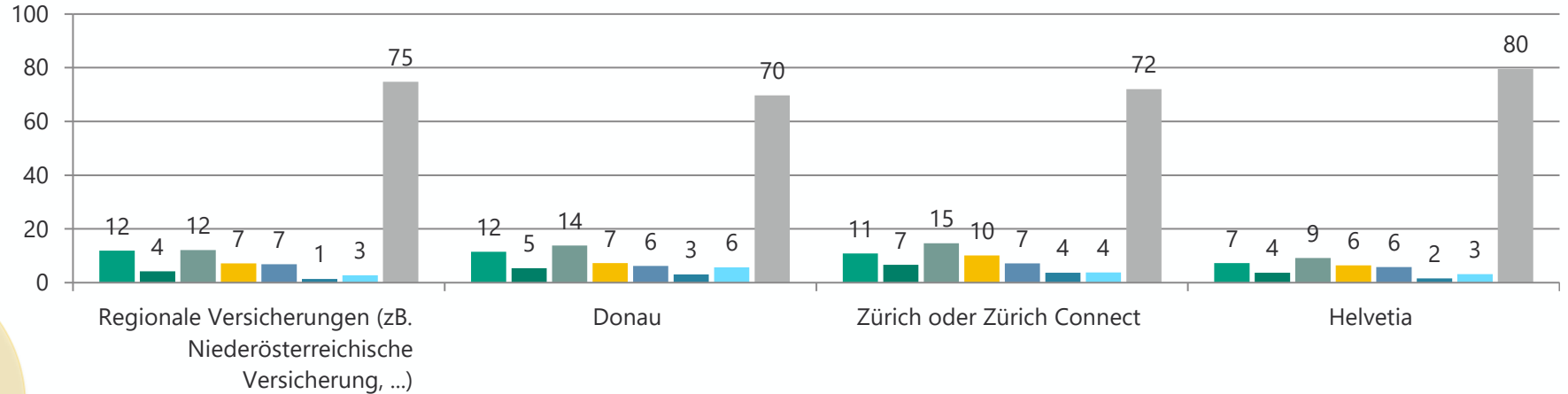
In %, Einfachantwort-Matrix, Repräsentativ: n=602; krone.at Nutzer (Personen, die mindestens 1 Mal pro Woche krone.at nutzen): n=224

Wahrnehmung von Versicherungen (3/3)

„Welche der folgenden Eigenschaften treffen Ihrer Meinung nach auf die folgenden Versicherungsanbieter zu?“

 = repräsentativ AT

 = krone.at-Nutzer




■ sympathisch / gutes Image
■ kompetente Beratung

■ innovativ
■ digital

■ zuverlässig / seriös
■ nichts davon zutreffend

■ schnell und unkompliziert
■ kann ich nicht beurteilen

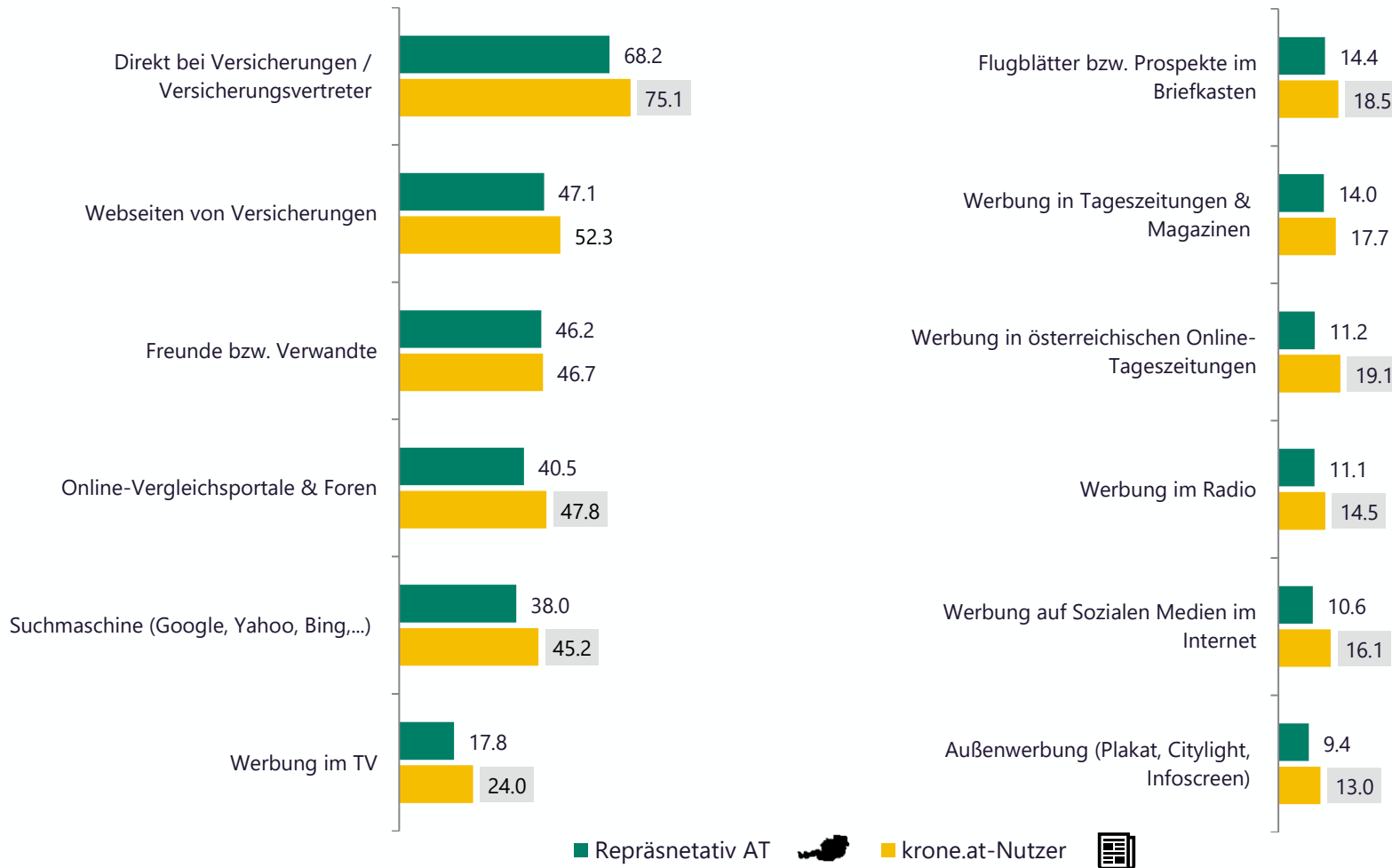
In %, Einfachantwort-Matrix, Repräsentativ: n=602; krone.at Nutzer (Personen, die mindestens 1 Mal pro Woche krone.at nutzen): n=224

 = signifikanter Unterschied zu repräsentativ AT, Signifikanzniveau $p \leq 0,05$

Informationsverhalten, Onlineabschluss und Nutzung des Online-Kanals

krone.at Nutzer informieren sich häufiger durch Werbung in österreichischen Online-Tageszeitungen als der österreichische Durchschnitt

„Stellen Sie sich vor, Sie sind auf der Suche nach einem bestimmten Versicherungsprodukt. Wie informieren Sie sich über Versicherungsprodukte bzw. wie werden Sie auf diese aufmerksam?“



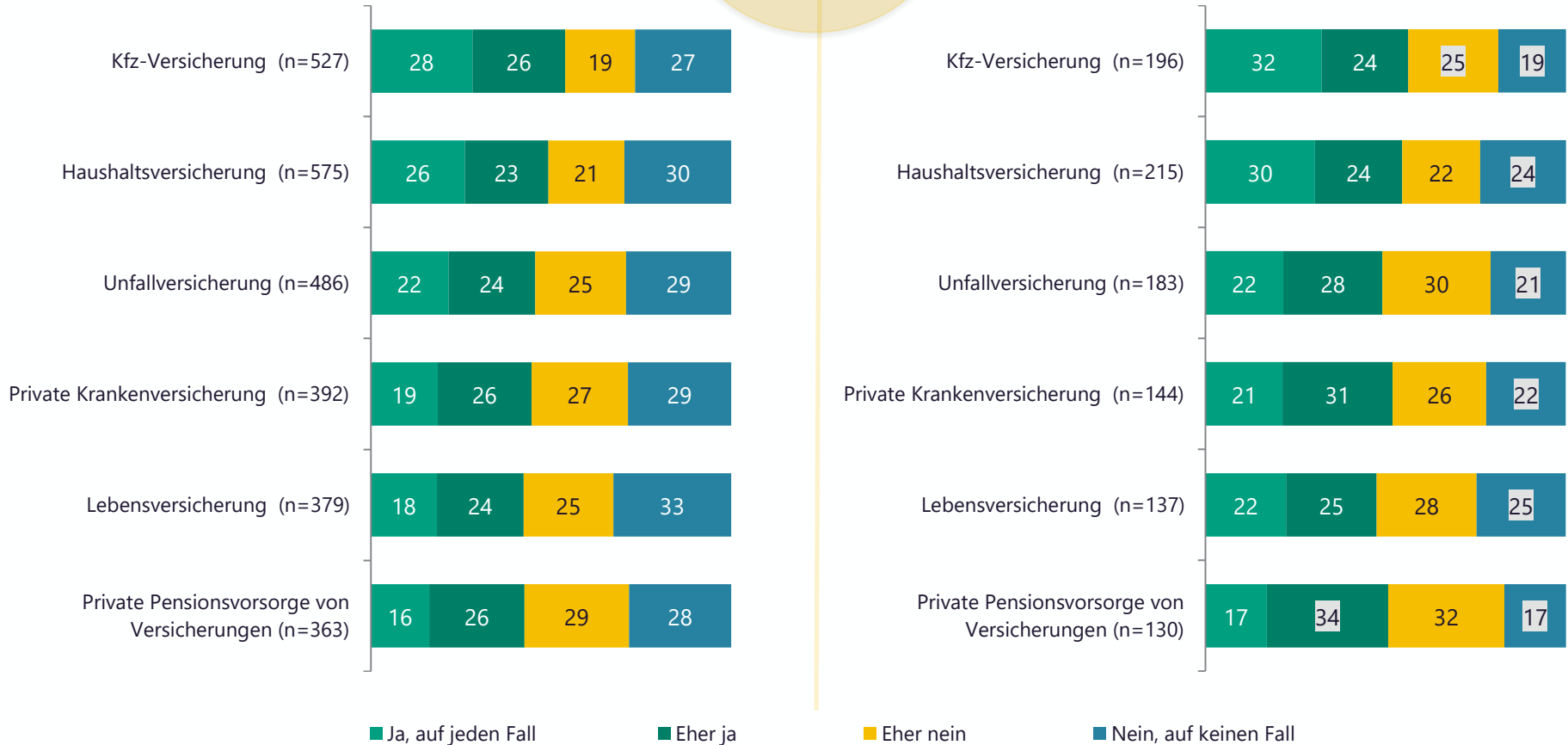
In %, Mehrfachantwort, Repräsentativ: n=602; krone.at Nutzer (Personen, die mindestens 1 Mal pro Woche krone.at nutzen): n=224

krone.at Nutzer können sich überdurchschnittlich häufiger vorstellen eine private Lebensversicherung oder Pensionsvorsorge online abzuschließen

„Welche dieser Versicherungsprodukte könnten Sie sich vorstellen auch online abzuschließen?“

 = repräsentativ AT

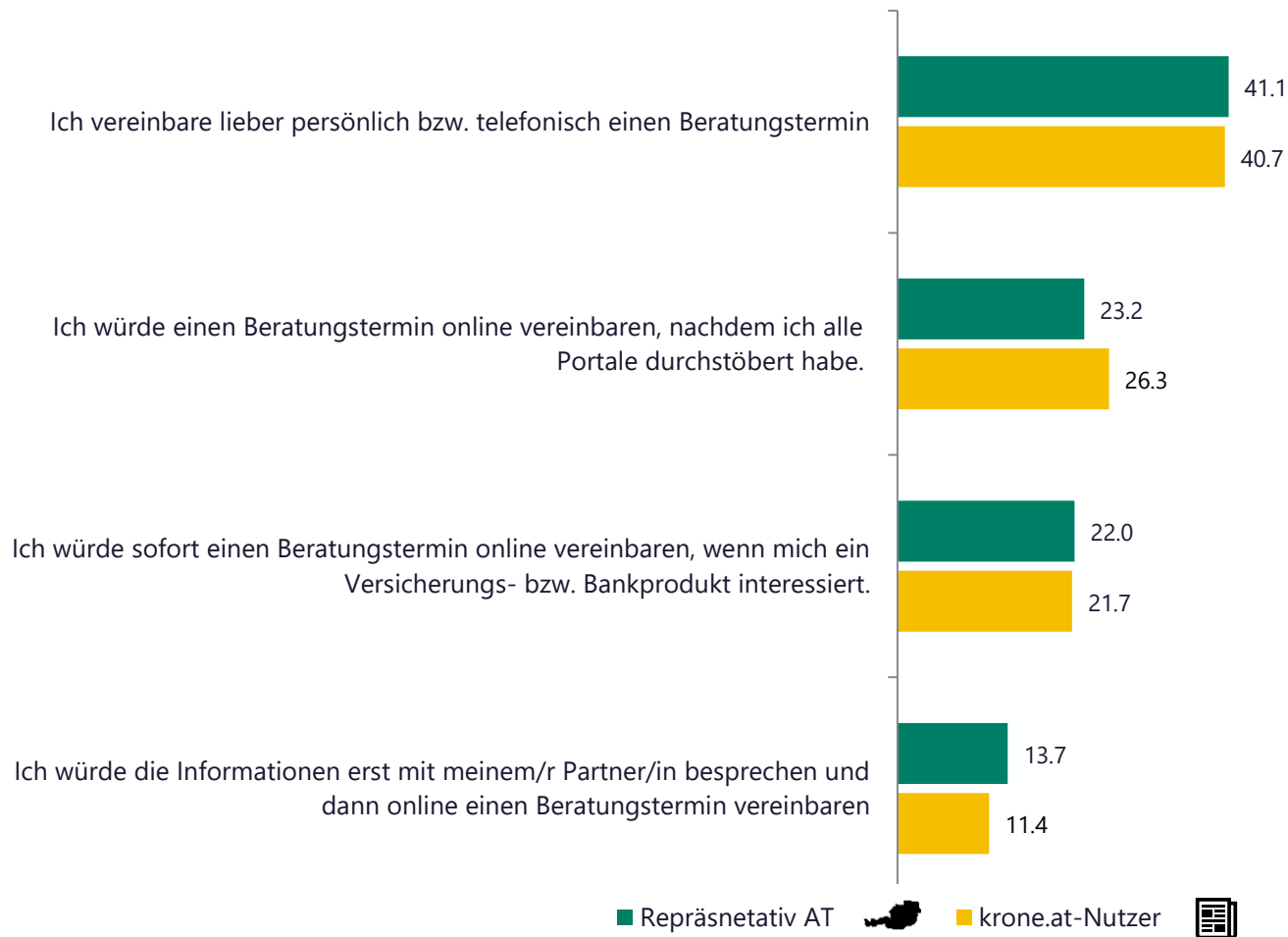
 = krone.at-Nutzer



In %, Einfachantwort-Matrix, Personen, die das Versicherungsprodukt bereits besitzen

Rund 60% würden einen Beratungstermin online vereinbaren

„Wenn Sie sich im Internet über eine bestimmte Versicherungs- bzw. Bankprodukte informieren, wie relevant ist dabei für Sie die Möglichkeit einen Beratungstermin online zu vereinbaren?“



In %, Einfachantwort, Repräsentativ: n=602; krone.at Nutzer (Personen, die mindestens 1 Mal pro Woche krone.at nutzen): n=224

Risikoaffinität

Wenig Risikoaffinität unter den ÖsterreicherInnen und krone.at Nutzern

„Wenn Sie an finanzielle Vorsorge und Bankprodukte denken, wo würden Sie sich persönlich zwischen Sicherheit und Ertrag einordnen?“

 = repräsentativ AT

 = krone.at-Nutzer



0: Hohe Sicherheit, geringe Ertragschancen:

3

Mir ist es am wichtigsten, dass mein investiertes Kapital auf jeden Fall erhalten bleibt und nicht aufs Spiel gesetzt wird.

1

4

7

10: Geringe Sicherheit, hohe Ertragschancen:

5: Mittlere Sicherheit, mittlere Ertragschancen

8

Mir ist es am wichtigsten, möglichst hohe Ertragschancen zu erzielen, auch wenn mein investiertes Kapital dabei riskiert wird.

In %, Einfachantwort, Repräsentativ: n=602; krone.at Nutzer (Personen, die mindestens 1 Mal pro Woche krone.at nutzen): n=224

Relevanz von österreichischen Nachrichtenportalen mit Fokus auf krone.at

Österreichische Nachrichtenportale sind krone.at Nutzern überdurchschnittlich wichtig

„Wie wichtig sind für Sie Nachrichtenportale aus Österreich (wie zB. derstandard.at, kurier.at, krone.at, oe24.at, ...) im Alltag?“

 = repräsentativ AT

 = krone.at-Nutzer



■ 1 = sehr wichtig ■ 2 ■ 3 ■ 4 ■ 5 = überhaupt nicht wichtig

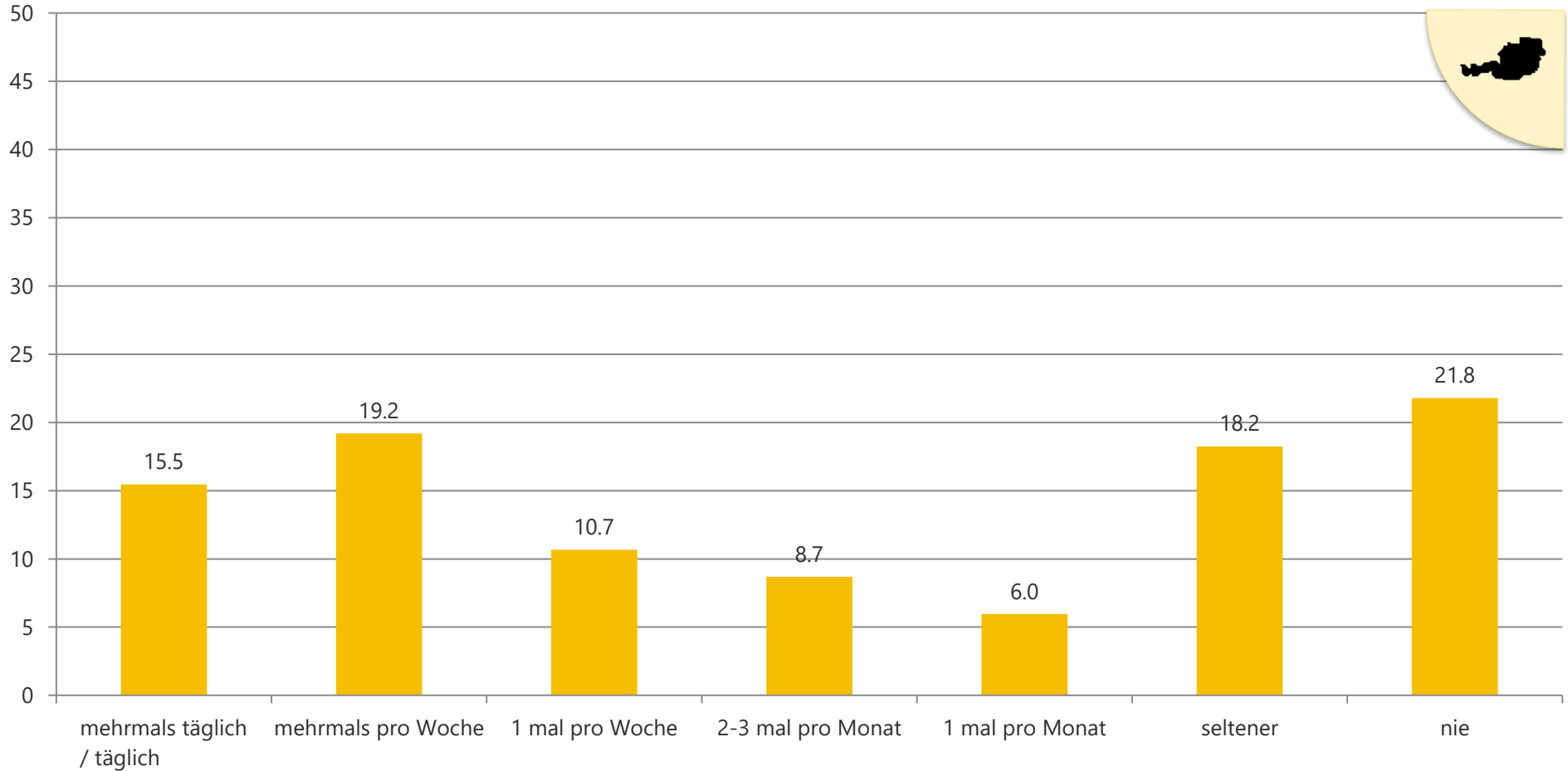
In %, Einfachantwort, Repräsentativ: n=602; krone.at Nutzer (Personen, die mindestens 1 Mal pro Woche krone.at nutzen): n=224

45% der Befragten nutzen mindestens einmal pro Woche krone.at


„Wie häufig nutzen Sie die folgenden österreichischen Online-Nachrichtenportale?“



 = repräsentativ AT



In %, Einfachantwort-Matrix, Repräsentativ: n=602;

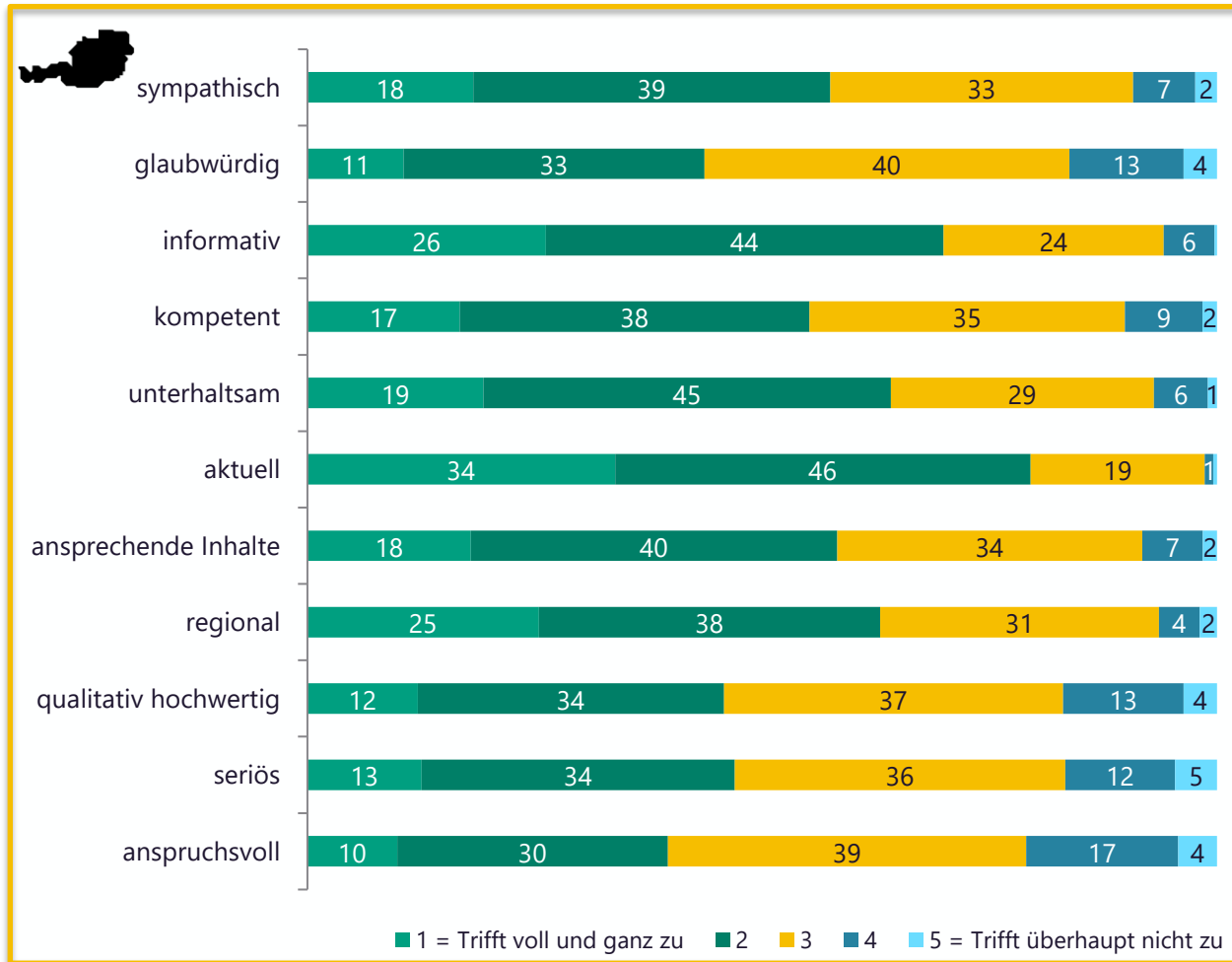
 = signifikanter Unterschied zu repräsentativ AT, Signifikanzniveau $p \leq 0,05$

krone.at wird vor allem als aktuell, informativ und regional bewertet, besonders unter krone.at Nutzern

„Wie sehr treffen die folgenden Eigenschaften Ihrer Meinung nach auf krone.at zu?“

 = repräsentativ AT

 = krone.at-Nutzer



MW 

2,36

MW 

2,20

2,66

2,51

2,10

1,95

2,40

2,23

2,24

2,16

1,88

1,80

2,34

2,17

2,20

2,13

2,63

2,46

2,62

2,42

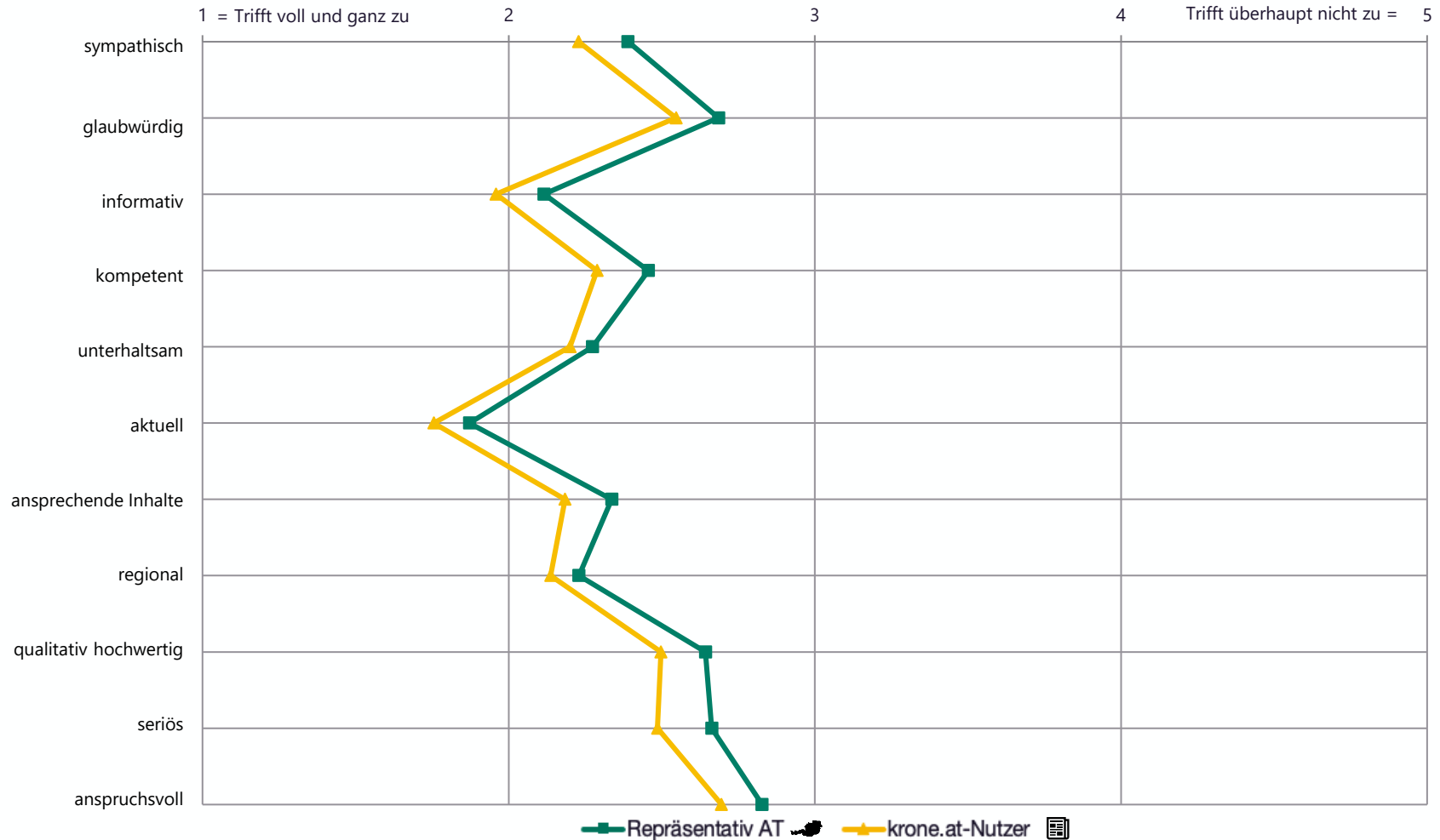
2,76

2,61

In % und Mittelwerte, Einfachantwort-Matrix, Personen, die krone.at mindestens einmal pro Monat nutzen; Repräsentativ: n=298; krone.at Nutzer (Personen, die mindestens 1 Mal pro Woche krone.at nutzen): n=224

krone.at wird vor allem als aktuell, informativ und regional bewertet, besonders unter krone.at Nutzern

„Wie sehr treffen die folgenden Eigenschaften Ihrer Meinung nach auf krone.at zu?“



Mittelwerte, Einfachantwort-Matrix, Personen, die krone.at mindestens einmal pro Monat nutzen; Repräsentativ: n=298; krone.at Nutzer (Personen, die mindestens 1 Mal pro Woche krone.at nutzen): n=224

Knapp die Hälfte nutzt krone.at (sehr) aufmerksam

„Wie aufmerksam nutzen Sie österreichische Online-Nachrichtenportal krone.at?“

 = repräsentativ AT

 = krone.at-Nutzer



■ 1 = sehr aufmerksam (lasse mich dabei nicht ablenken) ■ 2 ■ 3 ■ 4 ■ 5 = gar nicht aufmerksam (nutze ich nebenbei)

In %, Einfachantwort-Matrix, Personen, die krone.at mindestens einmal pro Monat nutzen; Repräsentativ: n=298; krone.at Nutzer (Personen, die mindestens 1 Mal pro Woche krone.at nutzen): n=224

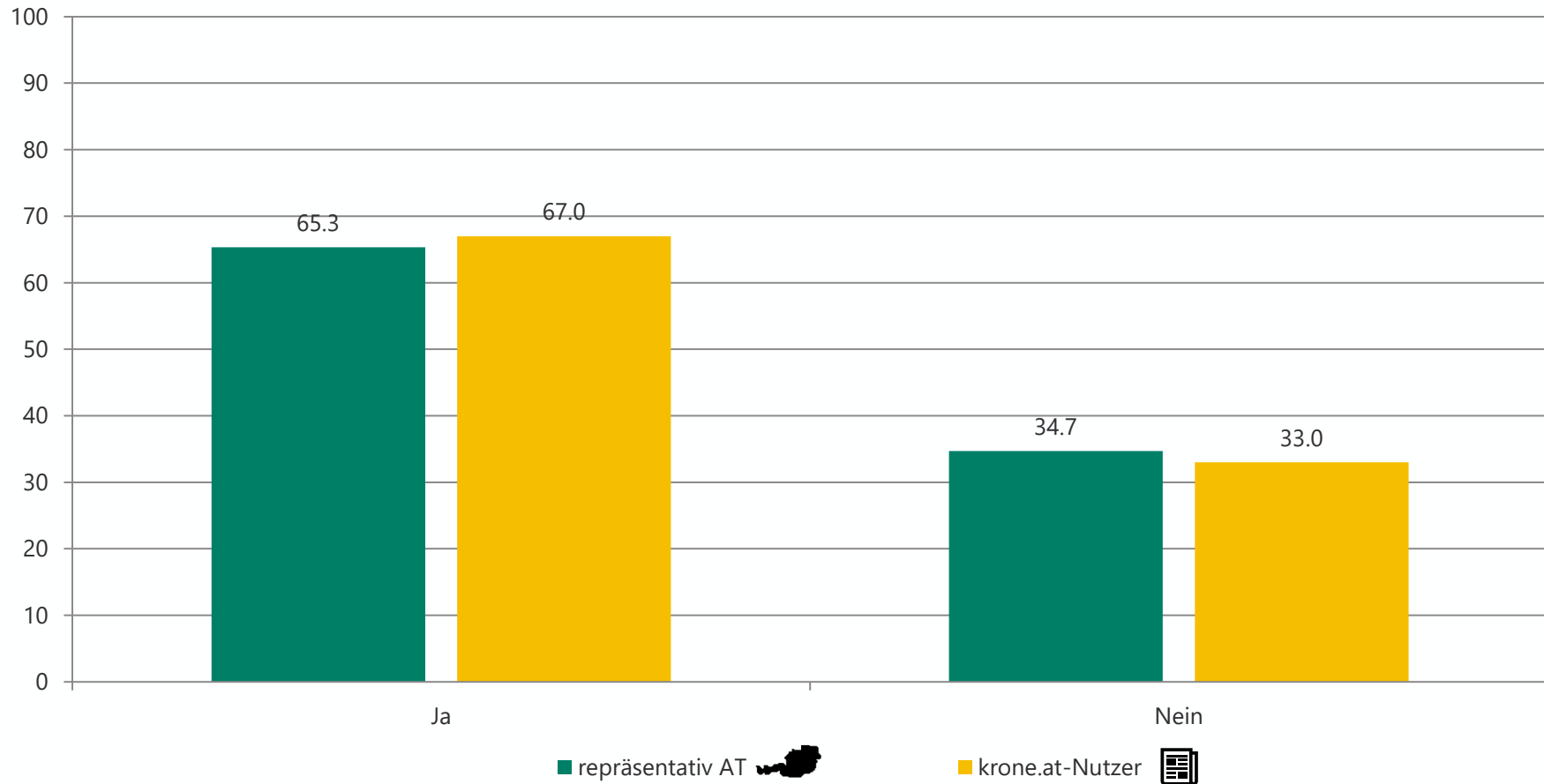
Rund 65% der Befragten geben an Werbung auf krone.at gesehen zu haben

„Wenn Sie an krone.at denken, haben Sie hier schon einmal Werbung gesehen?“

 = repräsentativ AT



= krone.at-Nutzer



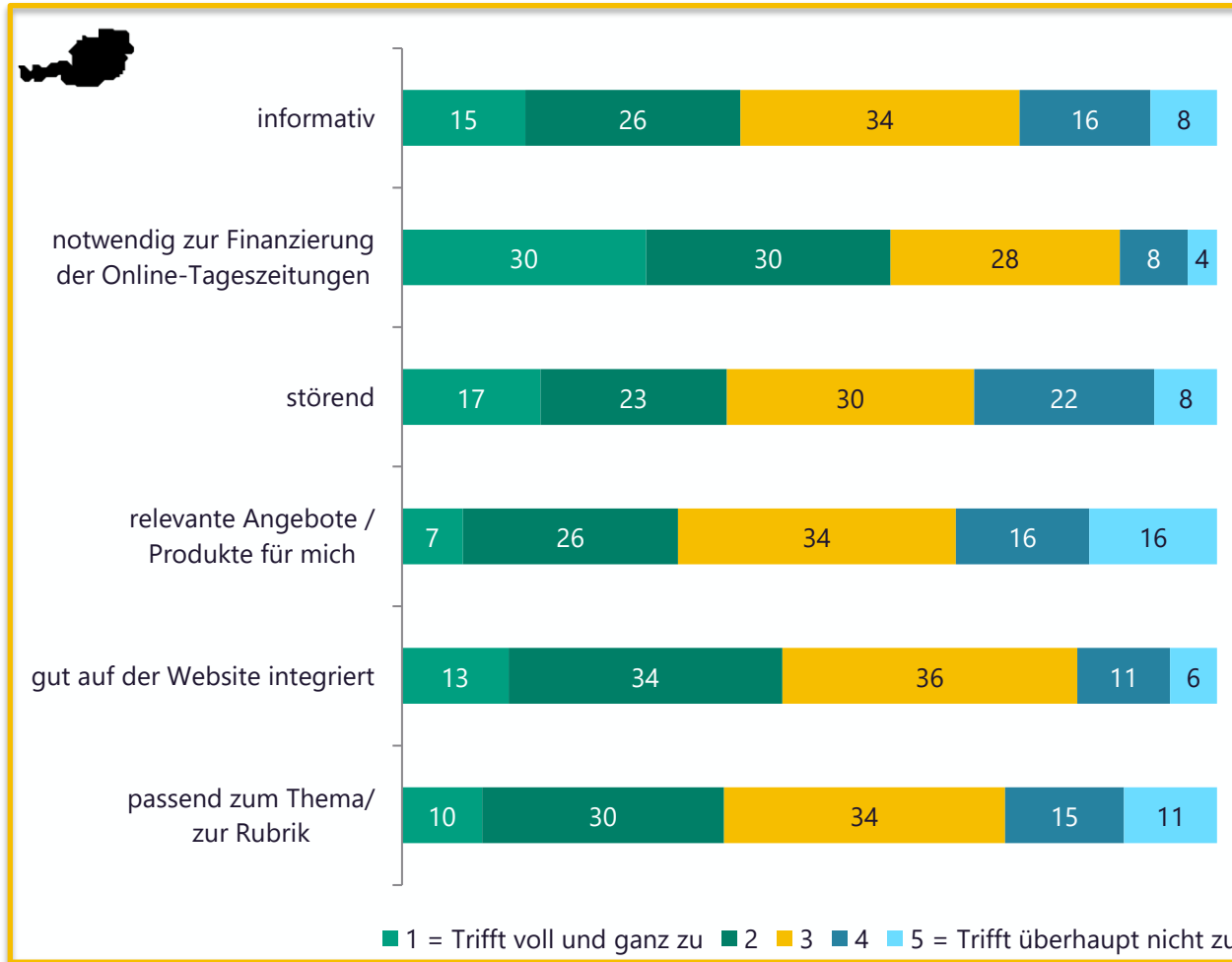
In %, Einfachantwort, Personen, die krone.at mindestens einmal pro Monat nutzen; Repräsentativ: n=298; krone.at Nutzer (Personen, die mindestens 1 Mal pro Woche krone.at nutzen): n=224

Werbung auf krone.at wird informativ und gut integriert auf der Webseite bewertet, besonders unter krone.at Nutzern

„Denken Sie nun an Werbung auf krone.at. Wie sehr treffen die folgenden Eigenschaften darauf zu?“

 = repräsentativ AT

 = krone.at-Nutzer



MW 

MW 

2,76

2,68

2,26

2,24

2,81

2,85

3,06

2,97

2,63

2,53

2,88

2,79

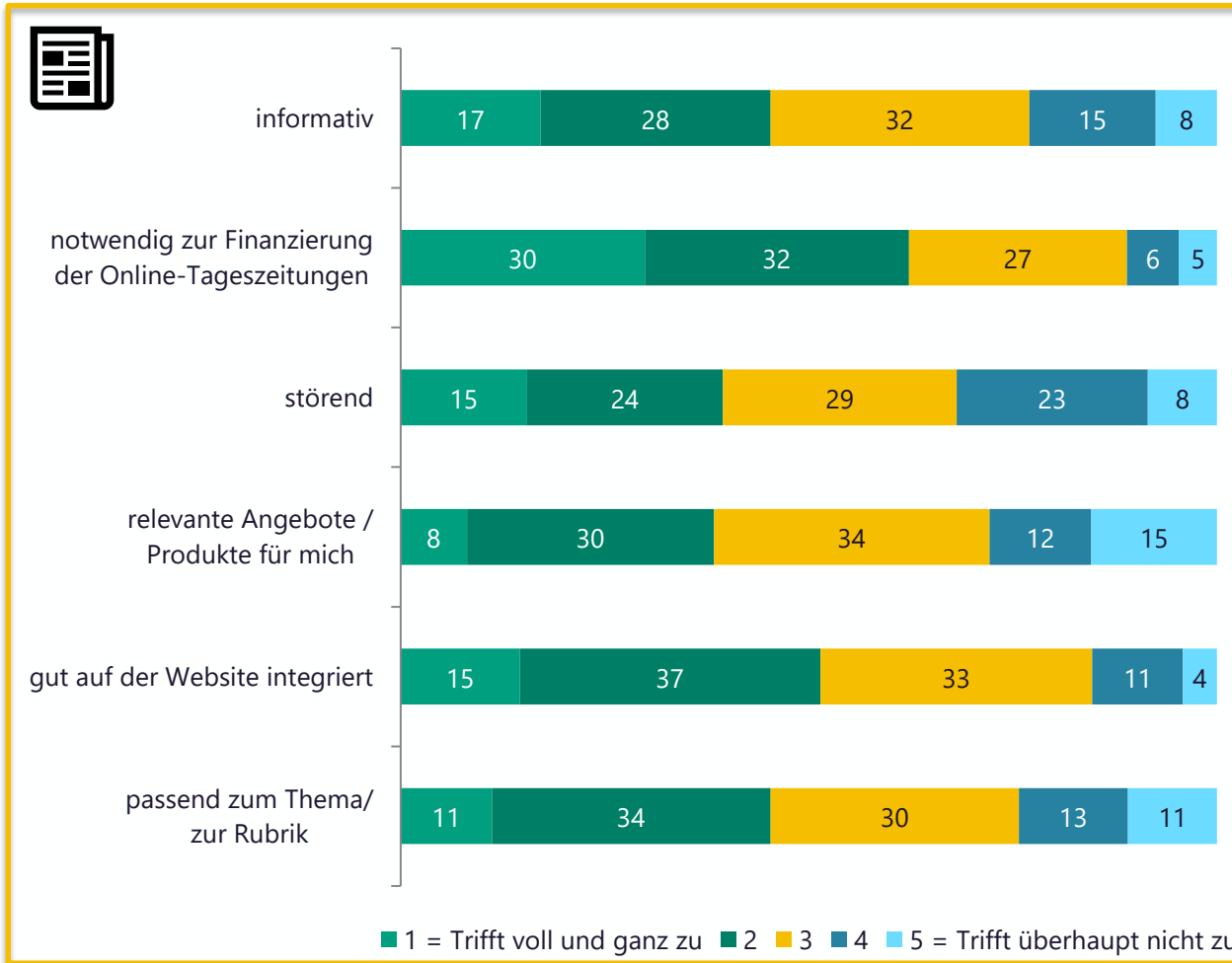
In % und Mittelwerte, Einfachantwort-Matrix, Personen, die Werbung auf krone.at gesehen haben, Repräsentativ: n=195; krone.at Nutzer (Personen, die mindestens 1 Mal pro Woche krone.at nutzen): n=151

Werbung auf krone.at wird informativ und gut integriert auf der Webseite bewertet, besonders unter krone.at Nutzern

„Denken Sie nun an Werbung auf krone.at. Wie sehr treffen die folgenden Eigenschaften darauf zu?“

 = repräsentativ AT

 = krone.at-Nutzer



MW 

MW 

2,76

2,68

2,26

2,24

2,81

2,85

3,06

2,97

2,63

2,53

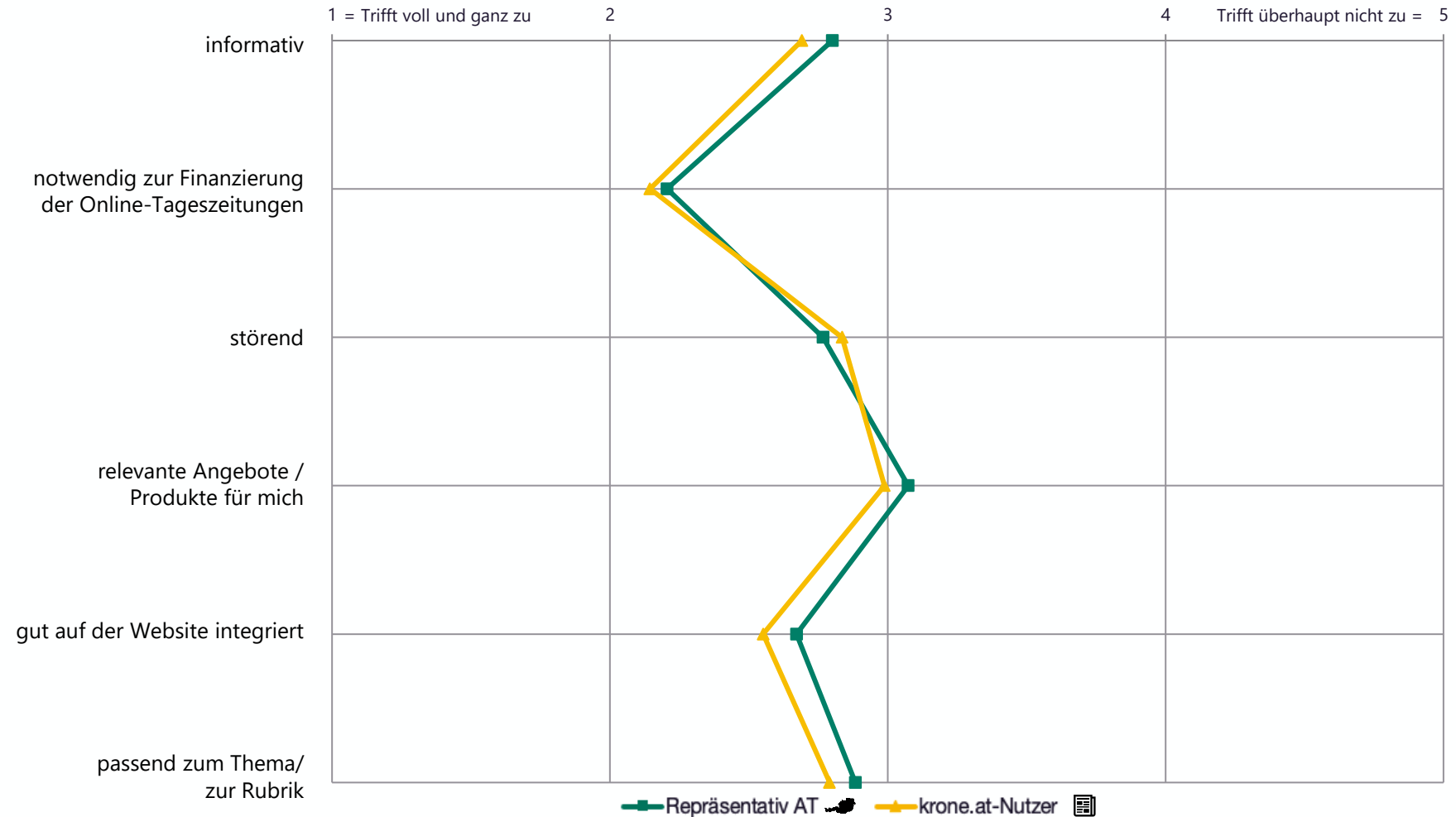
2,88

2,79

In % und Mittelwerte, Einfachantwort-Matrix, Personen, die Werbung auf krone.at gesehen haben, Repräsentativ: n=195; krone.at Nutzer (Personen, die mindestens 1 Mal pro Woche krone.at nutzen): n=151

Werbung auf krone.at wird informativ und gut integriert auf der Webseite bewertet, besonders unter krone.at Nutzern


„Denken Sie nun an Werbung auf krone.at. Wie sehr treffen die folgenden Eigenschaften darauf zu?“

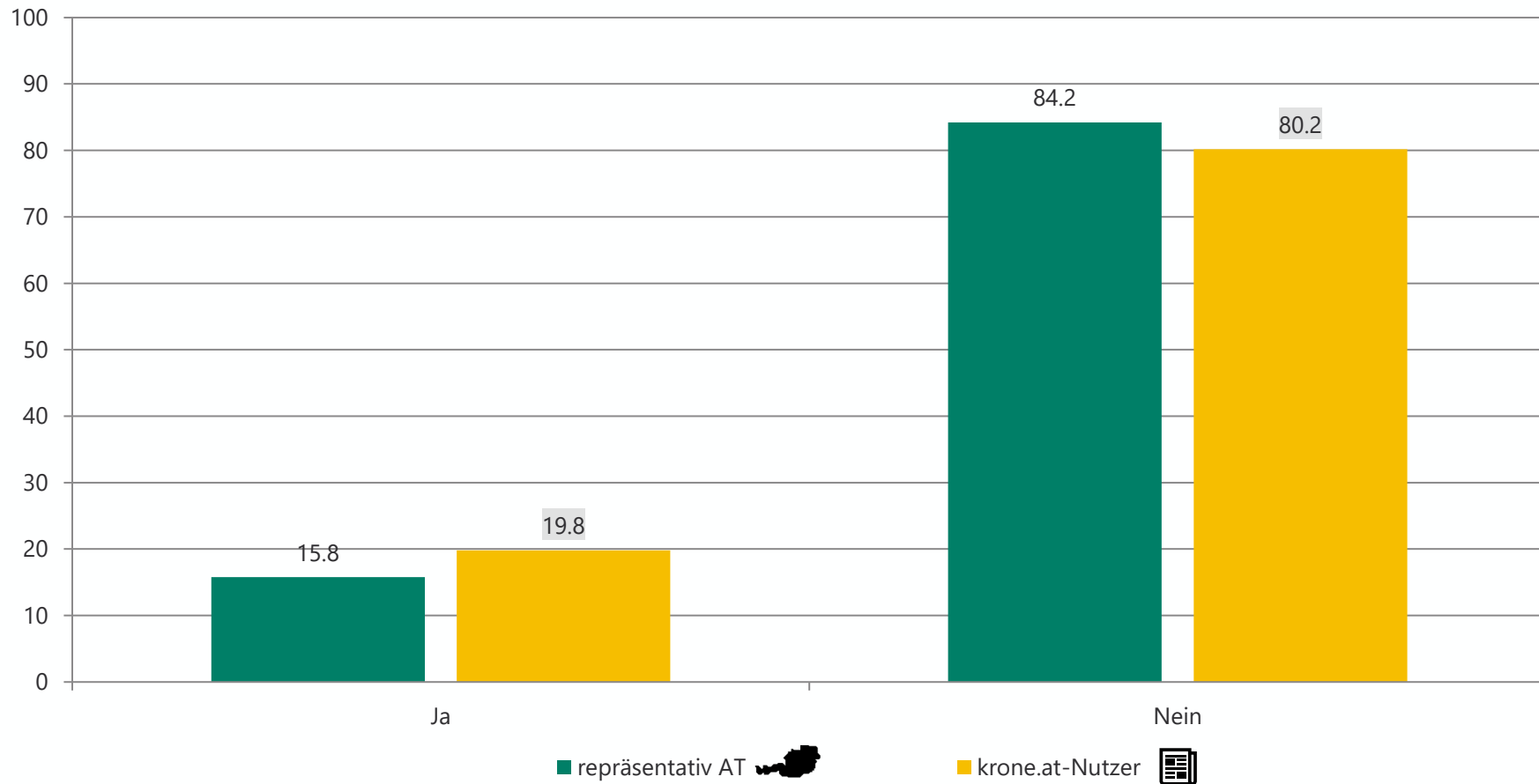


Mittelwerte, Einfachantwort-Matrix, Personen, die Werbung auf krone.at gesehen haben, Repräsentativ: n=195; krone.at Nutzer (Personen, die mindestens 1 Mal pro Woche krone.at nutzen): n=151

krone.at-Nutzer kaufen häufiger auf Grund von Werbeanzeigen

„Können Sie sich bewusst daran erinnern mindestens einmal aufgrund einer Werbeanzeige auf einem Online-Nachrichtenportal ein Produkt gekauft oder Service in Anspruch genommen zu haben?“

 = repräsentativ AT  = krone.at-Nutzer



In %, Einfachantwort, Repräsentativ: n=602; krone.at Nutzer (Personen, die mindestens 1 Mal pro Woche krone.at nutzen): n=224

Kontakt

MindTake Research GmbH

Karlsgasse 7/5

1040 Wien

FBNr.: 257512w

UID: ATU61393566

DVRNr.: DVR3000686

Tel.: +43 1 228 88 10

Fax: +43 1 228 98 01

Mail: office@mindtake.com

Web: www.mindtake.com

Projektleitung

Juliane Ortner

Juliane.Ortner@mindtake.com