

HEUTE UND MORGEN

Reiseversicherungen im Aufwind: Erfolgversprechende Ansprachen, Zielgruppen und Konzepte

Juli 2024

HEUTE UND MORGEN Studienreihe
Finanzmarktrends





Liebe Interessenten,

Reiseversicherungen erleben derzeit einen bemerkenswerten Aufschwung. Nach den Einschränkungen durch die Pandemie sehnen sich die Menschen nach Freiheit und Entspannung, und das Bedürfnis zu reisen ist größer denn je. Die Möglichkeit, neue Orte zu entdecken, andere Kulturen kennenzulernen und einfach mal dem Alltag zu entfliehen, gewinnt enorm an Wert.

Reiseversicherungen gewinnen daher zunehmend an Relevanz: Sie bieten nicht nur finanzielle Sicherheit bei unvorhergesehenen Ereignissen wie Stornierungen oder medizinischen Notfällen, sondern auch eine gewisse mentale Entlastung, die es dem Reisenden ermöglicht, seine Reise unbeschwert zu genießen.

Unsere Studie fokussiert die folgenden Fragestellungen:

- Wann hat man persönlich **Bedarf** an der Absicherung einer Reise? Für welche Reisen in Abhängigkeit von Reisekosten, Reisedauer oder Zielland werden Reiseversicherungen als sinnvoll erachtet?
- Wo **informiert** man sich primär über Reiseversicherungen?
- Welche Erwartungen werden an die **Produktausgestaltung** gestellt?
- Mit welchen Themen und Angeboten erreicht man verschiedene **Segmente** und speziell **jüngere Zielgruppen**?

Dies sind nur einige der relevanten Fragen, die wir uns in unserer aktuellen Mehrbezieher-Studie zu diesem Thema stellen.

Wir freuen uns auf Ihr Interesse!

Ihr Team von HEUTE UND MORGEN

UNTERSUCHUNGSDESIGN UND ECKDATEN



Befragungsmethode:

- Online-Befragung über ein Verbraucherpanel



Befragungsdauer:

- Ø 10 Minuten



Befragungszeitraum:

- April 2024



Stichprobe:

Insgesamt **n=1.000 Befragte ab 18 Jahren**

- Personen, die eine der Reiserücktritts-/abbruchversicherung oder eine Reisekrankenversicherungen abgeschlossen haben oder an einem Abschluss einer dieser Versicherungen grundsätzlich interessiert sind



Studienpreis:

- 3.500 €



FRAGESTELLUNGEN RUND UM REISEVERSICHERUNGEN, DIE WIR MIT DER STUDIE BEANTWORTEN:

**BEI WELCHEN REISEN
BESTEHT ABSICHERUNGS-
BEDARF?**

**GIBT ES VERSCHIEDENE
ABSICHERUNGS-TYPEN?**

**WELCHE LEISTUNGEN
KÖNNEN „LOCKEN“?**

**WELCHE VERSICHERER
SIND TOP-OF-MIND?**

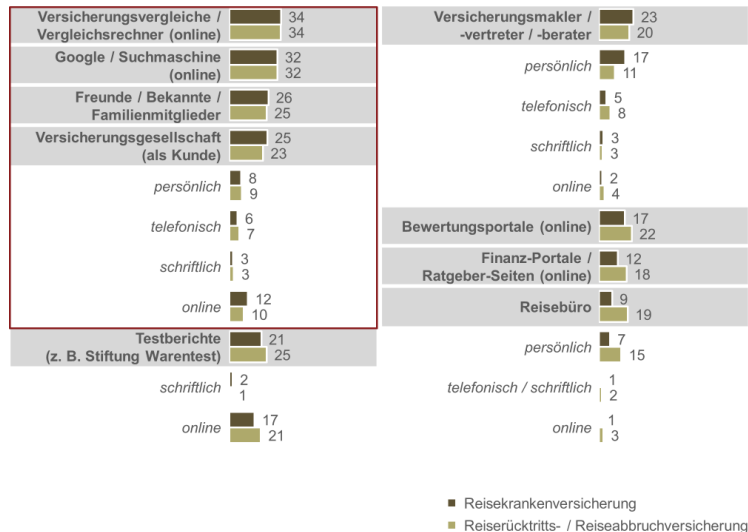
**WER WIRKT
SYMPATHISCH?
WEM WIRD VERTRAUT?**

Auszüge aus den Ergebnissen (I)

Die Befragung zeigt auf, wo man sich zu Reiseversicherungen informiert und wo man diese abschließt. Dabei wird – wie auch im gesamten Report – zwischen Reisekrankenversicherungen und Reiserücktritts- / abbuchversicherungen differenziert:

Informationssuche (I)

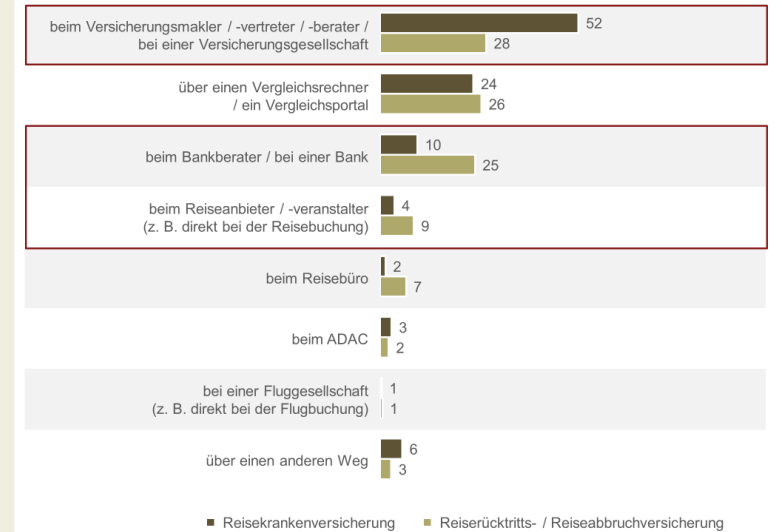
Vergleichsseiten und Online-Suchmaschinen sind für Reiseversicherungen sehr relevant bei der Informationssuche. Darüber hinaus werden der Bekanntenkreis sowie Versicherungsgesellschaften, bei denen man bereits Kunde ist, gerne konsultiert.



Fragen: Wo haben / würden Sie sich überall zum Thema [RK / RR] informiert / informieren? Wie haben Sie sich dabei jeweils informiert? (Mehrfachantworten möglich); Angaben in Prozent, absteigend sortiert nach Gesamt; Texte zur besseren Lesbarkeit gekürzt; Filter: nur Besitzer / Interessenten einer RK bzw. RR; RK: n=505 / RR: n=489

Abschlussweg

Reisekrankenversicherungen werden überwiegend über einen Versicherungsberater oder eine Versicherungsgesellschaft abgeschlossen. Im Bereich Reiserücktritt wird hingegen auch oftmals bei der Bank (mit abgeschlossen. Außerdem spielen hier die Reiseveranstalter eine größere Rolle.



Frage: Über welchen Weg haben Sie Ihre [Reisekrankenversicherung / Reiserücktritts- / Reiseabbruchversicherung] dann letztlich abgeschlossen (z. B. persönlich / telefonisch, schriftlich oder online)?; Angaben in Prozent, absteigend sortiert nach Gesamt; Filter: nur Besitzer einer RK bzw. RR; n=400 / RR: n=308

Auszüge aus den Ergebnissen (II)

Die Studie ermittelt außerdem relevante Teilsegmente, die in der Zielgruppe zu unterscheiden sind und zeigt auf, wie diese Segmente am besten erreicht werden können:

Segment: Reiseversicherungs- Affine (61 %)

Reiseversicherungs-Affine zeichnen sich unter anderem dadurch aus, dass der Großteil von ihnen mindestens eine Reiseversicherung besitzt. Reiseversicherungen werden dabei auch schon bei geringeren Reisekosten und kurzer Reisedauer als sinnvoll erachtet. Die Reiseversicherungs-Affinen sind tendenziell etwas älter und verfügen über ein etwas höheres Nettoeinkommen. Vielreisende sind etwas stärker vertreten.

Ø 49 (47) Jahre 50 % / 50 % (50) weiblich (50) männlich Ø ca. 3.700 € (3.600) Haushalts-Nettoeinkommen

20 % (23) Single-Haushalt 48 % (45) Haushalt mit Partner/-in ohne Kinder

58 % (52) Vielreisende (mind. 3 Privatreisen im letzten Jahr) Ø 3.200 € (2.900) Urlaubsbudget

13 % (27) haben keine Reiseversicherung, interessieren sich aber generell dafür

87 % (73) haben mindestens eine Reiseversicherung
79 % (65) Reisekranken
45 % (41) Reiserücktritt

79 % (72) mit ganzjähriger / fortlaufender Versicherung
Top-Gründe: 42 % (44) langfristig kostengünstiger
30 % (27) kontinuierlicher Schutz

8 % (9) mit Versicherung für einzelne Reise
Top-Gründe: 54 % (47) kein weiterer Bedarf / unnötige Zahlungen
21 % (12) maßgeschneiderte Abdeckung

8 % (28) halten einen Versicherungsabschluss nur bei hohen Reisekosten für sinnvoll

↳ ab Ø 1.100 € (1.300)

3 % (22) halten einen Versicherungsabschluss nur ab einer bestimmten Reisedauer für sinnvoll

↳ ab Ø 5 Tagen (7)

Angaben in Prozent, in Klammern Vergleich mit Gesamt



HEUTE UND MORGEN

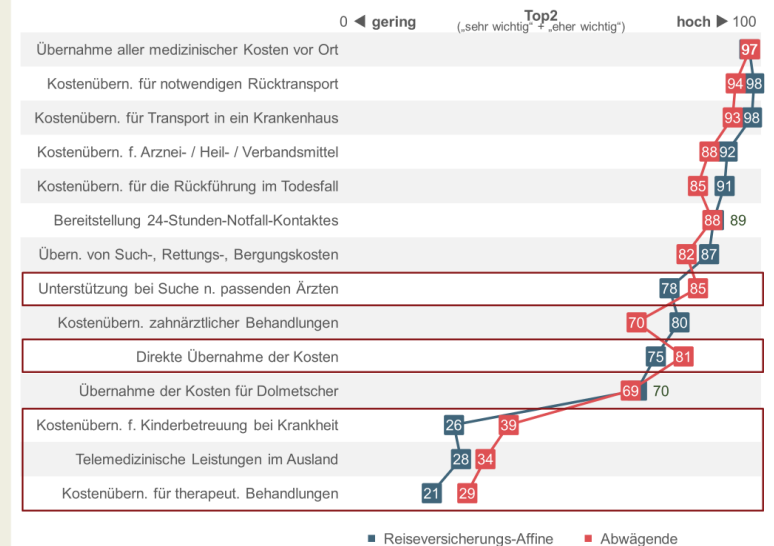
92

Reisekrankenversicherung

Detailbewertung der Leistung Vergleich Zielgruppen

Für Reiseversicherungs-Affine sind viele Leistungen einer Reisekrankenversicherung etwas wichtiger als für Abwägende.

Lediglich die Unterstützung bei der Arztsuche und direkte Kostenübernahme, sowie einige weitere insgesamt weniger wichtiger Leistungen sind für die eher preissensiblen Abwägenden etwas relevanter.



Frage: Wie wichtig sind Ihnen die folgenden Leistungen einer Reisekrankenversicherung?
Angaben in Prozent, Ranking nach Gesamt-Top2-Box („sehr wichtig“ und „eher wichtig“); Texte zur besseren Lesbarkeit gekürzt; Filter: nur Besitzer / Interessenten einer RK; Reiseversicherungs-Fans: n=335-343; abwägende Reisende: n=138-144

HEUTE UND MORGEN

95

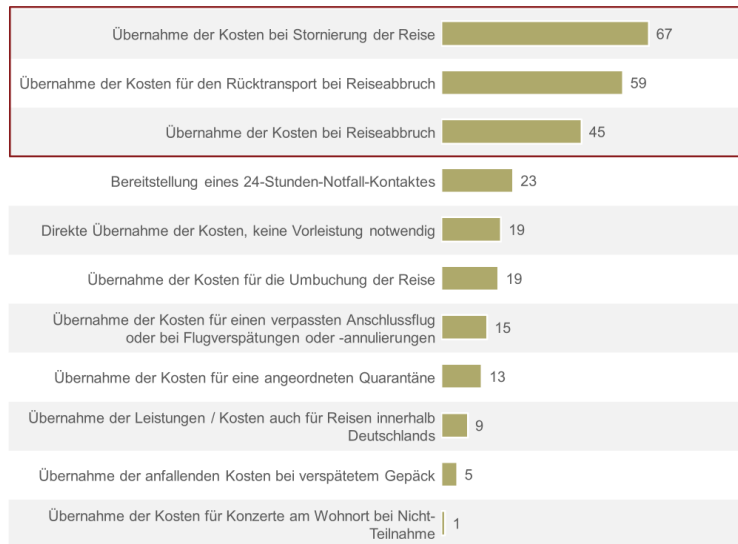
Auszüge aus den Ergebnissen (III)

Im Rahmen der Studie wurden zudem für die Reisekranken- und die Reiserücktritts- / abbruchversicherung eine Vielzahl an innovativen Leistungen bzw. Services auf Attraktivität getestet. Die Ergebnisse zeigen u. a. die Präferenzen auch nach Versicherungsart im Vergleich (Versicherung für eine einzelne Reise vs. ganzjährige / fortlaufende Versicherung).

Reiserücktritts- / Reiseabbruchversicherung

Ranking der Leistungen nach Wichtigkeit

Im Bereich Reiserücktritt ist die wichtigste Leistung die Übernahme der Kosten bei Stornierung der Reise. Danach folgt die Kostenübernahme für den Rücktransport bei Reiseabbruch. Auch die Übernahme der Kosten bei Reiseabbruch ist relevant.



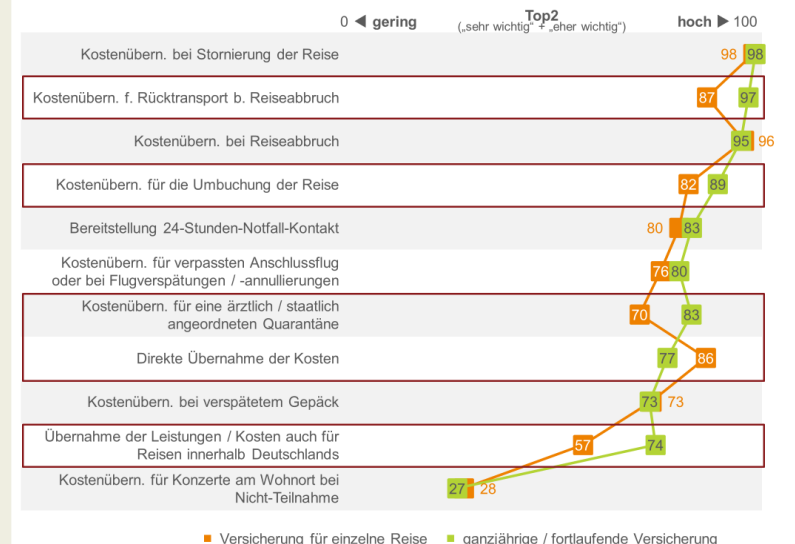
Frage: Und welche dieser Leistungen sind für Sie die drei wichtigsten / relevantesten? (max. 3 Antworten möglich); Angaben in Prozent, absteigend sortiert; Texte zur besseren Lesbarkeit gekürzt; Filter: nur Besitzer / Interessenten einer RR; n= 464

HEUTE UND MORGEN

Reiserücktritts- / Reiseabbruchversicherung

Detailbewertung der Leistungen Vergleich Versicherung für einzelne Reise und fortlaufende Versicherung

Für Besitzer einer fortlaufenden Reiserücktrittsversicherung sind viele Leistungen etwas wichtiger, besonders die Kostenübernahme für Rücktransport, Umbuchen, Quarantäne und Reisen innerhalb Deutschlands. Besitzern einer Versicherung für eine einzelne Reise ist dagegen die direkte Kostenübernahme etwas wichtiger.



Frage: Wie wichtig sind Ihnen die folgenden Leistungen einer Reiserücktritts- / Reiseabbruchversicherung?; Angaben in Prozent; Ranking nach GesamtTop2-Box („sehr wichtig“ und „eher wichtig“); Texte zur besseren Lesbarkeit gekürzt; Filter: nur Besitzer / Interessenten einer RR; einzelne Reise: n=39-45, fortlaufend: n=173-177

HEUTE UND MORGEN

Bestellung der Studie per Mail

NETTOKOSTEN ZZGL.
GESETZL. MWST

Studienreport

Analysebericht (PDF, ca. 90 Seiten)

3.500 €

Ihre Kontaktdaten

Name		Unternehmen	
E-Mail		Telefon	
Ort, Datum		Unterschrift	

IHRE ANSPRECHPARTNER BEI FRAGEN

Dr. Michaela Brocke	Michaela.Brocke@heuteundmorgen.de	0221-995005-11
Karina Grünhage	Karina.Gruenhage@heuteundmorgen.de	0221-995005-32

Diese Studie ist einschließlich aller Bestandteile urheberrechtlich geschützt. Quelle Bilder: Fotolia, Getty Images, iStock, unsplash, pixabay, Pexels



HEUTE UND MORGEN Studienreihe

»FinanzmarktTrends«

Mit der Studienreihe »FinanzmarktTrends« greifen wir regelmäßig aktuelle Entwicklungen und Innovationen auf und testen diese auf ihre Akzeptanz und Zukunftsfähigkeit in der Finanzdienstleistungsbranche. Im Fokus stehen die Bereiche: Produktentwicklung, Digitalisierung, neue Serviceideen und viele weitere frische Impulse für Marketing, Kommunikation und Vertrieb. Nutzen Sie die wertvollen Grundlagen für Marketing, Serviceoptimierung und Vertrieb!

BEREITS ERSCHIENENE STUDIEN ZU »FINANZMARKTTRENDS«

- Techmonitor Assekuranz (2023) (jährliche Studie seit 2018)
- Markenmonitor Assekuranz (2023, 2021)
- Nutzung und Wirkung von Bewertungsportalen bei Finanzdienstleistungen (2023)
- GenZ und Nachhaltigkeit bei Versicherern (2021)
- Chancen und Herausforderungen von datengetriebenen und digitalen Ansätzen im Geschäftsmodell Versicherung (2021)
- Produkte, Leistungen und Services, die im Krankenzusatzbereich begeistern (2021)
- Nachhaltige Versicherungsprodukte (2021)
- Mobilität der Zukunft: Chancen und Risiken für Versicherer (2021)
- Dos & Don'ts für Versicherer und Krankenkassen in den sozialen Medien (2020)
- Wirkung von Siegeln in der Assekuranz (2020)





HEUTE UND MORGEN Studienreihe

»Customer Journey«

In unserer Studienreihe »Customer Journey zu Versicherungsprodukten« untersuchen wir die einzelnen Schritte der Customer Journey zu Versicherungsprodukten:

- **Awareness:** Was gab den Anstoß für die Auseinandersetzung mit dem Produkt?
- **Informationssuche:** Wie wurden nähere Informationen zum Produkt eingeholt? Wie werden die einzelnen aufgesuchten Kontaktpunkte bewertet? Welche Optimierungswünsche haben die Kunden?
- **Entscheidungsphase:** An welchem Punkt fand ein Abbruch der Suche oder eine Entscheidung für / gegen das Produkt statt? Was gab jeweils den Ausschlag?
- **Abschluss:** Über welchen Kanal wurde abgeschlossen? Wie zufrieden ist man mit dem Abschluss?
- Nutzen Sie die wertvollen Grundlagen für Marketing, Serviceoptimierung und Vertrieb!

BEREITS ERSCHIENENE STUDIEN ZU »CUSTOMER JOURNEY«

- Tierkrankenversicherung (2023)
- Berufsunfähigkeitsversicherung (3. Welle 2022)
- Kfz-Versicherung (3. Welle 2022)
- Krankenzusatz-Versicherung (2. Welle: 2021)
- Private Krankenversicherung (2. Welle: 2021)
- Lebens- / Rentenversicherung (2. Welle: 2019)
- Gesetzliche Krankenversicherung (GKV) (2. Welle: 2019)
- Risiko-Lebensversicherung

Was uns auszeichnet



HOCHWERTIG

Wir liefern Ihnen höchste und geprüfte Qualität auf allen Ebenen der Zusammenarbeit. Wir setzen uns mehr als andere dafür ein, dass Sie Ihre Ziele erreichen.



ERFAHREN

Unsere Projektmanager sind hochqualifizierte Forscher und Berater mit langjähriger Berufserfahrung.

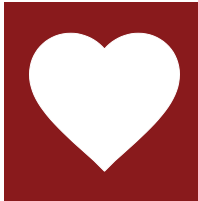
Ihr Ansprechpartner betreut Sie umfassend.



INDIVIDUELL

Jedes Projekt wird optimal auf Ihre individuelle Situation zugeschnitten.

Bei uns können Sie sich auf ein Höchstmaß an Flexibilität verlassen.



PERSÖNLICH

Wir pflegen einen vertrauensvollen und engagierten Umgang mit unseren Kunden.

Ihr fester Ansprechpartner unterstützt Sie aktiv und vorausschauend.



LÖSUNGSORIENTIERT

Wir liefern wichtige Marktdaten und konkrete Lösungen.

Sie erhalten individuelle Handlungsempfehlungen und Beratung bei der Umsetzung.



ZUKUNFTSORIENTIERT

Wir denken immer einen Schritt voraus, um Sie optimal auf die Zukunft vorzubereiten.

Wir sind Impulsgeber und Entwicklungsberater für Ihr Unternehmen.

Wen wir begeistern



Allianz 

 CARGLASS

 R+V

COMMERZBANK 

ERGO

BITMARCK®

Deutsche Post DHL

OTTO

Google
Deutschland

 Hermes

adesso business.
people.
technology.

REWE GROUP

 KYOCERA

.comdirect

 Handelshof

 GENERALI
Versicherungen

 GARDENA

 NEW
WORK
SE

 DEICHMANN

 Gothaer

World Vision
SCHWEIZ · SUISSE · SVIZZERA

 Schwäbisch Hall
mit dem besten Bier der Welt

 tesa

 LBS
Sparkasse der Sparkassen

 Messe München
International

 NORDEX
We've got the power.

 ZURICH®

 Frankfurter
Sparkasse

 PROSEGUR

 WeightWatchers

„HEUTE UND MORGEN hat unser Haus bereits bei zahlreichen Studien begleitet – von kleineren AdHoc-Fragestellungen bis hin zu umfangreichen Trackings überzeugt uns immer wieder die gute methodische und inhaltliche Beratung und hohe Kundenorientierung bei der Umsetzung.“
Sascha von Rutkowski, Abteilung Strategie & Analyse, OTTO

„Bei HEUTE UND MORGEN können wir uns auf ein Höchstmaß an Professionalität, Flexibilität und Engagement verlassen. Wir schätzen die fundierte Beratung, die aussagefähigen Präsentationen und den angenehmen persönlichen Kontakt. Die Zusammenarbeit mit so erfahrenen Marktforschern macht Spaß!“
Wiebke Erprath, Leitung Market Research, CARGLASS

„Neben individueller Ausrichtung und großer Flexibilität schätzen wir an HEUTE UND MORGEN besonders die qualitativ hochwertige Umsetzung und Ergebnisaufbereitung. In der Zusammenarbeit konnten wir schon viele wichtige Erkenntnisse für unser Haus gewinnen.“
Frauke Keuser, Abteilung Marketingplanung Marktforschung, R+V Allgemeine Versicherung AG

HEUTE UND MORGEN