

HEUTE UND MORGEN

HEUTE UND MORGEN

Cyberversicherungen – Potenziale im Privatkundenmarkt abschöpfen



HINTERGRUND UND ZIELSETZUNG DER STUDIE

- ✓ Das Thema Internetkriminalität ist aktuell in aller Munde. Fast jeder Bürger kennt jemanden, der schon einmal Opfer von Internetkriminalität geworden ist, sei es von einem Virenbefall, Spyware, Mobbing oder übler Nachrede in sozialen Netzwerken.
- ✓ In der Vergangenheit hat sich die Versicherungsbranche bei Cyberversicherungen vor allem auf Gewerbekunden spezialisiert. Für Privatkunden sind die Möglichkeiten sich gegen Internetrisiken zu versichern noch immer sehr begrenzt.
- ✓ Die aktuelle Studie von HEUTE UND MORGEN zeigt nun die Potenziale auf, die sich für Cyberversicherungen im Privatkundensegment ergeben, testet existierende Versicherungsmodelle im Markt und gibt wertvolle Hinweise darauf, wie die Potenziale optimal abgeschöpft werden können.

Wir beantworten Ihnen die erfolgsrelevanten Fragen zum Verkauf von Cyberversicherungen an Privatkunden, unter anderem:

- Welche Internetrisiken werden von den Bürgern als besonders bedrohlich wahrgenommen?
- Wie sehen die relevanten Zielgruppen für Cyberversicherungen hinsichtlich soziodemographischer Merkmale, ihrem Internetverhalten und ihrer Gerätenutzung aus?
- Welche Komponenten sollten in einer Cyberversicherung inbegriffen sein?
- Welche existierenden Cyberversicherungskonzepte wecken die höchsten Abschlussraten?
- Wie teuer sollte eine Cyberversicherung sein?
- [...]

STUDIENDESIGN IM ÜBERBLICK



Befragungsmethode:

- Online Befragung
- Interviewdauer: 20 Minuten



Getestete Produkte und Anbieter:

- Im Rahmen der Produkttests wurden Produkte konzipiert, die sehr eng an existierende Produkte der folgender Anbieter angelehnt sind:
 - ARAG
 - CosmosDirekt
 - DEVK
 - ERGODirekt
 - R+V
 - Sparkasse
- Bei den Produkttests wurden die Anbieternamen nicht genannt



Stichprobe:

- n=1.200 bevölkerungsrepräsentative Interviews



Befragungszeitraum:

- Juli 2018



STUDIENINHALTE – PRODUKTTESTS UND PRICING



- Ein wesentlicher Inhalt der Studie ist ein groß angelegter Produkttest über sechs Cyberversicherungsprodukte, die eng an real existierende Produkte gekoppelt sind.
- Die Testergebnisse zu jedem Produkt sind komprimiert auf einem Datenblatt dargestellt. Auf den ersten Blick ist die Abschlussneigung der Befragten für jedes Produkt zu sehen.
- Bei den wesentlichen Leistungsmerkmalen ist zudem sofort erkennbar, wie das Produkt bei diesen Merkmalen im Vergleich zum Gesamtmarkt abschneidet.
- Den Datenblättern vorangestellt ist eine ausführliche Beschreibung jedes Produktes mit den einzelnen Bestandteilen der Versicherung.
- Die untersuchten Produkte unterscheiden sich deutlich hinsichtlich des Preises zu dem sie angeboten werden. Die vorliegende Studie setzt sich daher auch zum Ziel, wertvolle Hinweise zur optimalen Preissetzung bei Cyberversicherungen zu geben.
- Im Rahmen einer Van-Westendorp Analyse wird aufgezeigt, in welchem Preisbereich sich Cyberversicherungen für Privatkunden grundsätzlich bewegen sollten. Nur wenige der im Markt befindlichen Cyberversicherungen bewegen sich in diesem Preisbereich. Welche das sind, erfahren Sie in der Studie.

STUDIENINHALTE – TYPOLOGISIERUNG VON INTERNETNUTZERN



- Die vorliegende Studie ist repräsentativ für die deutsche Bevölkerung angelegt. Auf Basis von soziodemographischen Merkmalen sowie dem Nutzer- und Onlineverhalten der Befragten konnten drei idealtypische Internetnutzertypen identifiziert werden.
- Diese drei Typen unterscheiden sich signifikant in ihrer Affinität zu Cyberversicherungsprodukten. Die Information darüber, welche Typen am ehesten bereit sind, eine Cyberversicherung abzuschließen finden Sie in der Studie.
- Diese Informationen helfen Ihnen bei der optimalen Ausgestaltung Ihrer Cyberversicherungen und bei der Auswahl einer optimalen Kommunikationsstrategie.

BESTELLUNG DER STUDIE

Bestellung per E-Mail an: axel.stempel@heuteundmorgen.de / oder per Fax an: +49 221 995 005 29

NETTOKOSTEN
ZZGL. GESETZL. MWST



Cybersicherungen – Potenziale im Privatkundenmarkt abschöpfen

☐

Studienbericht im PDF-Format (ca. 80 Seiten)

2.900 €



Ihre Kontaktdaten

Name, Vorname		Unternehmen, Abteilung	
E-Mail-Adresse zur Versendung des Berichts		Telefon	
Rechnungsadresse		Ort, Datum, Unterschrift	

IHRE ANSPRECHPARTNER BEI FRAGEN

- Axel Stempel; axel.stempel@heuteundmorgen.de; +49 (0)221 995005-14
- Kai-Stefan Beinke; kai-stefan.beinke@heuteundmorgen.de; +49 (0)221 995005-22

WEN WIR BEGEISTERN



HEUTE UND MORGEN



In der Imagestudie 2018 von marktforschung.de dreimal
1. Platz für HEUTE UND MORGEN!

Mehr Information dazu auf unserer Website www.heuteundmorgen.de

Allianz

CARGLASS

R+V

COMMERZBANK

ERGO

BITMARCK

Deutsche Post DHL

OTTO

Google
Deutschland

Hermes

adesso
business.
people.
technology.

REWE
GROUP

KYOCERA

.comdirect

VER**SICHER**UNGS
KAMMER
BAYERN

GENERALI
Versicherungen

GARDENA

ISO TEC
Wir machen Ihr Haus trocken

DEICHMANN

Gothaer

World Vision
SCHWEIZ · SUISSE · SVIZZERA

Schwäbisch Hall
Auf diese Weise können Sie leben

tesa

LBS
Baupartner der Spitzenverbände

NORDEX
We've got the power.

„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



15. Mai 2018

ZUKUNFT DER KUNDENBEZIEHUNGEN – VERSCHWINDET DER MENSCH?

Die Zukunft der Kundenbeziehungen steht an wichtigen Ent-Scheidewegen. Werden diese zunehmend durch technische Agenten ersetzt und maschinisiert? Oder wird der Mensch sich mit seinen Fähigkeiten zur Beziehungsgestaltung neu entfalten? Unternehmen haben es selbst in der Hand!

[Weiterlesen](#)



AUF DER KI-WELLE SURFEN



MAMA & PAPA: KÖNNT IHR MIR EINE GUTE-NACHT-GESCHICHTE ERZÄHLEN?



ZUM WANDEL IM HANDEL – ODER: DIE ÖDNIS DER INNENSTÄDTE

PLAN **Z**
ZEIT FÜR ZUKUNFT

- Was uns ausmacht? Leidenschaft für exzellente Marktforschungslösungen und der Weitblick für unsere Kunden.
- Denn in unserer schnelllebigen mobilen Zeit werden Unternehmen, die heute nicht bereits an morgen denken, ins Gestrige verdrängt.
- HEUTE UND MORGEN ist daher Name und Programm.
- Wir unterstützen Unternehmen, ihre Zukunft aktiv zu gestalten, neue Chancen zu erkennen und ihre Kräfte erfolgreich auf die Strecke zu bringen. Mit Qualität, Innovation und Energie, die von Herzen kommt.
- Mit unserem Blog «Plan Z – Zeit für Zukunft» möchten wir Ihnen regelmäßig neue Impulse für die Gestaltung einer chancenreichen Zukunft liefern.
- Damit möchten wir Sie anregen, sich jenseits des Tagesgeschäfts und der Routinen mal wieder etwas mehr Zeit für Zukunftsthemen zu nehmen. Zeit zum Nachdenken und zum Out-of-the-Box-Denken zu finden.
- «Plan Z – Zeit für Zukunft» haben wir unseren Blog daher genannt. Zeit für Zukunft, die heute beginnt.



<https://blog.heuteundmorgen.de>