

HEUTE UND MORGEN

Beitragsanpassungen in der Assekuranz

Kundenreaktionen und Handlungsspielräume für Versicherer

HEUTE UND MORGEN Finanzmarkttrends 2025



Zielsetzung der Studie

- Beitragsanpassungen bei Versicherungsprodukten sind ein sensibles Thema mit potenziell weitreichenden Auswirkungen auf Kundenverhalten und -bindung.
- In einem wirtschaftlichen Umfeld mit steigenden Lebenshaltungskosten und **zunehmendem Sparbedürfnis** untersucht diese Studie, **wie Kundinnen und Kunden auf Beitragsanpassungen bei Versicherungsprodukten** reagieren: Bis zu welchem Maße und unter welchen Bedingungen werden diese hingenommen? Wann wechselt man den Versicherer bzw. kündigt den Vertrag?
- Ziel ist es, fundierte Erkenntnisse darüber zu gewinnen, **welche Faktoren das Verhalten der Kundinnen und Kunden** beeinflussen, wenn Beitragsanpassungen vorgenommen werden. Dabei soll auch analysiert werden, **welche kommunikativen Ansätze die Kundenakzeptanz** verbessern und **welche alternativen Maßnahmen** kundenseitig positiv bewertet werden und Versicherer damit anstelle von Beitragserhöhungen in Betracht ziehen könnten.



Fragestellungen

Die folgenden Fragen stehen im Mittelpunkt der Studie:

- Wie reagieren die Kund:innen auf Beitragsanpassungen?
- Welche Faktoren beeinflussen eine Anpassung, Kündigung oder Weiterführung der Versicherung oder gar Abwanderung der Kund:innen mit allen Verträgen?
- Wie wird die Kommunikation seitens des Versicherers zu Beitragsanpassungen wahrgenommen?
- Welche alternativen Maßnahmen sind für Kund:innen attraktiver als eine Beitragserhöhung (z. B. Wahl eines höheren Selbstbehalts, Wechsel in einen Online-Tarif)?

Die Fragestellungen werden exemplarisch anhand von **vier Versicherungsprodukten** untersucht, bei denen die Mehrheit der Versicherungsnehmer:innen Beitragsanpassungen erfahren hat: **Kfz-, Wohngebäude-, Tier-OP- / Tierkrankenversicherung und Private Krankenversicherung.**

Aus den Studienergebnissen lassen sich durch das über die untersuchten Produkte abgedeckte Produktspektrum **allgemeine Erkenntnisse zu Verbraucherreaktionen auf steigende Prämien und Strategien für Versicherer** ableiten.





Methode und Stichprobe auf einen Blick



Befragungsmethode:

- Onlinebefragung über das PAYBACK-Panel



Befragungszeitraum:

- April 2025



Befragungsdauer:

- max. 20 Minuten



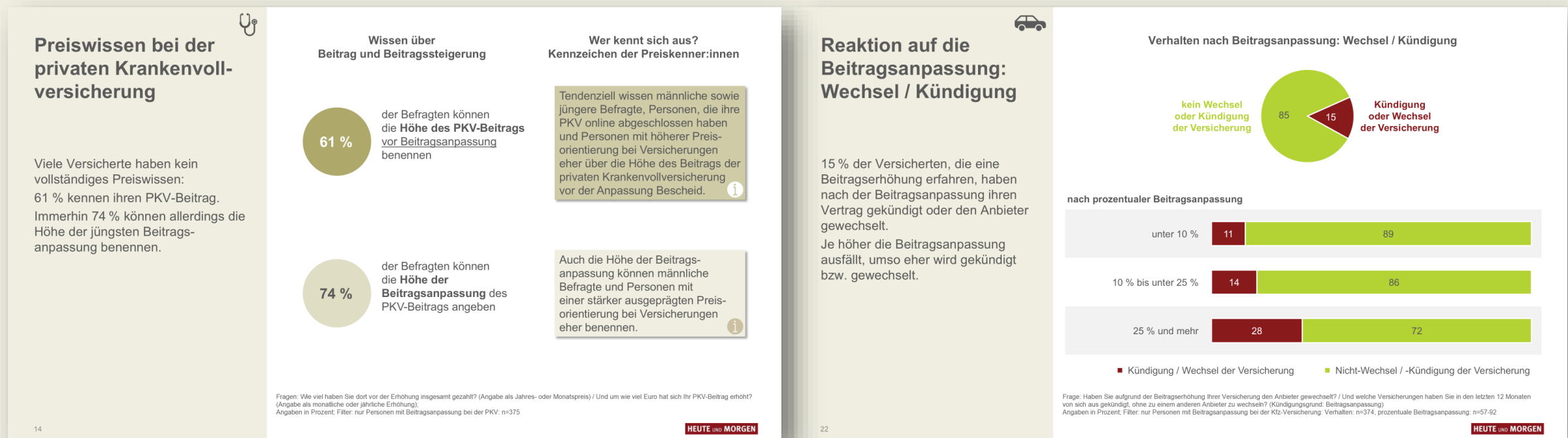
Stichprobe:

- 1.500 Personen zwischen 18 und 70 Jahren
- **Jeweils 375 Personen, die eine Beitragserhöhung in einem der folgenden Versicherungsprodukte erfahren haben:**
 - Kfz-Versicherung,
 - Wohngebäudeversicherung,
 - Tier-OP- / Tierkrankenversicherung,
 - PKV

Auszüge aus den Ergebnissen (I)

Wie bewusst erleben Kund:innen eine Beitragsanpassung – und wie reagieren sie?

Die Studie beleuchtet für die vier untersuchten Produktparten, wie ausgeprägt das Preiswissen der Kund:innen ist, wie Beitragserhöhungen tatsächlich wahrgenommen werden und welche Reaktionen diese auslösen – von der Bewertung als „angemessen“ über die Information über Alternativen bis hin zu Wechsel, Kündigung oder Leistungsreduktion.



Hinweis: Beispielhafte Darstellung der Ergebnisse (hier: PKV und Kfz-Versicherung).
Analoge Ergebnisse liegen in allen vier untersuchten Bereichen vor: Kfz, Wohngebäude, Tier-OP / Tierkranken, PKV.

Auszüge aus den Ergebnissen (II)

Was Kündigungen verhindert – und was sie antreibt

Die Studie zeigt, welche Faktoren Kündigung oder Wechsel bremsen – und welche sie begünstigen. Dazu wurde produktübergreifend der Einfluss der unten dargestellten Einflussfaktoren auf die Abwanderungen betrachtet. Die Ergebnisse zeigen: Wer die entscheidenden Bindungsfaktoren kennt und gezielt stärkt, kann das Abwanderungsrisiko deutlich verringern und Kund:innen langfristig halten.

Welche Faktoren üben einen Einfluss darauf aus, ob man nach einer Beitrags-erhöhung wechselt?

Mit einer multivariaten Analyse wurde spartenübergreifend (d.h. für die Produkte Kfz, PKV, Tier-OP / Tierkranken und Wohngebäude) untersucht, welche Faktoren dazu beitragen, dass Kund:innen ihre Versicherung nach einer Beitragsanpassung kündigen oder wechseln.

Mittels einer binär logistischen Regressionsanalyse wurde der Einfluss der nebenstehenden Faktoren (unabhängige Variablen) auf den Wechsel bzw. die Kündigung (abhängige Variable) im Anschluss an eine Beitragserhöhung untersucht.

Folgende Faktoren wurden auf ihren Einfluss auf den Wechsel hin untersucht:

- **persönlicher oder telefonischer Abschluss der Versicherung** (vs. Direkt- / Online-Abschluss)
- **persönliche Mitteilung der Beitragsanpassung** (vs. nicht persönliche Mitteilung)
- **Empfinden der Beitragsanpassung**
- **Vorhandensein weiterer Verträge bei dem Versicherer**
- **Gesamtbeurteilung des Versicherers**
- **Wahrnehmung des Preisniveaus des Versicherers**
- **Fokus auf Leistungen** beim Versicherungsabschluss
- **Fokus auf das beste Preis-Leistungs-Verhältnis** beim Versicherungsabschluss
- **Fokus auf den besten Preis** beim Versicherungsabschluss
- **persönliches Sparverhalten**

Item-Wortlaut der Einflussfaktoren: Siehe Anhang.



Relativer Impact der Einflussfaktoren auf eine Kündigung im Vergleich

Auszug aus den Ergebnis-Erläuterungen:

Der **persönliche Vertragsabschluss** hat das größte Potenzial, die **Wahrscheinlichkeit einer Kündigung in Folge einer Beitragsanpassung zu senken**.

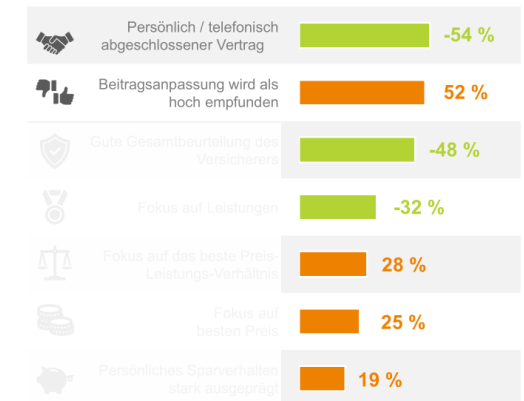
Daneben kann ... die **Kündigungswahrscheinlichkeit deutlich senken**.

Auch ... kann die **Wahrscheinlichkeit einer Kündigung nach einer Beitragserhöhung senken**.

Steigernd auf die Kündigungswahrscheinlichkeit wirkt sich vor allem eine **Wahrnehmung der Beitragssteigerung als hoch aus**. Im Umkehrschluss sollte die **Steigerung möglichst so vermittelt werden, dass sie subjektiv als möglichst wenig hoch empfunden wird**.

...

29



Faktoren in orange erhöhen die Wahrscheinlichkeit der Kündigung nach einer Beitragserhöhung

Faktoren in grün senken die Wahrscheinlichkeit der Kündigung nach einer Beitragserhöhung

Methodische Anmerkung:
Um den Einfluss der einzelnen Aspekte miteinander zu vergleichen, wurden die intervallskalierten Variablen einheitlich auf eine 5er-Skala transformiert. Hierdurch sind die Werte für den Einfluss der einzelnen Aspekte direkt miteinander vergleichbar.

HEUTE UND MORGEN

Auszüge aus den Ergebnissen (III)

Kommunikation der Erhöhung & mögliche Alternativangebote – was Kund:innen überzeugt

Die Studie macht sichtbar, welche Botschaften bei Beitragserhöhungen – etwa Begründungen wie steigende Kosten oder Schadenhäufigkeiten – Akzeptanz schaffen und wie Sie Ihre Kommunikation damit wirksamer gestalten können. Darüber hinaus zeigt sie, welche smarten Alternativen Versicherte einer Kündigung vorziehen und wie Sie diese aktiv nutzen können.



Bewertung von Kommunikationsvarianten zur Beitragsanpassung der Tier-OP- / Tierkrankenversicherung

Zur Ermittlung optimaler Kommunikationsvarianten wurden Formulierungen mit unterschiedlichen Begründungen für eine Beitragserhöhung entwickelt. Jeder:m Befragten wurden per Zufallsauswahl zwei der insgesamt sechs Varianten zur Bewertung vorgelegt.

Inflations- / Kostensteigerung	Die Preise für tierärztliche Behandlungen, Operationen und Medikamente sind in den letzten Jahren kontinuierlich gestiegen. Damit wir Ihrem Tier auch in Zukunft bei allen medizinischen Notfällen und Vorsorgeuntersuchungen den notwendigen Schutz bieten können, passen wir unsere Beiträge an die aktuellen Kostenentwicklungen an.
Erweiterte Leistungsabdeckung	Wir entwickeln unseren Schutz für Ihr Tier laufend weiter. Dank der aktuellen Anpassung erhalten Sie jetzt unter anderem verbesserte Leistungen bei Operationen, eine höhere Deckung für Medikamente und einen erweiterten Service, der Ihnen im Notfall schnellstmögliche Hilfe garantiert.
Steigende Schadenfälle durch Umweltfaktoren	Unsere Haustiere werden dank verbesserter Ernährung und medizinischer Versorgung immer älter, wodurch sie häufiger medizinische Hilfe benötigen. Damit wir Ihrem Tier weiterhin optimalen Versicherungsschutz bieten können, passen wir unsere Beiträge an.
Vergleichbare Tarife teurer / leistungsschwächer	Viele unserer Kund:innen stellen nach Vergleichen fest, dass Alternativangebote entweder teurer sind oder weniger Leistungen bieten. Mit unserer Beitragserhöhung sichern wir Ihnen weiterhin ein optimales Preis-Leistungs-Verhältnis.
Anpassung an Marktbedingungen	Die steigenden Beiträge für tierärztliche Leistungen resultieren aus der allgemeinen Marktentwicklung und den damit verbundenen Risiken. Unsere Anpassung ermöglicht es uns, Ihnen auch in Zukunft eine verlässliche und stabile Absicherung für Ihr Tier zu bieten.
Langfristige Stabilität und Risikomanagement	Wir möchten sicherstellen, dass der Versicherungsschutz für Ihr Tier auch in Zukunft stabil bleibt. Durch die Anpassung des Beitrags können wir das finanzielle Risiko besser steuern und gewährleisten, dass wir auch bei ungewöhnlich hohen Behandlungskosten schnell reagieren können, ohne die Qualität der Versorgung Ihres Tieres zu gefährden.





Bewertung von Alternativmaßnahmen zu einer Beitragsanpassung in der Wohngebäudeversicherung

Zur Überprüfung, ob und welche alternativen Maßnahmen zu einer Beitragserhöhung präferiert werden, wurden jeder:m Befragten zwei der nebenstehend dargestellten Alternativen zur einer Beitragserhöhung zur Auswahl vorgelegt.

Höhere Selbstbeteiligung	Der Versicherer stellt Ihnen zur Wahl (a) einen höheren Beitrag zu zahlen oder (b) eine höhere Selbstbeteiligung zu vereinbaren, damit der Beitrag wie bisher bestehen bleiben kann.
Geringerer Leistungsumfang	Der Versicherer stellt Ihnen zur Wahl (a) einen höheren Beitrag zu zahlen oder (b) den Leistungsumfang zu reduzieren (z. B. geringere Deckungssummen), damit der Beitrag wie bisher bestehen bleiben kann.
Keine persönliche Betreuung	Der Versicherer stellt Ihnen zur Wahl (a) einen höheren Beitrag zu zahlen oder (b) zu einer reinen Online-Betreuung zu wechseln, damit der Beitrag wie bisher bestehen bleiben kann.
Einbau von Smart Home Sensoren	Der Versicherer stellt Ihnen zur Wahl (a) einen höheren Beitrag zu zahlen oder (b) in Ihr Zuhause Smart Home Sensoren einzubauen, die Rohrbrüche oder Wasserschäden erkennen können, damit der Beitrag wie bisher bestehen bleiben kann.



Hinweis: Beispielhafte Darstellung der untersuchten Inhalte (hier: Tier-OP- / Tierkranken- und Wohngebäudeversicherung). Analoge Abfragen erfolgten in allen vier untersuchten Bereichen: Kfz, Wohngebäude, Tier-OP / Tierkranken, PKV.

Bestellung der Studie „Beitragsanpassungen in der Assekuranz“

Die Studie erscheint im September 2025.

Für eine Bestellung schicken Sie das ausgefüllte Formular bitte an studien@heuteundmorgen.de.

NETTOKOSTEN ZZGL.
GESETZL. MWST

Hiermit bestelle ich verbindlich die folgende(n) Studie(n):

☐	Kfz-Versicherung (1 Bericht) Studienbericht mit Ergebnissen sowie Analysen zur Kfz-Versicherung	2.900 €
☐	Wohngebäudeversicherung (1 Bericht) Studienbericht mit Ergebnissen sowie Analysen zur Wohngebäudeversicherung	3.500 €
☐	Private Krankenvollversicherung (1 Bericht) Studienbericht mit Ergebnissen sowie Analysen zur PKV	3.500 €
☐	Tier-OP- / Tierkrankenversicherung (1 Bericht) Studienbericht mit Ergebnissen sowie Analysen zur Tier-OP- / Tierkrankenversicherung	3.500 €
☐	Studienpaket (alle 4 Berichte) Bezug von vier Berichten zu den Produktkategorien <u>Kfz-, Wohngebäude-, Tier-OP- / Tierkrankenversicherung und PKV</u>	8.900 €

Ich bestelle die folgenden Zusatzbausteine (nur in Kombination mit Bezug der Studie):

☐	Remote-Präsentation der zentralen Studienergebnisse mit strategischer Einordnung und Q&A-Runde	1.700 €
☐	Vor-Ort-Präsentation der zentralen Studienergebnisse mit strategischer Einordnung und Q&A-Runde	2.500 € (zzgl. Reisekosten)

Ihre Kontaktdaten

Name, Vorname		Unternehmen	
E-Mail-Adresse		Telefon	
Rechnungsadresse		Ort, Datum, Unterschrift	

Ihre Ansprechpartnerinnen bei Fragen

- Dr. Michaela Brocke; michaela.brocke@heuteundmorgen.de; +49 (0)221 995005-11
- Karina Grünhage; karina.gruenhage@heuteundmorgen.de; +49 (0)221 995005-32

Wen und wie wir begeistern



Smaller Agencies – Full Service

Insider Tip



2024

Methodenkompetenz*

Imagestudie von

marktforschung de

* belegt eine Top-5 Platzierung

Smaller Agencies – Full Service

Insider Tip



2024

Zufriedenheit mit der Zusammenarbeit*

Imagestudie von

marktforschung de

* belegt eine Top-5 Platzierung

In der Imagestudie 2024 von marktforschung.de wurde **HEUTE UND MORGEN** für seine herausragende **Methodenkompetenz** und die beste Zufriedenheit in der Zusammenarbeit ausgezeichnet.

Wir arbeiten für zahlreiche namhafte und marktführende Unternehmen der Finanzdienstleistungsbranche und begeistern diese mit unserer marktforscherischen Exzellenz.



Befragung von eigenen Kunden – datenschutz-konform, schnell und kostengünstig

Mit unserem **Kundengremium Assekuranz** bieten wir die Möglichkeit, eigene Kunden gezielt und datenschutzkonform zu befragen – **ohne Kundendaten zu übermitteln**.

Über das **Payback-Panel** greifen wir auf umfangreiche, zu diesem Zweck angelegte Stammdaten zu Versicherungsbeziehungen und -produkten der Panelisten zurück.

So können Sie unkompliziert und flexibel Umfragen zu relevanten Themen durchführen – in der gewünschten Häufigkeit und Taktung.

Vorteile im Überblick:

- **Kosteneffizienz:** Kein Aufbau oder Pflege eines eigenen Panels erforderlich.
- **Datenschutzkonformität:** Es werden keinerlei Kundendaten an uns übermittelt.
- **Zielgerichtete Befragungen:** Gezielte Ansprache bestimmter Kundensegmente dank breiter Datengrundlage möglich.
- **Schnelle Ergebnisse:** Kurzfristige Befragungen liefern relevante Erkenntnisse in kürzester Zeit.
- **Vielfältige Einsatzmöglichkeiten:** Einsetzbar für Produkt- und Konzepttests, Zufriedenheitsanalysen, Bedarfsermittlungen, Feedback zu aktuellen Themen und vieles mehr.
- **Kostengünstige Umsetzung:** Ad hoc und effizient – Sie liefern Ihre Fragen, wir erstellen den Fragebogen, führen die Befragung durch und bereiten die Ergebnisse für Sie auf.

Gerne prüfen wir für Sie, wie viele Ihrer Kunden wir erreichen können und erstellen Ihnen ein unverbindliches Angebot!

