



Branchenstudie Versicherungen

Wien, Dezember 2021

im Auftrag von

krone.at

Highlights

- **Großes Potential bei Versicherungsprodukten unter krone.at-Nutzern:** ein Drittel kann sich den Abschluss einer privaten Krankenversicherung vorstellen, ein Viertel eine Unfallversicherung oder eine private Vorsorge (Seite 9).
- 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 11).
- Nutzer von krone.at stehen dem Onlineabschluss von Versicherungsverträgen positiver gegenüber als der durchschnittliche Österreicher (Seite 12).
- Für die Hälfte der befragten Personen sind österreichische Nachrichtenportale wichtig. Mit 70 % liegen User von krone.at deutlich über dem Schnitt (Seite 13).
- **45%** der befragten ÖsterreicherInnen **nutzen mindestens einmal pro Woche krone.at** (Seite 14).
- **Hohe Aufmerksamkeit bei der Nutzung** von krone.at erhöht die Beachtungschance platzierter Werbung deutlich (Seite 17).
- **Werbung auf krone.at** wird als **informativ, passend zum Thema** und **gut integriert** auf der Webseite bewertet, besonders unter krone.at Nutzern (Seite 19).
- **krone.at Nutzer kaufen** signifikant häufiger aufgrund von Werbeanzeigen in Online-Nachrichtenportalen als der österreichische Durchschnitt (Seite 20).

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

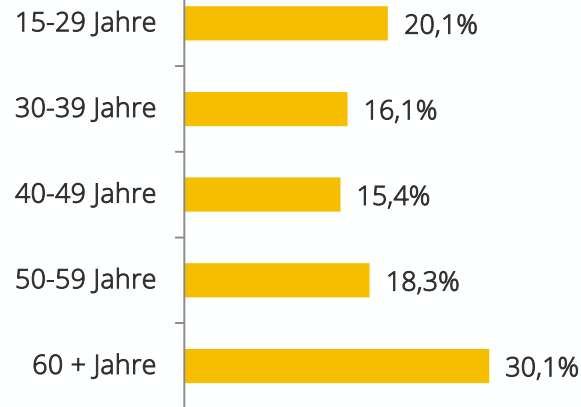
n=602 Netto

Befragungszeitraum

29.11. – 10.12.2021

n= 602

Alter:



Geschlecht:



51,0%



49,0%

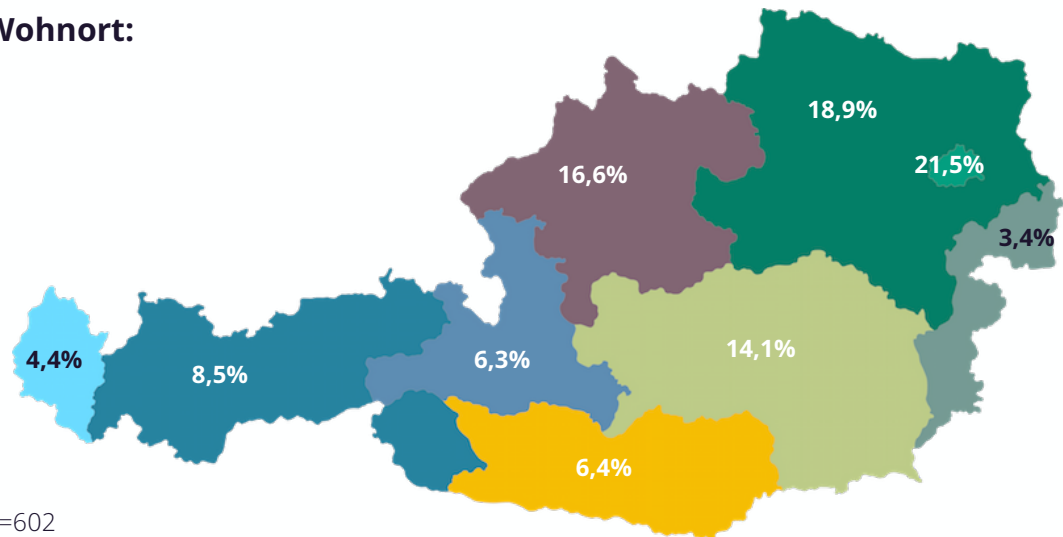
Bildung:

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



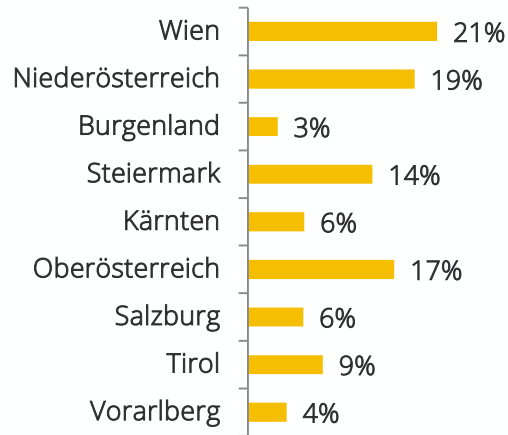
krone.at-Nutzer: Personen, die mindestens 1 Mal pro Woche krone.at nutzen

Soziodemographie der Personengruppen

Soziodemographie

 = repräsentativ AT

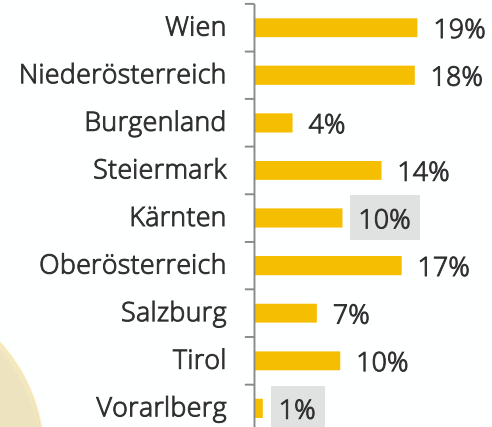
 = krone.at-Nutzer



49,0%



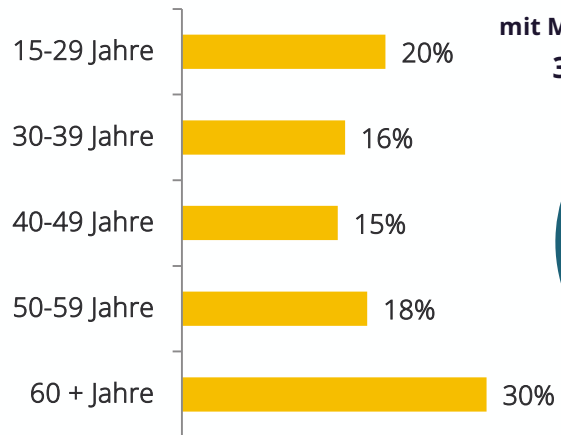
51,0%



51,4%



48,6%



mit Matura
30,0%

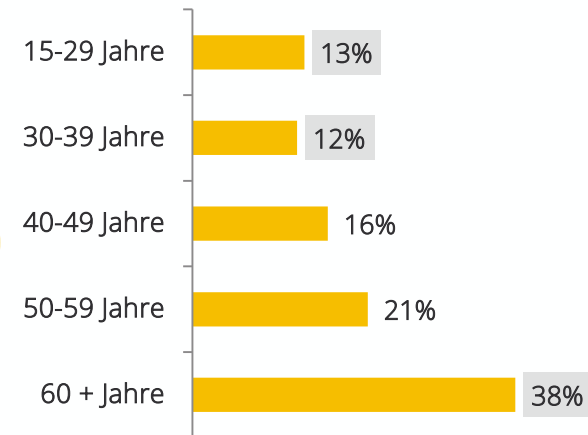


ohne Matura
70,0%

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 $p \leq 0,05$

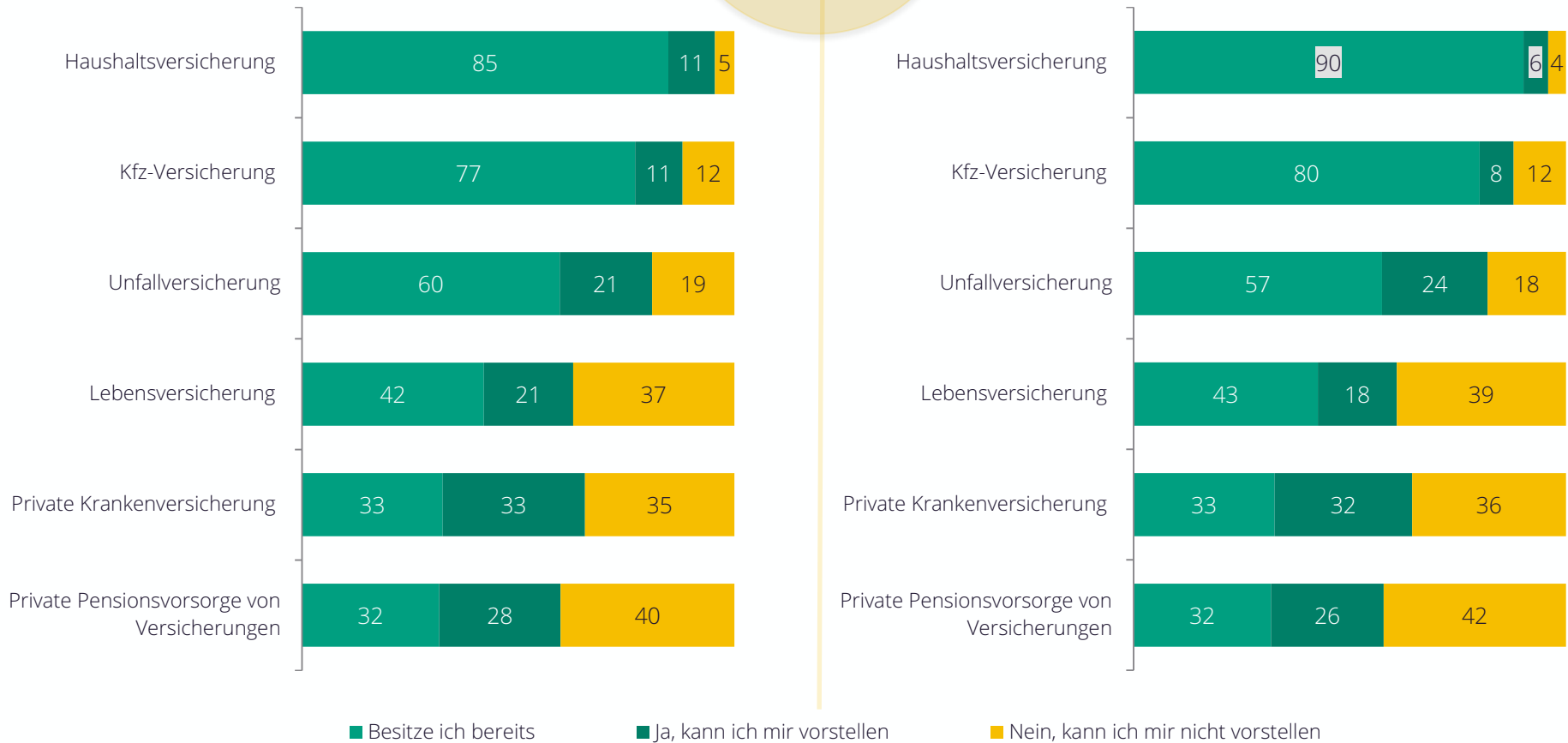
Aktuelle Versicherungsprodukte

Potential bei Unfall- und Lebensversicherungen sowie privater Vorsorge und Krankenversicherung

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

 = repräsentativ AT

 = krone.at-Nutzer

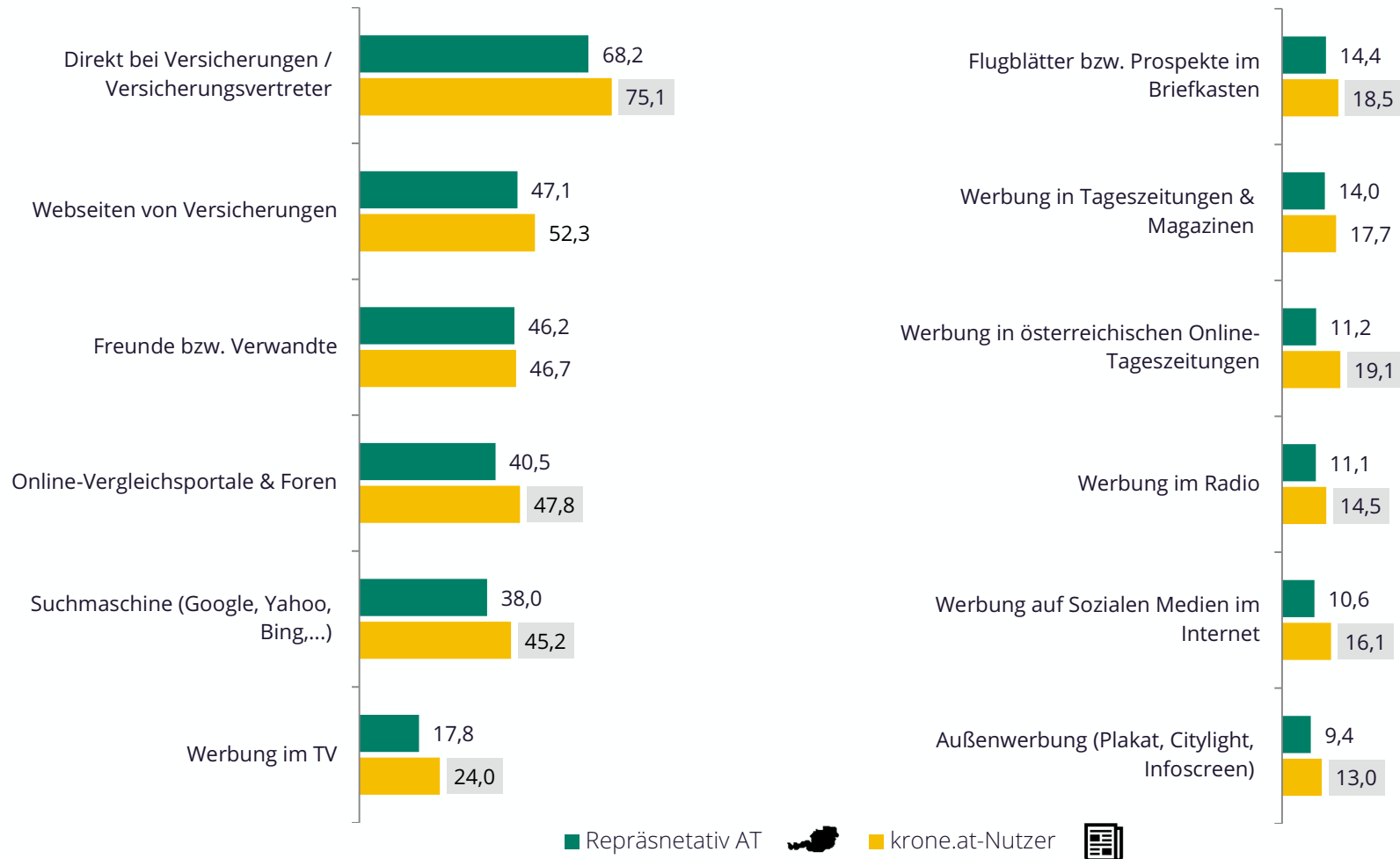


In %, Einfachantwort-Matrix, Repräsentativ: n=602; krone.at Nutzer (Personen, die mindestens 1 Mal pro Woche krone.at nutzen): n=224

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?“



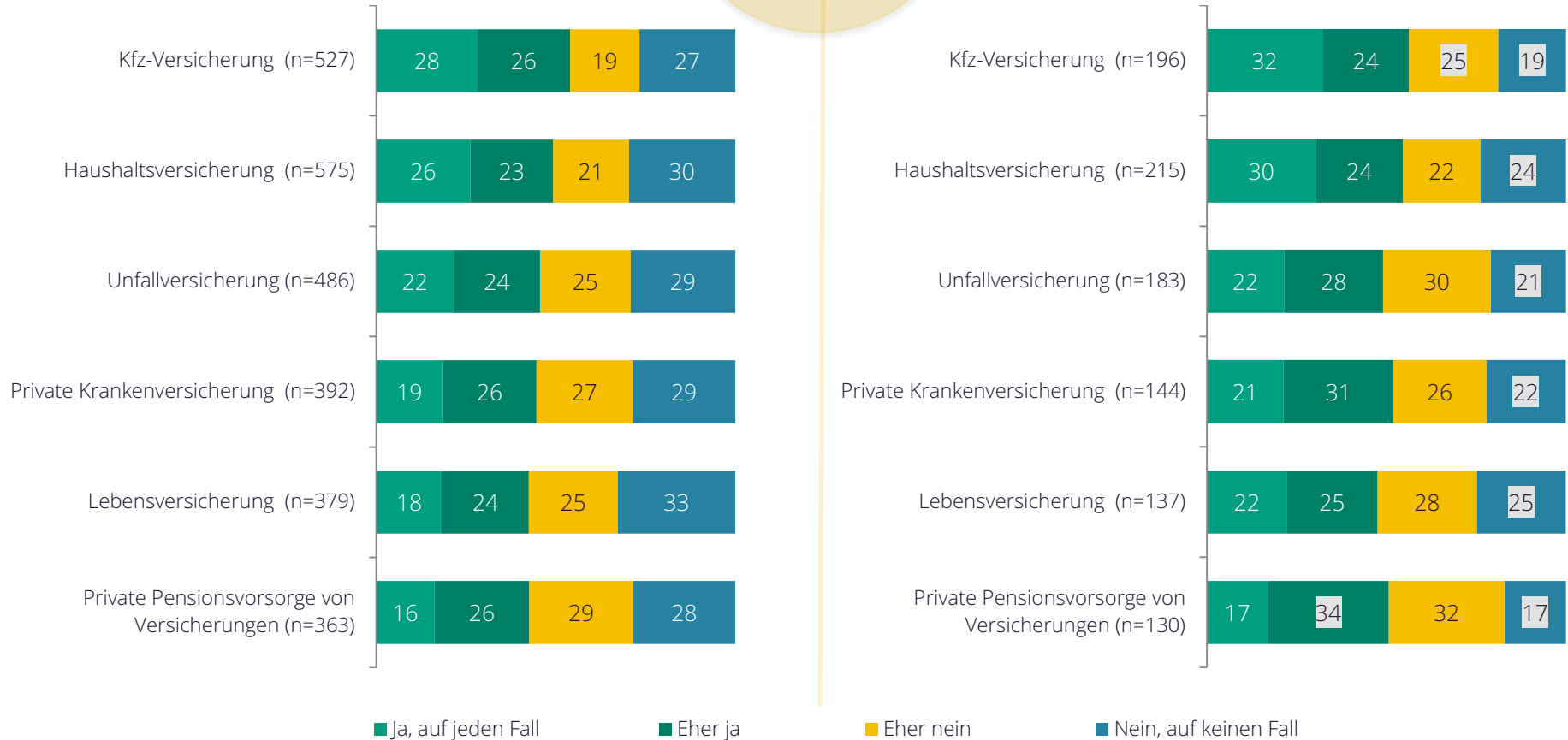
In %, Mehrfachantwort, Repräsentativ: n=602; krone.at Nutzer (Personen, die mindestens 1 Mal pro Woche krone.at nutzen): n=224

krone.at Nutzer stehen dem Onlineabschluss von Versicherungen offener gegenüber als der Durchschnitt

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

 = repräsentativ AT

 = krone.at-Nutzer



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

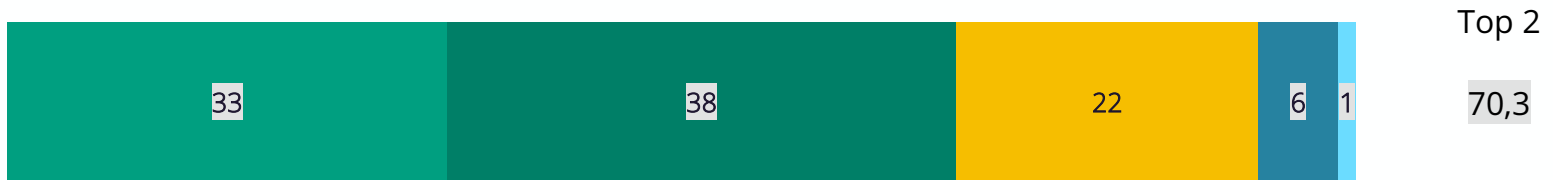
Relevanz von österreichischen Nachrichtenportalen mit Fokus auf [krone.at](https://www.krone.at)

Für 50 % der befragten Personen sind österreichische Nachrichtenportale 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

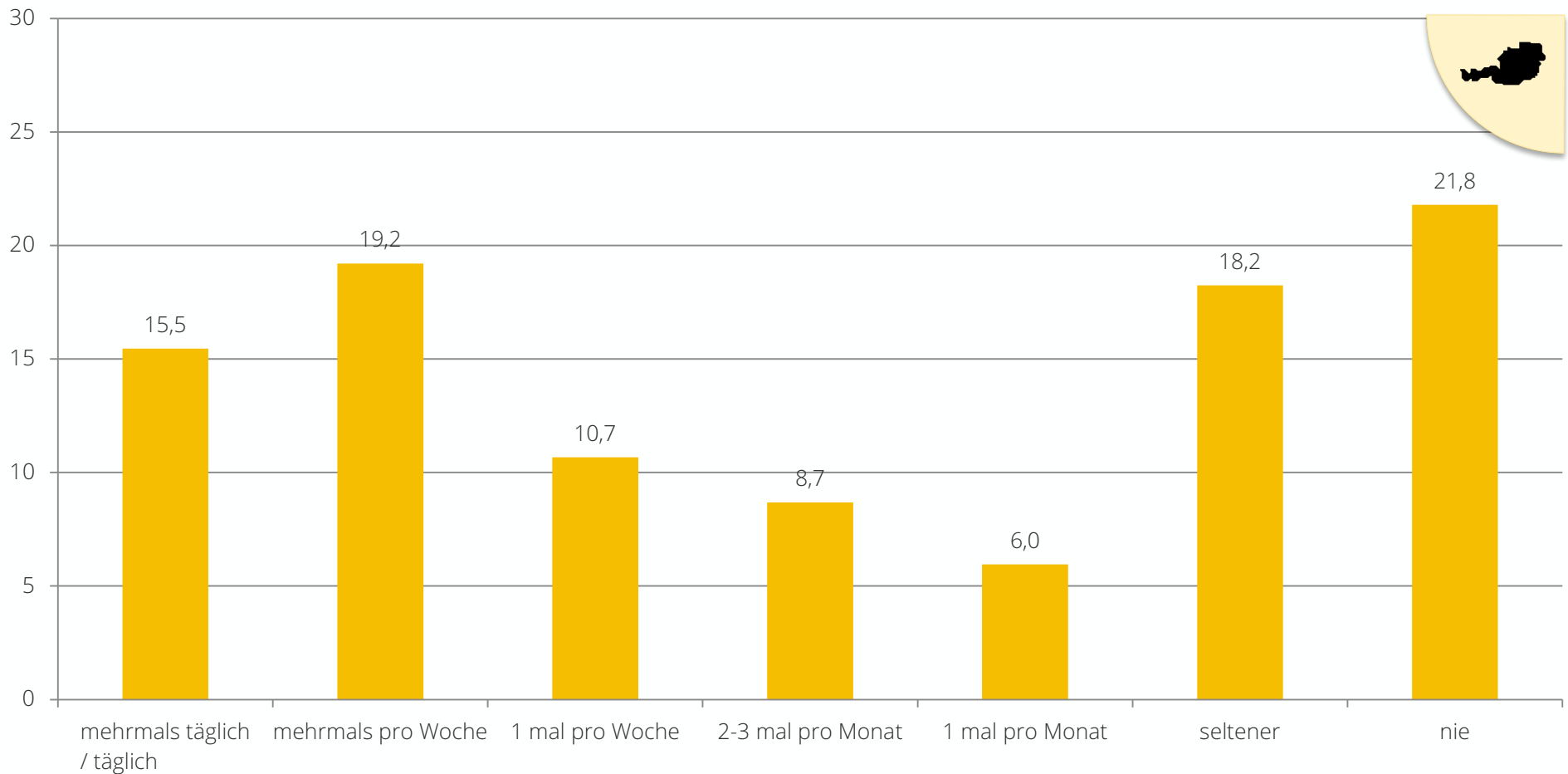
In %, Einfachantwort, Repräsentativ: n=602; krone.at Nutzer (Personen, die mindestens 1 Mal pro Woche krone.at nutzen): n=224

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

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

krone.at

 = repräsentativ AT



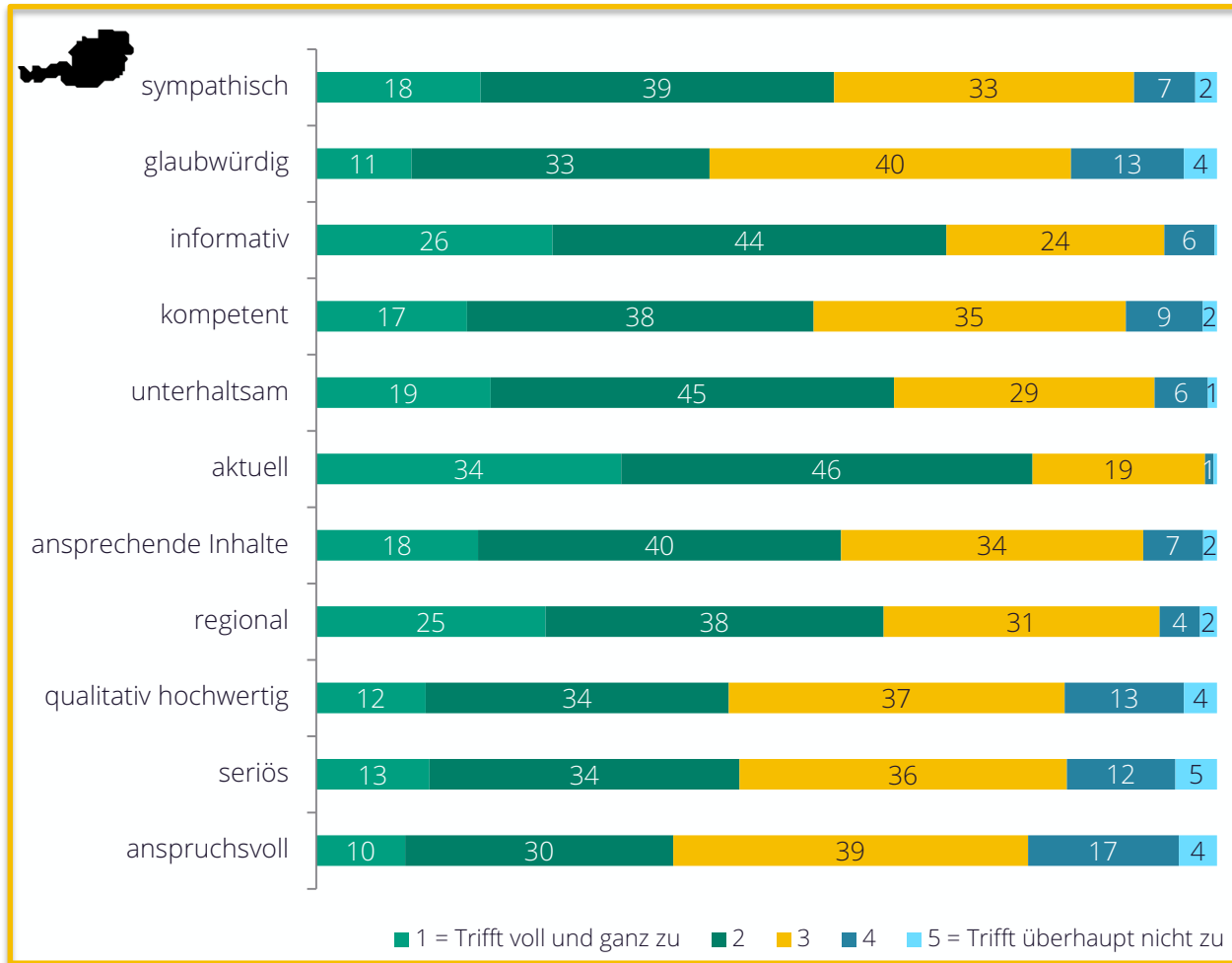
In %, Einfachantwort-Matrix, Repräsentativ: n=602;

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

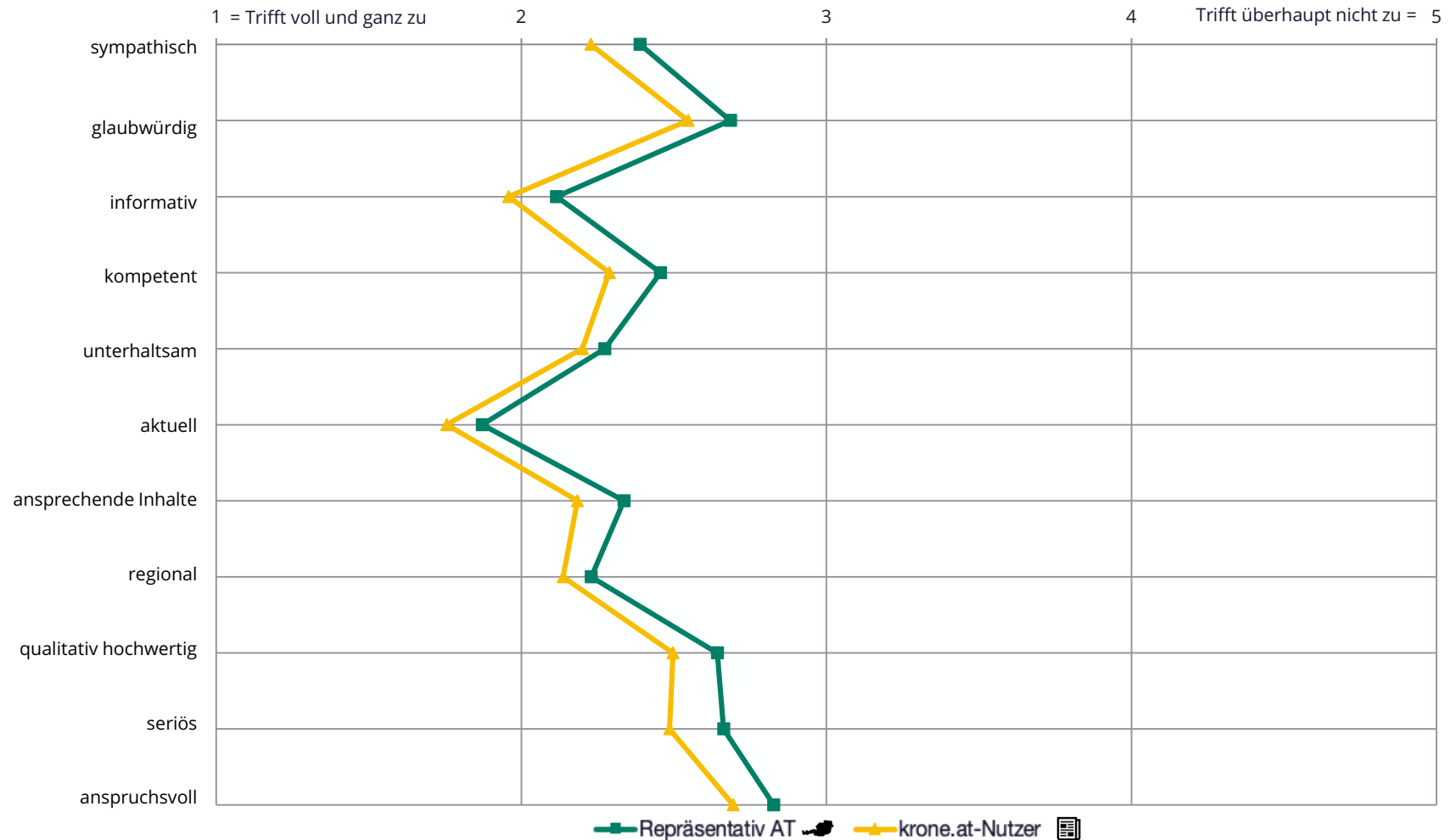
2,76

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?“



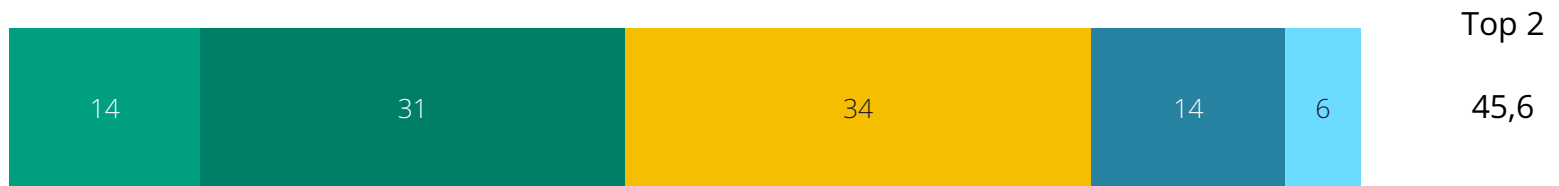
Mittelwerte, Einfachantwort-Matrix, Personen, die krone.at mindestens einmal pro Monat nutzen; Repräsentativ: n=298; krone.at Nutzer (Personen, die mindestens 1 Mal pro Woche krone.at nutzen): n=224

Knapp die Hälfte nutzt krone.at (sehr) aufmerksam

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

 = repräsentativ AT

 = krone.at-Nutzer



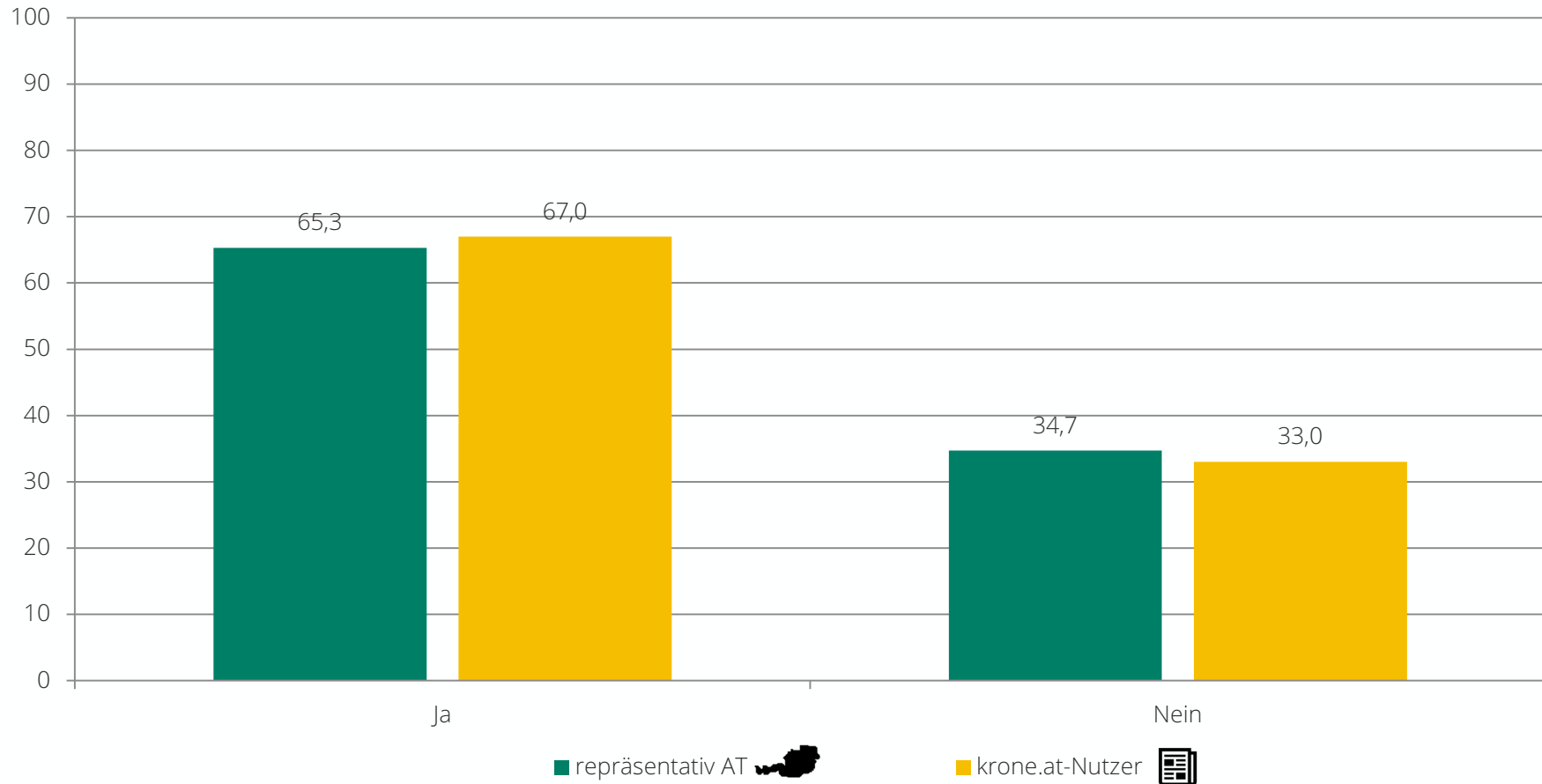
■ 1 = sehr aufmerksam (lasse mich dabei nicht ablenken) ■ 2 ■ 3 ■ 4 ■ 5 = gar nicht aufmerksam (nutze ich nebenbei)

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



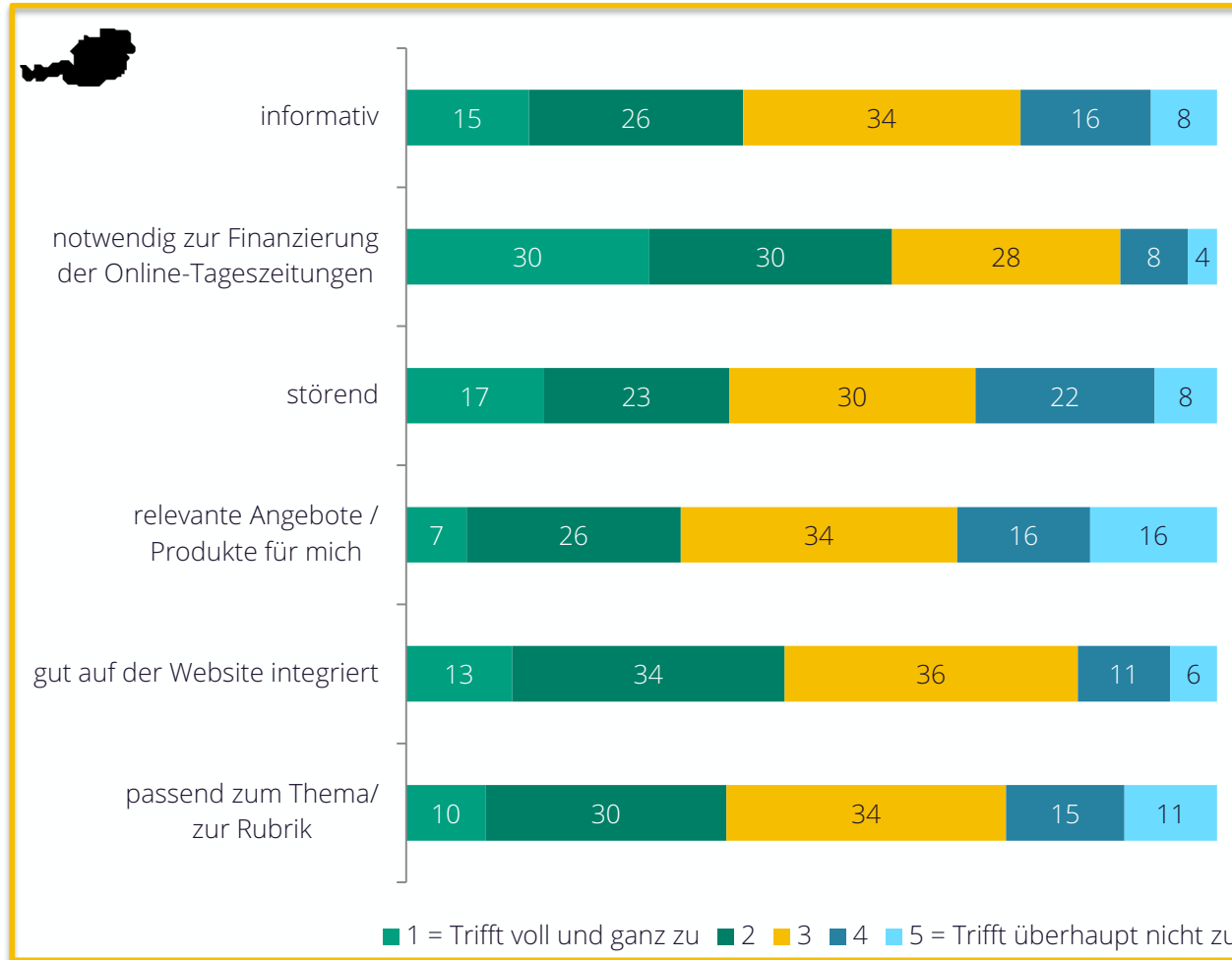
In %, Einfachantwort, Personen, die krone.at mindestens einmal pro Monat nutzen; Repräsentativ: n=298; krone.at Nutzer (Personen, die mindestens 1 Mal pro Woche krone.at nutzen): n=224

Werbung auf krone.at wird als informativ und gut integriert auf der Webseite bewertet

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

 = repräsentativ AT

 = krone.at-Nutzer



MW 

2,76

MW 

2,68

2,26

2,24

2,81

2,85

3,06

2,97

2,63

2,53


2,88

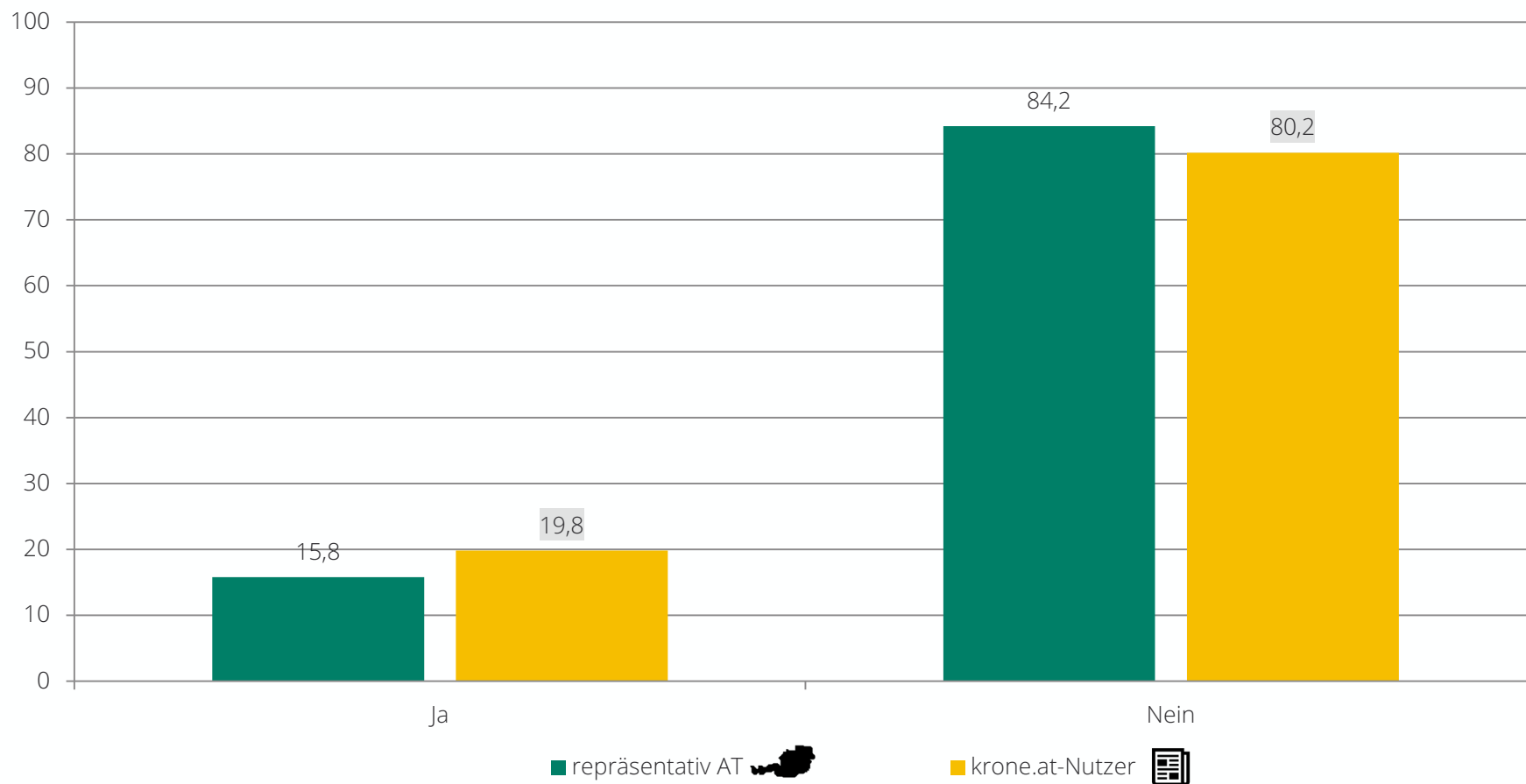
2,79

In % und Mittelwerte, Einfachantwort-Matrix, Personen, die Werbung auf krone.at gesehen haben, Repräsentativ: n=195; Lidl Kunden (Personen, die mindestens 1 Mal alle 2 Wochen bei Lidl einkaufen): 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