Presse-Information

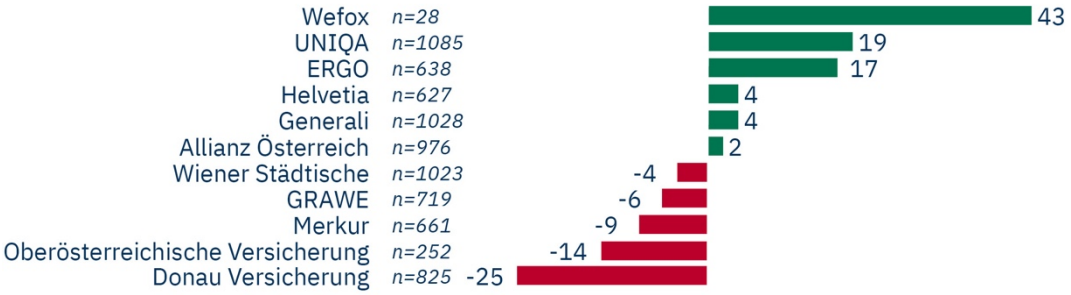
Der BrandTrust Future-Power-Check für Versicherer in Österreich

- Out-Brand Falle: Groß, bekannt und unsexy
- Sandwich-Dilemma: Gen Y und X sind unzufrieden
- Erfolgsgeheimnis: vorausschauend wahrgenommen werden

Wien, April 2025: Eine Versicherung wird abgeschlossen mit Blick auf das zukünftige Leben. Kunden brauchen das sichere Gefühl, einen Partner zu wählen, der die Zukunft im Blick hat. Welchen Versicherern wird das zugetraut? Genau damit beschäftigt sich die aktuelle BrandTrust Studie: Die Top 10 der Versicherer Österreichs sowie zwei InsureTechs wurden hinsichtlich ihrer Future Readiness in einer repräsentativen Befragung analysiert.

Hat diese Marke ihre beste Zeit noch vor sich oder schon hinter sich? Auf diese Frage zeigt die BrandTrust Untersuchung lediglich bei Wefox (43 %), Unica (19 %) und Ergo (17 %) positive Ausschläge. Am Ende der Skala, also mit „beste Zeit bereits hinter sich", rangieren Donau Versicherung (-25 %) und die Oberösterreichische Versicherung (-14 %).

Der Future Readiness Score: So performen die Versicherungen in Österreich



Der Future Readiness Score zeigt, ob die Menschen an die Zukunft einer Marke glauben. Das macht ihn zu einem wertvollen KPI für langfristige Markenrelevanz.

© Brand Trust GmbH „Fit für die Zukunft? Der Future-Power-Check für Versicherer in Österreich"

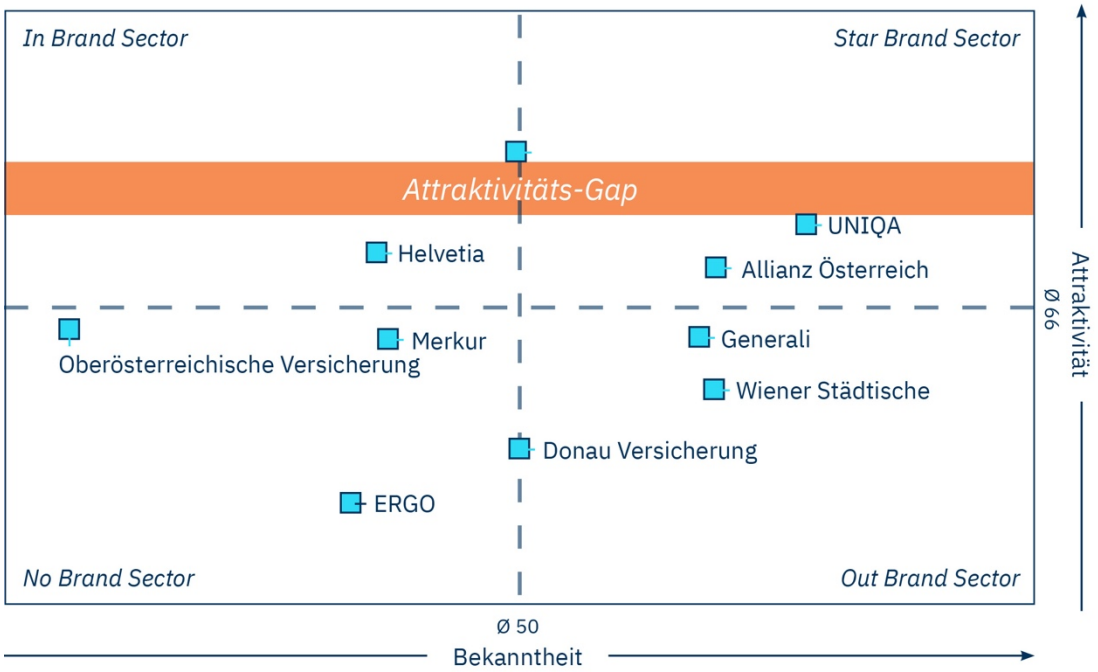
Größe allein schützt nicht vor Attraktivitätsverlust

Ergänzend wurde die Markenattraktivität beleuchtet. Zu ihrer Beurteilung wurden vier hoch relevante Kriterien für die Versicherungsbranche untersucht: die Bereitschaft für Weiterempfehlung, Wiederkauf, Cross-Selling sowie Preis-Premium, also die Bereitschaft auch hochpreisige Produkte zu kaufen. All dies sind für den wirtschaftlichen Erfolg eines Versicherungsunternehmens zentrale Faktoren.

Brand Trust Austria GmbH · Strategy Consultants
Gonzagagasse 11/10 · 1010 Wien · Austria
T +43 1 890 2019 · you-are-welcome@brand-trust.de
www.brand-trust.at
Geschäftsführer: Klaus-Dieter Koch, Jürgen Gietl, Nicola Baxter

Industry Competence Centers
Fashion | Lifestyle | Sport | Cosmetics · Tourism | Destinations | Public Sector · Banking | Insurance | Financial Service · Chemicals | Energy | Raw Materials · Industry | Automotive | Suppliers · Telecommunication | IT | Media · Construction | Real Estate · Pharma | Health | MedTech · FMCG | Retail | E-Commerce · Sustainability | Impact Brands · Transport | Logistics · Technology | Digital

Auch bei Versicherern gilt: Bekanntheit ist nicht gleich Begehrlichkeit



Der BrandTrust Performance Monitor (BPM) für die 10 größten Versicherungen Österreichs.

© Brand Trust GmbH „Fit für die Zukunft? Der Future-Power-Check für Versicherer in Österreich“

Uniqa und Allianz Österreich gehen mit hohen Bekanntheitswerten und hoher Attraktivität als „Star Brands“ aus der Untersuchung hervor. Herausfordernd ist die Situation für Marken wie die Wiener Städtische und Generali. Wenig bekannt und gleichzeitig wenig attraktiv landen sie im „Out Brand“-Sektor.

Großes Potential zeigt sich für Grawe. Die Marke erhält die höchsten Attraktivitätswerte – sogar höher als Uniqa. Die Kombination mit einer geringen Bekanntheit, macht sie zu einer „In Brand“ in der BrandTrust Untersuchung.

Ungenutzte Chancen bei Gen X und Y

Baby Boomer schätzen Stabilität und Bewährtes. Diese Bedürfnisse bedienen österreichische Versicherer zuverlässig. Einigen Versicherungsmarken gelingt es darüber hinaus, die Gen Z zu überzeugen. Doch dazwischen klafft eine Lücke: Gen X und Gen Y fühlen sich nicht angesprochen.

Hier werden große Chancen verpasst: „Es ist ein strategisches Risiko, Gen X und Y zu vernachlässigen“, urteilt Unternehmensberater und Studienautor Sebastian Schäfer. Denn in diesen Altersgruppen stehen prägende Entscheidungen an: für die Familie, für Immobilien, für die Altersvorsorge. Wenden sich diese „Scharniergenerationen“ von den Versicherern ab, verlieren sie an Vertrauen, Loyalität und Zukunftsfähigkeit.

Brand Trust Austria GmbH · Strategy Consultants
Gonzagagasse 11/10 · 1010 Wien · Austria
T +43 1 890 2019 · you-are-welcome@brand-trust.de
www.brand-trust.at
Geschäftsführer: Klaus-Dieter Koch, Jürgen Gietl, Nicola Baxter

Industry Competence Centers
Fashion | Lifestyle | Sport | Cosmetics · Tourism | Destinations | Public Sector · Banking | Insurance | Financial Service · Chemicals | Energy | Raw Materials · Industry | Automotive | Suppliers · Telecommunication | IT | Media · Construction | Real Estate · Pharma | Health | MedTech · FMCG | Retail | E-Commerce · Sustainability | Impact Brands · Transport | Logistics · Technology | Digital

Um Gen X und Y zu erreichen, empfiehlt Sebastian Schäfer: „Die Versicherer müssen die Sehnsüchte der so unterschiedlichen Generationen kennen. Nur so kann es gelingen, relevante Spitzenleistungen zu erbringen und diese dann passgenau zu vermitteln“.

Die Ergebnisse der Studie fasst der Markenexperte wie folgt zusammen: „Kunden wollen die Zukunftsrelevanz einer Versicherungsmarke erleben“. Hierzu gehören nach der langjährigen Expertise von Sebastian Schäfer innovative und nützliche Leistungen. „Wenn Angebote echte Probleme lösen und digitale Services zuverlässig funktionieren, entstehen Kundenerlebnisse, wie man sie von einem Zukunftsbegleiter erhofft“.

- ***Studiendesign:***
  Die Studie basiert auf einer repräsentativen Online-Befragung von privaten Versicherungsnehmern in Österreich (n=2.029) und wurde zwischen 27. Jänner bis 10. Februar 2025 durchgeführt. Sie fokussierte sich auf die Top 10 Versicherer, basierend auf den Beitragseinnahmen. Rückversicherer und Krankenkassen wurden nicht berücksichtigt. Zudem wurden zwei InsureTechs in die Befragung aufgenommen. Durch diese Auswahl zeigt die Befragung präzise und umfassend, wie die Bevölkerung die Versicherungsmarken wahrnimmt. Parallel wurde, mit einem vergleichbaren Setup, auch der deutsche Markt analysiert. Die Studie entstand in Zusammenarbeit mit puls Marktforschung.

Die Studienautoren:
Sebastian Schäfer, Partner und Geschäftsleitung Österreich mit Sitz in Wien bei der Unternehmensberatung BrandTrust
Tabea Höllger, Partner bei der Unternehmensberatung BrandTrust

Über BrandTrust
BrandTrust ist die führende Unternehmensberatung für wirksame Marken im deutschsprachigen Raum. In 12 Industry Competence Centern begleiten die Beraterteams die marktführenden Klienten bei der Entwicklung und Umsetzung von regionalen und globalen Markenstrategien mit dem Ziel, die Profitabilität und das Wachstum ihrer Marken systematisch und zukunftsorientiert zu erhöhen. Viele der Kunden sind Unternehmen aus Fortune 500, DAX 40, M-DAX, ATX und SMI in Deutschland, Österreich, der Schweiz und Norditalien. BrandTrust ist weltweit tätig, in Nürnberg und Wien ansässig und hat darüber hinaus Büros und Repräsentanzen in München, Zürich und Ljubljana. www.brand-trust.at

Pressekontakt:
Birgit Heinhöfer, info@pr-heinhoefer.de, Tel. 0911-300 349 30