

Vertriebswege in der Assekuranz: Makler- und Onlinevertrieb auf Höchststand

Um eine Versicherung abzuschließen, stehen Versicherungskunden zahlreiche Wege offen. Während die beiden Vertriebswege Agentur/Geschäftsstelle oder der klassische Hausbesuch des Versicherungsvertreeters konstant die höchste Akzeptanz aufweisen, gewinnen alternative Vertriebsformen kontinuierlich an Aufmerksamkeit. So erreichen Makler- und Onlinevertrieb 2015 jeweils Akzeptanz-Höchstwerte seit Beginn der erhobenen Messungen im Jahr 1996.

Jeder zweite Versicherungsentscheider und -mitentscheider (52 Prozent) in Deutschland gibt an, dass ihm ein Versicherungsabschluss beim Makler grundsätzlich zusagt. Vor 15 Jahren (in 2000) war es nur jeder Dritte (34 Prozent). Beim Online-Vertrieb steigt die Akzeptanz bevölkerungsrepräsentativ erstmalig über die 30-Prozent-Marke und hat sich im Vergleich zu 2000 von acht auf 32 Prozent vervierfacht. Bei den bis 30-jährigen, den zukünftigen Neukunden, liegt die Akzeptanz für den Online-Abschluss jedoch bereits bei 57 Prozent. Auch Kunden mit höherem Einkommen und umfangreichem Versicherungsbedarf sind gegenüber Online-Angeboten mit 39 Prozent Akzeptanz offener. Dies ist das Ergebnis der Studie [Kundenmonitor e-Assekuranz](#) des internationalen Marktforschungs- und Beratungsinstituts YouGov, für die 2.294 Versicherungsentscheider und -mitentscheider vom 27.04.2015 bis 14.06.2015 in 20-minütigen bevölkerungsrepräsentativen Face-to-Face-Interviews befragt wurden.

Die Abschlussbereitschaft über das Internet ist bisher aber kaum weiter differenziert. Sowohl der direkte Abschluss bei einem Versicherer als auch der Abschluss über einen Vergleichsrechner sind mit 27 bzw. 28 Prozent Akzeptanz in der Bevölkerung gleich beliebt. Dies gilt auch ebenso für die jungen Kunden bis 30 Jahre. Die Steigerungsraten in der Akzeptanz des Makler- und Onlinevertriebs schlagen sich auf die tatsächliche Nutzung der Beratungs- und Abschlusspunkte nieder: So hat jeder Fünfte (21 Prozent) überhaupt schon einmal eine Versicherung über einen Makler abgeschlossen (2000: 10 Prozent) und jeder Achte (12 Prozent) online (2000: unter 1 Prozent).

Nahezu jeder fünfte Neuabschluss online

Bei Neuabschlüssen, die in den letzten zwei Jahren getätigt wurden, zeigt die Studie, dass 19 Prozent aller erfassten Neuabschlüsse über das Internet getätigt wurden. In den letzten fünf Jahren hat sich damit der Anteil der Online-Abschlüsse fast verdoppelt (2010: 11 Prozent). Versicherungsabschlüsse beim Makler hat über die letzten Jahre etwa jeder Zehnte durchgeführt. Jedoch sind die Wachstumsraten in diesen beiden Vertrieben von sehr unterschiedlichen Produkten getrieben. Während der Online-Vertrieb von einfachen oder kleineren Versicherungen wie z. B. Kfz-, private Krankenzusatz- oder private Haftpflichtversicherung profitiert, sind Versicherungsmakler bei komplexeren Verträgen wie z. B. einer privaten Pflege- oder Berufsunfähigkeitsversicherung erfolgreich. Der Großteil der Online-Abschlüsse wird über die Internetseiten der Versicherungsgesellschaften getätigt.

Der [Kundenmonitor e-Assekuranz](#) ist ein jährliches repräsentatives Monitoring der Vertriebswegennutzung und -akzeptanz sowie der psychografischen Versicherungsmentalität inkl. der Service- und Beratungserwartungen im Versicherungsmarkt mit besonderer Vertiefung des Onlinevertriebs. Er liefert mit über 100 Seiten wichtige Erkenntnisse zur Nutzung des Internetangebots von Versicherern und zeigt die Online-Trends im Versicherungsmarkt auf.

Weitere Informationen zur Studie finden Sie hier:

<http://yougov.de/loesungen/reports/studien/kundenmonitor-e-assekuranz/>

Kontakt zur Studienleitung:

YouGov Deutschland AG

Christoph Müller

Senior Consultant

Tel.: +49 (0) 221 420 61 - 327

E-Mail: christoph.mueller@yougov.de

Pressekontakt:

Nikolas Buckstegen

Telefon: 0221 / 420 61 - 444

E-Mail: presse@yougov.de

Unternehmen

YouGov Deutschland AG

Gustav - Heinemann - Ufer 72

50968 Köln

Internet: www.yougov.de

Über YouGov Deutschland AG

Im Jahr 2000 in London gegründet, ist YouGov mittlerweile mit mehr als 28 Standorten in Europa, den USA, im Nahen Osten, Afrika und Asien vertreten. YouGov gilt als Pionier in der Online-Marktforschung und gehört nach Angaben der renommierten American Marketing Association zu den Top 25 Marktforschungsunternehmen der Welt.