

## E-Mail-Newsletter sind die wichtigste Informationsquelle

**Nach den Fragen zur Kundenkommunikation und zur Weiterbildung befasste sich der dritte Teil einer Online-Umfrage von CAMPUS INSTITUT und Wolters Kluwer, die im Herbst durchgeführt wurde, mit der Mediennutzung. Dabei liegen die Online-Medien klar an der Spitze. Social-Media-Kanäle spielen allerdings eine geringere Rolle als Printmedien**

Mit einer Online-Umfrage wollten das CAMPUS INSTITUT und Wolters Kluwer herausfinden, welchen Einfluss die Digitalisierung konkret auf die Arbeit im Versicherungsvertrieb hat. Dazu wurden 230 Unternehmensmitarbeiter mit direktem Kundenkontakt befragt, die überwiegend selbstständig und als Makler tätig sind.

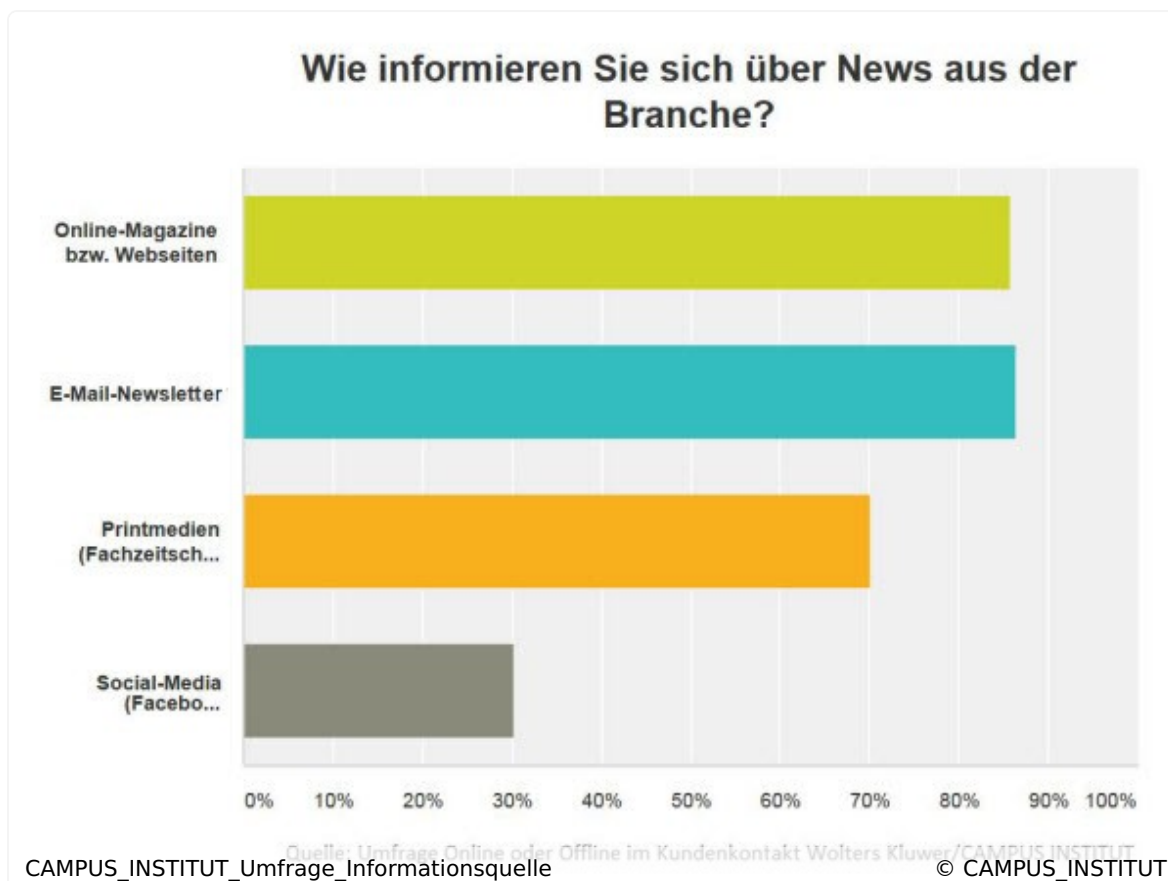
Das wichtigste fachliche Informationsmedium ist für sie der E-Mail-Newsletter. Gut 86 % gaben an, dass sie sich damit über News aus der Branche informieren. Knapp 1 % weniger nutzt dafür Online-Magazine oder Webseiten. Printmedien wie Fachzeitschriften und Ähnliches folgen mit einem deutlichen Abstand und werden von 70 % als Informationsquelle genannt. Social-Media-Kanäle spielen für Branchen-News offensichtlich noch keine große Rolle. Mit einem Nutzer-Anteil von 30 % sind sie deutlich abgeschlagen.

### **Messen wichtiger als soziale Netzwerke**

Dabei wird Facebook von 17 % häufig genutzt, aber von knapp 55 % gar nicht. Lediglich 2 % der Befragten bezeichneten sich als häufige Twitter-Nutzer. Einen XING-Account nutzen knapp 18 % häufig, 27 % dagegen gar nicht. Youtube wird von knapp 5 % häufig genutzt, von gut 46 % gar nicht.

Nicht nur über Branchennews, sondern auch über neue Produkte und Veranstaltungen informieren sich die Befragten am liebsten über Online-Kanäle. Auch hier dominiert der E-Mail-Newsletter, der von 83 % dafür die Informationsquelle Nummer eins ist. Online-Magazine und Webseiten stehen mit 79 % an zweiter Stelle. 70 % gaben an, dass sie sich über Webinare informieren. Knapp 54 % nutzen dafür Print-Medien und knapp 50 % gehen auch deshalb zu Messen und Veranstaltungen, weil sie wissen wollen, was es an neuen Produkten gibt. Knapp 22 % hören sich dafür lieber bei Facebook, Twitter & Co. um.

Diese immer noch große Bedeutung der persönlichen Begegnung und des direkten Gesprächs deckt sich mit den anderen Teilen der Umfrage. Das gilt insbesondere für die Kommunikation mit den Kunden, die im Beitrag ["Kundenkommunikation: Der direkte Kontakt bleibt unverzichtbar"](#) vom 22.11.2016 dargestellt wurde. Aber auch bei der Weiterbildung ist der Austausch mit anderen wichtig, wie unser Beitrag ["Mit Weiterbildung auf dem aktuellen Stand bleiben"](#) vom 01.12.2016 aufzeigte.



#### Pressekontakt:

CAMPUS

E-Mail: [info@campus-institut.de](mailto:info@campus-institut.de)

#### Unternehmen

CAMPUS INSTITUT  
Keltenring 11  
82041 Oberhaching

Internet: [www.campus-institut.de](http://www.campus-institut.de)

#### Über CAMPUS INSTITUT

Seit über 12 Jahren werden am CAMPUS INSTITUT in Zusammenarbeit mit den staatlichen Hochschulen Schmalkalden und Koblenz die weiterbildenden Studienprogramme Finanzfachwirt/-in (FH) und Betriebswirt/-in für betriebliche Altersversorgung (FH) angeboten. Mit diesen beiden Hochschulweiterbildungen hat das CAMPUS INSTITUT zwei der hochwertigsten Qualifikationen für die Finanzbranche im deutschsprachigen Raum mitentwickelt. Außerdem bietet das CAMPUS INSTITUT seit vielen Jahren ein abwechslungsreiches Seminarprogramm für Finanz- und Versicherungsberater, das seit 2015 auch als Seminarflatrate buchbar ist.

