

## Versicherungsbranche: Persönliche Beratung für die meisten auch in Zukunft wichtig - YouGov-Studie Kundenmonitor Assekuranz: Highlight „Beratung der Zukunft“

**Die Digitalisierung führte in den letzten Jahren zu einer Reihe neuartiger Kommunikationsformen und infolgedessen auch zu neuen Möglichkeiten in der Versicherungsberatung. Was die zukünftige Beratung anbelangt, so wünscht sich aber weiterhin gut jeder zweite Versicherungskunde die persönliche Beratung im Büro des Vermittlers (51 Prozent) oder bei sich zu Hause (49 Prozent). Neue Medien wie Online-Beratung über Chat (7 Prozent), Co-Browsing (5 Prozent), Beratung über Smartphone-Apps (4 Prozent), Skype (4 Prozent) und in einem Online-Kundenforum (3 Prozent) spielen auf Gesamtebene bisher aber immer noch eine untergeordnete Rolle.**

Die Beratung über Chat oder Smartphone-Apps findet unter jungen Befragten mit 14 bzw. 11 Prozent etwas höheren Anklang. Dies ist das Ergebnis der Studie [„Kundenmonitor Assekuranz“](#) mit dem Schwerpunktthema [„Beratung der Zukunft“](#) des internationalen Marktforschungs- und Beratungsinstituts YouGov, für das 2.107 Entscheider und Mitentscheider in Versicherungsangelegenheiten vom 02.08. bis 12.08.2016 repräsentativ befragt wurden.

„Die persönliche Beratung bleibt auf absehbare Zeit weiterhin die wichtigste Beratungsform. Die Erfahrung mit neuen Beratungsformen hat sich in den letzten vier Jahren nur geringfügig erhöht“, sagt Christoph Müller, Senior Consultant Reports bei YouGov. „Versicherungskunden sollten aber weiterhin verstärkt für die Beratung über Neue Medien sensibilisiert werden, denn es ist nur eine Frage der Zeit, bis die Digitalisierung vermehrt im Bereich der Finanzberatung Einzug erhält. Zudem ist die Beratung über digitale Kanäle deutlich effizienter“, so Müller weiter.

Wenn es um die Kundenzufriedenheit der letzten Beratung geht, so gibt jeder zweite Versicherungskunde (51 Prozent) an, mit dieser zufrieden gewesen zu sein (Urteil „ausgezeichnet“ oder „sehr gut“). Beim Blick auf die Zufriedenheit nach dem Betreuungsstatus zeigt sich aber ein differenziertes Bild: Während überdurchschnittlich viele Makler- und Vertreterkunden (62 bzw. 61 Prozent) mit der Beratung zufrieden sind, liegen die Vergleichswerte für Bankkunden (35 Prozent) und Direktkunden (27 Prozent) deutlich darunter.

Die Studienergebnisse zeigen darüber hinaus auch, dass Ort und Kommunikation ebenfalls einen Einfluss auf die Zufriedenheit mit der Beratung haben. So beurteilen 59 Prozent der befragten Versicherungskunden die letzte Beratung zu Hause mit „ausgezeichnet“ oder „sehr gut“. Fast genauso hohe Zufriedenheitswerte finden sich bei der Beratung im Büro des Vermittlers (58 Prozent). Die Beratung telefonisch außer Haus (mobil) und per E-Mail kommt nicht gut an: Hier sind 28 bzw. 19 Prozent der Befragten mit der letzten Beratung zufrieden.

Das Highlight „Beratung der Zukunft“ liefert Ergebnisse zum aktuellen Betreuungsstatus, zur letzten Beratung, zu Neuen Medien in der Beratung, zur technischen Ausstattung und Serviceleistungen sowie zum Online/App-Abschluss und zu InsurTechs.

### **Kontakt zur Studienleitung:**

YouGov Deutschland GmbH  
Christoph Müller  
Senior Consultant Reports  
Tel.: +49 (0) 221 420 61 - 328  
E-Mail: [christoph.mueller@yougov.de](mailto:christoph.mueller@yougov.de)

**Pressekontakt:**

Nikolas Buckstegen

Telefon: 0221 / 420 61 - 444

E-Mail: [presse@yougov.de](mailto:presse@yougov.de)

**Unternehmen**

YouGov Deutschland AG

Gustav - Heinemann - Ufer 72

50968 Köln

Internet: [www.yougov.de](http://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.