

Kunden erkennen deutliche Vorteile in der Digitalisierung der Versicherungsbranche - YouGov-Studie Kundenmonitor Assekuranz: Highlight „Digitalisierung“

Die fortschreitende Digitalisierung und Vernetzung von Dienstleistungen hat in den letzten Jahren zu einer deutlichen Weiterentwicklung der Angebote und Vereinfachung der Abläufe innerhalb der Versicherungsbranche geführt. Auch Versicherungskunden erkennen in der Digitalisierung deutliche Vorteile für sich. So sagen 61 Prozent der deutschen Versicherungskunden, dass sie durch die verstärkte Digitalisierung im Versicherungswesen bei der Erledigung von Versicherungsangelegenheiten Zeit einsparen.

Einen Zugewinn an persönlichem Freiraum erkennen 60 Prozent und 59 Prozent sehen eine Reduzierung der Bearbeitungszeiträume. Dies ist das Ergebnis der Studie „[Kundenmonitor Assekuranz](#)“ mit dem zum nun seit 2013 zum dritten Mal erhobenen Schwerpunktthema „Digitalisierung“ des internationalen Marktforschungs- und Beratungsinstituts YouGov. Für die Studie wurden 2.063 Entscheider und Mitentscheider in Versicherungsangelegenheiten vom 29.9. bis 20.10.2016 repräsentativ befragt. Gleichzeitig werden aber auch Bedenken geäußert. So machen sich 61 Prozent Sorgen darüber, was passiert, wenn beispielsweise etwas bei der Datenübermittlung schiefgeht. Auch sorgen sich 58 Prozent der Versicherten darum, den persönlichen Kontakt zum Berater zu verlieren. Dabei gehört der persönliche Kontakt zu einem Berater weiterhin für die Mehrheit zum Prozess eines Versicherungsabschlusses hinzu. So informieren sich 60 Prozent vor einem Abschluss bei einem Versicherungsvermittler, 25 Prozent bei Bekannten und Verwandten. Insgesamt verzichtet momentan lediglich jeder Zehnte (10 Prozent) im Rahmen der Customer Journey auf einen persönlichen Kontakt.

Verträge lieber persönlich oder per Post

Trotz der vielfältigen Möglichkeiten Verträge, Schadensbelege oder andere relevante Dokumente den Versicherungen digital zukommen zu lassen, wird auch hier das persönliche Vorbringen oder der postalische Versand von Dokumenten weiterhin mehrheitlich präferiert. So würden 55 Prozent der Befragten einen unterschriebenen Versicherungsvertrag persönlich beim Vertreter oder Makler vorbeibringen. Knapp ein Drittel (31 Prozent) möchte den Vertrag mit der Post versenden. Ein Viertel (26 Prozent) kann sich vorstellen, eine Police einzuscannen und per Mail zu versenden, das Abfotografieren und Versenden über ein passwortgeschütztes Kundenportal kann sich immer noch jeder Achte (12 Prozent) vorstellen. Das Abfotografieren per Smartphone und die Übermittlung per App oder per Mail beziehungsweise Messenger kommt jeweils für nur 4 Prozent in Frage. Deutlich offener gegenüber der digitalen Übermittlung zeigen sich die Befragten beispielsweise bei Fotos von Versicherungsschäden. Diese würden 42 Prozent eingescannt per E-Mail, 17 Prozent über ein passwortgeschütztes Kundenportal und 13 Prozent per Smartphone als E-Mail Anhang oder mit einem Messenger versenden.

Zufriedenheit mit Kundenportalen gestiegen

Grund zur Freude für die Versicherer gibt es bei der Bewertung der Kundenportale. Die Hälfte (48 Prozent) der Befragten, die Kundenportale nutzen, bewertet diese als sehr gut oder ausgezeichnet. Dies entspricht einer Steigerung um sieben Prozentpunkte gegenüber 2013. Die bessere Bewertung der Portale geht einher mit einer leicht gestiegenen Nutzungshäufigkeit. So nutzen aktuell 23 Prozent Online-Kundenportale mindestens dreimal im Jahr. 2013 waren es noch 20 Prozent, die die Portale dreimal oder öfter nutzten. Besonders häufig greifen dabei die bis 30-jährigen auf Portale zu. In dieser Gruppe sind es mehr als ein Drittel (35 Prozent), die dreimal

oder häufiger Online-Kundenportale nutzen. Bei den 31- bis 55-Jährigen sind es hingegen 24 Prozent und unter den über 55-Jährigen nur noch 18 Prozent.

„Die Versicherungskunden stehen der Digitalisierung der Branche offen gegenüber und gerade die Onlineportale werden immer besser angenommen“, sagt Christoph Müller, Senior Consultant Reports bei YouGov. „Dennoch ist für den Großteil der Versicherungsnehmer der persönliche Kontakt mit einem Berater noch immer sehr wichtig. Versicherer sollten daher bei Ihren digitalen Angeboten darauf achten, jederzeit die Möglichkeit einer persönlichen Beratung zu bieten, um die Kunden möglichst umfänglich zu betreuen und Frustrationen in der Customer Journey zu verhindern.“

Über die Studie

Die Studie Kundenmonitor Assekuranz: Highlight [„Digitalisierung“](#) bietet Unternehmensstrategen und Service-Designern einen umfassenden Einblick in Einstellung, Erfahrungen und Erwartungen zum Themenfeld Digitalisierung in der Assekuranz.

Pressekontakt:

Christoph Müller
Telefon: 0221 / 42061 - 328
E-Mail: christoph.mueller@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.

Pressekontakt:

Philipp Schneider
Telefon: +49 (0) 221 420 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.