

Umfrage: Bundesbürger trauen Versicherungen mehr als Google oder Facebook / Jeder Zweite würde personalisierte Verhaltensdaten übermitteln, wenn Tarife dadurch günstiger werden

Immer mehr Menschen sind bereit, ihren Versicherungen spezifische, personalisierte Verhaltensdaten zur Verfügung zu stellen, wenn sie dadurch als Kunde von günstigeren Tarifen profitieren können. So meinen immerhin 50 Prozent der Bundesbürger, dass sie ihrer Autoversicherung Zugang zu ihren Fahrdaten geben würden, falls dadurch eine verantwortungsvolle Fahrweise finanziell entlohnt werde.

Und deutliche 72 Prozent der Befragten meinen, dass sie Versicherungen mehr als Google oder Facebook zutrauen, verantwortungsvoll mit diesen personenbezogenen Daten umzugehen. Das sind zentrale Ergebnisse einer Online-Umfrage der weltweit tätigen Markenberatung Prophet zum Thema „Wie wichtig ist Ihnen die Transparenz über Ihre Versicherungsverträge?“, zu der im Februar dieses Jahres 1.000 Erwachsene in Deutschland repräsentativ befragt wurden.

Die Versicherer allerdings tun sich mit dem digitalen Wandel noch sehr schwer. So haben es die Versicherungen nach Meinung vieler Kunden bisher versäumt, die Digitalisierung des Versicherungsgeschäftes konsequent umzusetzen. 70 Prozent der Befragten beklagen die schlechte Qualität der Online-Auftritte von Versicherungen. Die Verbraucher informieren sich daher lieber auf Vergleichsportalen wie Check 24 über Tarife und Preise der Branche. Vier von zehn Deutschen monieren zudem, keinen ausreichenden Überblick über ihren persönlichen Versicherungsschutz zu haben.

Neben den technischen Aspekten geht es auch um eine tiefgreifende organisatorische und kulturelle Transformation der Branche. „Wer im zukünftigen Wettbewerbsumfeld bestehen will, muss die fortschreitende Digitalisierung bei der Kundeninteraktion, Prozessintegration und Produktangebot nutzen, um ein modernes, konsistentes Kundenerlebnis zu erzeugen“, bewertet der neue Prophet-Partner Wolfgang Jacob die Ergebnisse der Umfrage. Jacob, der künftig in Deutschland und der Schweiz für Prophet den Bereich „Financial Services“ leiten wird, arbeitete zuvor in führenden Positionen bei der Credit Suisse, der Commerzbank und dem Gerling Konzern (heute HDI).

Erfolgreiche Versicherer würden es sich zunutze machen, dass die Menschen ihnen bei der Datensicherheit deutlich mehr vertrauen als Google oder Facebook, meint der Versicherungsexperte Jacob: „Vor allem junge Leute sind es gewohnt, dass ihre Daten ständig erfasst werden“. Die technischen und rechtlichen Möglichkeiten für personalisierte Tarife sind meist vorhanden. „Offen ist nur noch, welches Unternehmen die Elemente als erstes wirklich intelligent und kundenorientiert vernetzt, um daraus einen Wettbewerbsvorteil zu generieren“, sagt Jacob.

Unter folgendem Link finden Sie ein exklusives Interview mit Wolfgang Jacob sowie die Umfrageergebnisse aus Deutschland zum Thema „Wie wichtig ist Ihnen die Transparenz über Ihre Versicherungsverträge?“

<https://www.prophet.com/about/locations/de-de/berlin/press/umfrage-bundesbuenger-trauen-versicherungen-mehr-als-google-oder-facebook>

Pressekontakt:

Angela Kroll
Telefon: +49 (0)171 971 64 03
E-Mail: akroll@prophet.com

Unternehmen

Prophet Germany GmbH
Oranienburger Straße 66
10117 Berlin

Internet: www.prophet.com

Über Prophet Germany GmbH

Prophet ist eine weltweit tätige Unternehmensberatung mit Büros u.a. in Berlin, London, Zürich, Hongkong, San Francisco und New York. Mit mehr als 350 Beratern unterstützt Prophet Unternehmen wie BMW, Cisco, Deutsche Bank, Ebay, Eon, Electrolux, GE, Johnson & Johnson, McDonald's, Visa, oder Zurich Financial bei der Entwicklung von Wachstumsstrategien, der Innovation ihrer Geschäftsmodelle, der Weiterentwicklung ihrer Markenstrategien sowie der Transformation ihres Marketings. Dazu vereint Prophet Kompetenzen in den Bereichen Insights, Analytics, Innovation, Digitalisierung, Marke, Marketing und Design zu interdisziplinären Lösungen.