

Versicherungsstudie: Versichererwebsites beim Online-Abschluss etwas beliebter als Vergleichsportale

Seit vier Jahren schwankt der Anteil der Neuabschlüsse von Versicherungen, die online abgeschlossen werden um Werte knapp unter 20 Prozent. 2016 wurden 17 Prozent aller erfassten Neuabschlüsse über das Internet getätigt. Parallel hat sich der Anteil des Vertreterbetriebs in den letzten Jahren bei rund 56 Prozent stabilisiert. Der Anteil des Maklervertriebs liegt bei 15 Prozent und damit konstant über den Werten von 2012 und früher.

Bei genauerer Betrachtung der Online-Abschlüsse zeigt sich, dass die Versicherungsentscheider und -mitentscheider weiterhin die Internetseiten der Versicherungsgesellschaft (10 Prozent) gegenüber Vergleichsportalen (7 Prozent) beim Abschluss vorziehen. Insbesondere im Bereich der Krankenversicherung ist dieser Trend zu erkennen: Nur fünf Prozent von insgesamt 22 Prozent der Online-Abschlüsse werden über Vergleichsportale getätigt. Dies ist das Ergebnis der Studie „Kundenmonitor e-Assekuranz 2016“ des internationalen Marktforschungs- und Beratungsinstituts YouGov für die 2.307 Versicherungsentscheider und -mitentscheider vom 18.04. bis 14.06.2016 in 20-minütigen bevölkerungsrepräsentativen Face-to-Face-Interviews befragt wurden.

Geht es um das Thema Akzeptanz des Online-Vertriebsweges, so kann sich jeder dritte Versicherungsentscheider und -mitentscheider mittlerweile einen Versicherungsanschluss im Internet vorstellen. Im Jahr 2010 waren es lediglich 22 Prozent. Bei den Vertriebswegen über Vertreter, Makler und Banken ist hingegen ein leichter Rückgang bei der Akzeptanz der Verbraucher zu verzeichnen.

Die drei Versicherungssparten Kfz, Haftpflicht und Hausrat, welche ohnehin schon die höchsten Besitzquoten sowie Neuabschlusszahlen aufweisen, zeigen zusätzlich positive Tendenzen im Bereich der Neuabschlüsse verglichen zum Vorjahr.

Mit der durchschnittlich vermehrten Nutzung des Internets steigt auch die Zahl derjenigen, die schon einmal Online-Angebote von Versicherungen oder Banken im Internet genutzt haben. Knapp drei Fünftel (58 Prozent) der Internetnutzer haben schon einmal Online-Angebote von Versicherern im Netz genutzt. Hochgerechnet auf den Gesamtmarkt, sprich den Markt von Internetnutzern sowie Nicht-Internetnutzern, sind es 43 Prozent der Versicherungsentscheider und -mitentscheider, die bereits auf Informationen oder Angebote einer Versicherung im Internet zugegriffen haben.

Der „[Kundenmonitor e-Assekuranz 2016](#)“ 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.

Kontakt zur Studienleitung:

YouGov Deutschland GmbH
Christoph Müller
Senior Consultant
Tel.: +49 (0) 221 420 61 - 328
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

YouGov ist ein weltweites Marktforschungs- und Beratungsinstitut. Im Jahr 2000 in London gegründet, ist YouGov mittlerweile mit 31 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 20 Marktforschungsunternehmen der Welt.