

Polarisierung zwischen Vermittler- und Online-Abschluss



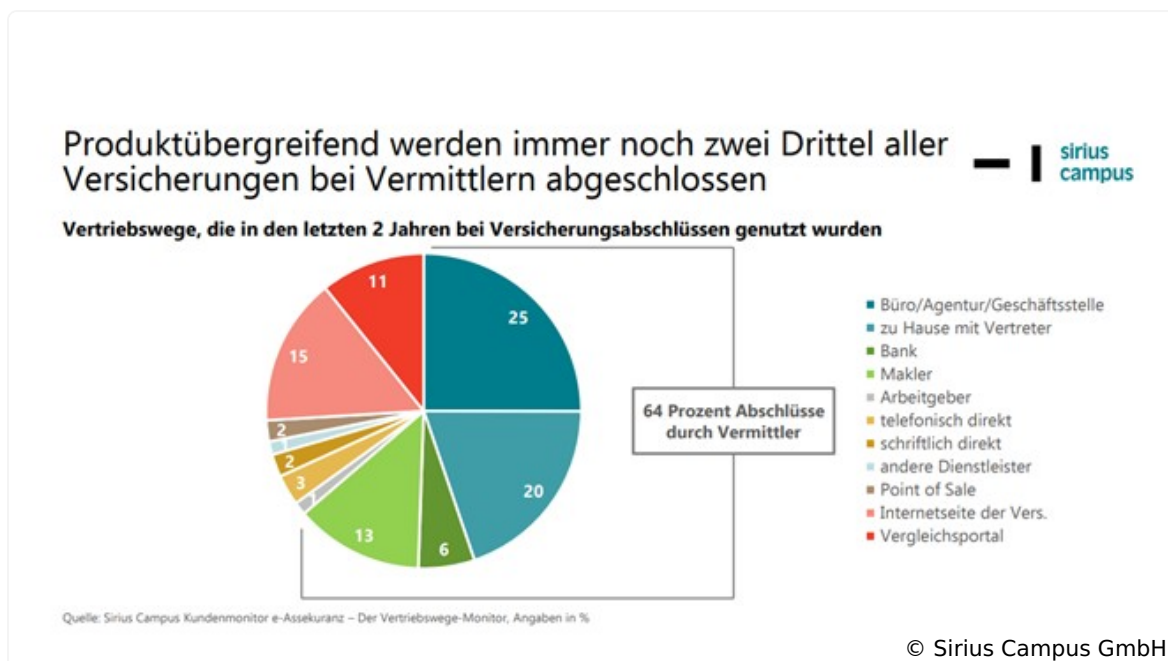
Die Akzeptanz von Vertriebswegen entwickelt sich langsam zu einer Polarisierung zwischen Vermittlerbüro und Online-Abschluss. Seit 2005 nahezu konstant sagt den meisten Versicherungskunden (80%) der Abschluss einer Versicherung im Büro oder der Agentur des Vermittlers zu. Mit 66 Prozent ist der Abschluss zu Hause mit einem Vermittler zwar auf Rang zwei, jedoch mit einem deutlichen negativen Trend (2011: 80%). Hingegen steigt die Abschlussbereitschaft über einen der verschiedenen Online-Kontaktorte von 30 Prozent im Jahr 2011 auf nunmehr 40 Prozent.

Dabei bevorzugen die Versicherungsnehmer den Abschluss über die Internetseiten von Versicherern (38%) etwas mehr als den Abschluss über Vergleichsportale (33%). Während sich die Akzeptanz für einen Abschluss bei einem unabhängigen Versicherungsmakler durchweg bei 51 Prozent hält, verlieren Banken notgedrungen durch Filialschließungen (von 49 Prozent 2011 auf nunmehr 40 Prozent). Konstant liegt die Abschlussbereitschaft über das Telefon seit Anfang der Messungen im Jahr 2005 bei 20 Prozent.

Dies sind die Ergebnisse der Sirius Campus Marktuntersuchung „Kundenmonitor e-Assekuranz 2021 – Der Vertriebswege-Monitor“ mit jährlich 10.000 repräsentativen Online-Interviews unter privaten Versicherungsnehmern.

Auch junge Kunden sind vermittleraffin

Drei Viertel der Versicherungskunden bis 30 Jahre (77%) sagt der Versicherungsabschluss bei einem Vermittler im Büro zu - ebenso sehr wie älteren Kunden. Jedoch sind die Jüngeren am wenigsten von allen Altersgruppen von einem Besuch durch einen Versicherungsvermittler zu Hause begeistert. Die Polarisierung zwischen einem Abschluss im Vermittlerbüro und über verschiedene Online-Kontaktorte ist bei jüngeren Kunden besonders stark ausgeprägt. Von den bis 30-Jährigen sagt 61 Prozent sowie von den 31- bis 40-Jährigen 56 Prozent ein Online Abschluss jetzt oder zukünftig zu. Einzelne Marktsegment, die sich durch einen besonders hohen Such- und Entscheidungsaufwand auszeichnen, sind sogar besonders online-affin. Dies sind die sogenannten Eigenständigen (Select Typen) mit 77 Prozent Online-Abschluss-Akzeptanz sowie die eher dominant auftretenden Optimierer (60%).



Online-Abschluss nur bei „einfachen“ Versicherungen auf dem Vormarsch

2020 und 2021 wurden bereits ein Viertel aller Versicherungsabschlüsse (26%) online getätigt. Vor allem bei aus Kundensicht einfachen Versicherungen wie z. B. Kfz-, private Haftpflicht- oder Hausratversicherungen nimmt der Online-Abschluss stetig zu. So erfolgt bereits rund ein Drittel aller Neuabschlüsse in der Kfz-Versicherung (35%) über Internetseiten oder Vergleichsrechner. 2011 ergab die Erhebung noch einen Wert von 17 Prozent. Zunehmend gelingt es Versicherern jedoch auch, komplexere Versicherungen wie z. B. Rechtsschutz-, Krankenzusatz- oder Risikolebensversicherungen über eine Online-Strecke zum Abschluss zu führen. „Letztlich entscheidet der Online-Dialog darüber, ob sich ein Interessent mit einem Versicherungsangebot wohlfühlt. Leider sind viele Versicherungs-Online-Rechner noch vollkommen dialogfrei und tischen Interessenten standardmäßig einen oder mehrere Tarife auf. Entscheidungen sind aber selten so rational, wie dies häufig noch angenommen wird“, interpretiert Christoph Müller, Gründer und Geschäftsführer von Sirius Campus, die Ergebnisse. „Interessen brauchen ein Gefühl, dass sie mit ihren Bedürfnissen verstanden werden und sich darauf eine individuelle Empfehlung aufbaut.“

Weitere Informationen zu dieser Marktuntersuchung mit produkt- und zielgruppenspezifischen Analysen rund um den Versicherungsabschluss und Präferenzen für digitale Servicekontakte mit Zeitreihen ab 2005 erhalten Sie bei Christoph Müller (christoph.mueller@siriuscampus.de | 0152 38 24 66 44)