

Digitalisierung im Versicherungsmarkt - Deutsche befürchten Kontaktverlust zum persönlichen Berater

Immer mehr Angelegenheiten mit dem Versicherer lassen sich mittlerweile online erledigen. Dies sorgt bei den Kunden für Zeitersparnis, aber auch für Verunsicherung. Die Mehrheit (57 Prozent) der Versicherungsnehmer in Deutschland befürchtet, im Zuge der Digitalisierung im Versicherungsmarkt den persönlichen Kontakt zu ihrem Berater zu verlieren. Besonders groß ist die Sorge mit 64 Prozent unter den älteren Bundesbürgern (über 55 Jahre). Über alle Altersgruppen hinweg machen sich 43 Prozent darüber aber eher weniger Sorgen. Dies ist das Ergebnis der Studie „Kundenmonitor Assekuranz“ mit dem Schwerpunktthema „Digitalisierung“ des Kölner Marktforschungs- und Beratungsinstituts YouGov, für das über 2.295 Entscheider und Mitentscheider in Versicherungsangelegenheiten vom 30.07. bis 20.08.2014 befragt wurden.

Immer mehr Angelegenheiten mit dem Versicherer lassen sich mittlerweile online erledigen. Dies sorgt bei den Kunden für Zeitersparnis, aber auch für Verunsicherung. Die Mehrheit (57 Prozent) der Versicherungsnehmer in Deutschland befürchtet, im Zuge der Digitalisierung im Versicherungsmarkt den persönlichen Kontakt zu ihrem Berater zu verlieren. Besonders groß ist die Sorge mit 64 Prozent unter den älteren Bundesbürgern (über 55 Jahre). Über alle Altersgruppen hinweg machen sich 43 Prozent darüber aber eher weniger Sorgen. Dies ist das Ergebnis der Studie „[Kundenmonitor Assekuranz](#)“ mit dem Schwerpunktthema „[Digitalisierung](#)“ des Kölner Marktforschungs- und Beratungsinstituts YouGov, für das über 2.295 Entscheider und Mitentscheider in Versicherungsangelegenheiten vom 30.07. bis 20.08.2014 befragt wurden.

Die zunehmende Tendenz, Daten auf elektronischem Wege – also über Computer und Internet – zu erfassen, weiterzuleiten und zu speichern, wird allgemein als „Digitalisierung“ bezeichnet. Der Kontaktverlust zum Berater ist dabei nicht die einzige Sorge der Versicherungskunden in Bezug auf die Entwicklung, immer mehr Inhalte direkt über elektronische Kontaktwege zu erledigen: Drei von fünf Befragten befürchten, dass beim Digitalisierungsprozess etwas schiefgeht, z. B. Daten nicht dort ankommen, wo sie hingehören. Aber auch Datenschutz ist ein altbekanntes Thema: 63 Prozent halten es aus Datenschutzgründen für bedenklich, wenn alle Dokumente und Kontakte elektronisch vorliegen.

Nichtsdestotrotz erkennen viel Versicherungsnehmer auch zahlreiche Vorteile durch Digitalisierung ihrer Versicherungskontakte. So denken 65 Prozent der Befragten, dass die Bearbeitungszeiträume kürzer und Anliegen schneller bearbeitet werden. Ebenso ist die Mehrheit (62 Prozent) der Ansicht, dass sich die Erreichbarkeit des Versicherers verbessert.

„Die Digitalisierung in der Assekuranz muss sich stärker als in anderen Branchen anstrengen, den Kunden zur Nutzung und Self-Service zu bewegen“, weiß Dr. Oliver Gaedeke, Vorstand und Leiter der Finanzmarktforschung bei YouGov. „Die Entwicklung und Kommunikation eines klaren Kundennutzens sollte vor lauter Technikbegeisterung dabei nicht aus den Augen verloren werden“, so Dr. Gaedeke weiter.

Die Studie bietet Unternehmensstrategen und Service-Designern einen umfassenden Einblick in Einstellung, Erfahrungen und Erwartungen zum Themenfeld Digitalisierung in der Assekuranz. Ferner zeigen detaillierte Vertiefungen auf, durch welche Anreize die Nutzungsbereitschaft insbesondere bei Digitalisierungs-Skeptikern gesteigert werden kann und inwiefern Kunden bereit sind, sich selbst durch Übermittlung ihrer Dokumente auf elektronischem Wege in den Prozess der Leistungserstellung einzubringen („Do it yourself“). Darüber hinaus wird aus Kundensicht spezifisch auf die Themen Datensicherheit und Computertelefonie eingegangen.

Pressekontakt:

Nikolas Buckstegen
- Manager PR -
Telefon: 0221 / 420 61 - 444
E-Mail: presse@yougov.de

Kontakt zur Studienleitung:

Christoph Müller
- Senior Consultant -
Telefon: 0221 / 420 61 - 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:

YouGov ist ein börsennotiertes Marktforschungsinstitut und einer der Pioniere im Einsatz von Online-Erhebungen zur Bereitstellung hochwertiger Daten in den Feldern Markt- und Sozialforschung. Neben dem Hauptsitz in London umfasst die weltweite YouGov-Gruppe u.a. Standorte in den USA, Skandinavien, Deutschland und dem Nahen Osten. YouGov ist ausgewiesener Spezialist für die Erforschung der Finanzdienstleistungs- und Versicherungsmärkte. Zahlreiche Unternehmen vertrauen seit vielen Jahren auf unsere Leistungen und unsere Erfahrung. YouGov liefert die relevanten Informationen rund um Marken, Produkte, Zielgruppen und Servicequalität und damit hochwertiges Entscheidungswissen für die Strategieentwicklung und die Optimierung von Marketing und Vertrieb. Individuelle Ad-Hoc-Studien werden ergänzt durch zahlreiche, zum Teil langjährige Monitorings im Privat- und Gewerbekundenmarkt, Image- und Werbetrackings, Vertriebspartnerbefragungen und kontinuierliche Studien zu Produktinnovationen. Wir verzahnen unsere fundierten wirtschaftspsychologischen Analysen zudem mit onlinebasiertem Realtime Research für tägliche Informationen „in Echtzeit“.

Weitere Informationen finden Sie unter www.research.yougov.de

