

Umfrage // Pressemitteilung

Dortmund, 29. November 2021

Customer-Experience-Studie Versicherungsbranche: **90 Prozent der Online-Kunden verzichten auf persönliche Beratung bei Versicherungsverträgen**

Die aktuelle E-Commerce-Studie [„Was Versicherte online wünschen und Unternehmen bieten“](#) des IT-Dienstleisters adesso zeigt auf, dass im Online-Geschäft der Versicherungsbranche vier Schwerpunkte zukünftig eine maßgebliche Rolle spielen: Handlungsbedarf besteht auf den Gebieten Customer Experience, Personalisiertes Marketing, Social Commerce und Omnichannel-Marketing.

Rund 90 Prozent der befragten Endverbraucherinnen und Endverbraucher verzichten heute bereits auf eine persönliche Beratung von Maklern und Versicherern. Fast drei Viertel der Versicherungsinteressenten bleiben dem Kanal treu, in dem sie ihre „User Journey“ begonnen haben. Beachtliche 27 Prozent informieren sich erst online über eine Versicherung und schließen sie dann vor Ort ab.

Customer Experience: Schnelle Informationen zu Konditionen und Preisen

Hoch im Kurs stehen bei Versicherten Vergleichsportale und Preisvergleichsseiten (62 Prozent). Jeder Zweite informiert sich über die Website der Versicherungsanbieter. Beim Versicherungsabschluss punktet die Internetseite des Versicherers. Sie liegt damit knapp vor den Vergleichsportalen. Fast jeder Dritte hat eine Police mobil über das Smartphone oder Tablet abgewickelt.

Personalisiertes Marketing: Großes Potenzial bei den Jüngeren

Unternehmen müssen personalisierte Werbung differenziert betrachten. Basiert Werbung auf Interessen, Hobbys und vorher gekauften Artikeln, dann ist die Akzeptanz beim Empfänger doppelt so hoch, wie wenn sie sich auf Alter, Familienstand oder Suchverläufe bezieht. Generell sind die jüngeren Zielgruppen aufgeschlossener als die älteren Befragten. Versicherer sollten deshalb im Blick haben, wie sie potenzielle Kundinnen und Kunden individuell und bedarfsgerecht ansprechen können.

Online trifft Offline: Der Weg beginnt oft online und wird vor Ort fortgeführt

Die Ergebnisse bestätigen, dass die Corona-Pandemie der Versicherungsbranche einen Digitalisierungs- und Innovationsschub gegeben hat. Je jünger die Befragten waren, desto eher haben sie eine Versicherung online abgeschlossen. 27 Prozent

informieren sich online über Versicherungen, um sie dann vor Ort abzuschließen. Versicherungsanbieter müssen den Kundinnen und Kunden ein umfangreiches Informationsangebot unterbreiten, wie sie entweder online eine Versicherung abschließen können oder direkt im Versicherungsbüro vor Ort beraten werden.

Social Commerce von Unternehmen stark unterschätzt

Die Versicherungsbranche ist noch wenig präsent auf Social Media. Nur 3 Prozent schlossen bislang eine Versicherung ab, nachdem sie in den sozialen Netzwerken unterwegs waren. Hier als Erster die richtigen Kampagnen zu schalten, kann Vorteile gegenüber den Wettbewerbern schaffen. Großes Potenzial liegt bei YouTube. Während sich dort mit 88 Prozent die meisten Verbraucherinnen und Verbraucher tummeln, nutzen nur 44 Prozent der Unternehmen die Videoplattform als Marketing-Kanal.

Stefan Riedel, Vorstandsmitglied von adesso, kommentiert dies so: „Es liegt hohes ungenutztes Potenzial im Bereich der personalisierten Ansprache, in der Bereitstellung von digitalen, abschlussorientierten Angeboten und in der Nutzung verschiedenster Social-Media-Kanäle. Erfolgsorientierte Unternehmen, die diese Chancen erkennen und erschließen, können vor allem bei den jüngeren Zielgruppen punkten.“

Über die Studie

Die adesso-Studie blickt detailliert auf die E-Commerce-Auswirkungen der letzten Monate in einzelnen Branchen und auf die Einstellungen sowie das Verhalten von Verbraucherinnen und Verbrauchern. Dazu wurden bevölkerungsrepräsentativ 1.000 Online-Kundinnen und -Kunden zu ihrem Einkaufsverhalten sowie 373 Unternehmen zu ihren Customer-Experience-Management-Aktivitäten befragt.

Die Studie ist unter folgendem Link verfügbar: www.adesso.de/cx-studie-insurance

**Presseinformation und Bildmaterial sind im Internet
abrufbar unter: www.adesso.de/presse**

adesso

adesso ist einer der führenden IT-Dienstleister im deutschsprachigen Raum und konzentriert sich mit Beratung sowie individueller Softwareentwicklung auf die Kerngeschäftsprozesse von Unternehmen und öffentlichen Verwaltungen. Die Strategie von adesso beruht auf drei Säulen: einem umfassenden Branchen-Know-how der Mitarbeitenden, einer breiten, herstellerneutralen Technologiekompetenz und erprobten Methoden bei der Umsetzung von Softwareprojekten. Das Ergebnis sind IT-Lösungen, mit denen Unternehmen wettbewerbsfähiger werden. Zu den

Kernbranchen von adesso zählen Versicherungen/Rückversicherungen, Banken und Finanzdienstleistung, Gesundheitswesen, Lotterie, Energieversorgung, Öffentliche Verwaltung, Automotive, Verkehrsbetriebe und Handel.

adesso wurde 1997 in Dortmund gegründet und beschäftigt aktuell in der adesso Group über 5.600 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter (nach Vollzeitäquivalent/FTE). Die Aktie ist im regulierten Markt notiert. Zu den wichtigsten Kunden zählen im Bankensegment u.a. Commerzbank, KfW, DZ Bank, Helaba, Union Investment, BayernLB und DekaBank, im Versicherungsbereich u.a. Münchener Rück, Hannover Rück, DEVK, DAK, Zurich Versicherung, Medizinischer Dienst der Krankenversicherung (MDK-IT) sowie branchenübergreifend u.a. Daimler, Bosch, Westdeutsche Lotterie, Swisslos, DZR Deutsches Zahnärztliches Rechenzentrum, TÜV Rheinland, REWAG, Beschaffungsamt des Bundesministeriums des Innern und Bayerisches Staatsministerium der Justiz.

Weitere Informationen unter www.adesso.de sowie:

Unternehmens-Blog: <https://www.adesso.de/de/news/blog>

Twitter: https://twitter.com/adesso_SE

Facebook: <http://www.facebook.com/adessoSE>

Pressekontakt:

adesso SE

Eva Wiedemann

Geschäftsstelle München

Streitfeldstr. 25

81673 München

Tel.: +49 (0) 162 2921282

eva.wiedemann@adesso.de

www.adesso.de

Rotwand Digitale PR GmbH

Anton Martic

Eggernstraße 6

81667 München

Tel.: +49 (0) 89 7167223-10

anton.martic@rotwand.net

www.rotwand.net