

Alle im Blick: Das sind die besten Versicherer-Websites des Jahres

15 Versicherer-Websites verdienen in der aktuellen Auflage der AMC-Studie „Die Assekuranz im Internet“ die Bezeichnung TOP-Website. Damit steht ein vergleichsweise kleines Feld an der Spitze von 119 analysierten Versicherer-Websites. Vieles ist bereits gut, manches sehr gut - aber nur die wenigsten zeichnen sich durch eine klare Kundenzentrierung aus. Dennoch: Innovation und Versicherer-Websites passen uneingeschränkt zusammen.

Seit fast 20 Jahren analysiert der AMC (www.amc-forum.de) jährlich die Websites der deutschen Versicherungen. 119 Websites wurden zwischen August und Oktober 2015 einer intensiven Analyse mit über 90 Kriterien unterzogen. Die Studienkriterien werden im AMC mit den Verantwortlichen in den Versicherungsunternehmen regelmäßig diskutiert und an die Herausforderungen der Assekuranz im Internet angepasst.

Insgesamt werden sechs Hauptbereiche mit Unterkriterien abgeprüft:

1) Unternehmenspräsentation, 2) Leistungsspektrum, 3) Beratungsleistung, 4) Vertrieb, 5) Service und 6) Präsentation. Die Ergebnisse fließen in eine kompakte Darstellung der TOP-Websites ein.

In diesem Jahr lassen sich 13 Prozent der Websites (insgesamt 15) mit dem Erreichen von über 90 Prozent der angesetzten Kriterien als TOP-Website einordnen.

Die **TOP-Websites** der 19. Auflage in alphabetischer Reihenfolge:

Allianz Versicherung
ARAG Versicherungen
AXA Versicherungen
Barmenia Versicherungen
Cosmos Direkt
DKV Deutsche Krankenversicherung
ERGO Direkt
ERGO Versicherung
Gothaer Versicherungen
Hannoversche
HDI Versicherung
HUK-Coburg Versicherungen
Provinzial Rheinland
SIGNAL IDUNA
Versicherungskammer Bayern

Studienleiterin Désirée Schubert: „Wir haben uns dieses Jahr gegen eine Platzierung der Websites nach Prozent entschieden, da dies den marginalen Abweichungen im Spitzenfeld nicht länger gerecht wird.“ AMC-Geschäftsführer Stefan Raake ergänzt: „Als man Edmund Hillary und Tenzing Norgay fragte, wer denn zuerst auf dem Everest war, antworteten sie, sie kamen beide gemeinsam an. So ist es bei den TOP-Websites der Branche in diesem Jahr auch.“ Wer es denn ganz genau wissen möchte: In der Studie selbst werden die qualitativen Unterschiede detailliert beschrieben.

Das bieten TOP-Websites

Knapp 20 Prozent der Versicherer haben im letzten Jahr ihren Internet-Auftritt relauncht. Ein

starker Zuwachs zeigt sich bei den responsiven Auftritten; ihre Anzahl hat sich nahezu verdoppelt. Jetzt sehen ca. 30 Prozent der Versicherer-Websites auf allen Endgeräten gut aus.

Zudem sind mittlerweile in allen guten Produktpräsentationen multimediale Ansätze zu finden, ebenso wie in der Unternehmenspräsentation und im Ratgeberbereich. Die Websites der Branche verabschieden sich zunehmend vom reinen Text. Beim Content zeigt sich ein Trend, der klar lautet: weniger ist mehr. Inhalte werden insgesamt weniger und prägnanter - ja geradezu plakativer. Dies ist dem veränderten Nutzerverhalten geschuldet; Nutzer lesen vielfach nicht mehr in Ruhe am Desktop, sondern immer öfter zwischendurch auf dem Smartphone oder Tablet.

Der Kunde im Mittelpunkt?

Mit der aktuellen Auflage der AMC-Studie wurde der Blick auf die Orientierung am Nutzer/Kunden noch verstärkt. Die Websites unterlagen der neuen Analyserubrik Kundenzentrierung und wurden an fünf Fragestellungen gemessen: 1) Ist die Website responsive? 2) Ist die Website mit sozialen Kanälen verknüpft? 3) Legt die Website echte Kundenbewertungen offen? 4) Hat die Website verständliche Produkte? 5) Gibt die Website klare Auskunft über die Kosten eines Produkts?

Erstaunlicherweise konnten lediglich drei Versicherer-Websites vollständig in dieser Analyserubrik überzeugen.

Leuchttürme

Die Versicherungskammer Bayern (VKB) ist der ShootingStar der aktuellen Auflage. In den letzten Jahren wurde die Website in der Studie kritisiert für ihre umständliche Navigation und ihre unübersichtliche Struktur. Nach dem Relaunch glänzt sie als responsive Website, die mit allen Stolpersteinen in der Nutzung kurzen Prozess gemacht hat. Damit gehört sie zu den TOP-Websites der Branche und kann ihrerseits Leuchtturm sein für andere.

„Beim Relaunch unserer Website standen unsere Kunden im Zentrum aller Überlegungen. So wurden nicht nur die Nutzerführung und das Design von Grund auf neu erstellt, sondern vor allem auch die Texte, die Tarifrechner und die multimedialen Inhalte radikal erneuert. Die gute Bewertung des AMC, die durchwegs positiven Analyseergebnisse und insbesondere das positive, für alle Websitebesucher sichtbare Kundenfeedback bescheinigen uns auch ein Jahr nach dem Relaunch, dass wir auf dem richtigen Weg sind“, resümiert Kerstin Lindermann, Marketingleiterin der VKB.

Ob ein anderes Phänomen Leuchtturm-Charakter hat muss sich erst noch zeigen: So bietet die ERGO Direkt seit neuestem die Beratung auch über WhatsApp an. Solch konsequente Ausrichtung auf den Nutzer - als Merkmal für eine konsequente Kundenzentrierung - ist bislang noch ein Einzelfall in der Branche.

Im Rahmen des 43. AMC-Meetings wurden im November die besten Websites der Branche ausgezeichnet. Sie dürfen damit das Siegel „TOP-Website 2015“ tragen.

„Die 19. Auflage zeigt, dass Versicherer-Websites zunehmend zur Lebenswelt ihrer Nutzer passen. Die TOP-Websites sind nicht nur auf die Kanäle ihrer Nutzer hin optimiert, sie wagen es sogar sich von allumfänglichen Texten zu lösen. Die Online-Benchmarks der Branche bieten Bild und Ton, eine plakativ-einfache Sprache sowie eine zielorientierte Nutzerführung. Dabei legt man großen Wert auf ansprechendes Design und wagt auch innovative Vorstöße“, resümieren Studienleiterin Désirée Schubert und AMC-Geschäftsführer Stefan Raake.

Die 19. Auflage der AMC-Studie „Die Assekuranz im Internet“ kann zum Preis von 1.180,- Euro zzgl. 19% MwSt. als Unternehmenslizenz (PDF-Version) bestellt werden. Mehr zur Studie und zur Bestellung: www.amc-forum.de/content/studien/details.php?id=1635

Pressekontakt:

Désirée Schubert
Telefon: 0221 / 3985973
E-Mail: schubert@amc-forum.de

Unternehmen

AMC Finanzmarkt GmbH - AMC-Forum
Georgstr. 5a
50676 Köln
Internet: www.amc-forum.de