

Vergleichsportale sind digitale Anlaufstelle Nummer 1 – Kundenschnittstelle für Versicherer in Gefahr

**Eine aktuelle Studie zeigt: Online suchen Kunden Informationen zu
Versicherungspolicen hauptsächlich auf Vergleichsportalen - Versicherer verlieren
zunehmend den direkten Kontakt zum Kunden.**

Die Suche nach Informationen zu Versicherungen im Internet führt Kunden zu allererst auf Online-Vergleichsportale. Das zeigt eine aktuelle Umfrage der globalen Strategie- und Marketingberatung Simon-Kucher & Partners. Befragt wurden 1000 Personen in Deutschland, die in den letzten zwei Jahren eine Versicherung gekauft oder sich über diese informiert haben. Ein zentrales Ergebnis der Studie: 36 Prozent der Kunden, die sich im Internet über Versicherungsprodukte informieren, nutzen Online-Vergleichsportale als erste Informationsquelle. Dieser Kanal wird somit deutlich häufiger als Anlaufstelle herangezogen als die Unternehmenswebsite (27 Prozent), Google (20 Prozent) oder die sozialen Medien (6 Prozent). „Die Online Customer Journey fängt aktuell nicht mehr direkt beim Versicherer an. Die Gefahr besteht, dass Versicherer perspektivisch nur noch als Zulieferer fungieren und die Macht über den Kunden verlieren. Hier gilt es, den Kampf um die Kundenschnittstelle aufzunehmen“, fasst Frank Gehrig, Partner in der Simon-Kucher Insurance Practice, zusammen.

Kfz-Versicherungen stechen besonders hervor

Insbesondere bei der Kfz-Versicherung greifen die Kunden primär auf Vergleichsportale als Informationsquelle zurück. Von 230 Befragten, die sich online zu einem Produkt in diesem Segment informiert haben, wählten 57 Prozent zu allererst den Weg auf das Online-Vergleichsportal. Nur 25 Prozent informierten sich zuerst auf der Website eines Versicherers. „Gerade bei transaktionalen Produkten verlieren die Versicherer den Zugriff – Vergleichsportale werden hier immer bedeutsamer, so Ingo Reinhardt, Senior Director bei Simon-Kucher & Partners.

Ähnliche Entwicklung wie in anderen Branchen

Ein solches Kundenverhalten ist auch aus anderen Industrien bekannt. Branchenstudien zeigen: Der Großteil der Online-Shopper beginnt seine Produktsuche bei Amazon – und nicht etwa bei Google oder auf den Websites von Anbietern.

Auch in der Assekuranz hat der Kampf um die Kundenschnittstelle begonnen. Dazu Gehrig: „Versicherer müssen Kunden häufiger in eigene – und somit kontrollierte Kanäle locken, anstatt den Aggregatoren das Geschäft zu überlassen. Dies gelingt nur durch wohlgedachte Verkaufsarchitekturen und auf digitale Kunden ausgerichtete Marketingstrategien.“

KONTAKT

Simon-Kucher & Partners
Strategy & Marketing Consultants GmbH
Willy-Brandt-Allee 13, 53113 Bonn, Germany
Tel: +49 228 9843 121, Fax: +49 228 9843 140
Anne.Angenvoort@simon-kucher.com
www.simon-kucher.com