

Continentale-Studie 2025: Kundenservice – Wie Versicherte ticken und was Vermittler denken

Versicherte erwarten von ihren Vermittlern vor allem Erreichbarkeit außerhalb klassischer Bürozeiten sowie proaktive Betreuung durch Jahresgespräche – doch nur ein Teil der Vermittler erfüllt diese Wünsche. Das zeigt die aktuelle Continentale-Studie „Kundenservice – Wie Versicherte ticken und was Vermittler denken“, für die 1.200 Personen ab 25 Jahren und bundesweit 135 Vermittler befragt wurden.

Kunden insgesamt zufrieden – Vermittler kritischer

Insgesamt ist die Mehrheit der Befragten (66 Prozent) mit dem Service der Versicherungsbranche zufrieden. 45 Prozent bewerten ihn als gut, 17 Prozent als sehr gut. 4 Prozent finden ihn sogar hervorragend. Damit belegt die Versicherungsbranche Rang 3 hinter Krankenkassen und Banken und vor Energieversorgern, Telekommunikationsunternehmen sowie Behörden. Deutlich kritischer sind die Vermittler selbst: Nur 43 Prozent bewerten den Service als gut oder sehr gut.

Persönlicher Ansprechpartner bleibt zentral

„Der Kundenservice bleibt für unsere Branche von zentraler Bedeutung“, betont Jürgen Wörner, Vorstand Vertriebspartnerbetreuung und Kundendienst bei der Continentale Versicherung. „Damit erfüllen wir das grundlegende Versprechen von Sicherheit und Unterstützung in schwierigen Lebenssituationen. Damit schaffen wir Vertrauen.“ So legt drei Viertel der Kunden großen Wert auf einen persönlichen Ansprechpartner, besonders in emotional belastenden Situationen wie Krankheit oder Unfall (81 Prozent). Versicherte mit Vermittlerbetreuung sind deutlich zufriedener: 73 Prozent dieser Gruppe bewerten den Service positiv, gegenüber 57 Prozent der Befragten ohne Vermittler.

Individuelle Betreuung darf mehr kosten

„Dass der persönliche Kontakt weiterhin wertvoll ist, zeigt sich besonders, wenn sich Kunden zwischen einem persönlichen Ansprechpartner oder sehr gutem Online-Service entscheiden müssen“, sagt Jürgen Wörner. Jeder zweite Befragte entscheidet sich für einen Ansprechpartner. 58 Prozent sind sogar bereit, für individuelle und persönliche Betreuung, nicht das günstigste Angebot zu wählen.

Digitale Services als Ergänzung gefragt

Neben persönlicher Beratung wünschen sich auch 43 Prozent der Befragten, künftig einen Großteil ihrer Versicherungsangelegenheiten online erledigen zu können. Besonders groß ist das Interesse bei Jüngeren (25- bis 39-Jährige: 61 Prozent).

Telefonat und Besuch in Agentur bevorzugte Kontaktwege

Bei den bevorzugten Kontaktkanälen klaffen Wunsch und Wirklichkeit auseinander: So greifen 61 Prozent der Versicherten am liebsten zum Telefon, 46 Prozent bevorzugen ein persönliches Treffen in der Agentur. Letzteres bieten Vermittler nur selten an (28 Prozent). Umgekehrt setzen Vermittler digitale Kommunikationskanäle wie Messenger-Dienste häufiger ein (23 Prozent) als es Kunden (11 Prozent) wünschen.

Ungenutztes Potenzial bei Jahresgesprächen

Zudem erwarten vor allem Berufstätige, ihren Vermittler auch vor 9 Uhr (44 Prozent) oder nach 18 Uhr (28 Prozent) erreichen zu können. Diesen Wunsch erfüllt bislang nur ein Teil: Nur jeder zweite Vermittler ist vor 9 Uhr für seine Kunden da; 62 Prozent sind nach 18 Uhr erreichbar. Weiteres Potenzial bietet sich bei der proaktiven Betreuung: Die Mehrheit der vermittlerbetreuten Kunden (58 Prozent) wünschen sich ein regelmäßiges Jahresgespräch, doch nur 42 Prozent der Vermittler bieten dies an.

Richtige Balance schaffen

„Die Continentale-Studie zeigt: Wir stehen weiterhin vor der Herausforderung, eine ausgewogene Balance aus persönlichen und digitalen Services zu schaffen – abgestimmt auf die unterschiedlichen Zielgruppen und Anlässe“, so das Fazit von Jürgen Wörner. „Dafür müssen wir als Versicherer gemeinsam mit den Vermittlern als erste Ansprechpartner für den Kunden besser werden. Und schon kleine Veränderungen – etwa bei der Erreichbarkeit oder der aktiven Betreuung – können einen Unterschied machen.“

Hintergrund der Studie

Die Continentale-Studie erscheint seit dem Jahr 2000 jährlich. Die diesjährige Studie mit dem Schwerpunktthema „Kundenservice – Wie Versicherte ticken und was Vermittler denken“ entstand in Zusammenarbeit mit dem Marktforschungs- und Beratungsinstitut HEUTE UND MORGEN. Bundesweit wurden für den Hauptteil repräsentativ 1.200 Personen ab 25 Jahren befragt. Zentrale soziodemografische Kennziffern wie Alter, Geschlecht, Bildungsgrad oder Einkommen entsprechen in etwa der tatsächlichen Verteilung in dieser Gruppe. Zusätzlich wurden für den Abgleich von Kunden- und Vermittlersicht bundesweit 135 Versicherungsvermittler befragt. Seit 2001 ermittelt die Continentale-Studie zudem jährlich die Zufriedenheit der Bevölkerung mit dem Gesundheitswesen. 2019 kamen Trendfragen zum Thema Altersvorsorge hinzu.

Die aktuelle Studie mit allen Ergebnissen steht kostenlos unter www.continentale.de/studien zur Verfügung.

Pressekontakt:

Roya Omid-Fard
Telefon: 0231 919-1208
Fax: 0231 919-2226
E-Mail: Roya.Omid-Fard@Continentale.de

Unternehmen

Continentale Versicherungsverbund
Ruhrallee 92
44139 Dortmund

Internet: www.continentale.de

Über Continentale Versicherungsverbund

Die Continentale ist kein Konzern im üblichen Sinne, denn sie versteht sich als ein „Versicherungsverbund auf Gegenseitigkeit“. Dieses Grundverständnis bestimmt das Handeln in allen Bereichen und in allen Unternehmen. Es fußt auf der Rechtsform der Obergesellschaft: An der Spitze des Verbundes steht die Continentale Krankenversicherung a.G. (gegründet 1926), ein Versicherungsverein auf Gegenseitigkeit – und ein Versicherungsverein gehört seinen Mitgliedern, den Versicherten. Dank dieser Rechtsform ist die Continentale geschützt gegen Übernahmen und in ihren Entscheidungen unabhängig von Aktionärsinteressen.