

Beratung der Zukunft: Einsatz neuer Medien für Versicherungskunden zunehmend interessanter

**Der Einsatz neuer Medien in der Finanzdienstleistungsbranche rückt immer mehr in den Fokus der Versicherungskunden. Fast jeder zweite Deutsche (49 Prozent) zeigt Interesse an einer Erreichbarkeit des Versicherungsvermittlers über moderne Kommunikationswege. Das ist das Ergebnis der Studie "Kundenmonitor Assekuranz 2012" des Kölner ...
**

13.12.2012 - Der Einsatz neuer Medien in der Finanzdienstleistungsbranche rückt immer mehr in den Fokus der Versicherungskunden. Fast jeder zweite Deutsche (49 Prozent) zeigt Interesse an einer Erreichbarkeit des Versicherungsvermittlers über moderne Kommunikationswege. Das ist das Ergebnis der Studie "Kundenmonitor Assekuranz 2012" des Kölner Marktforschungs- und Beratungsinstituts YouGov. Für die Studie wurden vom 20.07. bis 20.08.2012 insgesamt 2.528 Entscheider und Mitentscheider in Versicherungsangelegenheiten repräsentativ befragt.

Zwar wünschen sich die meisten Kunden in einer Beratungssituation klassische Formen wie die persönliche Beratung im Büro des Vermittlers (74 Prozent) oder zu Hause (59 Prozent), doch besteht auch ein wachsendes Interesse an einer Online-Beratung über Chat, Skype und Co-Browsing oder eine Mobile-Beratung über das Handy oder Smartphone. Insgesamt rund 15 Prozent der Befragten können sich dies schon vorstellen. Starker Alterseffekt: Vor allem Jüngere haben deutlich höhere Erwartungen an den Einsatz neuer Medien in der Beratung, wohingegen die Erwartungen der über 55-Jährigen deutlich geringer ausfallen.

Besonders junge Vermittler bauen Multi-Channel-Service auf

Der Studie zufolge haben sich viele Vermittler schon auf diesen Trend eingestellt: So nutzen manche neben der Kommunikation via E-Mail auch Skype. Zusätzlich besitzen immer mehr Vermittler eigene Internetseiten oder sind mit ihren Agenturen auf Facebook vertreten. Die Ergebnisse der Studie "Erfolgsfaktoren im Ausschließlichkeitsvertrieb 2012" von YouGov und IBM, in der über 1.200 Versicherungsvertreter befragt wurden, bestätigen den Trend in der Beratung: Die neuen Kommunikationswege, wie Social Media, werden von jüngeren Vermittlern mit stark wachsender Relevanz für die berufliche und Kundenkommunikation eingesetzt, auch wenn dies von den Versicherern nur bedingt begleitet wird.

Wie die Studie "Kundenmonitor Assekuranz 2012" zeigt, ist seit Jahren in der Assekuranz ein leichter aber konstanter Trend weg von der persönlichen Betreuung hin zur Informationssuche und auch zum Abschluss im Internet zu beobachten. "Die meisten Kunden scheuen hingegen eine Loslösung von ihrem Vermittler, da sie im Internet die persönliche Beratung vermissen und überdies häufig ein Vertrauensverhältnis zu ihrem Versicherungsvermittler besteht, welches durch das Internet nicht adäquat ersetzt werden kann" sagt Christoph Müller, Senior Consultant der Finanzdienstleistungsforschung bei YouGov.

Weitere Informationen zur Studie "Kundenmonitor Assekuranz 2012" finden Sie unter:

<http://research.yougov.de/services/agentur-service-beratung/>

Weitere Informationen zur Studie "Erfolgsfaktoren im Ausschließlichkeitsvertrieb 2012" finden Sie unter:

<http://research.yougov.de/services/erfolgsfaktoren-im-ausschliesslichkeitsvertrieb/>

Kontakt zur Studienleitung:

Christoph Müller
- Senior Consultant -
Tel.: 0221 / 420 61 - 328
E-Mail: christoph.mueller@yougov.de

Pressekontakt:

Nikolas Buckstegen
- Manager PR -
Tel.: 0221 / 420 61 - 444
E-Mail: nikolas.buckstegen@yougov.de

YouGov Deutschland AG
Gustav - Heinemann - Ufer 72
50968 Köln

Über YouGov Deutschland AG:

YouGov ist ein im Jahr 2000 gegründetes, 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 wirtschafts-psychologischen Analysen zudem mit onlinebasiertem Realtime Research für tägliche Informationen "in Echtzeit".

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

yougov