

Pressemitteilung – 10. November 2014 - HEUTE UND MORGEN GmbH, Köln

Vertrieb von Lebens- und Rentenversicherungen: Ohne persönliche Beratung läuft es nicht

Aktuelle Studie von HEUTE UND MORGEN untersucht entscheidende Stationen auf dem Weg der Kunden bis zum Abschluss von Lebens- und Rentenversicherungen

Köln, 10. November 2014. Lebens- und Rentenversicherungen sind für viele Bundesbürger ein wichtiger Teil ihrer privaten Altersvorsorge. Zugleich hat deren Attraktivität infolge anhaltender Niedrigzinsen und damit verbundener Absenkungen der garantierten Renditen in den letzten Jahren deutlich gelitten – was freilich auch für andere Anlageprodukte gilt. Um im Wettbewerb erfolgreich zu bleiben, ist es für die Anbieter daher wichtig, die entscheidenden Kontaktpunkte und Stellschrauben auf dem Weg der Kunden vom ersten Impuls bis zum Abschluss von Lebens- und Rentenversicherungen (LV / RV) zu kennen. Eine Schlüsselrolle kommt hierbei den Beratern und der Qualität ihrer Beratungsgespräche zu. Auf der Produktseite zeigen die meist risikoscheuen Bundesbürger ein deutlich höheres Interesse an klassischen als an fondgebundenen Lebens- und Rentenversicherungen.

Dies zeigt die aktuelle Studie „Customer Journey zu Versicherungsprodukten: Lebens- und Rentenversicherungen“ des Marktforschungs- und Beratungsinstituts HEUTE UND MORGEN. 500 Bundesbürger, die in den letzten 12 Monaten eine Lebens- oder Rentenversicherung neu abgeschlossen, gewechselt oder sich zumindest intensiv dazu informiert haben, wurden ausführlich zu zentralen Faktoren in den abschlussrelevanten Phasen: „Awareness“, „Information“, „Entscheidung“ und „Abschluss“ befragt.

Berater als Abschlusstreiber

Geht der erste Impuls zum Abschluss einer LV oder einer RV direkt von einem Berater aus, findet in drei von vier Fällen (75%) am Ende auch ein Abschluss statt. Spielen Vertreter, Makler oder Bankberater als Anstoßgeber hingegen keine Rolle, schließen nur weniger als die Hälfte der Kunden ab (43%). Generell nutzen 70 Prozent der Kunden, die sich später für einen Abschluss entscheiden, im Informations- und Entscheidungsprozess ein persönliches Beratungsgespräch, während jene, die am Ende nicht abschließen, dies nur zu rund 40 Prozent tun.

Auch zum Ende der Informationsphase, wenn es um die konkrete Entscheidung für oder wider den Abschluss einer LV oder RV geht, zeigt sich der starke Einfluss der Beratung: Sind Vertreter oder Makler die letzten Kontaktstationen auf dem Entscheidungsweg, findet in 62 Prozent der Fälle auch ein Abschluss statt; ist die letzte Informationsquelle hingegen eine Anbieterhomepage im Internet, liegt dieser Wert lediglich bei 22 Prozent.

„Die unmittelbare persönliche Beratung bestätigt sich eindrucksvoll als ‘Königsweg’ im Vertrieb von Lebens- und Rentenversicherungen“, sagt Dr. Michaela Brocke, Geschäftsführerin bei HEUTE UND MORGEN. „Daher lohnt es sich, in die fachliche Qualifizierung der Berater und in deren Kompetenz zum Kundenbeziehungs Aufbau zu investieren.“

Ambivalente Rolle des Internet

Auffällig ist auch, dass die späteren „Nicht-Abschließer“ sich im Rahmen der Informationsphase zu rund 80 Prozent im Internet informieren, während dies in der Gruppe der „Abschließer“ nur zu 56 Prozent der Fall ist. Als primäre Informationsquelle, ohne nachfolgende soziale Vermittlung, hat das Internet sogar eher abschlusshemmende denn unterstützende Funktion; die Informationssuche „verliert“ sich hier oft und bleibt ohne relevante Anschlussaktivitäten. Lediglich jeder vierte Kunde, der sich ausschließlich im Internet zur LV / RV informiert (Anbieterhomepages, Vergleichsseiten, Blogs, Foren, etc.) kommt am Ende auch zu einem Abschluss.

Dennoch hat das Internet als Einstieg oder Zwischenschritt durchaus eine brückenbauende Funktion, und spielt gerade zu Beginn des Informationsprozesses für fast 70 Prozent der Abschlussinteressierten eine Rolle. Daher kann es die Produktgeber auch nicht zufriedenstellen, dass Anbieterhomepages bei der Suche der Kunden nach Informationen und Entscheidungsgrundlagen zur LV / RV deutlich weniger hilfreich erlebt werden als allgemeine Informations- und Vergleichsseiten im Internet. Bemängelt werden hier vor allem eine zu geringe Informationstiefe und die fehlende Übersichtlichkeit der angebotenen Informationen.

Unmittelbar im Internet abgeschlossen werden LV / RV-Produkte nur in jedem sechsten Fall (17%). Zum Vergleich: persönlicher Abschlussweg 67 Prozent; telefonisch 12 Prozent. Auf Produktebene werden Lebensversicherungen (23%) deutlich häufiger als Rentenversicherungen (11%) im Internet abgeschlossen.

Beratungsqualität entscheidend

Aufgrund der hohen Bedeutung der persönlichen Beratung für den Vertriebs Erfolg in den Sparten Leben und Rente lohnt ein genauer Blick auf die diesbezüglichen Kundenbewertungen: So beurteilen zwei Drittel (67%) der abschlussinteressierten Kunden die Qualität der persönlichen Beratungsgespräche mit Vertretern oder Maklern als sehr gut bis hervorragend, und nur fünf Prozent ausdrücklich als mittelmäßig oder schlecht. Persönliche Gespräche mit Bankberatern erhalten ähnlich gute Noten. Im Großen und Ganzen scheint die Beratungsqualität im Bereich LV / RV also zu „stimmen“, auch wenn dieses Gesamtbild für den Einzelfall keinerlei Abschlussrelevanz hat und es in jedem dritten Falle noch mehr oder minder großen Verbesserungsbedarf gibt. Regelrechte „Abschlusskiller“ im Beratungsgespräch sind z.B. kundenseitig erlebter Verkaufs- und Zeitdruck, mangelnde Angebotsalternativen sowie eine insgesamt fehlende Kunden- und Bedarfsorientierung der Berater.

„Telefonische Beratungsgespräche, insbesondere über Call-Center, schneiden im Kundenurteil verglichen mit persönlichen Vor-Ort-Gesprächen zudem deutlich schlechter ab“, ergänzt Wolfram Martin, Senior Projektleiter bei HEUTE UND MORGEN. „Sie werden vergleichsweise weniger kompetent und strukturiert, unpersönlicher sowie insbesondere als zu verkaufsgetrieben und zu wenig beratungs- bzw. kundenorientiert erlebt.“

In der Regel werden in der Informationsphase zwei persönliche Beratungsgespräche geführt, die durchschnittlich eine Stunde dauern (telefonisch: 30 Minuten). Die Zahl und Dauer der Beratungsgespräche hat – im Gegensatz zu deren Qualität – jedoch keinen unmittelbaren Einfluss auf die Abschlussentscheidung der Kunden.

Erfolgt der Abschluss persönlich über einen Vertreter, Makler oder Bankberater waren diese den Kunden in drei von vier Fällen (73%) bereits zuvor bekannt, 27 Prozent der Kunden lernten den abschlussrelevanten Vermittler hingegen erst zu Beginn oder im Laufe der Informationsphase kennen.

Insgesamt erfolgen rund zwei Drittel (67%) der Abschlüsse in der LV / RV-Sparte auf dem persönlichen Vertriebsweg (Leben 61%; Rente: 73%). Dabei haben Vertreter (54%) im Vergleich zu Maklern (28%) und insbesondere zu Bankberatern (18%) deutlich die Nase vorn. Letztlich abgeschlossen wurde im Bereich Leben in der Untersuchungsstichprobe am häufigsten beim Marktführer Allianz, mit Abstand gefolgt von CosmosDirekt, AachenMünchener, AXA, Generali und Sparkassenversicherung (jeweils 5% und mehr Abschlussanteile). Im Bereich Rente führt die Allianz vor SIGNAL IDUNA, CosmosDirekt, AachenMünchener, Debeka und ERGO (jeweils 5% und mehr Abschlussanteile).

Weitere Studieninformation und Studienbestellung

Die komplette über 110-seitige Studie „Customer Journey zu Versicherungsprodukten: Lebens- und Rentenversicherung“ – mit umfangreichen Detailergebnissen zu den zentralen Erfolgstreibern und Hürden an den wichtigsten Stationen der Kundenreise bis zum Produktabschluss sowie mit umfangreichen Differenzierungen nach den Sparten Leben und Rente – kann direkt über die HEUTE UND MORGEN GmbH bezogen werden. Weitere „Customer Journey“ – Studien wurden von HEUTE UND MORGEN bisher zu den Sparten BU, Hausrat und Krankenzusatz, Pflegezusatz und Rechtsschutz durchgeführt.

Weitere Informationen zu den Studieninhalten und zur Bestellung sind erhältlich: http://kurzlink.de/HUM_CJ_LV_RV_2014.

Kontakt

Dr. Michaela Brocke
Geschäftsführerin
HEUTE UND MORGEN GmbH
Von-Werth-Str. 33-35
50670 Köln
Telefon: +49 221 99 500 511
E-Mail: michaela.brocke@heuteundmorgen.de
www.heuteundmorgen.de