



HEUTE UND MORGEN

MARKTFORSCHUNG ▶ BERATUNG

Versicherungsabschluss online – Nutzerverhalten und zukünftige Kundenerwartungen

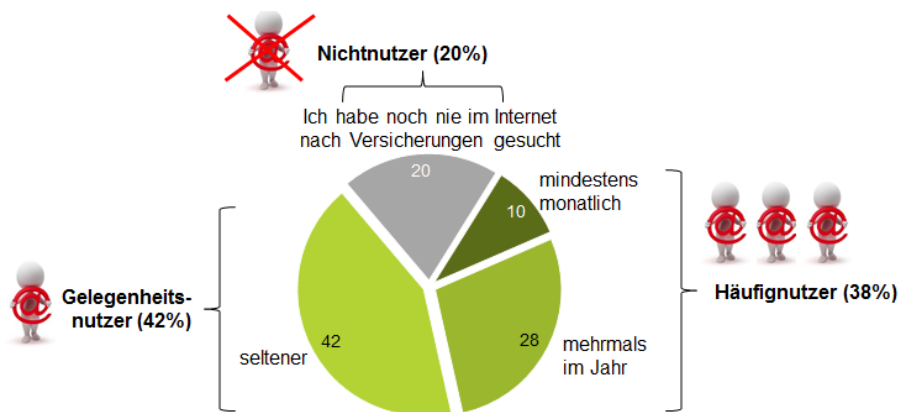
HEUTE UND MORGEN Finanzmarkttrends – April 2013

Zielsetzung der Studie: Wie Versicherungskunden im Internet erfolgreich angesprochen werden können

Das Internet ist von zentraler Relevanz für Ihren Geschäftserfolg!

Mittlerweile informiert sich die überwiegende Mehrheit Ihrer (potenziellen) Kunden zu Versicherungen im Internet, insgesamt schon 80% aller Internetnutzer.

Internetnutzung bei der Suche nach Versicherungen



Insbesondere zahlungskräftige Kunden informieren sich überdurchschnittlich häufig im Internet und schließen auch deutlich häufiger Versicherungen online ab. Den Erfolg oder die Wichtigkeit des eigenen Internetauftritts an der Anzahl von Onlineabschlüssen zu messen ist dabei allerdings zu kurz gegriffen, denn viele gehen mit recherchierten Informationen hinterher zum eigenen Berater oder suchen sich den selbigen sogar im Internet.

Eine weitere zentrale Erkenntnis der Studie: Der Suchvorgang und die gewünschten Informationen unterscheiden sich deutlich nach verschiedenen Versicherungsprodukten.

Indem die Befragten nach ihrem jeweils letzten Internet-suchvorgang befragt wurden (unabhängig davon, ob eine Versicherung online abgeschlossen wurde oder nicht), konnten detaillierte Analysen des Suchverhaltens für die folgenden sieben Produktgruppen durchgeführt werden:

- ▶ Kfz-Versicherungen
- ▶ Schadenversicherungen (Hausrat, Haftpflicht)
- ▶ Rechtsschutzversicherungen
- ▶ Krankenzusatzversicherungen
- ▶ Biometrische Risiken (Unfall, Risiko-Leben, BU)
- ▶ Leben-Produkte
- ▶ PKV/Pflegeversicherungen

Erfahren Sie in der Studie darüber hinaus, welche Bedeutung Vergleichsportale bei einzelnen Produkten haben und welche Serviceleistungen sich Ihre (potenziellen) Onlinekunden zukünftig von Ihnen wünschen.

Wir freuen uns, wenn wir mit der Studie einen Beitrag zu Ihrem zukünftigen Erfolg im Internet leisten können!

Ihr HEUTE UND MORGEN Team

Überblick über die Studieninhalte

Aktuelle Statistiken zur Internetnutzung bei Versicherungen

- ▶ Wie häufig nach Versicherungen im Vergleich zu anderen Dienstleistungen im Internet gesucht wird
- ▶ Welche Zielgruppen besonderes onlineaffin sind
- ▶ Nach welchen Versicherungen gesucht und welche Versicherungen online abgeschlossen werden
- ▶ Welche Versicherungsgesellschaften und Vergleichsrechner genutzt werden

Analyse des letzten Suchvorgangs zu Versicherungen im Internet (Differenzierung nach Produkten)

- ▶ Was die Auslöser der Internetsuche sind und mit welcher Zielsetzung im Internet gesucht wird
- ▶ Welche Seiten in welcher Reihenfolge besucht werden
- ▶ Welche Informationen auf den verschiedenen Seiten genutzt werden
- ▶ Welche Interaktionsmöglichkeiten genutzt werden (Angebote, Kontakt zu einem Ansprechpartner,...)

Was sich (potenzielle) Versicherungskunden zukünftig im Internet wünschen

- ▶ Welche generellen Vor- und Nachteile im Onlinevertrieb gesehen werden
- ▶ Auf welche konkreten Probleme man bei der Onlinesuche stößt
- ▶ Welche Onlineservices zukünftig gewünscht werden
- ▶ Wie der Einstieg von Google in den Versicherungsvertrieb beurteilt wird

▶ Alle Ergebnisse werden nach diversen Subgruppen wie z.B. Geschlecht, Alter und Einkommen differenziert

Untersuchungsdesign und Eckdaten

Stichprobe

- ▶ n=1.000 Internetnutzer zwischen 18 und 65 Jahren (Repräsentativverteilung Internetnutzer)
- ▶ inkl. ca. 400 Personen, die schon einmal online eine Versicherung abgeschlossen haben
- ▶ inkl. ca. 700 Personen, die sich im letzten Jahr zu Versicherungen im Internet informiert haben

Erhebungsform

- ▶ Onlinebefragung in einem Verbraucherpanel

Befragungsdauer

- ▶ Ø ca. 15 Minuten

Befragungszeitraum

- ▶ 14.03.2013 - 20.03.2013



Auszug aus den Ergebnissen (I)

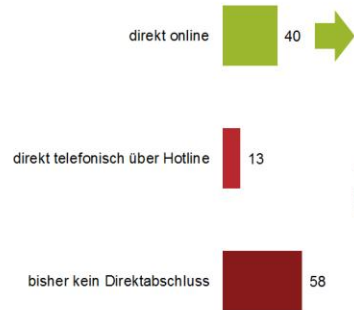
3. Aktuelle Zahlen zur Internetnutzung bei Versicherungen

HEUTE UND MORGEN

40% aller Internetnutzer (ca. 31% der Gesamtbevölkerung*) haben schon mal eine Versicherung online abgeschlossen

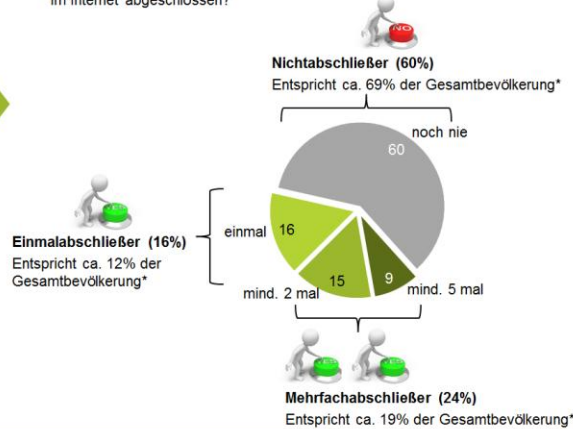
Direktabschluss von Versicherungen

Haben Sie bereits Versicherungen oder Altersvorsorgeprodukte direkt im Internet oder telefonisch über eine im Internet angegebene Hotline abgeschlossen?



Onlineabschluss Versicherungen

Und wie häufig haben Sie bereits Versicherungen oder Altersvorsorgeprodukte im Internet abgeschlossen?



(Angaben in Prozent, n=1.000)

*Laut VerbraucherAnalyse 2012 (Axel Springer AG, Bauer Media Group) nutzen ca. 78% zwischen 18 und 69 Jahren das Internet.

Versicherungsabschluss online – Nutzerverhalten und zukünftige Kundenerwartungen

23

► Differenzierte Abfrage zur Internetnutzung und bisherigen Onlineabschluss-Erfahrungen

► Detaillierte Aufschlüsselung der Suchvorgänge, zusätzlich differenziert nach Produktgruppen und relevanten Subgruppen

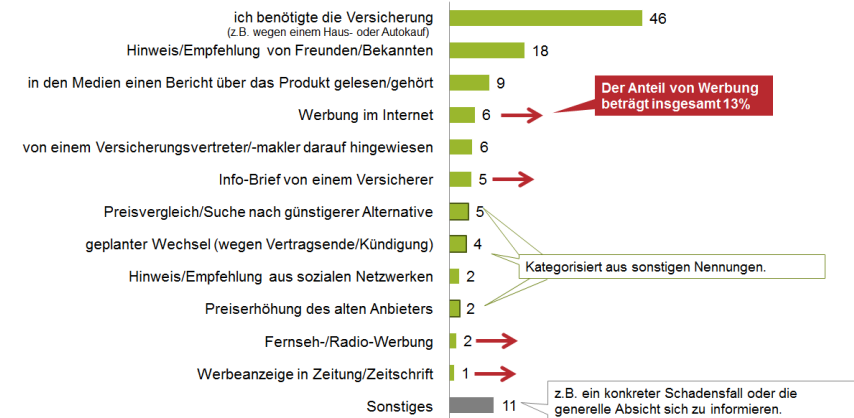
4. Nutzungsverhalten: Vom Auslöser der Onlinesuche bis zum Onlineabschluss

HEUTE UND MORGEN

Auslöser für die Suche nach Informationen zu Versicherungen im Internet ist häufig ein konkreter Bedarf.

Auslöser der Internetsuche (I)

Was war der Auslöser, warum Sie sich zu der Versicherung im Internet informiert haben?



(Angaben in Prozent, Mehrfachantworten möglich; n=709; Ranking nach Anteil; Filter: Personen, die in den letzten 2 Jahren im Internet nach Versicherungen gesucht haben)

Versicherungsabschluss online – Nutzerverhalten und zukünftige Kundenerwartungen

36

Auszug aus den Ergebnissen (II)

4. Nutzungsverhalten: Vom Auslöser der Onlinesuche bis zum Onlineabschluss



Nur jeder Zweite, der über die Homepage eines Versicherers abgeschlossen hat, hatte dies auch von Anfang an vor.

Wege von der Information zum Abschluss (I)



Direktabschluss über Versicherer

- ▶ ich benötigte die Versicherung (58%)
- ▶ Empfehlung von Freunden oder Bekannten (17%)
- ▶ in den Medien einen Bericht über das Produkt gelesen oder gehört (11%)



Direktabschluss über Vergleichsportal

- ▶ ich benötigte die Versicherung (55%)
- ▶ in den Medien einen Bericht über das Produkt gelesen oder gehört (11%)
- ▶ Empfehlung von Freunden oder Bekannten (9%)



Abschluss über Berater

- ▶ ich benötigte die Versicherung (55%)
- ▶ Empfehlung von Freunden oder Bekannten (16%)
- ▶ wurde von einem Vermittler/Makler auf das Produkt hingewiesen (11%)

Auslöser, warum man sich zu der Versicherung im Internet informiert hat

Ausgangszielsetzung bei der Informationssuche

- ▶ die Versicherung direkt im Internet abschließen (51%)
- ▶ mich generell zu der Versicherung informieren (28%)
- ▶ Informationen einholen und zu einem Versicherungsberater gehen (10%)

- ▶ die Versicherung direkt im Internet abschließen (70%)
- ▶ mich generell zu der Versicherung informieren (16%)
- ▶ nach einem Ansprechpartner suchen (11%)

- ▶ Informationen einholen und zu einem Versicherungsberater gehen (52%)
- ▶ mich generell zu der Versicherung informieren (30%)
- ▶ nach einem Ansprechpartner suchen (10%)

Versicherungsabschluss online – Nutzerverhalten und zukünftige Kundenerwartungen

58

- ▶ Umfassende Prozessanalyse vom Start der Internetsuche bis zum gewählten Abschlusskanal

- ▶ Bewertung von Online Services sowie tieferegehende Potenzialanalysen für Onlineabschlüsse in verschiedenen Sparten der Assekuranz

5. Was sich (potenzielle) Versicherungskunden zukünftig im Internet wünschen

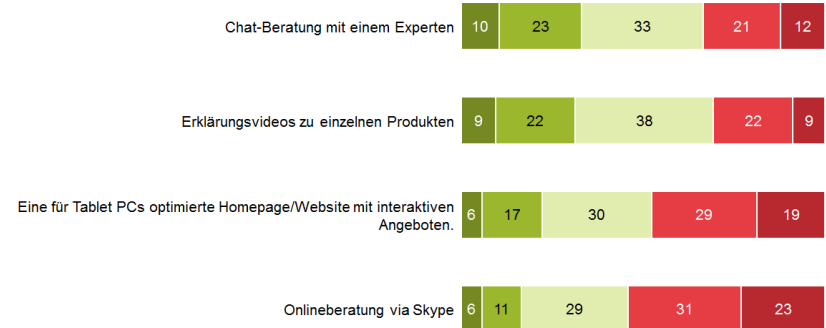


Weniger attraktiv erscheinen Beratungen via Chat oder Skype, Erklärungsvideos und interaktive Angebote für Tablet PCs.

Bewertung von Online Services (V) – Geringes Potenzial (Top2 Box Wert unter 50%)

Welcher Service erhöht die Wahrscheinlichkeit, dass Sie auf der Homepage/Website dieses Versicherers eine Versicherung online abschließen?

■ auf jeden Fall ■ eher ja ■ vielleicht ■ eher nein ■ auf keinen Fall



(Angaben in Prozent; n=864-926; Ranking nach Anteil „auf jeden Fall“/„eher ja“; Filter: Frage wurde nur gestellt, wenn Onlineabschluss zukünftig vorstellbar ist)

Versicherungsabschluss online – Nutzerverhalten und zukünftige Kundenerwartungen

83

Bestell-Fax für die Studie an: 0221 - 995005 29

► Bestellung

Hiermit bestellen wir verbindlich die Studie „Versicherungsabschluss online“

Listenpreis: 1.500 € zzgl. MwSt.

► Empfänger und Rechnungsadresse

Name, Vorname:

Firma, Abteilung:

Straße:

PLZ, Ort:

Telefon:

E-Mail-Adresse
zur Versendung:

Ort, Datum, Unterschrift

Kürzlich erschienen: Weitere Studie aus der Reihe „Finanzmarkttrends“

Versicherungsabschluss via App – ein neuer Vertriebsweg und -trend?!

Hintergrund

- ▶ Smartphones haben sich durchgesetzt und sind mittlerweile der Status Quo auf dem Markt mobiler Endgeräte. Demzufolge ist in den letzten Jahren auch das Angebot an Applikationen für die jeweiligen Betriebssysteme in die Höhe geschossen und nahezu jeder Versicherer hat mittlerweile eigene Apps am Markt.
- ▶ **Aber eröffnen Apps auch neue Absatzmöglichkeiten für die Branche? Lassen sich Versicherungen via m-commerce „verkaufen“?**



Studieninhalte

- ▶ Eignen sich Abschluss-Apps als neuer Vertriebsweg für Versicherungsprodukte?
- ▶ Welche Zielgruppen bieten sich an, und wie lassen sich diese gezielt ansprechen?
- ▶ Welche Anforderungen haben die Nutzer an Abschluss-Apps?
- ▶ Wie gefallen ausgewählte, bereits am Markt vorhandene Apps?

Preis und Umfang

- ▶ 1.500 € zgl. MwSt. (PPT-Bericht, 116 Seiten)

Kontakt:

Tanja Höllger

Geschäftsführerin

HEUTE UND MORGEN GmbH

Telefon: +49 (0)221 995005-12

tanja.hoellger@heuteundmorgen.de

HEUTE UND MORGEN Studienreihen

- ▶ HEUTE UND MORGEN verfügt über profunde Erfahrung und Kompetenz im Finanzdienstleistungsmarkt insgesamt und im besonderen Maße in der Versicherungsbranche.
- ▶ Wir bieten Ihnen hohes Expertenwissen zu aktuellen Marktentwicklungen und einen strategischen Blick auf sämtliche Fragestellungen der Finanzdienstleistungsbranche.
- ▶ Dieser Erfahrungshintergrund fließt in die Konzeption, Umsetzung und Analyse von Marktforschungsprojekten und in eine begleitende Umsetzungsberatung mit ein.
- ▶ Neben den klassischen Zielgruppen (Privat- und Gewerbekunden) ist HEUTE UND MORGEN Spezialist für die Befragung von Vertriebspartnern (Ausschließlichkeit, Makler, Bank) und hat speziell auf diese Zielgruppe zugeschnittene Konzepte entwickelt.
- ▶ Weitere Informationen finden Sie unter: <http://www.heuteundmorgen.de/Finanzmarktrends.html>
<http://www.heuteundmorgen.de/Zielgruppen.html>

Finanzmarktrends

- ▶ greifen aktuelle Trends und Entwicklungen auf und stellen diese übersichtlich dar
- ▶ testen Innovationen und Ideen auf ihre Akzeptanz und Zukunftsfähigkeit für die Finanzdienstleistungsbranche




Zielgruppen im Finanzmarkt

- ▶ liefern ein tiefgehendes Verständnis für die Erwartungen und Wünsche der jeweiligen Zielgruppe
- ▶ entwickeln und evaluieren zielgruppenspezifische Produktkonzepte, Serviceleistungen und Kommunikationsstrategien



Kurzprofil: HEUTE UND MORGEN

Kurzprofil

- ▶ Unabhängiges Full-Service-Marktforschungsinstitut
- ▶ Sitz im Herzen von Köln
- ▶ Gründung im Dezember 2009 durch vier Führungskräfte eines renommierten Kölner Marktforschungsinstitutes
- ▶ Insgesamt über 50 Jahre Marktforschungserfahrung allein durch die Gründer
- ▶ 9 Mitarbeiter + Netzwerk aus freien Mitarbeitern
- ▶ Mitgliedschaft beim 
- ▶ Partner und Lehraufträge an der



Unsere Grundsätze

HEUTE UND MORGEN steht für

- ▶ unseren Anspruch, über das Heute hinaus zu denken und unsere Kunden durch intelligente Marktforschung und strategische Beratung bestmöglich auf die Zukunft vorzubereiten
- ▶ und unsere Kunden dabei langfristig zu begleiten.
- ▶ Wir liefern unseren Kunden das Wissen, das sie benötigen, um die richtigen Entscheidungen für die Zukunft zu treffen.

Referenzen (Auszug)



Kernkompetenzen

HEUTE UND MORGEN ist Spezialist für Marktforschung in der Finanzdienstleistungsbranche.

- ▶ Weitreichende Erfahrung mit der Befragung aller relevanten Zielgruppen, wie z.B.
 - ▶ Privatkunden
 - ▶ Gewerbekunden
 - ▶ Vertriebspartner (Makler, AO, Banken)
 - ▶ Mitarbeiter
- ▶ Marktforschungslösungen für alle marktrelevanten Fragestellungen:
 - ▶ Produktentwicklung und –optimierung
 - ▶ Prozessoptimierung
 - ▶ Vertriebsunterstützung und –steuerung
 - ▶ Kundenbindung und –entwicklung
 - ▶ Mitarbeiterbindung und –entwicklung