

Pressemitteilung – 01. April 2020 – HEUTE UND MORGEN GmbH, Köln

Assekuranz: Kundenkommunikation in Zeiten von Corona

Köln, 01. April 2020. In der aktuellen Corona-Krise stehen auch die Versicherer vor der Frage, wie sie mit ihren Kunden kommunizieren sollen. Haben die Versicherten die enorme Flut an Informationen zu Corona längst satt – oder wünschen sie sich im Gegenteil gerade jetzt konkrete Mitteilungen und Hilfestellungen ihrer Versicherer? Und wie sieht es aktuell mit dem Interesse der Kunden an Versicherungen aus? Zur Beantwortung dieser und weiterer Fragen, und zur Unterstützung der Assekuranz in ihren aktuellen Herausforderungen, hat das Marktforschungsinstitut HEUTE UND MORGEN eine repräsentative Ad-hoc-Befragung von über 2.000 erwachsenen Versicherungskunden aus bundesdeutschen Haushalten durchgeführt. Zentrale Ergebnisse der Kurzstudie „Assekuranz: Kundenkommunikation in Zeiten von Corona“:

1. Zwei Drittel (63%) der Versicherungskunden wollen von ihrem eigenen Versicherer proaktiv über relevante Corona-Entwicklungen informiert werden, beispielsweise per E-Mail. Lediglich jeder Fünfte (22%) will vom Thema Corona gar nichts mehr wissen – auch nicht vom eigenen Versicherer. Aktiv von sich aus haben sich bisher erst wenige Kunden (5%) bei ihren Versicherern zum Corona-Virus und der damit verbundenen Krise zu informieren versucht; zumeist über deren Homepages.

2. Speziell von ihren Krankenversicherern / Krankenkassen wünschen sich zwei Drittel (67%) der Versicherten, dass diese eine kostenfreie medizinische Corona-Hotline einrichtet, die bei Fragen zum Corona-Virus mit Rat und Tat zur Seite steht. Zugleich werden proaktive Informationen der Krankenversicherer darüber gewünscht, wie man sich beim Auftreten möglicher Corona-Symptome verhalten soll.

3. Mehr als jeder zweite Versicherte (57%) macht sich derzeit zumindest teilweise Sorgen um seine Lebens- oder Rentenversicherung – da die Börsen stark gefallen sind und möglicherweise noch weiter fallen. 21 Prozent sorgen sich hier in starkem Maße.

Seit Verkündung der bundesweit verschärften Kontaktbeschränkungen am 23. März 2020 haben sich die Unsicherheiten hinsichtlich der Altersvorsorge noch einmal verstärkt.

4. Das generelle Interesse der Bundesbürger an Versicherungen ist derzeit stark eingeschränkt, aber keineswegs ganz zum Erliegen gekommen. Jeder Zweite (49%) schließt auch in der Krise einen Versicherungsneuabschluss oder einen Anbieterwechsel nicht grundsätzlich aus; 28 Prozent zeigen sich diesbezüglich von der Krise eher unbeeindruckt; insbesondere jüngere Zielgruppen, Angestellte und auch Selbständige.

Generell gilt: In der aktuell von vielen als „existentiell“ erlebten Krisenlage, können sich gerade die Versicherer als starke, haltgebende und orientierende Partner zeigen. Zugleich stehen sie dabei unter genauer Beobachtung einer emotional derzeit besonders empfindlichen und aufgekratzten Bevölkerung.

„Für Versicherungsunternehmen zeigen sich in der aktuellen Krise zahlreiche Ansatzpunkte für gute angemessene Kundenkommunikation und ganz konkrete Hilfsangebote. Viele Kunden sind dafür offen und erwarten diese sogar“, sagt Tanja Höllger, Geschäftsführerin bei HEUTE UND MORGEN. „Zugleich sollten die Anbieter ihre aktuellen Kommunikationsmaßnahmen sehr achtsam, differenziert und situationspezifisch gestalten und idealerweise auch vorab auf Akzeptanz und Passung testen.“

Weitere Informationen

Interessierte Versicherungsunternehmen können die vollständige Ad-hoc-Studie zur Kundenkommunikation in Corona-Krisenzeiten **kostenfrei** über HEUTE UND MORGEN beziehen unter: info@heuteundmorgen.de

Die Ergebnisse sind hier ausführlich nach Alter und Haushaltseinkommen differenziert. Zudem werden Tipps für die Kundenkommunikation gegeben und konkrete Beispiele für aktuelle Hilfsangebote der Versicherer dargestellt

Kontakt für Rückfragen

Tanja Höllger
Geschäftsführerin
HEUTE UND MORGEN GmbH
Breite Straße 137-139
50667 Köln
Telefon: +49 221 99 500 512
E-Mail: tanja.hoellger@heuteundmorgen.de