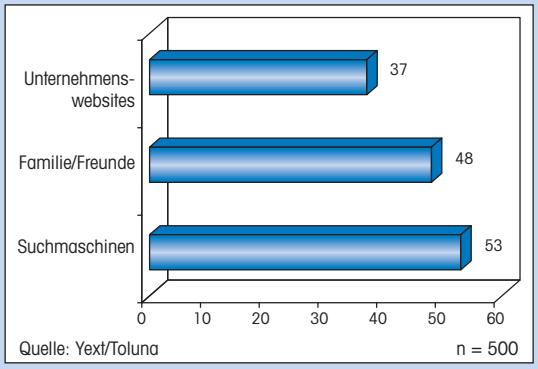
Versicherungen

Drei Viertel der Interessenten orientieren sich an Bewertungen

Die Suche nach Versicherungen verschiebt sich mehr und mehr in den digitalen Raum. Das ist das Ergebnis einer Studie des Digital-Knowledge-Management-Anbieters Yext, bei der das Marktforschungsunternehmen im Mai 2018 insgesamt 501 Konsumenten befragt hat, die in den vergangenen zwölf Monaten nach einem Versicherungsunternehmen oder einem Versicherungsvertreter gesucht haben. Über Sprachassistenten würden Konsumenten vor allem abfragen, wo der nächste Vertreter oder die nächste Filiale eines Versicherers ist (40 Prozent), welche Arten von Versicherungen angeboten werden (37 Prozent), was das beste Versicherungsunternehmen oder der beste Vertreter ist beziehungsweise die jeweiligen Bewertungen (36 Prozent). 29 Prozent würden gerne per Sprachassistenten nach Öffnungszeiten fragen. Gesucht wird am häufigsten nach Kfz-Versicherungen (58 Prozent). Mit deutlichem Abstand auf den Plätzen zwei bis vier folgen Haftpflicht- (29 Prozent), Hausrats (25 Prozent) und Rechtsschutzversicherungen (21 Prozent). Nach Auslandsreisekrankenversicherungen suchen 15 Prozent der Befragten.

Wie deutsche Konsumenten nach Versicherungsunternehmen und -vertretern suchen (Angaben in Prozent)



Für die Auswahl eines Anbieters oder Vertreters spielen Bewertungen eine extrem wichtige Rolle. 72 Prozent derjenigen Konsumenten, die in den vergangenen zwölf Monaten eine neue Versicherung gewählt haben, gaben an, dass dabei Bewertungen für sie sehr oder relativ wichtig waren. Ist die Entscheidung für einen Anbieter gefallen, endet die Recherche im Netz aber zumeist noch nicht. Auch bei der Suche nach der nächstgelegenen Filiale holen sich 66 Prozent der Konsumenten ihre Informationen von der Website des Anbieters, 33 Prozent informieren sich über Suchmaschinen und 15 Prozent auf Bewertungsportalen. Die größten Einflussfaktoren auf den Kaufprozess sind den Befragten zufolge weiterhin die Empfehlungen von Freunden und Familie (54 Prozent) oder von Versicherungsvertretern (51 Prozent), parallel dazu gewinnen digitale Angebote jedoch an Gewicht. Die Ergebnisse von Bewertungsportalen nennen 40 Prozent der Befragten. **Red.**

Dieser Artikel ist urheberrechtlich geschützt. Die rechtliche Freigabe ist für den Abonnenten oder Erwerber ausschließlich zur eigenen Verwendung.
Fritz Knapp Verlag GmbH