

## VERSICHERUNGEN

## Jeder dritte Abschluss erfolgt online

Jedes dritte Versicherungsprodukt wird online abgeschlossen. Das geht aus der Studie „Studie Unternehmensprofile Versicherungen 2019“ von Research Tools hervor, die auf der Analyse von rund 6.503 Versicherungsproduktabschlüssen von 15 Versicherern beruht. Basis der Erhebung waren 2.000 online-repräsentative Interviews. Als Abschlussort beim Versicherungsabschluss liegt die Geschäftsstelle oder Filiale mit einem Anteil von 38 Prozent bei den Befragten auf Rang eins. Der Online-Abschluss kommt mit 35 Prozent nur knapp dahinter. Dieser Anteil schwankt jedoch je nach Versicherer beträchtlich und manifestiert sich innerhalb einer Spanne zwischen 21 und 62 Prozent. Weitere 23 Prozent der Versicherungsabschlüsse wurden mit Versicherungsvermittlern oder -mitarbeitern zu Hause in privater Atmo-

sphäre abgeschlossen. Der Anlass für den Abschluss eines Versicherungsprodukts ist eine bedeutende Größe im Versicherungsmarketing. Er gibt Aufschluss darüber, ob der Produktabschluss beispielsweise aufgrund einer Empfehlung, eines konkreten Bedarfs oder durch Werbung initiiert wurde. Die Ergebnisse zeigen deutlich, dass Empfehlungen mit einem Anteil von 23 Prozent aller Abschlüsse ein sehr wichtiger Abschlussanlass sind. Auffallend ist, dass Online-Preisvergleichsportale denselben Anteil wie persönliche Empfehlungen erreichen. Neben der Neukundengewinnung ist die Kundentreue ein wesentlicher Erfolgsfaktor im Versicherungsmarkt. Allianz, Huk-Coburg und die Sparkassenversicherungen haben überdurchschnittlich viele Kunden, die ihren Versicherer bereits mehrfach wählten. Red.