



05.11.2019 09:45 CET

Umfrage: Online-Schadenmeldung, Top-Service und nachhaltig – so wünschen sich die Deutschen Versicherung

Köln, 5. November 2019 – Den Schaden online-melden, ansonsten aber den persönlichen Kontakt nutzen – so wollen die Deutschen mit ihren Versicherungsunternehmen kommunizieren. Bei der Auswahl des Versicherungsunternehmens zählen in erster Linie ein guter Service und eine hohe Transparenz der Leistungen. Das Thema Nachhaltigkeit gewinnt in diesem Zusammenhang rasant an Bedeutung. Das sind einige der Ergebnisse einer repräsentativen Befragung, die die forsa Politik-und Sozialforschung GmbH Anfang Oktober im Auftrag der Gothaer Versicherungen durchgeführt

Online-Schadenmeldungen und Apps – digitale Angebote sind erwünscht☒

Die Möglichkeiten des Internets stehen auch bei Versicherungskunden im Focus. Besonders gefragt sind hier Online-Services im Schadenfall (68 Prozent) sowie ein Online-Portal zur selbständigen Verwaltung der Verträge (67 Prozent), 32 Prozent würden das gerne per App erledigen. Für knapp die Hälfte (48 Prozent) der Befragten sollte die Versicherung unbedingt eine Versicherungs-App oder Online-Portal mit der Möglichkeit der Schadenabwicklung anbieten. Einen Online- oder Video-Chat mit Beratern wünschen sich 21 Prozent der Bürger. Fast niemand (3 Prozent) meint, dass Versicherer unbedingt eine eigene Präsenz in sozialen Medien anbieten müssen. Jüngere sind häufiger als ältere Befragte und formal höher Gebildete häufiger als formal geringer Gebildete der Meinung, dass Versicherer alle aufgeführten digitalen Möglichkeiten anbieten sollten.☒

Schadenmeldungen, Vertragsverwaltung und Rechnungseinreichung per App gewünscht☒

Danach gefragt, welche Leistungen von Versicherungs-Apps besonders sinnvoll sind, werden mit Abstand am häufigsten (68 Prozent) Schadenmeldungen bei Sachversicherungen genannt. Für jeweils etwas mehr als die Hälfte der Befragten sind die Verwaltung der Kunden- und Vertragsdaten (56 Prozent) sowie das Einreichen von Arztrechnungen und Rezepten bei privaten Krankenversicherungen (53 Prozent) eine besonders sinnvolle Leistung in einer Versicherungs-App. ☒

Jeweils etwas mehr als ein Drittel meint, dass die Erweiterung des Versicherungsschutzes bei Kfz-Versicherungen (38 Prozent), der Abschluss von Kurzzeitversicherungen (37 Prozent) und die Einsicht in die elektronische Patientenakte (34 Prozent) besonders sinnvolle Leistungen von Versicherungs-Apps darstellen. Auf eine medizinische Beratung per App/Videotelefonie in der App legen nur 9 Prozent der Befragten Wert. Die Leistungen in Versicherungs-Apps werden generell von jüngeren Befragten häufiger als von älteren geschätzt. Das Gleiche gilt für höher gebildete Teilnehmer im Vergleich zu geringer gebildeten Befragten. ☒

Transparenz, persönlicher Kontakt und Top-Service wichtig☒

97 Prozent der Befragten sehen Transparenz bei den Leistungen als wichtig oder sehr wichtig bei der Auswahl eines Versicherungsanbieters an. Einen guten Rundumservice halten 95 Prozent der Befragten für wichtig und sehr wichtig, unterschiedliche Kontaktmöglichkeiten gehören für 87 Prozent der Befragten dazu. Der persönliche Ansprechpartner ist für 85 Prozent der Befragten ein wichtiger Aspekt bei der Unternehmensauswahl genauso wie gute Bewertungen und niedrige Preise. Diese Aspekte sind für die meisten Befragten allerdings eher wichtig als sehr wichtig. ☒

Nachhaltigkeit für immer mehr Kunden im Focus☒

Immerhin 52 Prozent der Befragten sehen eine nachhaltige Unternehmensführung als wichtig bei der Auswahl ihres Versicherungsunternehmens an, 44 Prozent wünschen sich ein Angebot nachhaltiger Produkte wie eine CO₂-Kompensation bei KFZ-Versicherungen von ihrem bevorzugten Versicherungsunternehmen. Damit verweisen Nachhaltigkeitsaspekte gute Bewertungen in Foren oder sozialen Medien (48 Prozent) sowie Markenbekanntheit (41 Prozent) auf die hinteren Plätze. ☒

Über die Befragung☒

Im Auftrag der Gothaer Versicherungen AG hat die forsa Politik- und Sozialforschung GmbH eine Befragung zum Thema „Ganzheitliche Kundenberatung und Digitalisierung“ durchgeführt. Im Rahmen der Untersuchung wurden zwischen dem 30. September und 7. Oktober 2019 insgesamt 1.004 nach einem systematischen Zufallsverfahren ausgewählte Personen im Alter von 18 bis 65 Jahren in Privathaushalten in Deutschland befragt.

Der Gothaer Konzern ist mit 4,4 Mrd. Euro Beitragseinnahmen und rund 4,1 Mio. Versicherten eines der größten deutschen Versicherungsunternehmen. Angeboten werden alle Versicherungssparten. Dabei setzt die Gothaer auf qualitativ hochwertige persönliche Beratung der Kunden und vielfältige digitale Services und Angebote.

Die Gothaer im Internet

www.gothaer.de

www.facebook.com/gothaer

www.facebook.com/gothaerkarriere

www.twitter.com/gothaer

www.youtube.com/mygothaer

www.instagram.com/gothaer

Kontaktpersonen



Martina Faßbender

Pressekontakt

Konzern Pressesprecherin, Leitung Unternehmenskommunikation

martina.fassbender@gothaer.de

+49 221 308-34531

+49 175 2285017



Martina Cohrs

Pressekontakt

Leitung Externe Kommunikation und Social Media

martina.cohrs@barmenia.de

+49 202 438-2834

+49 177 4025350



Marina Weise-Bonczek

Pressekontakt

Pressereferentin

Gesundheit und Corporate

marina.weise@barmenia.de

+49 202 438-2718

+49 160 96932975



Ulrich Otto

Pressekontakt

Referent für Konzern- und Gesundheitsthemen

ulrich.otto@gothaer.de

+49 221 308-34614



Ines Jochum

Pressekontakt

Referentin für Renten- und Lebensversicherung, Nachhaltigkeit

ines.jochum@gothaer.de

0221 308 34287



Jule Müller

Pressekontakt

Pressereferentin

Kompositversicherungen

jule.mueller@barmenia.de

+49 202 438-1932



Verena Wanner

Pressekontakt

Pressereferentin

Spenden und Sponsoring

verena.wanner@barmenia.de

0202 438-2010