



Pressecharts

Kundenmonitor Assekuranz 2016

4. Highlight „Digitalisierung 3“

Hinweis zu den Nutzungsrechten der Studie

Bitte beachten Sie unsere Eigentumsrechte

- **Diese Studie sowie alle einzelnen Studienergebnisse sind Eigentum der YouGov Deutschland GmbH.**
- **Studienbezieher ist nur eine unternehmensinterne Verwendung der Studienergebnisse gestattet. Die Weitergabe an Dritte ist nicht gestattet.**
 - Einzelne Ergebnisse dürfen ohne Rücksprache mit YouGov den Außendienstmitarbeitern (Ausschließlichkeitsvertrieb) des eigenen Unternehmens zur Verfügung gestellt werden. Dies gilt auch z. B. für Vertriebsmitarbeiter in kooperierenden Sparkassen. Dabei wird nicht die komplette Studie weitergeleitet, sondern Auszüge oder Einzelergebnisse.
- **Veröffentlichungen in der Presse sind auszugsweise möglich, bedürfen aber auf jeden Fall der textlichen Zustimmung durch die YouGov Deutschland GmbH.**
 - Die Veröffentlichung eigener gesellschaftsbezogener Ergebnisse ist u. U. möglich (Fallzahlen beachten!), Wettbewerberergebnisse sind von einer Veröffentlichung ausgeschlossen.
 - Veröffentlichungen erfolgen grundsätzlich unter der Angabe der Quelle (Studienname, YouGov als Hrsg., ggf. öffentlich genannte Unterstützer und Jahr).
- **Bei der Veröffentlichung einzelner Ergebnisse, z. B. eigener gesellschaftsbezogener Ergebnisse unterstützen wir Sie gerne.**
- **Bitte wenden Sie sich hierzu an den Studienleiter.**

Stichprobe

Kapitel 1



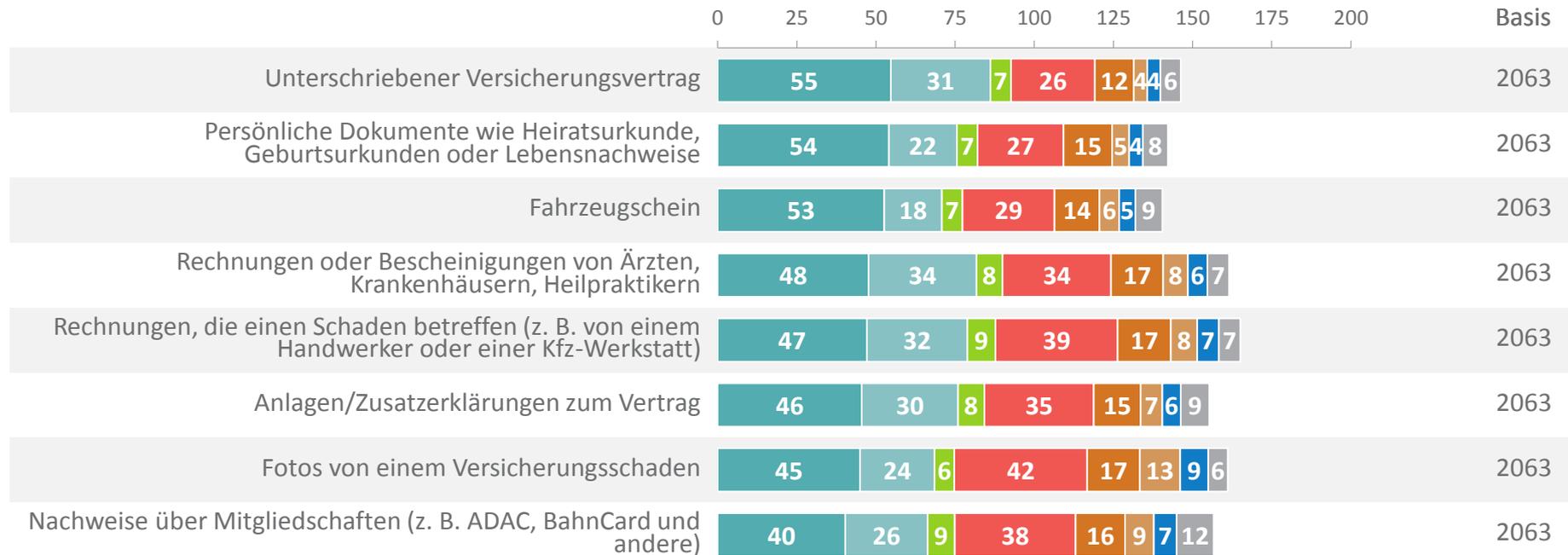
Stichprobe

- Die im Folgenden vorgestellten Ergebnisse beruhen auf einer bundesweiten Repräsentativbefragung im Rahmen des Kundenmonitors Assekuranz 2016.
- Zwischen dem 29. September 2016 und dem 20. Oktober 2016 wurden 2.063 Entscheider und Mitentscheider in Versicherungsangelegenheiten zwischen 18 und 69 Jahren im Rahmen des YouGov-Online-Panels mittels standardisierter Online-Interviews befragt.
- Die vorliegende Online-Stichprobe wurde anhand einer parallelen persönlichen Stichprobe (CAPI) gewichtet (27. April bis 14. Juni 2015), n=2.534 Interviews, davon n=2.294 Versicherungsentscheider und -mitentscheider.
- Folgende Merkmale wurden zur Gewichtung herangezogen:
 - Soziodemographische Merkmale: Alter, Geschlecht, Bundesland, Haushaltsgröße, Schulbildung
 - Versicherungsspezifische Merkmale: Entscheider/Mitentscheider in Versicherungsangelegenheiten, Typologie privater Versicherungsnehmer, d.h. Leistungserwartung, Preisorientierung, Kompetenz, Beeinflussbarkeit, Entscheidungsaufwand, Informationsneigung, Imageorientierung, Orientierung am Vertreter, Wunsch nach Nähe und Unterstützung, Orientierung an persönlichen Empfehlungen, Wechselbereitschaft
- Hochgerechnet auf die Gesamtbevölkerung repräsentiert diese Stichprobe eine Bevölkerungsgruppe von 48,2 Mio. Personen.

Hohe Bereitschaft Schadenfotos, Rechnungen und Nachweise über Mitgliedschaften per Mail zu versenden.

Übersicht: Präferierte Kanäle für die Dokumentenübermittlung

Viele Versicherungsgesellschaften ermöglichen es den Kunden inzwischen, notwendige Unterlagen in elektronischer Form einzureichen. Bitte geben Sie zu den folgenden Dokumenten und Unterlagen an, auf welchen Wegen Sie diese an das Versicherungsunternehmen weiterleiten würden.



■ persönlich beim Vertreter/Makler vorbeibringen

■ per Fax versenden

■ einscannen und in einem passwortgeschützten OnlineKundenportal hochladen

■ mit dem Smartphone über eine App des Versicherers abfotografieren und hochladen

■ per Post versenden

■ einscannen und als Anhang in einer EMail versenden

■ mit dem Smartphone abfotografieren und per Mail, SMS oder WhatsApp versenden

■ weiß nicht / keine Angabe

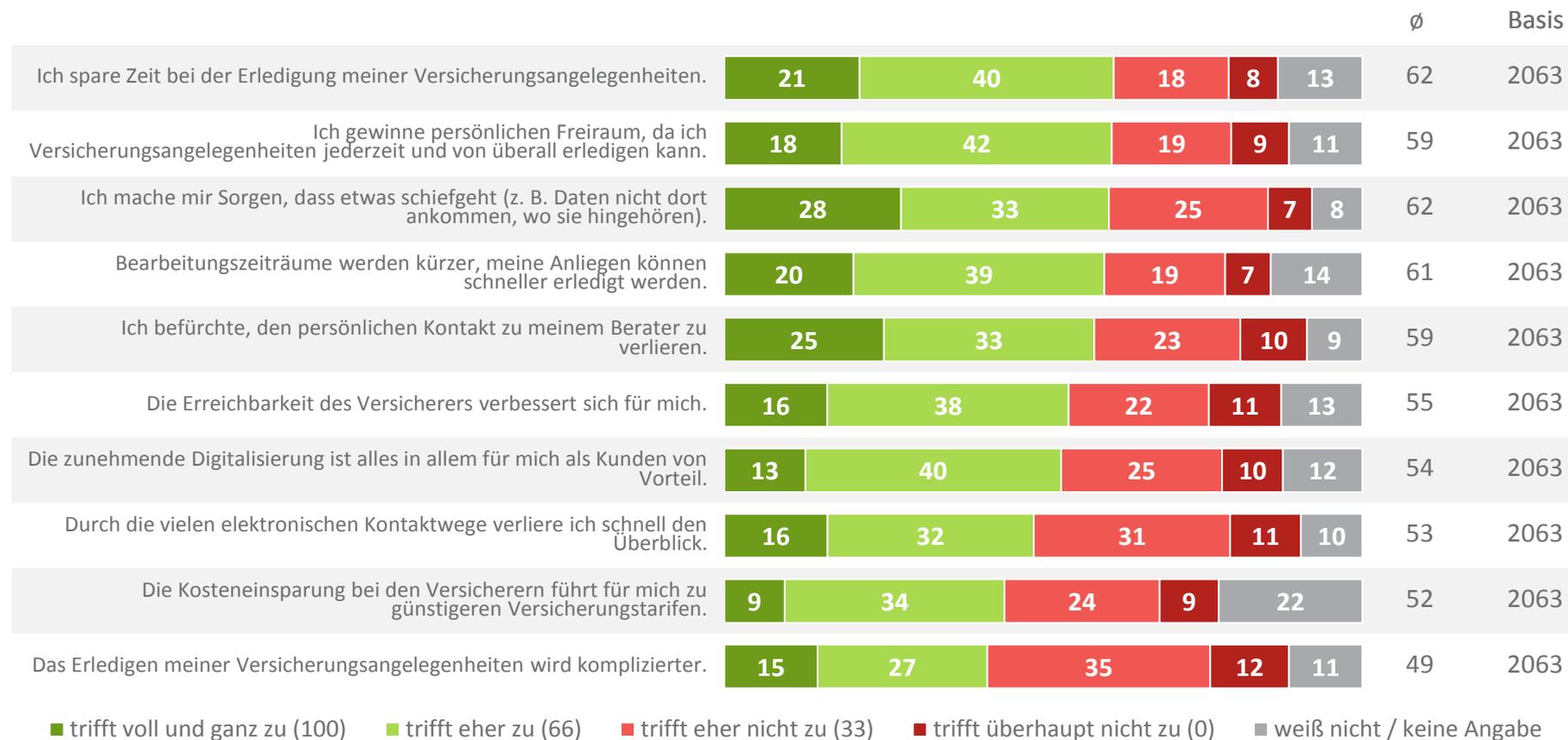
Basis: alle Befragten

Angaben in %; Mehrfachantworten möglich; Sortierung absteigend nach "persönlich beim Vertreter..."

Die Digitalisierung verhilft zu mehr Zeit und Freiraum, führt allerdings auch vielfach zu Sorgen um die Datensicherheit.

Übersicht: Folgen der Digitalisierung

Welche Folgen erwarten Sie als Versicherungskunde von dieser Entwicklung, immer mehr Inhalte direkt über elektronische Kontaktwege zu erledigen („Digitalisierung“)?



Basis: alle Befragten
 Angaben in %; Sortierung nach Top2Boxes [„trifft eher zu“(66) bis „trifft voll und ganz zu“(100)]

Zufriedenheit der Kundenportalnutzer leicht verbessert.

Zufriedenheit mit dem Kundenportal nach Alter, Haushaltsnettoeinkommen und Geschlecht

Wie beurteilen Sie insgesamt das Online-Kundenportal?



■ ausgezeichnet
 ■ sehr gut
 ■ gut
 ■ mittelmäßig
 ■ schlecht
 ■ weiß nicht / keine Angabe

Basis: alle Befragten mit Kundenportal-Nutzung
Angaben in %

Nutzungshäufigkeit gegenüber 2013 leicht erhöht.

Nutzungshäufigkeit des Kundenportals nach Alter, Haushaltsnettoeinkommen und Geschlecht

Wie häufig nutzen Sie dieses Online-Kundenportal?



■ häufiger als 4x im Jahr
 ■ 3-4x im Jahr
 ■ 2x im Jahr
 ■ 1x im Jahr
 ■ seltener als 1x pro Jahr
 ■ nie
 ■ weiß nicht / keine Angabe

Basis: alle Befragten mit Kundenportal-Kenntnis
Angaben in %

