

Versicherungskunden suchen auch online persönlichen Service

Versicherungsnehmer, die auf elektronischem Weg Kontakt zu ihrer Versicherung halten, legen ebenfalls großen Wert auf individuellen Service. Vor allem erwarten Online-Versicherte, dass ihre jeweiligen Angelegenheiten persönlich und einwandfrei bearbeitet werden, ebenso wie bei Kunden von Filialversicherungen. Zu diesem Ergebnis kommt jetzt das aktuelle „Servicebarometer Assekuranz 2014“ des Marktforschungsinstituts You Gov. Für diese Erhebung wurden rund 10 000 Privatkunden von Versicherungen befragt.

Von den Befragten nannten jeweils 21 Prozent eine individuelle und korrekte Behandlung durch ihren Versicherer als bedeutendste Kriterien für ihre Zufriedenheit. Für 20 Prozent der befragten Online-Kunden wirkt sich eine zügige und unbürokratische Bearbeitung ihrer Anliegen besonders positiv auf die Bindung zu ihrer Versicherung aus. Eine verständliche Kommunikation ist ebenfalls 20 Prozent dieser Verbraucher sehr wichtig. Die zunehmende Digitalisierung bedeute für diese Kunden keine ‚Entmenschlichung‘ des Miteinanders, sondern eröffne vielmehr neue Möglichkeiten, mit dem Kundenservice und den Beratern der Gesellschaften bequem in Kontakt zu treten, fasst You Gov zusammen.

Dennoch wünschen sich die Versicherten, dass diese Kontaktmöglichkeiten ausgebaut und verbessert werden: Die Kunden wollen ihre Angelegenheiten schneller erledigen und sich noch umfassender informieren können. Dieser Wunsch nach einem Ausbau der digitalen Self-Service-Möglichkeiten bei den Online-Versicherungen wird nach den Erkenntnissen von You Gov besonders von dem Bedürfnis der Zielgruppe nach mehr Selbstständigkeit, Kontrolle sowie zeitlicher und räumlicher Flexibilität getragen. Ob die jeweiligen digitalen Angebote der Versicherer von den Verbrauchern im Alltag auch angenommen werden, hängt laut der Untersuchung entscheidend davon ab, wie praktikabel diese Services sind. Denn die Nutzer von heute nehmen demnach nur Offerten an, die tatsächlich effizient sind.

Besonders häufigen Online-Kundenkontakt haben die Versicherer im Zusammenhang mit

Kfz-Policen (22 Prozent), Haftpflicht- (zehn Prozent) und Hausratversicherungen (acht Prozent). Dabei scheinen sich die Kunden schon heute recht wohlfühlen: Denn in der Befragung beurteilten fast zwei Drittel (64 Prozent) von ihnen die Online-Kommunikation mit ihrer Gesellschaft sehr positiv. Am besten schnitten hierbei – in alphabetischer Reihenfolge – Allianz, HUK24 und HUK-Coburg ab. (ampnet/Sm)