

Kantar Soft Facts Insurance 4.0

Zielsetzung

Die **Digitalisierung** aller Lebensbereiche und insbesondere der **Kommunikationswege** hat in den letzten Jahren einen enormen Schub erfahren.

Für **Versicherungsunternehmen** stellt sich in diesem Zusammenhang die Frage, wie sich die **Akzeptanz neuer digitaler Kanäle** (z.B. Chatbots, Videoberatung) entwickelt und ob sich daraus die Erfordernis ergibt, in diese stärker zu investieren.

Diese Frage stellt sich auch im Hinblick auf **neue Versicherungsangebote**, beispielsweise situationsbezogene Versicherungen.

Die Themen **Datenschutz und Sicherheit** spielen in diesem Kontext eine wichtige **Rolle**: sind die Kunden zur Übermittlung persönlicher Daten bereit und wünschen Sie, wichtige Dokumente weiterhin schriftlich zu erhalten?

Diese und weitere Fragen, auch differenziert nach **Zielgruppen** beantwortet der Bericht „**Soft Facts Insurance 4.0**“, der ab 2021 einmal jährlich die Akzeptanz und Attraktivität ausgewählter digitaler Services, Kontaktkanäle und Angebote im Zusammenhang mit Versicherungen beleuchtet.

KANTAR

Soft Facts
Insurance 4.0

3. Welle 2024



Inhalte

- **Relevanz proaktiver Versicherungsangebote** beim Einkauf **bei Kooperationspartnern (Push-Nachricht)**
- **Attraktivität von Kundenportalen** der Versicherungen
- Wunsch nach **unterschiedlichen Kommunikationswegen** beim Kontakt mit dem **Berater**
- Potenzielle Kommunikation mit Vers. **per Chatbot**
- Abschluss einfacher Versicherungsverträge **per App**
- Schadensmeldung **per App** an Versicherung
- **Attraktivität situationsbezogener Versicherungsangebote**, auf Smartphone/ Tablet gesendet
- **Bereitschaft zur Übermittlung persönlicher Daten für Erhalt günstigerer Versicherungsprämien**
- **Präferenz**, wichtige Unterlagen per Post zu erhalten
- **Potenzielle Nutzung von Videoberatung** vs.

Warum Kantar

- Fast **50 Jahre Erfahrung** in der Finanzmarktforschung
- Anbieter der **Finanzmarkt-Datenservice (FMDS)-Mehrbezieherstudie**, gilt als „Standard“ in der Finanzbranche („Statist. Handbuch“; 28.000 Interviews p.a.)
- Hochrechenbare und **repräsentative** Ergebnisse
- Sehr hohe **Datenqualität** durch persönlich-mündliche Befragung

Studiensteckbrief



Grundgesamtheit

Deutschsprachige Onlineer ab 14 Jahren
n= 2.182 Personen



Erhebungsmethode

Persönlich-mündliche Interviews (CAPI) im Rahmen einer bevölkerungsrepräsentativen Studie (FMDS)



Erhebungszeitraum

März 2024



Ergebnisse

ca. 15-seitiger Ergebnisreport (.pptx)



Kosten

Auf Anfrage

Haben wir Ihr Interesse geweckt?

Dann freuen wir uns auf Ihre Kontaktaufnahme unter

<https://www.kantar.com/de/contact/insights-de-industry-finance>