



## Auch in der Versicherungsbranche – die Marke ist alles!

Geschrieben am: 27-11-2016

der Trend zur digitalen Nachfrage ist aus der Versicherungsbranche nicht mehr wegzudenken. Die Zahl der reinen Online-Abschlüssen hat zwischen 2012 und 2016 auf 25% fast verdoppelt. Das bescheinigt neben zahlreichen übrigen Studien auch die neuste „[ROPOStudie für Versicherungsprodukte in Deutschland](#)“, die von der GfK in Kooperation mit der Zurich Gruppe Deutschland und Google durchgeführt wurde. Sie liefert neben den bereits bekannten auch einige neue Feststellungen. Demzufolge informieren sich 84% der Versicherungskunden vor dem Vertragsabschluss im Internet. 75% der Kunden nutzen für den Vertragsabschluss immer noch den Weg über den Vermittler.

Eine ganz neue Erkenntnis aus der Untersuchung – die offensichtliche Markentreue der Kunden auch bei Online-Abschlüssen. „54% aller Suchanfragen auf dem Desktop haben einen konkreten Markenbezug“, so die Studie. Einen bestimmten Anbieter an ihrer Seite zu haben scheint für die meisten Kunden, auch im Internet, immer noch ganz wichtig zu sein.

Welche Rückschlüsse könnten sich die Makler daraus ziehen? Die Kunden entwickeln offensichtlich von sich aus Neigungen zu bestimmten Produkthanbietern. Höchstwahrscheinlich kommt es dabei auf den Bekanntheitsgrad der bevorzugten Versicherungsgesellschaft. Die Produkte der großen, namhaften Maklerversicherer mit einer starken Präsenz im Internet könnten im Verkauf vorteilhafter sein, als solche von weniger bekannten Versicherern.

Offenbar gilt es in der Versicherungsbranche, ähnlich den anderen Branchen – die Marke ist alles!

www.setana.de

Bildquelle: nokastudio / fotolia.com