



HWZ SCIENCE 03. FEBRUAR 2021

## Die Generalagentur der Zukunft

Generalagenturen spielen im Schweizer Versicherungsmarkt eine essentielle Rolle. Doch wie geht es, im Zuge der Digitalisierung, mit der physischen Beratung von Versicherern weiter? Wie schätzen die befragten Kundinnen und Kunden die Generalagenturen ein, wie die Direktversicherer? Die Studie «Die Generalagentur der Zukunft» von Dr. Anup Nastik, Dozent im [Bachelor Betriebsökonomie HWZ](#), in Zusammenarbeit mit Susanne Vontobel, [LINK](#) und Lukas Urech, [Zühlke](#), untersucht, welche Forderungen und Wünsche die Kundinnen und Kunden an die Versicherung der Zukunft haben.

Generalagenturen sind Versicherer mit Beraterinnen und Berater, welche den Kunden jederzeit, auch physisch, zur Verfügung stehen. Die traditionellen Versicherungsunternehmen wie beispielsweise Mobiliar, Zürich oder AXA hatten in der Vergangenheit ein grosses Netz an Generalagenturen. Bei Direktversicherern, wie beispielsweise Smile oder Dextra, die erst einige Jahre auf dem Markt sind, findet die gesamte Abwicklung digital statt.

Laut der Studie geben die Befragten an, dass sie Generalagenturen als kundenfreundlicher, verlässlicher und kulanter wahrnehmen als Direktversicherer, bei welchen der persönliche Kundenkontakt fehlt. Diese jedoch punkten mit Schnelligkeit und einem guten PreisLeistungsverhältnis.

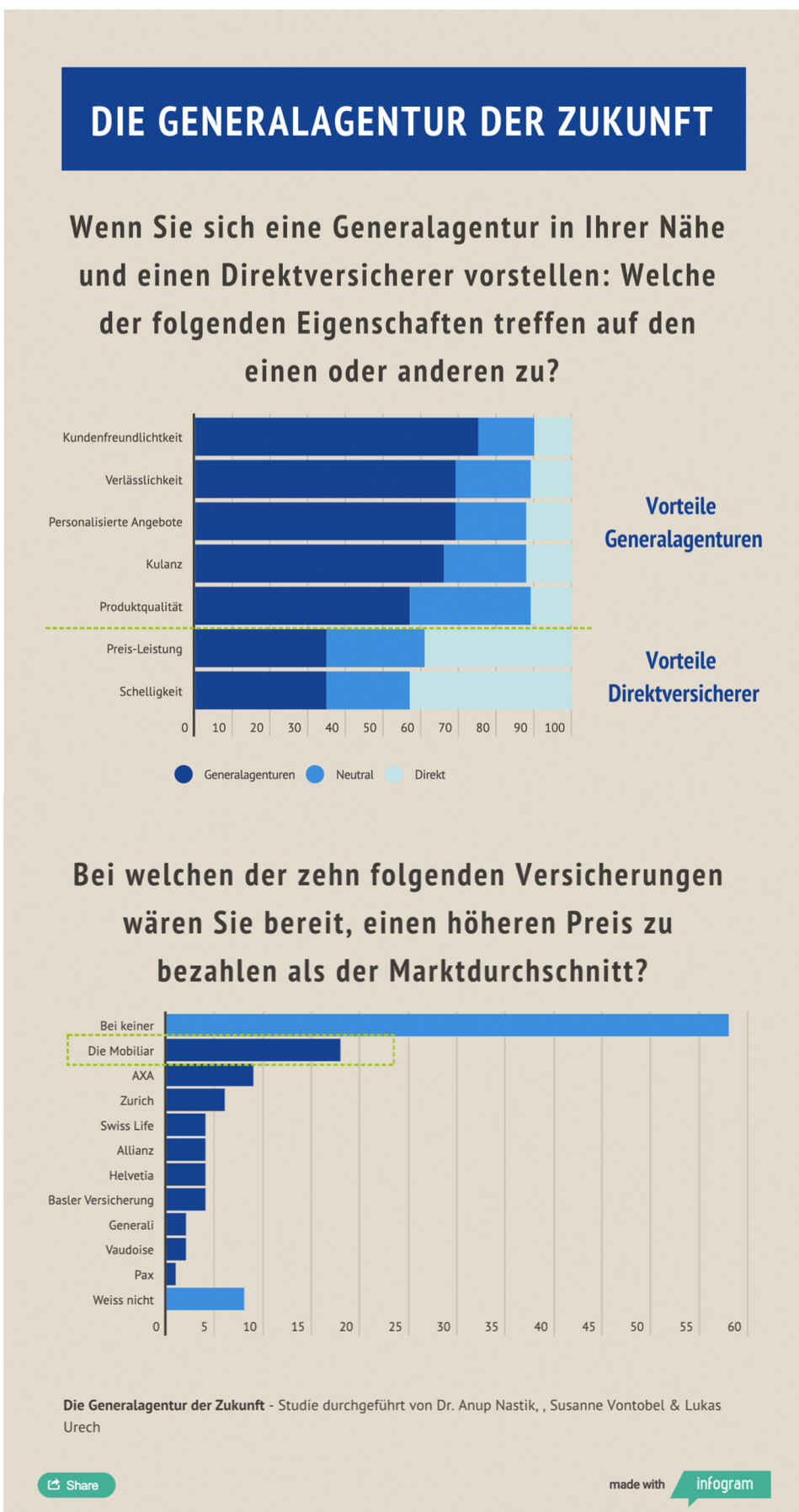
## Persönlicher Austausch wichtiger als Schnelligkeit

HWZ Autor Dr. Anup Nastik: «Auch wenn Direktversicherer ein gutes Preis-Leistungsverhältnis vorweisen können, denken wir, dass auch in Zukunft die Generalagenturen der Dreh- und Angelpunkt im Versicherungsvertrieb bleiben werden. Das ist zum Teil ganz einfach der Schweizer Kultur geschuldet, welche den persönlichen und vertrauensvollen Austausch bevorzugt.»

Die Art dieses Austausches wird sich in Zukunft aber wandeln, so die Studienleitung: «Es hat sich bei der Auswertung gezeigt, dass die Befragten, die Versicherungsberaterinnen und Berater weniger im eigenen Wohnzimmer, aber vielmehr in einer lockeren Atmosphäre, beispielsweise in einer Kaffeebar mit Hintergrundmusik treffen möchten.» Wichtig sei auch die Qualität des Beratenden: «Die Versicherungsberater müssen vertrauenswürdig, fachlich kompetent und transparent sein.» Als zusätzliches Produkt von Versicherungsgesellschaften wurde von den Befragten am häufigsten der Bereich «Hypotheken und Anlagelösungen» gewünscht.

## Ein Drittel sind bereit, mehr zu bezahlen

36% der Schweizer wären bereit, einen Mehrpreis für ihre Versicherung zu bezahlen. Bei der Frage für welche Versicherung die Befragten bereit wären, mehr als den Marktdurchschnitt zu bezahlen, schnitt die Mobiliar am besten ab. Autor Dr. Anup Nastik erkennt bei der Mobiliar drei wichtige Punkte, welche zu diesem Ergebnis führen: «Neben der starken Marke, haben die Kundennähe der Mobiliar und die dezentralen Unternehmensstrukturen eine wichtige Rolle gespielt.»



Die Generalagentur der Zukunft  
Infogram

## Die Studie

Generalagenturen spielen im Schweizer Versicherungsmarkt eine essentielle Rolle. Vor dem Hintergrund der Digitalisierung stellt sich die Frage, wie es bei den Schweizer Versicherungsgesellschaften mit dem physischen Vertrieb weitergeht. Dr. Anup Nastik, Dozent der HWZ Hochschule für Wirtschaft Zürich ging zusammen mit Susanne Vontobel, LINK und Lukas Urech, Zühlke dieser Frage in der Versicherungsstudie «Die Generalagentur der Zukunft» nach. Repräsentativ befragt wurden über 1000 18- bis 79-Jährige der Deutsch- und Westschweiz.

Für weitere Informationen oder zum Erhalt der gesamten Ergebnisse, wenden Sie sich bitte an:

HWZ – Dr. Anup Nastik [anup.nastik@fh-hwz.ch](mailto:anup.nastik@fh-hwz.ch)

LINK – Susanne Vontobel [susanne.vontobel@link.ch](mailto:susanne.vontobel@link.ch)

Zühlke – Lukas Urech [lukas.urech@zuehlke.com](mailto:lukas.urech@zuehlke.com)