

STUDIE | HZ INSURANCE

# Zukunft der Generalagentur: Was denken die Kunden? – Teil 1

© Lesezeit: 2 Minuten

Im heutigen Kurzauszug aus der IFZ Versicherungsstudie 2021 diskutieren wir vier Hypothesen zur Zukunft der Generalagentur.

Von **Florian Schreiber**, **Anup Nastik** und **Sophie Hundertmark**  
am 03.05.2021

**B**asis unserer Einschätzungen bildet eine bevölkerungsrepräsentative Umfrage unter 1000 Versicherungskunden in der Deutsch- und Westschweiz, die von LINK im Dezember 2020 erhoben wurde.

## Autoren

**Dr. Florian Schreiber** ist Insurance Lead und Dozent am Institut für Finanzdienstleistungen Zug IFZ der Hochschule Luzern – Wirtschaft. In dieser Rolle fungiert er auch als Studienleiter des Weiterbildungslehrgangs CAS Future of Insurance sowie als Herausgeber des IFZ Insurance Insights Blog.

**Dr. Anup Nastik** ist Insurance Executive mit langjähriger Erfahrung in der Schweizer Versicherungsindustrie. Er führt seit 2017 regelmässig Studien zum Kaufverhalten von Versicherungskunden durch.

**Sophie Hundertmark** ist wissenschaftliche Mitarbeiterin am Institut für Finanzdienstleistungen Zug IFZ und selbstständige Beraterin für die strategische Begleitung sowie Umsetzung von Chatbot-Projekten.

## 1. Generalagenturen sind weiter gefragt und es sind kaum Schliessungen zu erwarten

Generalagenturen sind für Schweizer Kunden der zentrale Anlaufpunkt zur Klärung ihrer Versicherungsangelegenheiten. Vor dem Hintergrund der fortschreitenden Digitalisierung der Finanzbranche stellt sich jedoch die Frage, ob die physische Beratung auch zukünftig relevant bleiben wird. Die Umfrageergebnisse legen nahe, dass es kaum zu Einschnitten im Filial- bzw. Agenturnetz kommen dürfte, da die Kunden den physischen Vertrieb und die Betreuung durch die Generalagentur nach wie vor als ausserordentlich wichtig einschätzen. Diese Wertschätzung stärkt die Position der Generalagenturen in strategischen Gesprächen mit der Vertriebsleitung.

## 2. Generalagenturen stehen für Verlässlichkeit und Kulanz, wohingegen Direktversicherer als schnell und preislich attraktiver wahrgenommen werden

Im Vergleich zu Direktversicherern nehmen die Umfrageteilnehmenden die Generalagenturen als kundenfreundlicher, verlässlicher und kulanter wahr, da bei den erstgenannten der Kundenkontakt oftmals weniger persönlich ist. Dafür können die Direktversicherer mit Schnelligkeit und einem guten Preis-Leistungs-Verhältnis punkten. Interessant ist, dass diese Ergebnisse für sämtliche Sprachregionen der Schweiz gelten – und zwar unabhängig vom Alter, Einkommen und Wohnort.

## 3. Kunden schätzen Fachspezialisten etwas mehr als Allbranchen-Berater

Insgesamt präferieren 55 Prozent der befragten Personen eine Beratung durch Fachspezialisten im

jeweiligen Themengebiet, wohingegen 45 Prozent einen umfassenden Allbranchen-Berater bevorzugen. Aus Kundensicht besteht demzufolge kein grosser Unterschied zwischen Spezialisten und Generalisten. In der Altersgruppe 50+ ist jedoch ein eindeutiger Trend hin zu Fachspezialisten erkennbar. Im Vergleich zu Direktversicherern könnte dies die Generalagenturen weiter stärken, da sich die jungen Anbieter auf dem Markt die gut ausgebildeten und notabene teureren Fachspezialisten der etablierten Versicherer in der breiten Masse eher nicht leisten können.

#### **4. Vertrauen als zentrale Grundvoraussetzung für Weiterempfehlung**

Vertrauen ist seit jeher die Währung der Versicherungsindustrie. Dies geht bis auf König Hammurabi (circa 1792 bis 1750 v. Chr.) der ersten Dynastie von Babylonien zurück: Dessen sogenannter Codex Hammurabi beinhaltet nämlich die Vorschrift, dass Karawanenführer ihre Fracht im Sinne einer Solidargemeinschaft gegen verschiedene Gefahren (Überfälle, Treibsand usw.) absichern müssen. Ziel war es, dass niemand aufgrund unverschuldeter Ereignisse schlechtergestellt wird. Die Umfrageergebnisse unterstreichen, dass die Vertrauenswürdigkeit des Beraters entscheidend für eine positive Weiterempfehlung ist. Für alle Versicherer sollte das Motto daher lauten: «Überzeugen mit Vertrauen».

Auch im Jahr 2021 ist und bleibt Vertrauen ein zentraler Pfeiler der Kundenzufriedenheit. Zufriedene Kunden sind eher dazu bereit, mehrere Produkte oder Dienstleistungen (Versicherungsprodukte, Krankenkassenleistungen, Bankenpakete und Anlageprodukte) von einem einzigen Versicherer zu beziehen. Ebenso ist bei einer hohen Vertrauenswürdigkeit die Wahrscheinlichkeit grösser, dass die Kunden einen höheren Preis als den Marktdurchschnitt bezahlen und den Anbieter weiterempfehlen. Unabhängig von Einkommensklassen, Ausbildung, Alter oder Wohnort der Befragten zeigen die Ergebnisse, dass die Versicherungsberater sich allerdings nicht nur als vertrauenswürdig, sondern auch fachlich kompetent und transparent präsentieren müssen.

#### **THEMEN PER E-MAIL FOLGEN**

#IFZ Versicherungsstudie

 Folgen

#Generalagenturen

 Folgen

#Institut für Finanzdienstleistungen Zug IFZ

 Folgen

---

STUDIE | HZ INSURANCE

## Zukunft der Generalagentur: Was denken die Kunden? – Teil 2

© Lesezeit: 2 Minuten

Im vierten Kurzauszug aus der IFZ Versicherungsstudie 2021 diskutieren wir vier weitere Hypothesen zur Zukunft der Generalagentur.

Von **Florian Schreiber**, **Anup Nastik** und **Sophie Hundertmark**  
am 04.05.2021

**B**asis unserer Einschätzungen bildet eine bevölkerungsrepräsentative Umfrage unter 1000 Versicherungskunden in der Deutsch- und Westschweiz, die von LINK im Dezember 2020 erhoben wurde.

### Autoren

**Dr. Florian Schreiber** ist Insurance Lead und Dozent am Institut für Finanzdienstleistungen Zug IFZ der Hochschule Luzern – Wirtschaft. In dieser Rolle fungiert er auch als Studienleiter des Weiterbildungslehrgangs CAS Future of Insurance sowie als Herausgeber des IFZ Insurance Insights Blog.

**Dr. Anup Nastik** ist Insurance Executive mit langjähriger Erfahrung in der Schweizer Versicherungsindustrie. Er führt seit 2017 regelmässig Studien zum Kaufverhalten von Versicherungskunden durch.

**Sophie Hundertmark** ist wissenschaftliche Mitarbeiterin am Institut für Finanzdienstleistungen Zug IFZ und selbstständige Beraterin für die strategische Begleitung sowie Umsetzung von Chatbot-Projekten.

### 5. In der Westschweiz findet die Beratung am Wohnzimmertisch statt, in der Deutschschweiz immer öfter virtuell

Gemäss Umfrageergebnissen bevorzugen die Westschweizer eine Beratung zu Versicherungsprodukten oder Deckungsbeiträgen direkt im eigenen Wohnzimmer. Für die meisten Deutschschweizer dient dagegen die online oder via Telefon durchgeführte Beratung als präferierte Lösung. Darüber hinaus wünscht sich diese Kundengruppe Fachspezialisten, die sich mit dem Produkt der Wahl bestens auskennen. Aus Sicht der Westschweizer scheint es mühsam zu sein, mehrere verschiedene Berater im eigenen Wohnzimmer zu empfangen. Für sie genügt daher mehrheitlich ein Allbranchen-Berater mit Kenntnissen in mehreren Bereichen.

### 6. Bildung, Einkommen und Sprachregion bestimmen die Bereitschaft zum Erwerb mehrerer Produkte eines einzigen Versicherers

Die Abbildung veranschaulicht, dass die Swiss Life, die Baloise und die Zurich als einzige Anbieter bei Personen mit höheren Einkommen und höheren Bildungsabschlüssen vorne liegen. Für die Vaudoise, Generali und Mobiliar stellt sich hingegen nur die Sprachregion als besonders signifikanter Unterschied der Umfrageteilnehmenden heraus. Die letztgenannte ist besonders stark in der Deutschschweiz vertreten, während die Vaudoise und die Generali von Personen aus der Westschweiz bevorzugt werden. Überhaupt kein Unterschied in den drei genannten Merkmalen kann in den

Personenprofilen derjenigen Umfrageteilnehmenden gefunden werden, die mehrere Produkte der restlichen vier Versicherer (Allianz Suisse, Axa, Helvetia, Pax) erwerben möchten.

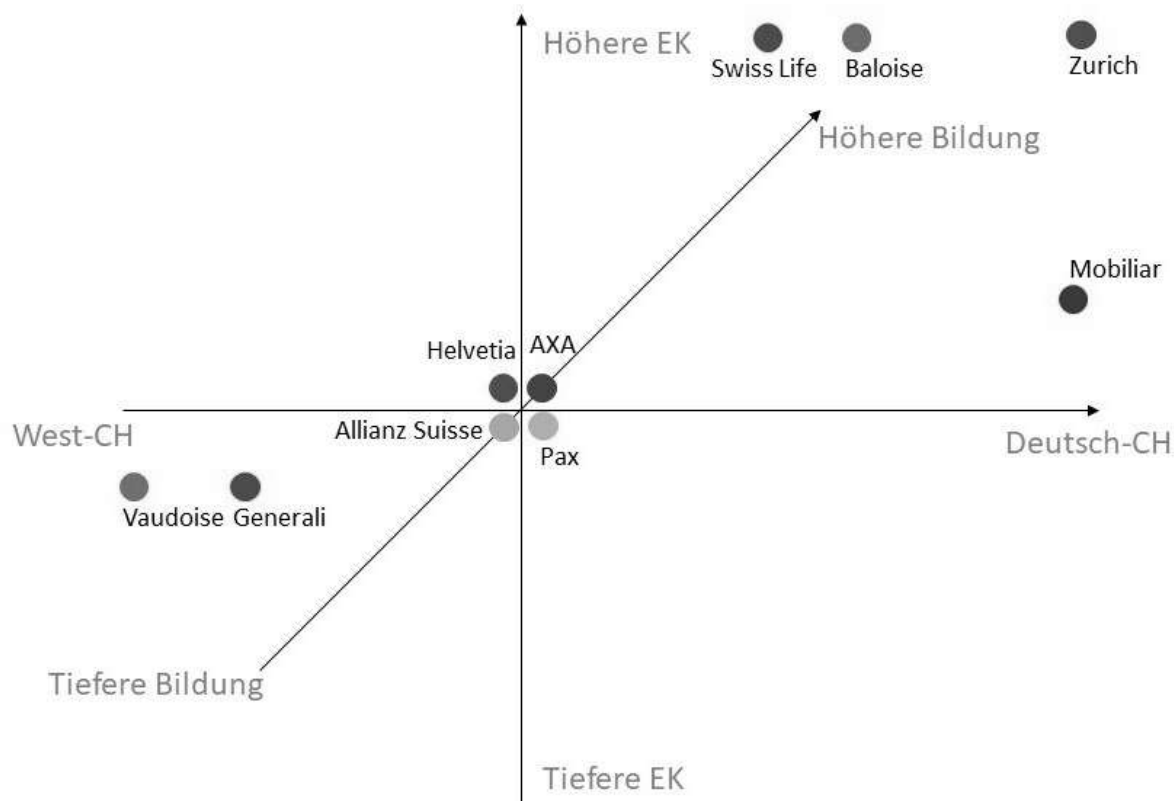


Abbildung 1: Einfluss von Bildung, Einkommen und Sprachregion auf Markentreue.

Quelle: ZVG

### 7. Kunden der Mobiliar und der Vaudoise würden für die gleichen Services auch mehr bezahlen – steigen nun die Prämien?

Mit 36 Prozent der Befragten ist eine grosse Anzahl an Personen bereit, einen Mehrpreis für ihre Versicherung zu bezahlen. Insbesondere im direkten Vergleich zu den eher preissensitiven Kunden der Nachbarländer ist dies ein erstaunlich hoher Anteil. Bei der Frage, für welche Versicherung die Befragten bereit wären, mehr als den Marktdurchschnitt zu bezahlen, schnitt die Mobiliar am besten ab. Dies gilt insbesondere für die Gruppe 60+, die in kleinen Haushalten in der ländlichen Deutschschweiz lebt. Die Westschweizer sind sich hingegen einig, dass sie einen Aufschlag auf den Marktdurchschnitt am ehesten bei der Vaudoise bezahlen würden. Allerdings lässt sich aus diesem Blickwinkel kaum argumentieren, dass die Prämien in Zukunft steigen werden.

### 8. Die Kunden möchten in Zukunft mehr Bankenprodukte über Versicherungskanäle erwerben

In unserer IFZ Versicherungsstudie 2020 haben wir analysiert, wie sich das zukünftige Wettbewerbsumfeld im Schweizer Markt voraussichtlich präsentieren wird. Über alle Sparten hinweg zeigte sich, dass Banken mit durchschnittlich 2,26 von fünf Punkten («1: Überhaupt keine Konkurrenz» bis «5: Sehr hohe Konkurrenz») tendenziell eher als zukünftige Kooperationspartner angesehen werden (n=116).

Interessanterweise stimmen die Bedürfnisse der Kunden mit dieser Einschätzung überein. Konkret

zeigen die Umfrageergebnisse, dass die befragten Personen zukünftig verschiedene Bankenprodukte über Versicherungskanäle erwerben möchten. Ein hohes Entwicklungspotenzial für Versicherer bergen diesbezüglich insbesondere Hypotheken und Anlagelösungen. Aus Sicht der Generalagenturen dürfte dies eine interessante Positionierungsmöglichkeit darstellen, da beide genannten Themen traditionell mit einer höheren Beratungsintensität verbunden sind. Zur Abdeckung des Bedarfs könnten beispielsweise bestehende Beratungskapazitäten für einfachere Produkte in diese beiden Themen umgelagert werden. Besonders viel Zuspruch für den Vertrieb von Bankprodukten über Versicherungskanäle findet sich in der Altersgruppe der 30- bis 45-Jährigen, wohingegen eher ältere Kunden (60 bis 75 Jahre) dies weniger wünschen. Darüber hinaus sind es vorrangig die besser gebildeten Personen, während es keine Rolle spielt, ob die Kunden in der Agglomeration oder in ländlichen Gebieten der Schweiz wohnen.

#### **THEMEN PER E-MAIL FOLGEN**

#IFZ Versicherungsstudie

 Folgen

#Generalagenturen

 Folgen

#Institut für Finanzdienstleistungen Zug IFZ

 Folgen

---