

# Qualitative + Quantitative Multiclientstudie Digitalisierung in der Versicherungsbranche



## Digitalisierung: Vom Umschwung zum Aufschwung Stimmungslage, Potenziale und Defizite aus Kundensicht

### Hintergrund und Zielsetzung

Von allen Seiten steigt der Digitalisierungsdruck in der Versicherungsbranche. Der Kundenwunsch, bestehende „analoge“ Kontaktwege mit digitalen Lösungen zu ergänzen, fördert das wachsende Angebot von digitalen und smarten Versicherungsanbietern. Hinzu kommt die aktuelle Corona Covid-19 Pandemie, die mit dem damit verbundenen Kommunikationswandel ebenfalls als **Treiber der Digitalisierung in der Versicherungsbranche** gesehen werden kann.

Wir analysieren die aktuelle Situation aus Sicht der Kunden und liefern Ihnen qualitative und quantitative Insights zu:

- ✓ Nutzungsgewohnheiten und Trends (Nachhaltigkeit, Apps, Social Media)
- ✓ Kundenwünsche und Probleme
- ✓ Aktuelle und zukünftige Anforderungen an die Versicherungsbranche
- ✓ Kontaktkanäle für Informationsbeschaffung und Vertragsabschluss
- ✓ Welche Rolle spielen Versicherungsvermittler und Makler
- ✓ Image der Branche - und wie hat sich dieses durch Corona Covid-19 verändert

**Lernen Sie die Bedürfnisse Ihrer Kunden und somit Ihre eigenen Potenziale und Chancen besser kennen. Nutzen Sie die gewonnenen Insights, um den aktuellen Digitalisierungsschub profitabel für sich zu nutzen!**

# Qualitative Module

## Digitalisierung in der Versicherungsbranche



### Studiendesign

- **4 Online-Focus Groups** mit je 5 Teilnehmern à 1,5 Stunden
- Stichprobenszusammensetzung:
  - **Privatkunden** mit Fokus auf den **jüngeren Altersgruppen** (18-29 und 30-45 Jahre)
  - Befragung von **Nutzern digitaler Vertriebs- und Informationskanäle** (keine Ablehner)
  - Alle Teilnehmer haben in den letzten 6 Monaten eine Versicherung online abgeschlossen
  - Auf Wunsch können wir Kunden Ihres Versicherungsunternehmens in die Stichprobe integrieren (im Rahmen der angesetzten Rekrutierungskriterien und -kosten unter Vorbehalt)

### Timing

- Durchführung der Focus Groups: 5 Tage
- Durchführung und Ergebnislieferung: 4. Quartal 2020

#### MODUL 1: Focus Groups

Generelle Bewertung der aktuellen Situation, Nutzungsgewohnheiten, Wünsche und Anforderungen

Wie wird die **aktuelle Situation** aus Kundensicht wahrgenommen? Welche **Nutzungsgewohnheiten** hat der Kunde und wie haben sich diese in Zeiten von Covid-19 verändert, insb. in Hinblick auf **Kommunikations- und Informationswege**? Welchen Anforderungen muss die Branche aktuell und auch zukünftig gerecht werden?

Modul 1\*  
3.600 €

#### MODUL 2: Individuelle Fragestellungen

Sie haben zusätzlich die Möglichkeit, **eigene Fragestellungen** zum Thema „Digitalisierung in der Versicherungsbranche“ zu platzieren.

Je  
Fragen-  
block  
(2-3  
Fragen)  
200 €



### Studiendesign

- **1.000 Online-Interviews repräsentativ**
- Stichprobe:  
**Millenials** im Alter von 24 bis 39 Jahren und **junge Familien**

#### Hintergrund:

Die **Millenials** sind heute zwischen Anfang 20 und Ende 30. Bereits 2020 wird diese Altersgruppe in Deutschland 20% aller Privathaushalte stellen.<sup>1</sup> Sie sind „Digital Natives“, die Nutzung digitaler Medien gehört zu ihrem täglichen Leben.

### Timing

- Durchführung: 4. Quartal 2020
- Ergebnislieferung: 6 Wochen nach Feldstart

<sup>1</sup> Quelle: e-tailment: **Drei Mythen über Millennials** 22.6.2020

### MODUL 3: Quantitative Online-Befragung

**1.000 Interviews repräsentativ** für die Zielgruppe der Millenials (24 bis 39 Jahre)

#### Wie ticken die **Millenials**?

Sie erhalten wertvolle **Insights** zu:

- ✓ Informationsbeschaffung
- ✓ Kontaktkanäle
- ✓ Abschluss von Versicherungen
- ✓ Versicherungs-Apps
- ✓ Social Media
- ✓ Marke und Image
- ✓ Nachhaltigkeit

**Modul 3\***  
3.750 €

### MODUL 4: Zusatzoption

Beurteilung des eigenen **Werbespots** (Assoziationen, Likes, Dislikes, Beurteilung)

#### Facebook, YouTube, Instagram, ...

Sie möchten wissen, wie Ihr Werbespot bei den **Millenials** ankommt?

#### Testen Sie Ihren Spot!

Was wird assoziiert? Was gefällt gut, was vielleicht weniger gut?

**Zusatzoption\*\***  
auf Nachfrage

\*Durchführung der Studie bei Beteiligung von mind. 4 Unternehmen

\*\*nur in Verbindung mit Modul 3

**Sie haben Interesse an den Studien oder Fragen dazu? Melden Sie sich gerne!**  
Ihre Ansprechpartner:

Sibylle Merten  
Senior Research Consultant  
Tel. 040 – 298 76 160  
versicherungsstudien@gdp-group.com

Christin Pflüger  
Research Consultant  
Tel. 040 – 298 76 138