



Akzeptanz von Services und Zusatzleistungen für Ökosysteme: Fokus auf Mobilität und Wohnen

Anmeldung zu den
Online-Konferenzen
auf Seite 8 und 9

Kundenmonitor Assekuranz:
Highlight 2/2024 „Ökosysteme“

Untersuchung zur Akzeptanz von Zusatzleistungen und Services der Versicherungsgesellschaften sowie deren Bündelung in Ökosystemen am Beispiel der Bereiche Mobilität und Wohnen

Hintergrund und Zielsetzung

Versicherungen sind ein undankbares Produkt. Man kann sie weder sehen noch anfassen und am besten ist es, wenn man sie überhaupt nicht benötigt. Daher sind Versicherungsgesellschaften seit langem darauf aus, die Kunden mit weiteren **„greifbaren“ Zusatz- oder Assistance-Leistungen** zu versorgen, und so die eigentlichen Versicherungsleistungen in vielerlei Richtungen auszuweiten und anzureichern.

Die Schaffung von Ökosystemen stellt nun die logische Weiterentwicklung der Assistance-Leistungen vor dem Hintergrund der zunehmenden Digitalisierung dar. Ökosysteme zielen darauf ab, den Kunden ein **umfassendes Dienstleistungserlebnis** zu bieten, das über das traditionelle Geschäftsmodell der Versicherer hinausgeht. Durch die Kooperation mit verschiedenen Anbietern schaffen Versicherer integrierte Angebote, die an die originären Dienstleistungen andocken und den Versicherer als kompetenten Anbieter weit über sein eigentliches Tätigkeitsfeld hinaus etablieren sollen.

Für den Kunden bedeutet dies, dass die Entscheidung für zusätzliche Leistungen erleichtert wird, da der Versicherer für die Qualität der Partner bürgt und möglicherweise auch finanzielle Vorteile bietet. Typische Beispiele hierfür sind die **Ökosysteme „Mobilität“ und „Wohnen“, die an originäre Leistungen wie Kfz-Versicherung und Hausrat- sowie Wohngebäude-Versicherung anknüpfen**. Diese werden in der vorliegenden Untersuchung eingehend analysiert. Andere Ökosysteme, wie Gesundheit und Recht, werden ebenfalls kurz umrissen.



Essenziell für den Erfolg eines Ökosystems ist die Akzeptanz der Kunden. Sind die Kunden überhaupt offen dafür, von dritter Seite Unterstützung in Anspruch zu nehmen? Und welche Bedeutung wird der Versicherungsgesellschaft in diesem Zusammenhang zugemessen?

Der aktuelle Stand und die Einstellungen in den Bereichen Mobilität und Wohnen werden detailliert dargestellt und Anknüpfungspunkte für ein konkretes Ökosystem herausgearbeitet

Untersuchungsinhalte des Highlights „Ökosysteme“

Kapitel 1: Einstellungen zu Service, Zusatzleistungen und Unterstützung Versicherer	Kapitel 2: Stellenwert Mobilität	Kapitel 3: Stellenwert Wohnen	Kapitel 4: Interesse an konkreten Zusatzleistungen und Ökosystemen
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Lebenszufriedenheit nach Bereichen ▪ Erwartete Entwicklung der Lebenszufriedenheit ▪ Unterstützungsinteresse bei Lebensereignissen ▪ Relevanz von Produkt-/Anbiereigenschaften ▪ Relevanz von Serviceleistungen ▪ Einstellungen zu Zusatzleistungen ▪ Selbstauskunft für personalisierte Angebote 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Aktuelle und zukünftige Nutzung von Mobilitätsformen ▪ Nutzung von Leih- und Mietfahrzeugen ▪ Autokaufplanung ▪ Finanzierungsplanung ▪ Einstellungen zur Mobilität ▪ Relevanz von Verkehrsmittel-Eigenschaften ▪ Zufriedenheit mit der Mobilitätssituation 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Art der Wohnung ▪ Aktuelle Wohnsituation ▪ Änderung der Wohnsituation in den nächsten Jahren ▪ Erwünschte Wohnsituation ▪ Anstehende Maßnahmen in Haus/Wohnung ▪ Unterstützungsinteresse bei Haus-/Wohnungsmaßnahmen ▪ Zufriedenheit mit der Wohnsituation 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Interesse an Services aus dem Bereich <u>Mobilität</u> ▪ Interesse an Services aus dem Bereich <u>Wohnen</u> ▪ Interesse an Services aus dem Bereich <u>Gesundheit</u> ▪ Interesse an Services aus dem Bereich <u>Recht</u> ▪ Interesse an einem Ökosystem des Versicherers ▪ Nutzungshäufigkeit eines Ökosystems ▪ Indikatoren für die Nutzung von Ökosystemen

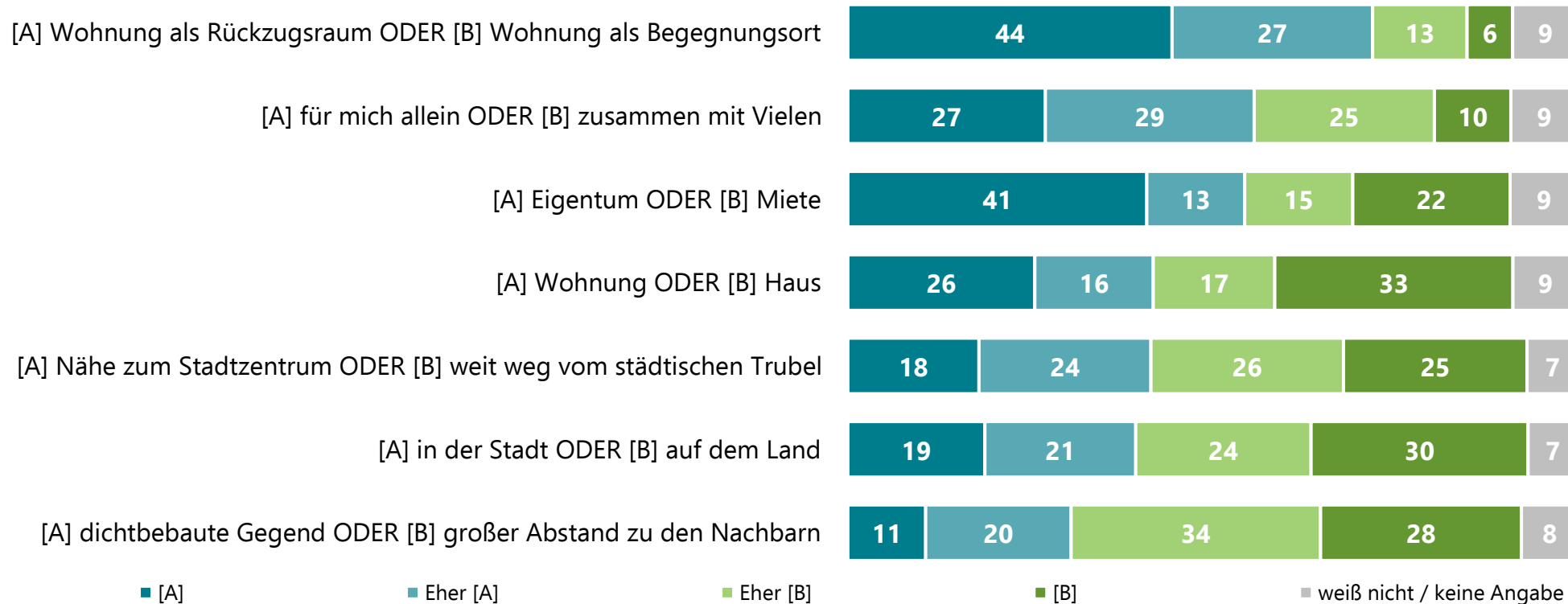


Fotos © pexels.com

Langfristig sehen die Menschen ihre Wohnung als Rückzugsraum und wünschen sich Abstand zu den Nachbarn

Erwünschte Wohnsituation in Zukunft: Übersicht

Wenn Sie einmal an die langfristige Zukunft denken: Wie möchten Sie in 10 Jahren leben?



Basis: n=2078, Angaben in %, Ranking nach Top2Box

Faktenbasierte Erfassung der Bereiche Wohnen und Mobilität mit konkreten Empfehlungen zur Gestaltung eines Ökosystems von Versicherern in puncto Angebot und Kommunikation

Stichprobe und Methodik



2.078 Entscheider und Mitentscheider

in Versicherungsangelegenheiten
zwischen

18 und 69 Jahren

im **Juni/Juli 2024** im Rahmen des
YouGov-Online-Panels mittels standardisierter
Online-Interviews befragt

Hochgerechnet auf die Gesamtbevölkerung
repräsentiert diese Stichprobe eine
Bevölkerungsgruppe von
50,8 Mio. Personen

Handlungsnaher Untersuchungsansatz

- Faktenbasierte Erfassung der aktuellen Wohn- und Mobilitätssituation in Kombination mit geplanten oder gewünschten Veränderungen der Situation. Einstellungen zu den Themen Wohnen und Mobilität sowie Akzeptanz und Zahlungsbereitschaft zu konkreten Services und Zusatzleistungen.
- Mittels umfassender Treiberanalysen werden die Ansatzpunkte für Versicherer in Bezug auf Angebot und Kommunikation eines Ökosystems detailliert herausgearbeitet.

Differenzierte Zielgruppenbetrachtung

- Ergebnisanalyse nach Altersgruppen, Geschlecht, Stand der Vorsorge und sofern bedeutsam anderer Zielgruppen
- Differenzierte Betrachtung der Select Typen, um entscheidungspsychologische Besonderheiten im Markt abzubilden
- Im Ergebnisworkshop (Option „Management-Advice“): Herausarbeitung zielgruppenspezifischer Strategien je nach thematischem oder vertrieblischem Schwerpunkt

„Ökosysteme“ ist eine Schwerpunktuntersuchung aus dem Kundenmonitor Assekuranz 2024

Überblick Kundenmonitor Assekuranz 2024

Kundenmonitor Assekuranz Basisbericht: Die Marktuntersuchung über den privaten Versicherungsmarkt in Deutschland	Kundenmonitor e-Assekuranz: Der Vertriebswege-Monitor	Schwerpunktthemen 2024
<p>Alle Basisdaten im Längs- und Querschnitt:</p> <ul style="list-style-type: none">▪ Produktbesitz▪ Reichweiten, Marktanteile (Gesamt und pro Sparte)▪ Anbindungsquoten (Cross-Selling-Quoten) und Bedarfsdeckungsquoten▪ Kundenbindung und Kundenzufriedenheit▪ Versicherungswechsel▪ Versicherungsmentalität <p>Darüber hinaus sind die vollständigen Wettbewerbsdaten der ca. 40 kundenstärksten Versicherer enthalten.</p>	<p>Der Kundenmonitor e-Assekuranz legt den Fokus auf das gesamte Vertriebswegespektrum und vertieft die Themen Online-Angebote der Versicherer und digitale Kontaktwege.</p> <ul style="list-style-type: none">▪ Vertriebswegeakzeptanz und -nutzung▪ Vertriebswegenutzung bei Neuabschlüssen▪ Nutzung des Internetangebots von Versicherern▪ Digitale Kontakte, Beratungen und Services▪ Online-Trends im Versicherungsmarkt	<p>Die Schwerpunktthemen 2024 wurden im Kreis der Bezieher abgestimmt :</p> <ol style="list-style-type: none">1. <u>Umgang mit Kündigungen und Beschwerden</u>2. Ökosysteme – Serviceerwartung und -akzeptanz: Schwerpunkte Mobilität und Wohnen3. Digitale Kommunikation unter Einsatz von KI4. Kundenbindung und Weiterempfehlung

* weitere Informationen schicken wir Ihnen auf Anfrage gerne zu

Vorstellung der Ergebnisse und Ableitung von Empfehlungen zur Marktbearbeitung in zwei Online-Konferenzen

Angebot für ManagerInnen im Marketing und Vertrieb – Anmeldeformular auf der Folgeseite

Für Produkt-Manager und **Business Developer** von Versicherer stellt Sirius Campus in zwei Online-Konferenzen neuste Erkenntnisse zu Kundenerwartungen und zum Absatzpotenzial für erweiterte Service- und Versicherungsleistungen zum Wohnen und zur Mobilität vor.

6. November von 14.00 bis 15.30 Uhr
Ökosystem Wohnen

5. Dezember von 10.30 bis 12.00 Uhr
Ökosystem Mobilität

Auch gut geeignet als
Fortbildungsveranstaltung: Anzahl
der Teilnehmer je Unternehmen
unbegrenzt.

In den Online-Konferenz beantwortet Sirius Campus folgende Fragen:

- Wie groß ist das **Potenzial** für erweiterte Versicherungen mit besonderen Zusatzleistungen? Welche **Zielgruppen** sind besonders affine?
- Welche **Trends** lassen sich seit 2019 im Markt ablesen?
- **Welche zusätzlichen Service- und Versicherungsleistungen** sind im Bereiche Wohnen bzw. Mobilität besonders **attraktiv**?
- **Wie und wo** können Versicherer ihre Kunden am besten für erweiterte Angebote in den Ökosystemen Wohnen und Mobilität **ansprechen**?

Im Workshop werden empirische Erkenntnisse aus dem Kundenmonitor Assekuranz Highlight „Ökosysteme: Schwerpunkte Mobilität und Wohnen“ und weiteren Untersuchungen vorgestellt und interpretiert. Durch die Verbindung mit Behavioral Science Ansätzen werden Handlungsfelder und Maßnahmen abgeleitet, die **Quick-Wins** und **Strategieempfehlungen** bereitstellen.

Anmeldung zu den Online-Konferenzen „Ökosystem Wohnen“ + „Ökosystem Mobilität“

Bitte als Scan an info@siriuscampus.de

Mit dem Ankreuzen bestelle ich verbindlich die Beratungsleistung (wie zuvor beschrieben)

Wähle die für euch passende Variante aus

Sirius Campus Kunden

Abonnenten des Kundenmonitor Assekuranz

0 €

Ökosystem Wohnen

Teilnahme an der **Online-Konferenz am 6.11.** und Bereitstellung des Berichts „**Ökosystem Wohnen**“ und Tabellenband

2.450 €

Ökosystem Mobilität

Teilnahme an der **Online-Konferenz am 5.12.** und Bereitstellung des Berichts „**Ökosystem Mobilität**“ und Tabellenband

2.450 €

beide Ökosysteme

Teilnahme an **beiden Online-Konferenzen** und Bereitstellung **beider Berichte „Ökosystem Wohnen“ „Ökosystem + Mobilität“** und Tabellenband

4.900 €



Hiermit akzeptieren wir die Angebotsbedingungen auf den folgenden Seiten.

Name:	Rechnungsadresse
Abteilung / Position:	Unternehmen:
Tel.:	Anschrift:
E-Mail:	PO#:
<i>Weitere Teilnehmer des bestellenden Unternehmens können per E-Mail zur Aufnahme in die Online-Konferenz bereitgestellt werden.</i>	Datum:
	Unterschrift:

Alle Preise verstehen sich zzgl. der ges. MwSt. und Reisekosten für Präsentationen

Angebotsbedingungen für Mehrbezieher-Untersuchungen

Angebotsbedingungen

Die Preise für die vorgestellte Marktuntersuchung beziehen sich nur auf die dargestellten Leistungen und dazugehörenden Bedingungen. Änderungen der Leistungen erfordern eine textliche Vertragsanpassung inkl. angepasster Leistungsbeschreibung und angepasstem Investitionsumfang für den Auftraggeber.

Die Rechte am konzeptionellen und methodischen Vorgehen inkl. spezifischer Analysekonzepte und Nutzung existierender Kunden-, Berater- oder Vermittlertypen liegen und verbleiben unbefristet bei der Sirius Campus GmbH.

Es gelten die gesetzlichen Bestimmungen für Gewährleistungen im Rahmen der projektbezogenen Leistungen für Beratung und Forschung. Die Sirius Campus GmbH haftet nicht für die Umsetzung von Handlungsempfehlungen durch den Auftraggeber für wirtschaftliche oder andere Zwecke des Unternehmens und möglicher Folgeschäden.

Diese Marktuntersuchung sowie alle einzelnen Untersuchungsergebnisse sind Eigentum der Sirius Campus GmbH.

Den Beziehern ist nur eine unternehmensinterne Verwendung der Untersuchungsergebnisse gestattet. Die Weitergabe an Dritte ist nicht gestattet.

- Einzelne Ergebnisse aus dem Bericht dürfen ohne Rücksprache mit Sirius Campus den Außendienstmitarbeitern (Ausschließlichkeitsvertrieb) des eigenen Unternehmens zur Verfügung gestellt werden. Dies gilt auch z. B. für Vertriebsmitarbeiter in kooperierenden Sparkassen. Dabei wird nicht die komplette Marktuntersuchung weitergeleitet, sondern nur Auszüge oder Einzelergebnisse.

Veröffentlichungen in der Presse sind nicht ohne Zustimmung durch Sirius Campus möglich.

Bei Fragen spricht uns gerne an

Kontakt



Christoph Müller

Gründer & Geschäftsführer

Christoph.Mueller@siriuscampus.de

Direkt: +49 152 38 24 66 44



Dr. Oliver Gaedeke

Gründer & Geschäftsführer

Oliver.Gaedeke@siriuscampus.de

Direkt: +49 152 38 24 66 40

Entscheidungsprozesse mit Behavioral Economics optimieren und Erfolge ernten

Über Sirius Campus

Select Typen **jetzt** auch in der b4p-Mediaanalyse und mds-Online-Zählmaschine



Wirksame Angebote entwickeln



Kunden entschieden machen



Aufmerksamkeitsstarke Ansprache gestalten



Kauf- und Preisbereitschaft steigern



Absatz und Ertrag steigern



Verkaufst du noch oder gestaltest du schon den Entscheidungsprozess deiner Kunden?