

Erwartungen an die Kundenansprache, -beratung und -betreuung durch Agentur, Makler, Bankvertrieb und Zentrale

Highlight 4/2025
aus dem Kundenmonitor Assekuranz

Die Untersuchung gibt einen ausführlichen Überblick über die Erwartungen von Versicherungskunden an Vermittler und Zentralen in Bezug auf Ansprache, Beratung und Betreuung

Hintergrund und Zielsetzung

Kundenberatung und Kundenbetreuung waren in den vergangenen Jahren immer wieder zentrale Themen der Highlight-Berichte des Kundenmonitors Assekuranz. Im vorliegenden Bericht werden zahlreiche Fragestellungen aus den Jahren 2017 bis 2022 erneut aufgegriffen und gemeinsam betrachtet. Der Längsschnitt zeigt so die konkreten Entwicklungen rund um Beratung und Betreuung auf.

Dies ist insbesondere vor dem Hintergrund der Corona-Jahre 2020 bis 2022 von Bedeutung. In dieser Zeit kam es zu deutlichen Verschiebungen in der Akzeptanz und Präferenz verschiedener Kommunikations- und Betreuungsformen. Der persönliche Kontakt gewann damals stark an Bedeutung. Mittlerweile haben sich die Relevanzen erneut verschoben – wie auch der zurückliegende Schwerpunktbericht 3/2025 „Kundenanforderungen und -begeisterung“ eindrucksvoll zeigt. Zugleich haben sich digitale Kommunikationsformen wie Online-Kundenportale oder Video-Calls fest etabliert. Hinzu kommt in den letzten beiden Jahren die rasante Weiterentwicklung digitaler KI-Assistenten. Es gibt also reichlich Anlass, die Erkenntnisse auf den aktuellen Stand zu bringen.



Auch neue Themen sind hinzugekommen – unter anderem ein Block zur Relevanz von Flexibilität in Versicherungen sowie Vertiefungsfragen zur Nutzung und Bewertung von KI-Assistenten in der Beratung.

Die Einstellungen, Präferenzen und Erfahrungen der Kunden werden in vier Kapiteln detailliert dargestellt.

Untersuchungsinhalte des Highlights „Kundenansprache und -beratung “

Kapitel 1: Kundenbeziehung und Kundenansprache	Kapitel 2: Einstellungen zu Beratung und Beratungsbedarf	Kapitel 3: Digitalisierung in der Beratung	Kapitel 4: Versicherungsvertrieb durch Banken oder Sparkassen
▪ Zufriedenheit mit dem Vermittler / der Gesellschaft ▪ Kontakthäufigkeit durch Vermittler / Versicherer ▪ Beurteilung der Kontakthäufigkeit ▪ Akzeptanz der Ansprache durch den Vermittler / Versicherer ▪ Wunsch nach Initiative des Vermittlers / der Gesellschaft ▪ Treue zum Vertreter oder zur Gesellschaft	▪ Anforderungen an die Beratung ▪ Bedarf an persönlicher Beratung ▪ Entwicklung des persönlichen Beratungsbedarfs ▪ Gründe für rückläufigen und gestiegenen Beratungsbedarf ▪ Anforderungen an Flexibilität	▪ Einstellung zu KI in der Beratung ▪ Nutzung von KI-Assistenten ▪ Nutzungshäufigkeit einzelner KI-Assistenten ▪ Akzeptanz neuer Medien in der Beratung ▪ Nutzungserfahrung neuer Medien in der Beratung ▪ Anforderung an eine Agentur-/Makler-/Versichererhomepage	▪ Einstellung zum Bankenvertrieb ▪ Für Bankenvertrieb infrage kommende Verträge ▪ Betroffenheit vom Filialsterben ▪ Bewertung des Filialsterbens ▪ Treue zum Berater oder zur Marke



© Fotos: Canva

Kundenanforderungen an Inhalte von Agentur-Homepages deutlich gestiegen – Digitale Beratungswege gewinnen an Akzeptanz

Pressemitteilung vom 19.03.2026

Versicherungskundinnen und -kunden stellen deutlich höhere Anforderungen an die Inhalte von Agentur-Homepages als noch vor wenigen Jahren. Neben Kontaktdaten und Produktinformationen erwarten sie heute vor allem digitale Services wie Online-Schadenmeldungen, Terminvereinbarungen oder Rückruf-Funktionen.

Während 2021 noch die persönliche Vorstellung des Vermittlers und seines Teams im Vordergrund stand, sind heute funktionale Online-Angebote entscheidend. Auffällig: Diese Erwartungen sind längst kein Generationenthema mehr – die Unterschiede zwischen jüngeren und älteren Kunden sind gering.

Persönliche Beratung bleibt dominant – Skepsis gegenüber KI in der Beratung

Trotz wachsender Akzeptanz digitaler Kontaktwege bleibt die persönliche Beratung in der Agentur die bevorzugte Beratungssituation: 70 Prozent der Versicherungskundinnen und -kunden können sich diese Form der Beratung vorstellen – wenn auch mit rückläufiger Tendenz (2016: 83%). Gleichzeitig gewinnen digitale Formate an Bedeutung: Besonders stark steigt die Akzeptanz der Beratung per Chat auf der Homepage (+13 Prozentpunkte) sowie per Video-Call am PC oder Laptop (+12 Prozentpunkte).

Beim Einsatz Künstlicher Intelligenz in der Versicherungsberatung überwiegt weiterhin die Skepsis. Nur eine Minderheit erkennt aktuell einen klaren Nutzen. Zwar zeigt sich jeder Vierte (26%) grundsätzlich offen für KI in der Beratung, und 18 Prozent können sich sogar eine vollständig KI-basierte Beratung vorstellen – breite Akzeptanz ist jedoch nicht in Sicht“.

Wunsch nach proaktiver Ansprache weiter rückläufig

Der Wunsch nach aktiver Information durch Versicherer oder Vermittler nimmt weiter ab. 2019 erwarteten noch 50 Prozent, dass sie proaktiv zu neuen Produkten, Services oder Gesetzesänderungen angesprochen werden, 2022 waren es 45 Prozent – Ende 2025 nur noch 38 Prozent. Vergleichsweise hoch ist der Wunsch nach proaktiver Information noch bei Maklerkunden (45%). Besonders ausgeprägt ist er beim Select-Typ „Partner“ (51%), während der „Eigenständige“, der viele Versicherungsangelegenheiten online erledigt, nur zu 25 Prozent proaktive Informationen erwartet. Soziodemografische Unterschiede (Alter, Einkommen, Geschlecht) spielen dabei kaum eine Rolle.

Vertreterkunden sind zunehmend an den Versicherer gebunden

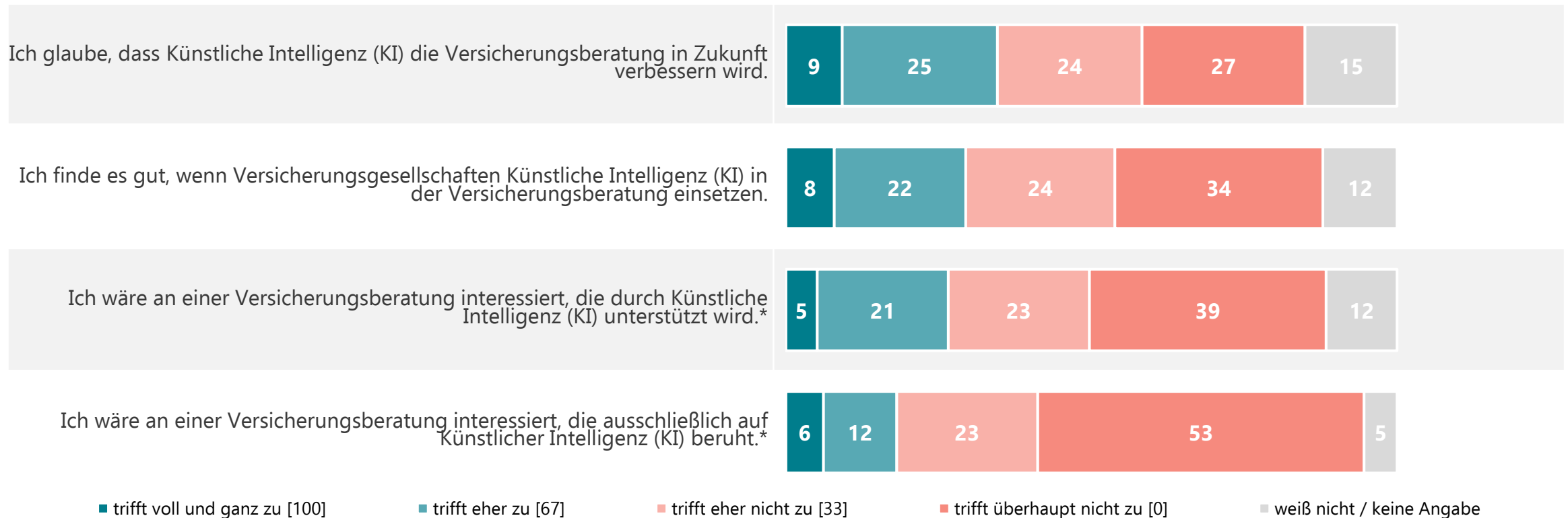
Die Bereitschaft, mit dem Vertreter die Gesellschaft zu wechseln, lässt nach. 22 Prozent aller Vertreterkunden würden ihrem Vertreter ohne Wenn und Aber die Treue halten, wenn dieser zu einer anderen Versicherungsgesellschaft wechseln würde. Das sind 8 Prozentpunkte weniger als noch 2017. Auf der anderen Seite ist der Anteil derjenigen, die auf jeden Fall bei ihrer Versicherungsgesellschaft bleiben würden, von 22 Prozent auf 29 Prozent gestiegen.

Trotz dieser Entwicklungen stehen Vermittler weiterhin hoch im Kurs: Über 70 Prozent der Kunden sind mit Freundlichkeit, Kompetenz und Unterstützung im Schadenfall sehr zufrieden. Gleichzeitig verändern sich die Erwartungen: Gefragt ist ein integriertes Kundenerlebnis aus persönlicher Beratung und leistungsfähigen Online-Services, perspektivisch ergänzt durch KI-basierte Angebote.

Aktuell ist nur eine Minderheit vom aktuellen und zukünftigen Nutzen vom KI-Einsatz in der Beratungssituation überzeugt

Einstellung zu KI in der Beratung: Übersicht

Immer mehr Versicherer setzen Künstliche Intelligenz (KI) in der Beratung ein. Wir möchten gerne Ihre Meinung dazu erfahren. Inwiefern treffen die folgenden Aussagen auf Sie zu?



Basis: n=2.166, Angaben in %, Ranking nach Top2Box, *Basis; jeweils halbe Stichprobe

Neben den drei personengebundenen Vertriebswegen (Vertreter, Makler und Bankvertrieb) steht auch die Analyse der direkten Betreuung durch die Gesellschaft im Fokus der Untersuchung

Stichprobe und Methodik



2.166 Entscheider und Mitentscheider

in Versicherungsangelegenheiten
zwischen

18 und 69 Jahren

im **September/Oktober 2025** 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

Erlebensnaher Untersuchungsansatz

- Umfassender Überblick über die Anforderungen an Ansprache, Beratung und Betreuung durch Vertreter, Makler, Bankvertrieb sowie direkt durch die Gesellschaft.
- Zahlreiche Längsschnittmessungen zeigen objektiv Entwicklungen der letzten Jahre auf – unbeeinflusst von subjektiven Einschätzungen der Befragten.

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 vertrieblichem Schwerpunkt

„Kundenansprache und -beratung“ ist eine Schwerpunktuntersuchung aus dem Kundenmonitor Assekuranz 2025

Überblick Kundenmonitor Assekuranz 2025

Kundenmonitor Assekuranz Basisbericht: Die Marktuntersuchung über den privaten Versicherungsmarkt in Deutschland	Kundenmonitor e-Assekuranz: Der Vertriebswege-Monitor	Schwerpunktthemen 2025
Alle Basisdaten im Längs- und Querschnitt: ▪ Produktbesitz ▪ Reichweiten, Marktanteile (Gesamt und pro Sparte) ▪ Anbindungsquoten (Cross-Selling-Quoten) und Bedarfsdeckungsquoten ▪ Kundenbindung und Kundenzufriedenheit ▪ Versicherungswechsel ▪ Versicherungsmentalität Darüber hinaus sind die vollständigen Wettbewerbsdaten der ca. 40 kundenstärksten Versicherer enthalten.	Der Kundenmonitor e-Assekuranz legt den Fokus auf das gesamte Vertriebswegespektrum und vertieft die Themen Online-Angebote der Versicherer und digitale Kontaktwege. ▪ Vertriebswegeakzeptanz und -nutzung ▪ Vertriebswegenutzung bei Neuabschlüssen ▪ Nutzung des Internetangebots von Versicherern ▪ Digitale Kontakte, Beratungen und Services ▪ Online-Trends im Versicherungsmarkt	Die Schwerpunktthemen 2025 wurden im Kreis der Bezieher abgestimmt : 1. Kundenportale 2. Image und First-Choice 3. Kundenanforderungen und -begeisterung 4. Kundenansprache und -beratung durch Agentur, Makler, Bankvertrieb und Zentrale

Bildung zahlt sich aus: Die zentralen Erkenntnisse dieser Untersuchung vermitteln wir in Online-Workshops an euer Team

Angebot für einen interaktiven Online-Workshop

Behavioral Economics hat auch festgestellt, dass Lesen anstrengend ist und schnell ermüdet.

Dagegen bleiben aktivierende Vorträge und Präsentationen dann im Kopf, wenn **klare und einfache Antworten auf die drängendsten Fragen** geliefert werden.

Viele unserer Kunden nutzen regelmäßig die Chance, über Teams oder vergleichbare Online-Tools die **zentralen Anpacks aus unserer Untersuchung** in das Unternehmen zu tragen.

Unsere **Handlungsempfehlungen zu den spezifischen Herausforderungen** entfalten ein zusätzliches Potenzial, Kommunikation und Vertriebsprozesse zu optimieren.

Sprecht uns für eine Terminfindung und Abstimmung der Inhalte gerne an.



KI-Strategien im Versicherungsvertrieb

Biotische Interviews bei Kunden und Nutzerberichte von Vermittlern

Angebot für die Teilnahme an einer Online-Konferenz am **25. März 2026**, 14:00 – 15.30 Uhr (oder nach Absprache)

- **KI-Nutzung von Kunden**

Wie suchen Kunden nach Versicherungen?

- **Nutzung von KI-Ergebnissen**

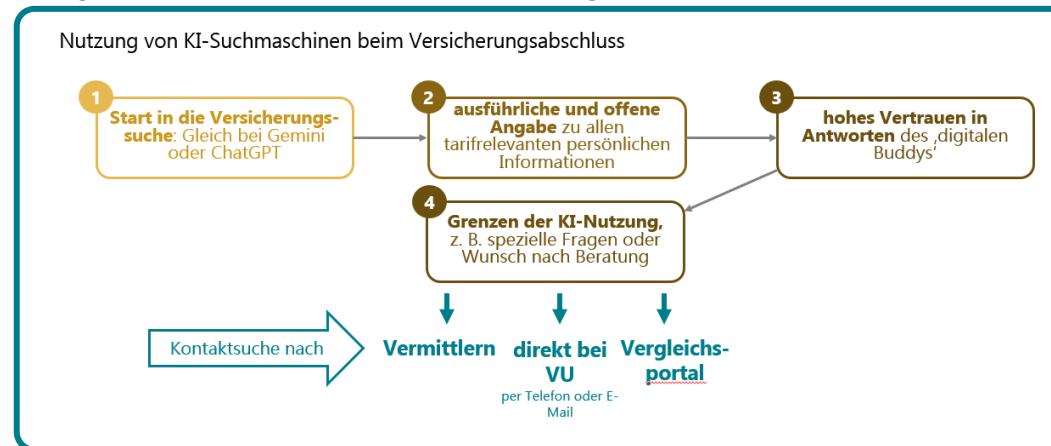
Wie reagieren Kunden auf KI-Vorschläge zu Versicherungsprodukten und -anbietern?

- **KI als Promotor für Vermittler**

Wie funktioniert die Kontaktsuche von Kunden? Welche KI-Anwendungen sind für Vermittler gewinnbringend?

- **Wirksame KI-Strategie im Versicherungsvertrieb**

Empfehlungen für GEO und KI-Anwendungen für Vermittler



Bestelloptionen:

- **Teilnahme für 5 Personen eines Unternehmens**
- Online-Workshop inkl. Vorstellung von Video-Clips
- **mit Handout**
- **1.900 Euro zzgl. MwSt.**



Servicebarometer Assekuranz 2025 – Kundenerlebnisse im Servicekontakt – Benchmark für Nachkontaktbefragungen

Angebot für eine Benchmark-Untersuchung für Service-Nachkontaktbefragungen

Die Untersuchung beinhaltet **trennscharfe Auswertungen zu acht Servicekontakten** in den letzten 6 Monaten entlang der Erlebnisfelder **Kommunikation, Prozess, Beziehung, Unterstützung** und **Führung**

Anbahnung
ohne
Abschluss

Schaden-
regulierung

Vertrags-
informationen

Reklamation /
Beschwerde

Vertrags-
abschluss

Leistungs-
regulierung

Vertrags-
anpassung

Kündigung

Treiber

**Markenbegeisterung:
NPS / KBI**

**Angebotsimage:
Zufriedenheit mit
Produktqualität,
Preis, Service**

Analyse von über 7.000 Servicekontakten in den letzten 6 Monaten
Erhebungszeitraum Oktober – November 2024 – jährliche Wiederholung

▪ Bestelloptionen

- Einzelberichte zu den 8 Servicekontakten
- Jahresabo
- Einbindung eigener Nachkontaktbefragungen
- Investitionen ab 4.900 € zzgl. der ges. MwSt.

Für mehr Informationen zur Untersuchung auf den Flyer klicken oder kontaktiert uns gerne über:

info@siriuscampus.de, Direkt: +49 (0) 221 38 24 66 40



Bestellung der Marktuntersuchung „Kundenansprache und -beratung“ aus dem Kundenmonitor Assekuranz 2025

Bitte als Scan an info@siriuscampus.de

Mit dem Ankreuzen bestelle ich verbindlich die folgende Ergebnislieferung der oben genannten Untersuchung

Auswahl aus drei Varianten

Market Profile

Untersuchungsbericht
„**Kundenansprache und -beratung**“
inkl. Management Summary

☐ 5.200 €

Management Advice

Untersuchungsbericht
„**Kundenansprache und -beratung**“
inkl. Management Summary
+
Individuell vorbereiteter **Ergebnisworkshop**
(persönlich oder online) inkl.
Handlungsempfehlungen

☐ 6.700 €

Focus Service Levels

Untersuchungsbericht
„**Kundenansprache und -beratung**“
inkl. Management Summary
+
Einzelbericht zu einem Servicekontakt nach Wahl
aus dem „**Servicebarometer Assekuranz 2025**“
(Regelpreis 4.900 €)

☐ 9.200 €

bitte
ankreuzen

☐ Hiermit akzeptieren wir die Angebotsbedingungen auf den folgenden Seiten.

Name, Vorname:	E-Mail:
Abteilung / Position:	Tel.:
Unternehmen:	Unterschrift:
Straße, Nr.:	Stempel:
PLZ Ort:	Datum:

*Alle Preise verstehen sich zzgl. der ges. MwSt.

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



www.siriuscampus.de und www.select-typen.de

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