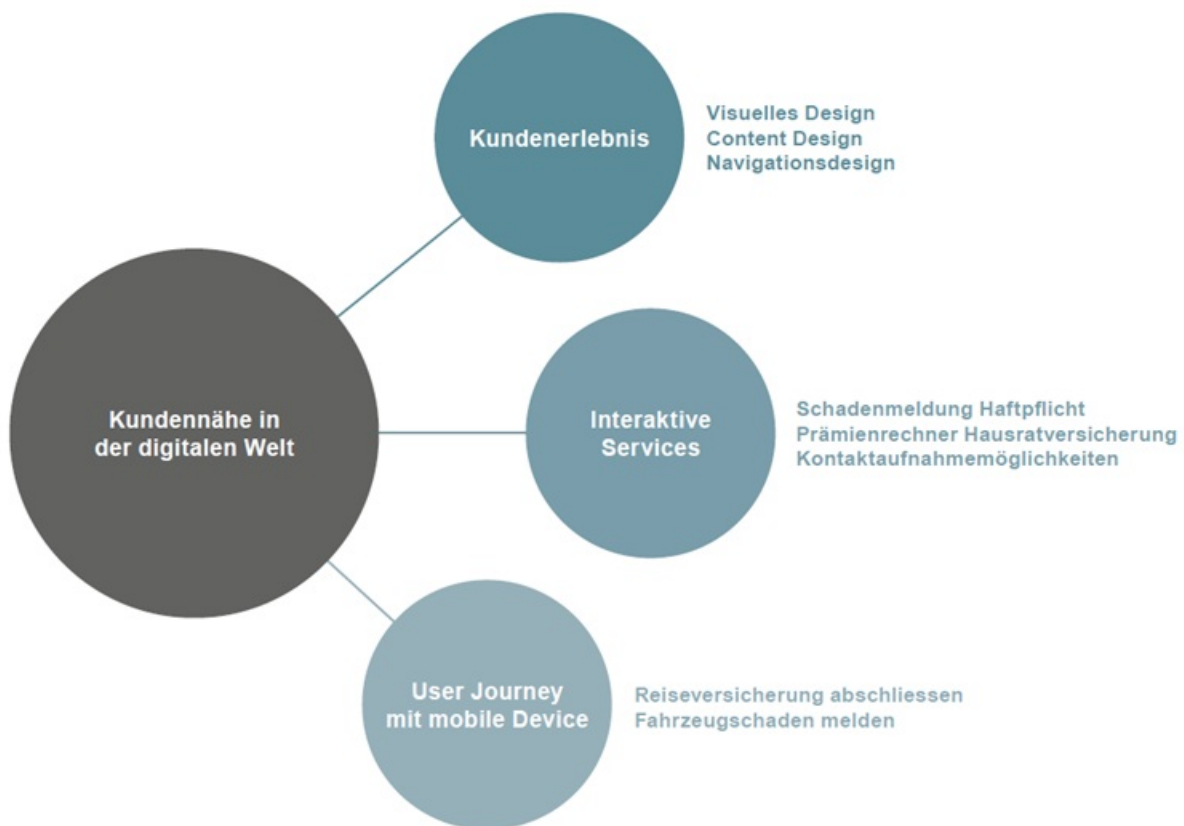




Insurance Benchmark 2016: Versicherungen kommen ihren Kunden digital näher

München, 23. Juni 2016 - Mit dem Insurance Benchmark 2016 untersucht Unic, führender Anbieter von integrierten E-Business-Lösungen, die digitale Kundennähe der 16 größten Versicherungen in der Schweiz und Deutschland. Der Bewertung liegt zugrunde, dass sich die digitale Kundennähe aus den Dimensionen Kundenerlebnis, Interaktivität und Mobile User Journey zusammensetzt. Wie der Benchmark zeigt, sind die untersuchten Schweizer Versicherungsunternehmen in ihrer digitalen Transformation und der Orientierung am modernen Kunden den deutschen voraus.



„Versicherungen sind gefordert, jederzeit zu wissen, wo ihr Kunde steht, was ihn antreibt und was ihn beschäftigt. Nur so können sie mit dem schnellen Wandel Schritt halten und wichtige Wettbewerbsvorteile sichern“, so **Gerrit Taaks, Chief Market Development Officer und Partner von Unic**. „Innerhalb eines Jahres haben die von uns untersuchten deutschen und Schweizer Versicherungsunternehmen ihre Services weiter digitalisiert und sich stärker an den Bedürfnissen der Kunden orientiert. An der einen oder anderen Stelle besteht jedoch noch Potenzial.“

Visuelles Design: Emotionale Erlebniswelten in greifbarer Nähe

Im Bereich visuelles Design haben sich viele Schweizer Versicherungen stark weiterentwickelt und ihre Website visuell dem Brand angepasst. Mittels großformatiger Bilder nehmen sie den Kunden mit in eine emotionale Erlebniswelt. Bei den insgesamt neun untersuchten deutschen Versicherungsunternehmen fiel auf, dass viele Webauftritte überladen wirken, worunter Benutzerführung und Nutzerorientierung leiden. Im Bereich Kundenerlebnis durch visuelles Design konnten insbesondere AXA Winterthur und Zurich Schweiz überzeugen, da es ihnen gelingt, eine Balance zwischen Strukturierung und Emotionalität herzustellen.

Content Design: Reine Kundenorientierung noch nicht abgeschlossen

Alle untersuchten Dienstleister gestalten ihre Inhalte sehr verständlich und nutzerfreundlich. Jedoch werden nur bei Wenigen Texte durch multimediale Inhalte wie Videos, Infografiken und Animationen ergänzt. Hier haben sowohl die Deutschen als auch die Schweizer Nachholbedarf. Dem Kunden wird die Navigation durch die Websites und Angebote einfach gemacht und alle untersuchten Versicherungen haben eine klare Struktur entwickelt, die nachvollziehbar, verständlich und erwartungskonform ist. In diesem Bereich konnten Generali Schweiz, Basler Versicherung und HUK-COBURG überzeugen.

Interaktive Services: Selfservice-Funktionen bringen bessere Kontrolle

Die Schweizer Versicherungen kommen dem Kundenbedürfnis nach mehr Selbstbedienung und Convenience nach. Die Serviceorientierung in der digitalen Welt ist bei allen sieben Dienstleistern sehr hoch. Bei den deutschen Versicherungen besteht hier jedoch noch Nachholbedarf. Der Zugang zu Formularen und Informationen wird dem Kunden hier zum Teil sehr schwer gemacht. Die Schadenmeldeformulare und der Prämienrechner konnten bei der AXA Winterthur und der Zurich Schweiz überzeugen.

Mobile User Journey: Nur wenige bieten ein durchgängiges Erlebnis

Alle untersuchten Schweizer Versicherungen bieten ihren Kunden eine einwandfreie endgeräteunabhängige Darstellung der Services an. Der Reifegrad der mobilen Webseiten bei deutschen Versicherungsunternehmen ist deutlich weniger fortgeschritten.

Die vollständigen Ergebnisse des vierten Insurance Benchmark von Unic erhalten Sie hier:

<http://magazin.unic.com/2016/06/16/studie-kundennaeh-e-von-versicherern-in-der-digitalen-welt-benchmark-2016/>

Hinweis an die Redaktionen:

Falls Sie Interesse an einem tiefergehenden Gespräch zum Insurance-Benchmark 2016 mit Unic haben, dann melden Sie sich gerne bei uns telefonisch unter 089 242 038 0 oder per Mail an unic@eloquenza.de.

Über Unic

Unic ist ein europaweit führender Anbieter von integrierten E-Business-Lösungen. Gemeinsam mit unseren Kunden identifizieren und nutzen wir die strategischen Chancen in der digitalen Welt, um eine durchgängige Customer Journey mit einem einzigartigen Erlebnis zu schaffen.

1996 in der Schweiz gegründet, entwickeln heute 250 Mitarbeitende in den Bereichen Digital Marketing und Digital Commerce interaktive Lösungen, die das Kundenerlebnis in den Mittelpunkt stellen. An den Standorten in Bern, Karlsruhe, München, Wien und Zürich sowie im Entwicklungszentrum in Wrocław setzen wir uns engagiert für die Wünsche und Anforderungen unserer Kunden ein. Dazu arbeiten die Kompetenzen für Beratung, Kreation, Umsetzung und Betrieb Hand in Hand.

Ausgewählte Kunden sind Audi, Bridgestone, BEKB (Berner Kantonalbank), Caritas, Coca-Cola, Coop, Credit Suisse, Die Schweizerische Post, Feller, HORNBACH, JURA, Kanton Bern, Mammüt, Manor, Ochsner Sport, PKZ, Rhätische Bahn, SBB, SWISS, Swisscom, UBS, Universität St. Gallen (HSG), Victorinox und Zürich Versicherungs-Gesellschaft AG.

<http://www.unic.com>

Medienkontakt

Nicole Buri, Senior Marketing Manager

Tel. +41 44 560 12 12

nicole.buri@unic.com

Pressekontakt

Eloquenza pr

Ina Rohe/Amelie Nägelein

Emil-Riedel Straße 18

80538 München

Tel.: 089 242 038 0

E-Mail: unic@eloquenza.de