



Millennials mögen's möglichst unkompliziert

Für 45,1 Prozent der Millennials ist eine verständliche Erklärung der Produkte das ausschlaggebende Kriterium beim Abschluss einer Versicherung. Zu diesem Ergebnis kommt eine repräsentative Studie der Nürnberger Versicherung und des F.A.Z-Instituts.

Auch sind die Lebensentwürfe der Millennials flexibler als die der vorherigen Generationen, wodurch sich die Bedürfnisse im Hinblick auf versicherungsrelevante Themen verändert haben und auch weiterhin verändern werden.

Dr. Armin Zitzmann, Vorstandsvorsitzender der Nürnberger Versicherung, zu den Ergebnissen:



Ehrlichkeit und Transparenz

Millennials wissen ganz genau, was die Branche tun muss, um für diese Zielgruppe attraktiver zu werden: An erster Stelle stehen die Themen Ehrlichkeit und Transparenz im Hinblick auf die Beratung und die Ausgestaltung der Produkte.

Preisgestaltung und Komplexität

Darüber hinaus spielt bei jungen Menschen auch die Preisgestaltung bei Vorsorge- und Absicherungsprodukten eine Rolle. Viele wünschen sich entweder ein besseres Preis-Leistungs-Verhältnis oder einfach günstigere Vorsorgeprodukte mit einer höheren Rendite.

Millennials bewerten außerdem beim Abschluss von Versicherungen die Komplexität der Produkte und deren Beschreibungen in oftmals umfangreichen Vertragsunterlagen kritisch. Sie möchten, dass die Anbieter ihnen die Produkte und die damit verbundenen Leistungen so erklären, dass sie die Zusammenhänge auch verstehen und dabei die Kommunikation so einfach und knapp wie möglich gestalten.

Kommunikation und Onlinenutzung

Ein weiterer entscheidender Faktor ist die Kommunikation. 39,9 Prozent möchten von den Versicherern altersgerecht und individuell angesprochen werden, so dass es für sie persönlich passt. Sie fordern eine stärkere Orientierung der Versicherungswirtschaft an der Zielgruppe.

Hierzu zählen neben einem moderneren und jüngeren Image der Branche auch die Berücksichtigung der individuellen Kundenbedürfnisse sowie die Entwicklung spezifischer Produkte, die auf die veränderten Biographien und Karrierewege der jungen Generation zugeschnitten sind.

Überraschend fallen die Studienergebnisse hinsichtlich der Onlinenutzung dieser Generation aus: nur 12,8 Prozent der

Millennials würden ihre Versicherungen am liebsten nur noch digital abschließen.

<https://www.experten.de/2018/06/11/millennials-nur-jeder-dritte-mit-bu/>

<https://www.experten.de/2018/05/16/millennials-angst-vor-altersarmut-und-gewalt/>

Bild: © nenetus / fotolia.com

Versicherungs- und Finanznachrichten

expertenReport



<https://www.experten.de/id/4945452/millennials-moegens-moeglichst-unkompliziert/>