



Digitale Ansprache wird Pflicht: Kunden erwarten Services statt Selbstdarstellung

Michael Fiedler

Digitale Services verdrängen klassische Inhalte auf Vermittler-Webseiten – und das generationenübergreifend. Eine aktuelle Sirius-Campus-Studie zeigt: Kunden erwarten weniger Ansprache, aber mehr Funktionalität. Für Vermittler verschiebt sich damit der entscheidende Wettbewerbspunkt.

Funktion schlägt Persönlichkeit: Erwartungen an Agentur-Websites steigen

Versicherungskunden stellen heute deutlich höhere Anforderungen an die Inhalte von Agentur-Homepages als noch vor wenigen Jahren. Während früher vor allem die persönliche Vorstellung des Vermittlers und seines Teams im Vordergrund stand, rücken inzwischen konkrete digitale Services in den Fokus. Erwartet werden vor allem praktische Funktionen wie digitale Schadenmeldungen, einfache Terminvereinbarungen oder direkte Rückrufmöglichkeiten. Auffällig ist dabei: Diese Entwicklung ist längst kein Generationenthema mehr. Unterschiede zwischen jüngeren und älteren Kunden fallen kaum ins Gewicht. Die Ergebnisse basieren auf einer Marktuntersuchung von Sirius Campus mit 2.166 repräsentativen Online-Interviews unter Versicherungsentscheidern im Oktober 2025.

Persönliche Beratung bleibt – verliert aber an Exklusivität

Trotz wachsender digitaler Angebote bleibt die persönliche Beratung weiterhin ein zentraler Bestandteil der Kundenbeziehung. Rund 70 Prozent der Befragten können sich diese Form der Beratung grundsätzlich vorstellen – allerdings mit rückläufiger Tendenz im Vergleich zu früheren Jahren. Parallel dazu gewinnen digitale Beratungsformate deutlich an Bedeutung. Insbesondere Chat-Angebote auf der Homepage sowie Video-Beratungen über PC oder Laptop werden zunehmend akzeptiert. Die Entwicklung deutet weniger auf eine Verdrängung als vielmehr auf eine Ergänzung hin: Beratung wird hybrider.

KI bleibt vorerst Ergänzung, nicht Ersatz

Beim Einsatz von Künstlicher Intelligenz zeigt sich weiterhin Zurückhaltung. Zwar ist etwa ein Viertel der Kunden grundsätzlich offen für KI-gestützte Beratung, und ein kleinerer Teil kann sich sogar vollständig automatisierte Lösungen vorstellen. Von einer breiten Akzeptanz ist der Markt jedoch noch entfernt. KI wird damit aktuell eher als

unterstützendes Element wahrgenommen – nicht als Ersatz für persönliche Beratung.

Weniger Wunsch nach Ansprache – mehr Eigensteuerung

Auffällig ist zudem der rückläufige Wunsch nach proaktiver Information durch Versicherer oder Vermittler. Während noch vor wenigen Jahren etwa die Hälfte der Kunden aktiv angesprochen werden wollte, ist dieser Anteil inzwischen deutlich gesunken. Besonders zurückhaltend zeigen sich Kunden, die ihre Versicherungsangelegenheiten weitgehend selbstständig online organisieren. Gleichzeitig bleibt bei Maklerkunden ein vergleichsweise höheres Interesse an Information bestehen.

Bindung verschiebt sich: Vertreter verlieren an Wechselkraft

Auch bei der Kundenbindung zeigen sich Veränderungen. Die Bereitschaft, einem Vertreter beim Wechsel der Gesellschaft zu folgen, nimmt ab. Gleichzeitig steigt der Anteil der Kunden, die ihrer Versicherungsgesellschaft treu bleiben möchten. Das spricht für eine stärkere Markenbindung der Versicherer und deutet darauf hin, dass die Rolle des Vermittlers im Entscheidungsprozess neu austariert wird.

Integriertes Kundenerlebnis wird zum Maßstab

„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“, sagt Christoph Müller, Geschäftsführer von Sirius Campus.

Sichtbarkeit allein reicht nicht mehr

Die Ergebnisse zeigen eine klare Verschiebung: Weg von reiner Selbstdarstellung, hin zu konkretem Nutzen. Vermittler-Webseiten werden zunehmend als funktionale Schnittstelle bewertet – nicht als digitale Visitenkarte. Wer hier keine passenden Services anbietet, riskiert, im Entscheidungsprozess schlicht nicht mehr stattzufinden.

Versicherungs- und Finanznachrichten

expertenReport



<https://www.experten.de/id/4948930/Digitale-Ansprache-wird-Pflicht-Kunden-erwarten-Services-statt-Selbstdarstellung/>