

Pressemitteilung

Website-Analyse: Wie den Versicherern die Verknüpfung von Produktangebot und Nachhaltigkeit gelingt

Köln, den 15. April 2024 – Im Zeitraum Oktober 2023 bis Januar 2024 hat die Assekurata Solutions GmbH im Rahmen eines Desk-Researchs die 25 größten Versicherer unter die Lupe genommen, um herauszufinden, inwieweit es den Unternehmen gelingt, das Thema Nachhaltigkeit transparent auf ihren Websites darzustellen. Der Fokus der Untersuchung lag zunächst auf den Produkten der Versicherer.

Ausgangslage ist komplex

Versicherungsunternehmen arbeiten derzeit intensiv daran, ihr Produktportfolio nachhaltig(er) zu gestalten. Wie Assekurata 2023 in der Studie „Nachhaltigkeit der Versicherer aus Kundensicht“ bereits herausgestellt hat, legen Kunden großen Wert auf Nachhaltigkeit bei der Auswahl von Versicherungsprodukten und viele informieren sich regelmäßig online über die Produkte. Insofern ist es für Versicherer eine Herausforderung, ihr oft bereits komplexes und beratungsintensives Produktangebot nun auch überzeugend und transparent in Sachen Nachhaltigkeit auf ihren Internetseiten darzustellen. „Unsere Analyse widmete sich der Frage, inwiefern es den Unternehmen gelingt, ihren Kunden zu vermitteln, was ein nachhaltiges Versicherungsprodukt ist und ob sie bereits solche Produkte anbieten“, erläutert Oliver Bentz, Bereichsleiter Nachhaltigkeit bei der Assekurata.

Dabei hat Assekurata Solutions sich auf die 25 größten Versicherungsunternehmen nach Prämieeneinnahmen 2022 fokussiert. Hierbei handelt es sich um: *Allianz, Alte Leipziger, AXA, Barmenia, Continentale, Debeka, DEVK, ERGO, Generali, Gothaer, HanseMerkur, HUK-Coburg, LVM, Nürnberger, Provinzial, R+V, SIGNAL IDUNA, SV Sparkassenversicherung, Talanx, Versicherungskammer, VGH Hannover, VHV, VOLKSWOHLBUND, W&W und Zurich.*

Nachhaltige Fonds und E-Autos im Fokus der Kommunikation

Interessenten finden Informationen zu nachhaltigen Versicherungsprodukten im Wesentlichen an zwei Stellen auf den Websites der Versicherungsunternehmen: in einer separaten Rubrik zum Thema Nachhaltigkeit und bei den Sparten oder Produkten selbst. „Wir haben beide Bereiche untersucht und festgestellt, dass immerhin drei Viertel der Versicherer in ihrer Nachhaltigkeitsrubrik mindestens eine kurze Erklärung zu ihren nachhaltigen Produkten geben“, erläutert Hannah Sütterle, Senior-Analystin bei der Assekurata Solutions und Hauptverantwortliche der Untersuchung. Dabei

geben die Versicherer oft auch Beispiele für eigene Produkte an. Hannah Sütterle betont, dass es aus Sicht von Assekurata transparent und konsequent ist, wenn die Versicherer ihre Produktbeispiele direkt mit dem entsprechenden Produktbereich verlinken. Etwa die Hälfte der Unternehmen hat bereits einen solchen Querverweis vom Nachhaltigkeitsbereich zu den Produkten eingerichtet. Dennoch sieht Sütterle hier noch Raum für Erweiterungen, da bisher in der Regel die Themen nachhaltige Fonds und E-Autos im Fokus stehen.

Die Informationslage variiert zwischen den Sparten stark



Die meisten Nachhaltigkeitsinformationen im Produktbereich der Versicherer beziehen sich vor allem auf die Altersvorsorge in Verbindung mit nachhaltiger Kapitalanlage. 80 Prozent der untersuchten Versicherer stellen hierzu Informationen bereit. Dies ist bedingt durch die Offen-

legungs-Verordnung, die die Versicherer schon länger mit dem Thema Nachhaltigkeit auseinandersetzen lässt. In der Kfz-Versicherung ist das Thema durch die E-Mobilität ebenfalls präsent, wobei 60 Prozent der untersuchten Unternehmen darauf eingehen. In der Hausrat- und/oder Wohngebäudeversicherung stellen dagegen nur noch zehn der 25 untersuchten

Versicherer einen Bezug zur Nachhaltigkeit her. Dabei geht es beispielsweise um die Elementarschadenversicherung, Präventionstipps oder ökologische Aspekte bei der Schadenregulierung. Anders sieht es in der Krankenversicherung aus. Hier wird die Nachhaltigkeit aktuell auf keiner der analysierten Websites konkret benannt. „So werden zwar aus der Sicht von Assekurata nachhaltige Aspekte wie die Beitragsstabilität oder Gesundheitsvorsorge oder -management aufgeführt, eine nachvollziehbare Verknüpfung zur Nachhaltigkeit insofern, dass die Krankenversicherung damit auf soziale Aspekte einzahlt, findet allerdings noch nicht statt“, stellt Hannah Sütterle heraus. Oliver Bentz ergänzt: „Dass sich viele Versicherer scheuen, diese Themen mit den SDG in Verbindung zu bringen, kann damit zusammenhängen, dass es sich hierbei nicht um neue Themen handelt und die Angst vor Greenwashing-Vorwürfen unter Umständen zu groß ist.“ Insgesamt bestünde erhebliches Potenzial für die Kommunikation des nachhaltigen Produktangebots der Versicherer, so ihr gemeinsames Fazit. Die Unternehmen könnten in verschiedenen Bereichen mehr Informationen anbieten und den Zugang zu den Informationen durch eine bessere Navigation auf ihren Webseiten erleichtern. Über die Produkte hinaus hat Assekurata sich weitere Bausteine auf den Webseiten, wie zum Beispiel die Zugangsmöglichkeiten zu den Nachhaltigkeitsinformationen, die Nachhaltigkeitsstrategie oder das Thema Kapitalanlage, genauer angeschaut. Interessierte Unternehmen können sich für einen Austausch über die weiteren Ergebnisse direkt an Herrn Bentz wenden.



*Über die
Assekurata
Solutions GmbH*

Die Assekurata Solutions GmbH ist 2010 aus der Assekurata Assekuranz Rating-Agentur GmbH hervorgegangen. Die Gesellschaft richtet ihren Fokus auf Beratungs-, und Marktforschungsdienstleistungen für Versicherungs- und Vertriebsgesellschaften.

Den Beratungsschwerpunkt bilden dabei die Gestaltung vertriebs- und kundenorientierter Prozesse, die Optimierung von Vertriebssteuerungsinstrumenten sowie die Umsetzung regulatorischer Anforderungen im Rahmen von Compliance-Projekten.

Darüber hinaus unterstützt die Assekurata Solutions GmbH Unternehmen bei der Durchführung von Kunden- und Vertriebspartnerbefragungen, der Analyse und Interpretation der Ergebnisse sowie der Optimierung der Handlungsfelder.

Kontakt

Russel Kemwa
Pressesprecher
Tel.: +49 221 27221-38
E-Mail: kemwa@assekurata.de
Internet: www.assekurata-solutions.de

Oliver Bentz
Bereichsleiter Nachhaltigkeit
Tel.: +49 221 27221-36
E-Mail: bentz@assekurata.de
Internet: www.assekurata-solutions.de