

Medieninfo

Luzern, 9. September 2020

Schweizer Versicherungen: Verhaltener Auftritt in den sozialen Medien

Viele Schweizer Versicherungsgesellschaften sind kaum auf Social-Media-Plattformen aktiv. Das zeigt eine Studie der Hochschule Luzern, welche die Technologie-Trends der Branche analysiert hat. Keines der untersuchten Unternehmen konnte mit einer überdurchschnittlichen Leistung auf sich aufmerksam machen. Im Ranking schneiden zwei bekannte Unternehmen am besten ab.

Für die eher traditionell geprägte Versicherungsbranche birgt die fortschreitende Digitalisierung eine Vielzahl an Herausforderungen – insbesondere im Umgang mit jüngeren Kundengruppen, die in der digitalisierten Welt aufgewachsen sind. Ihre Bedürfnisse weichen signifikant von denen des bestehenden Versichertenkreises ab. Ein wichtiger Aspekt ist dabei die Kommunikation auf sozialen Netzwerken. Mit dem IFZ Social-Media-Barometer zeigt ein Forschungsteam der Hochschule Luzern erstmals, wie gut die Schweizer Versicherer auf den Social-Media-Plattformen unterwegs sind. Das Social-Media-Barometer ist Teil der IFZ Versicherungsstudie 2020, die den Versicherungsmarkt in der Schweiz beleuchtet.

Verschiedene Plattformen werden genutzt

Durchschnittlich nutzen die untersuchten Versicherungsgesellschaften für ihre Social-Media-Aktivitäten vier Plattformen. Am meisten präsent sind sie auf Facebook, LinkedIn, YouTube und Instagram. Gemessen an der Anzahl der Follower sind Facebook und LinkedIn für die Versicherer die wichtigsten Kanäle. Aus den Social-Media-Bestrebungen der Firmen resultieren im Schnitt über alle Plattformen hinweg 28 Beiträge pro Monat, welche 413 Likes generieren und 1.6 mal kommentiert werden. Der durchschnittliche Schweizer Versicherer hat 42'540 Follower. «Erstaunt hat uns, dass die meisten Unternehmen auf den unterschiedlichen Plattformen genau die gleichen Beiträge aufschalten», sagt Florian Schreiber, Studienautor und Dozent am Institut für Finanzdienstleistungen der Hochschule Luzern. Um gerade auch die jüngeren Kundengruppen anzusprechen, sei laut Schreiber eine zielgruppenspezifische Kommunikation auf den verschiedenen Kanälen wichtig.

Weniger als die Hälfte aller Versicherer auf Social Media präsent

Die Auswertung der Social-Media-Aktivitäten hat gezeigt, dass es keiner Versicherungsgesellschaft gelungen ist, in allen untersuchten Kriterien überdurchschnittliche Leistungen zu erzielen. Insgesamt sind 29 Versicherungsgruppen mit eigenen Profilen in den sozialen Medien präsent – das sind weniger als die Hälfte aller Unternehmen in der Branche. Und welche Versicherungen haben im Ranking am besten abgeschnitten? Vorne weg sind die Krankenversicherer. «Durch ihre grosse Präsenz im Retailgeschäft haben sie die jüngeren Zielgruppen vermutlich stärker im Fokus als die Lebens- und Schadensversicherer», sagt Florian Schreiber. Keinen nennenswerten Einfluss auf die Platzierung im Ranking hat hingegen die Grösse des Versicherers. «Gesellschaften mit geringeren Prämieinnahmen gelingt es tendenziell sogar besser, mit ihren Posts vergleichsweise hohe Reichweiten zu erzielen», so der Studienautor.

SWICA und Zurich schwingen oben aus

Im Bereich der Krankenversicherer schneidet SWICA am besten ab. Bei den Lebens- und Schadensversicherern hat im Untersuchungszeitraum Ende 2019 Zurich die beste Social-Media-Performance hingelegt.

Top-5 bei den Krankenversicherern:

1. SWICA Gesundheitsorganisation
2. Helsana AG
3. ÖKK Holding AG
4. Stiftung Sympany
5. Groupe Mutuel Holding AG

Top-5 bei den Lebens- und Schadensversicherern:

1. Zurich Insurance Group
2. Allianz Suisse
3. SC, Swisscaution SA
4. AXA Schweiz
5. Generali (Schweiz) Holding AG

IFZ Insurance Summit 2020

Am 24. September 2020 findet ab 12:45 Uhr der **IFZ Insurance Summit 2020** im topmodernen Campus Zug-Rotkreuz der Hochschule Luzern statt. Neben der Vorstellung der **IFZ Versicherungsstudie 2020** werden angesehene Branchenexpertinnen und –experten ihre Einschätzungen zu den aktuellen Entwicklungen im Versicherungssektor abgeben.

Die Teilnahme an der Konferenz kostet CHF 560 (vor Ort) bzw. CHF 460 (online). Alle Teilnehmerinnen oder Teilnehmer erhalten die rund 300-seitige **IFZ Versicherungsstudie 2020** im Wert von CHF 290.

Weitere Informationen zum Programm gibt es [HIER](#).

Journalistinnen und Journalisten können sich via Mail an florian.schreiber@hslu.ch für den IFZ Insurance Summit akkreditieren.

Kontakt:

Hochschule Luzern

Florian Schreiber, Studienautor und Dozent

T +41 41 228 22 10, E-Mail: florian.schreiber@hslu.ch