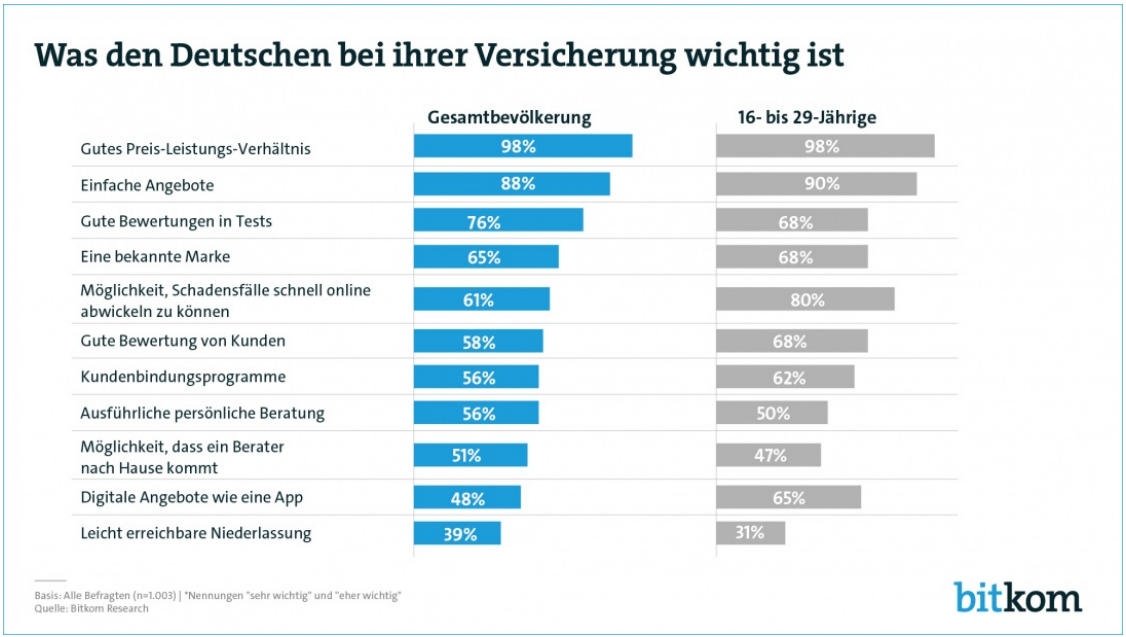
Bitkom e.V. |

Die Versicherung der Zukunft muss einfach sein – und digital

- **Große Mehrheit der Bundesbürger wünscht sich verständliche Versicherungen**
- **Vor allem Jüngere legen Wert auf Online-Abwicklung und eine App**
- **Bitkom veranstaltet Roundtable Digital Insurance & InsurTech**



Berlin, 6. Dezember 2018 - Wenn es um ihre Versicherungen geht, ist den Bundesbürgern ein einfaches und leicht verständliches Angebot deutlicher wichtiger als eine persönliche Beratung. Besonders die Jüngeren wünschen sich die Möglichkeit, die Kommunikation etwa zu Schadensfällen online abwickeln zu können und alle Informationen per App zu erhalten. Das ist das Ergebnis einer repräsentativen Befragung von 1.003 Bundesbürgern ab 16 Jahre im Auftrag des Digitalverbands Bitkom. So geben fast alle Befragten (98 Prozent) an, dass ihnen Preis und Leistung der Versicherung wichtig sind. 88 Prozent legen zudem Wert darauf, dass die Angebote einfach und leicht verständlich sind. Dahinter folgen mit etwas Abstand gute Bewertungen in Tests (76 Prozent) sowie eine bekannte Marke (65 Prozent). Weniger wichtig sind dagegen eine ausführliche persönliche Beratung (56 Prozent), der Besuch eines Beraters zu Hause (51 Prozent) sowie eine gut zu erreichende Niederlassung (39 Prozent). „Die Verbraucher sind aus der digitalen Welt hohe Markttransparenz und Kundenorientierung gewohnt. Wer mit einem Fixbetrag Zugriff auf Millionen Musik- oder Filmtitel hat und beim Online-Shopping die Ware versandkostenfrei noch am selben Tag bekommt, der erwartet auch in Versicherungsfragen Komfort“, sagt Fabian Nadler, Experte für Digital Insurance beim Digitalverband Bitkom. „Der Bedarf nach einer traditionellen persönlichen Beratung rückt bei der Entscheidung der Kunden für eine Versicherung dagegen in den Hintergrund.“

Zwei Drittel der 16- bis 29-Jährigen erwarten digitale Angebote

Vor allem für Jüngere zwischen 16 und 29 Jahren spielen allerdings digitale Angebote ihrer Versicherung eine deutlich wichtigere Rolle. So geben 8 von 10 Befragten in dieser Altersgruppe (80 Prozent) an, dass es ihnen wichtig ist, Schadensfälle schnell online abwickeln zu können. In der Gesamtbevölkerung beträgt der Anteil 61 Prozent. Zwei Drittel der Jüngeren (65 Prozent) legen Wert darauf, dass der Versicherer komfortable digitale Dienste wie eine App anbietet (Gesamtbevölkerung: 48 Prozent). Und ebenfalls zwei Drittel (68 Prozent) der 16- bis 29-Jährigen achten auf gute Bewertungen von anderen Kunden auf Online-Vergleichsportalen (Gesamtbevölkerung: 58 Prozent). „Versicherern bieten sich durch die Digitalisierung völlig neue Möglichkeiten zum Kontakt mit ihren Kunden. Gleichzeitig müssen sie ihre Produkte so anpassen,

dass sie den stark veränderten Erwartungen der Kunden entsprechen“, so Nadler. "Wer seine Angebote konsequent aus der Sicht des Verbrauchers digital entwickelt, verschafft sich Wettbewerbsvorteile."

Roundtable zur erweiterten Wertschöpfungskette

Mit der Frage, wie Versicherer ihr bestehendes Geschäftsmodell an die digitale Zeit anpassen können, beschäftigt sich heute der zweite Roundtable Digital Insurance & InsurTech des Bitkom. Dabei steht die Frage im Mittelpunkt, inwieweit Versicherer ihre Wertschöpfungskette erweitern können, indem sie Kooperationen mit anderen Industrien eingehen. Diese sogenannten Cross-Industry-Ansätze entwickeln sich derzeit etwa in den Bereichen Banken, Industrie 4.0 und Gesundheit.

Hinweis zur Methodik: Grundlage der Angaben ist eine Umfrage, die Bitkom Research im Auftrag des Digitalverband Bitkom durchgeführt hat. Dabei wurden 1.003 Bundesbürger ab 16 Jahren telefonisch befragt. Die Fragestellung lautete: „Wie wichtig sind Ihnen die folgenden Aspekte Ihrer Versicherung?“

Kontakt

Andreas Streim
Pressesprecher
Telefon: +49 30 27576-112
E-Mail: a.streim@bitkom.org
Download Pressefoto

Lukas Spohr
Referent Digitale Transformation
Nachricht senden

Link zur Presseinformation auf der Webseite:
https://www.bitkom.org/Presse/Presseinformation/Die-Versicherung-der-Zukunft-muss-einfach-sein-und-digital