



# Die digitale Versicherung – was Kunden wollen

Repräsentative Befragung 2016

---

1 Versicherungsabschluss

---

2 Informationsverhalten

---

3 Kommunikation mit der Versicherung

---

4 Individualisierung und Datenweitergabe

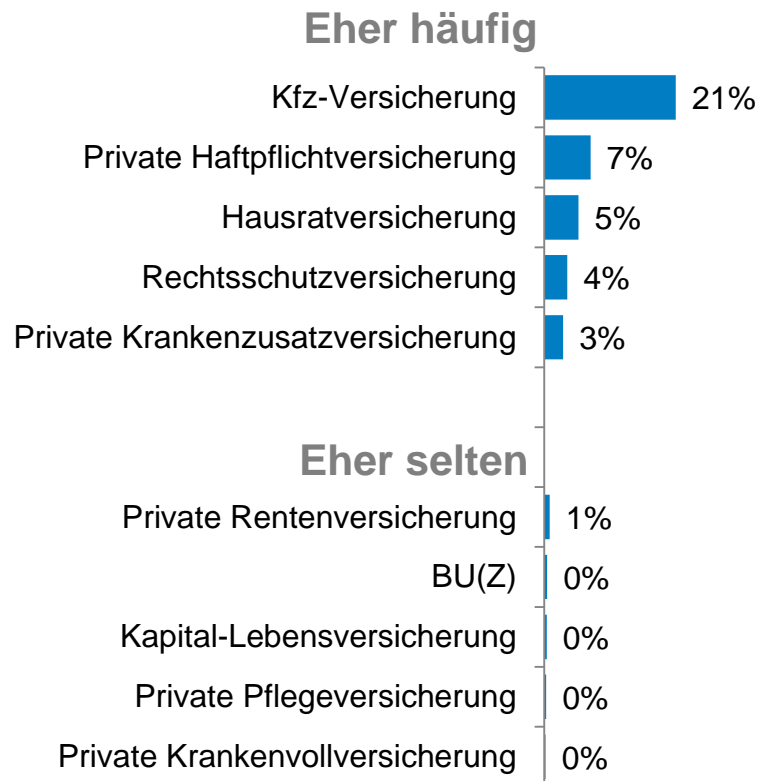
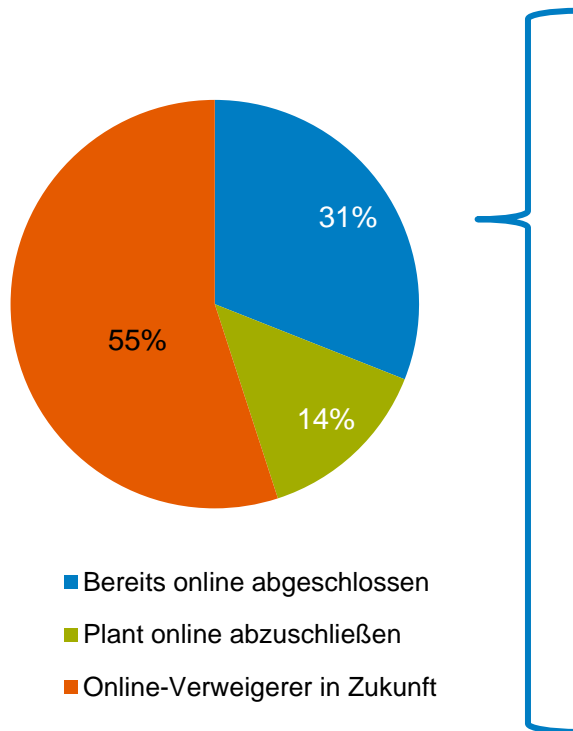
---

# Versicherungsabschluss

Knapp ein Drittel aller Personen ab 18 Jahren hat bereits mindestens eine Versicherung online abgeschlossen.

## Online-Abschlüsse in der Vergangenheit und in Zukunft

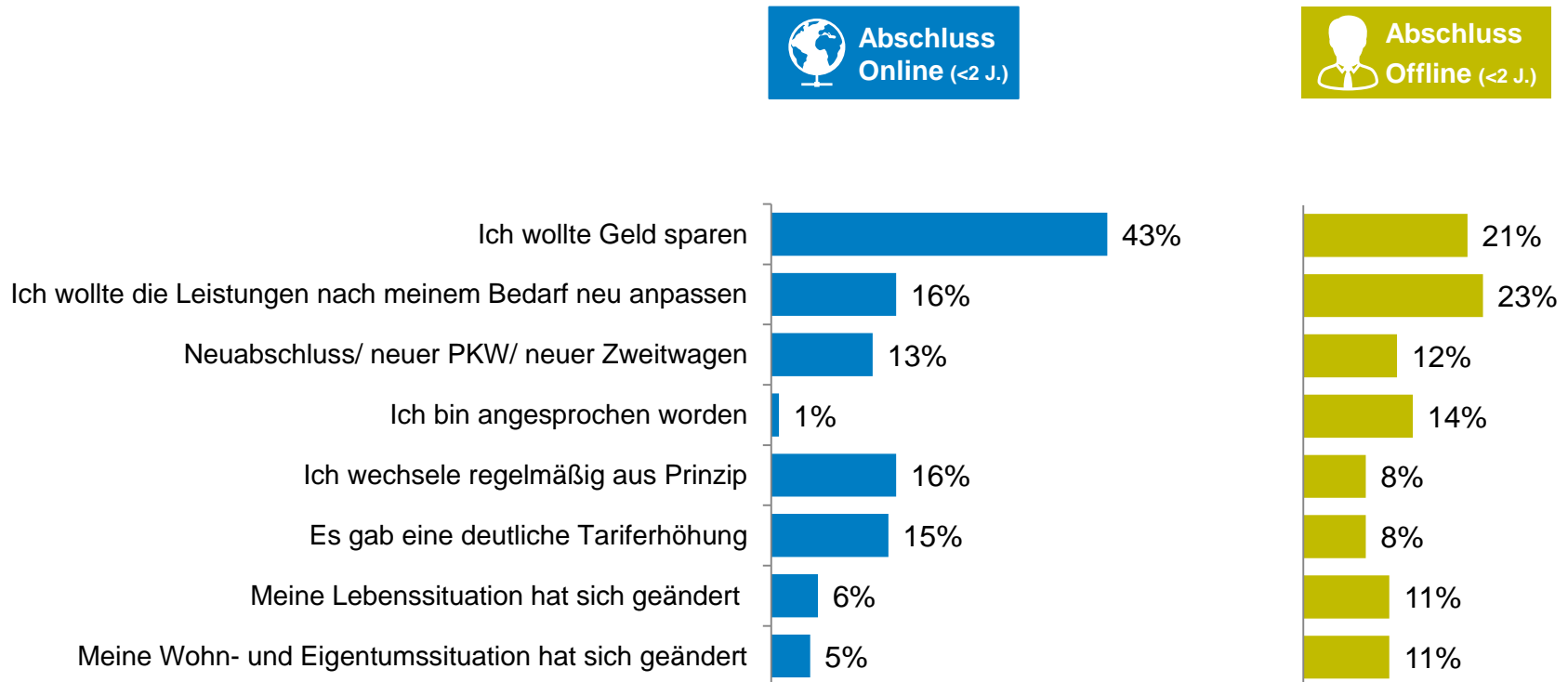
Gesamt  
Onl.rep.



Basis: 1.591 ohne k.A.  
 Haben Sie überhaupt schon einmal, eine Versicherung online abgeschlossen?  
 Planen Sie eine Versicherung in Zukunft online abzuschließen?  
 Und welche Versicherung haben Sie **online** neu abgeschlossen oder gewechselt?

Geld zu sparen ist im Segment der Online-Abschließer der wichtigste Aspekt für einen Neuabschluss.

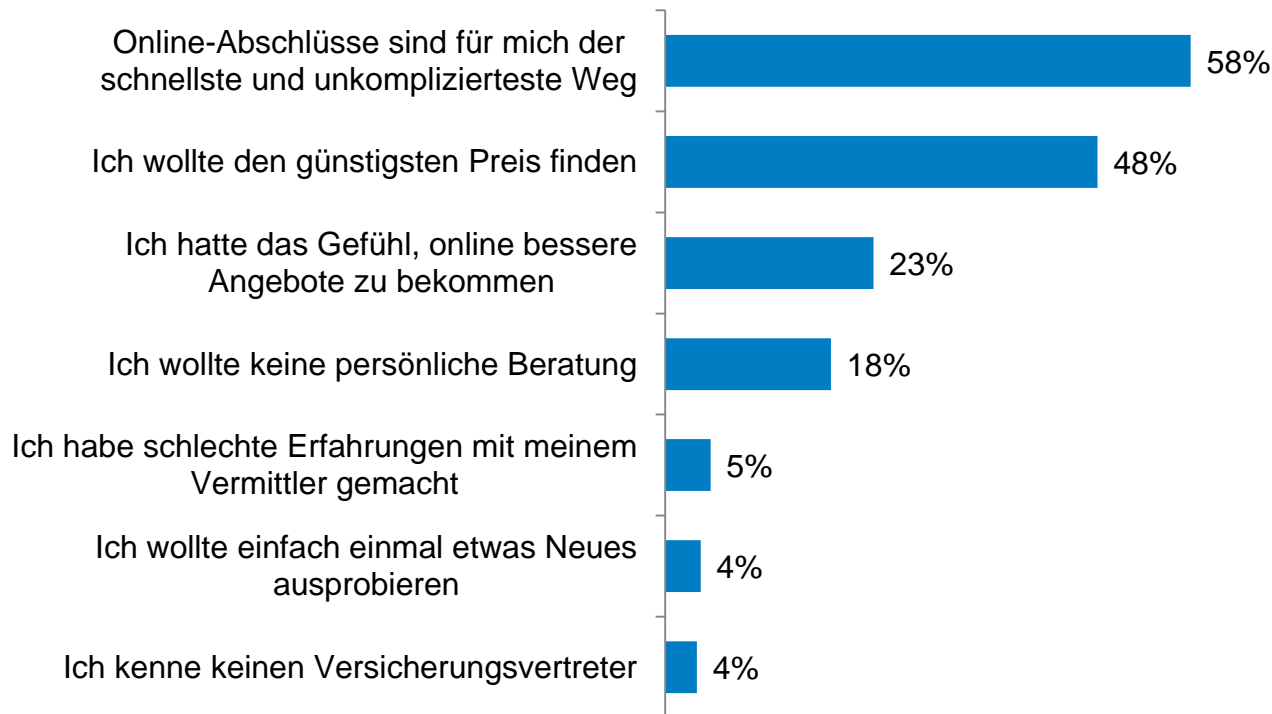
## Anlass für den Versicherungsabschluss – Abschluss: letzte 2 Jahre



Basis: 508 Online-Abschließer, 1.024 Offline-Abschließer; Mehrfachnennungen  
Welche der folgenden Aussagen trifft am ehesten auf Ihre Situation zu, warum Sie eine neue Versicherung abgeschlossen haben?

# Schnell und unkompliziert: Hauptgründe für einen direkten bzw. Online-Abschluss

## Gründe für einen Online/Direktabschluss (Telefon, Email) – Abschluss: letzte 2 Jahre

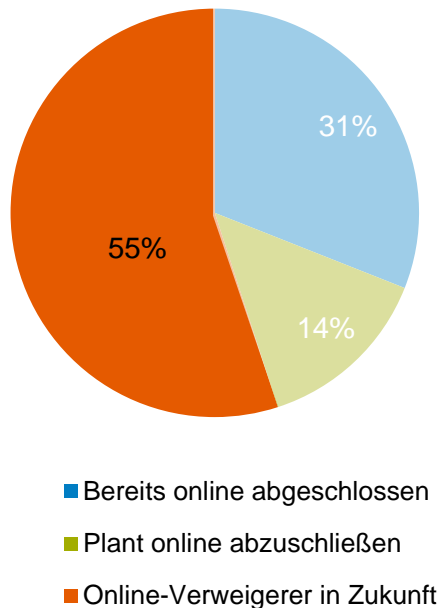


Basis: 586 Online oder Direktabschließer; Mehrfachnennungen  
Warum haben Sie die Versicherung online über das Internet oder direkt durch E-Mail oder Telefon abgeschlossen?

Der empfundene persönliche Service vor Ort und das Vertrauen in den Vertreter sind die wesentlichsten Gründe für Offline-Abschlüsse.

## Gründe für einen Offline-Abschluss

Gesamt  
Onl.rep.



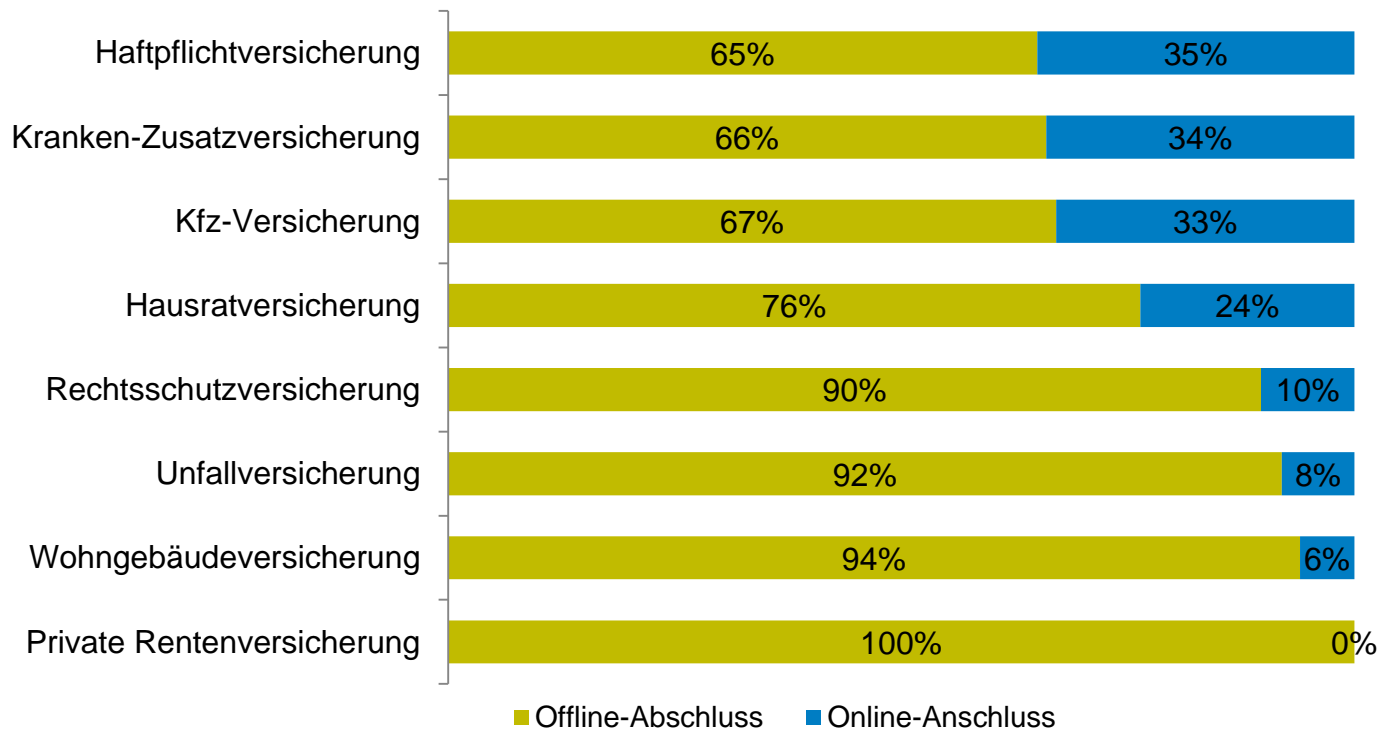
Basis: 1.091 Befragte; Mehrfachnennungen  
 Haben Sie überhaupt schon einmal, eine Versicherung online abgeschlossen?  
 Planen Sie eine Versicherung in Zukunft online abzuschließen?  
 Warum haben Sie bislang noch nie eine Versicherung online über das Internet abgeschlossen? Welche dieser Aspekte trifft auf Sie zu?

Vor allem komplexere Produkte werden bevorzugt offline abgeschlossen.

## Letzter Versicherungsabschluss nach Vertriebskanal in den letzten 2 Jahren

### Top - Sparten

Gesamt  
Onl.rep.



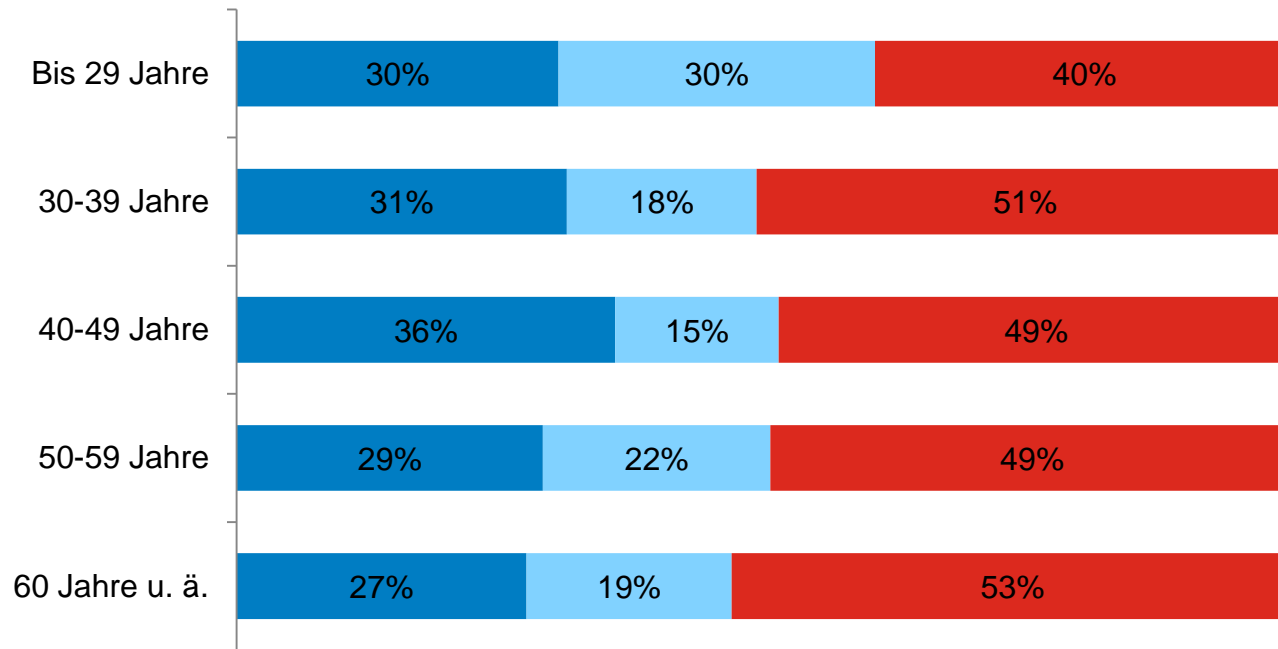
Basis: 540 Abschießer  
Und wie haben Sie die Versicherung abgeschlossen?



Online-Abschlüsse sind keine Frage des Alters.

## Online-Verhalten nach Altersgruppen

Gesamt  
Onl.rep.



- Bereits einen Online-Abschluss getätigt
- Online-Abschluss in Zukunft vorstellbar
- Online-Abschluss in Zukunft ausgeschlossen

Basis: 1.591 Befragte

Haben Sie schon einmal, also auch mehr als 2 Jahre zurück, eine Versicherung online abgeschlossen oder online gewechselt?  
Könnten Sie sich vorstellen, dass Sie in Zukunft, in den nächsten 3 bis 5 Jahren eine Versicherung online abzuschließen?

# 1

## Versicherungsabschluss



Der Online-Vertrieb wird zunehmen, vor allem bei einfacheren Produkten.



Der personelle Vertrieb wird für bestimmte Zielgruppen und Produkte auch in Zukunft eine starke Bedeutung behalten.

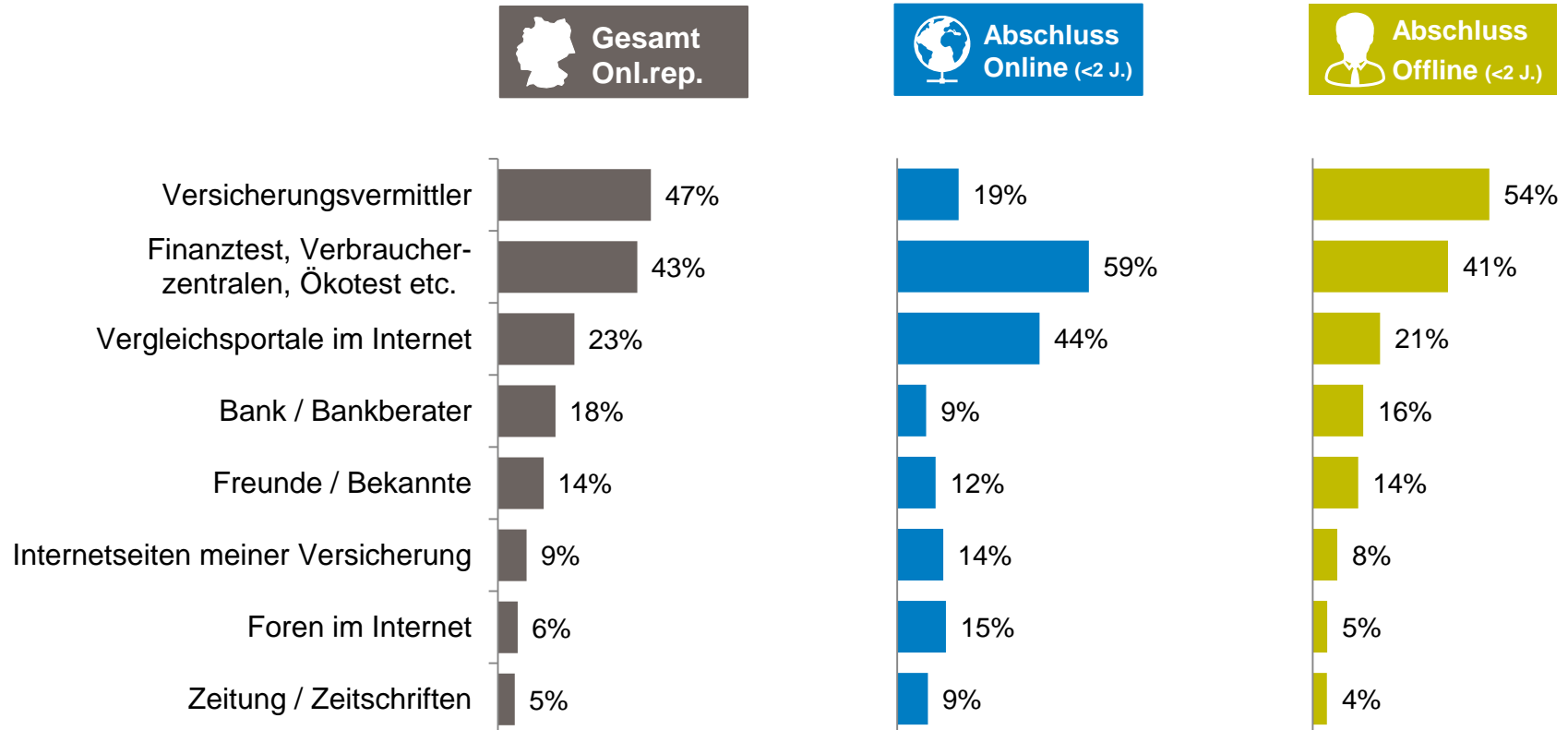


Der Online-Vertragsabschluss ist keine Frage des Alters.

# Informationsverhalten

# Offline-Abschließer vertrauen dem Vertreter – Onliner eher Verbraucherzentralen oder Vergleichsportalen.

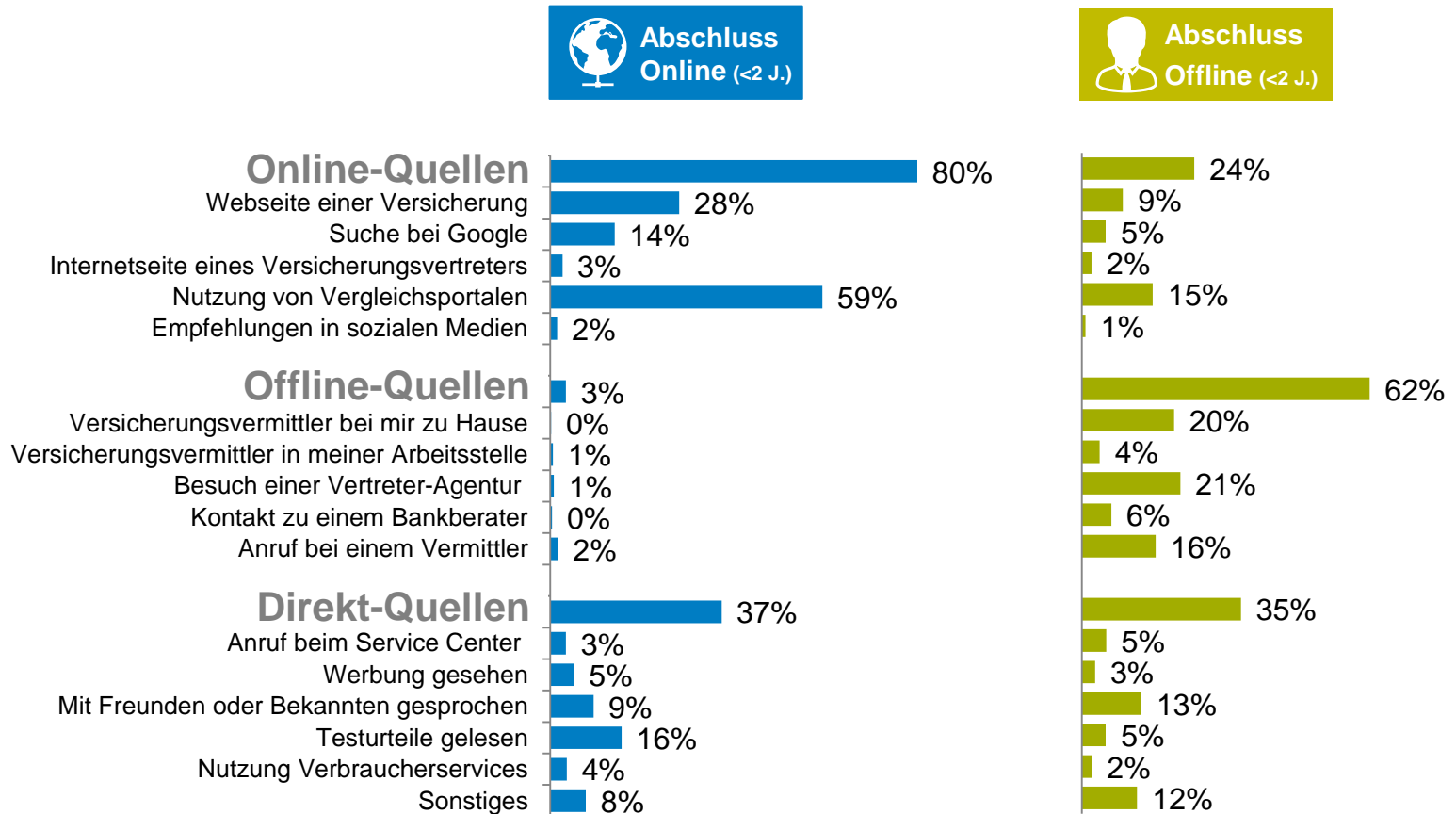
## Beste Informationsquellen zur Altersvorsorge



Basis: jeweils ohne k.A.; Mehrfachnennungen  
 Und wo, glauben Sie, bekommen Sie die besten Informationen zu den Möglichkeiten der Altersvorsorge?

Knapp zwei Drittel aller Online-Abschließer haben vor dem Abschluss Vergleichsportale genutzt.

## Genutzte Informationsquellen – Abschluss: letzte 2 Jahre




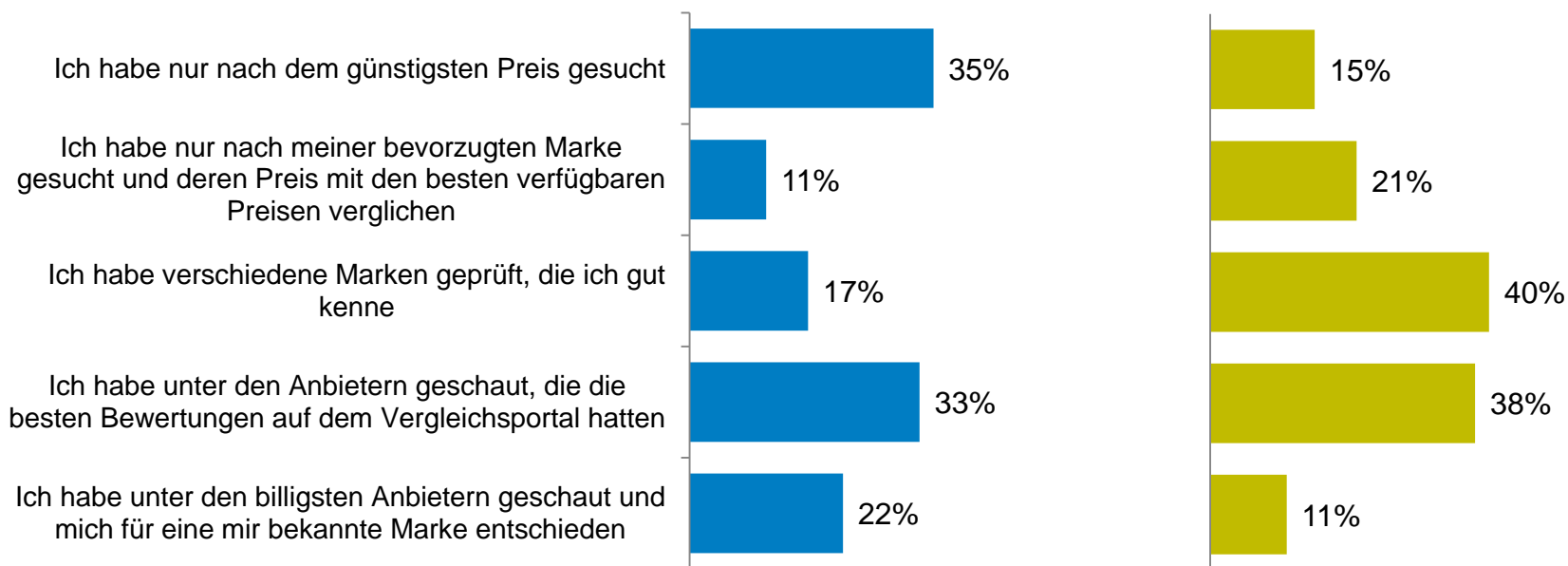
Basis: 1.533 Abschließer; Mehrfachnennungen  
Welche der folgenden Informationsquellen haben Sie bei der Suche nach der Versicherung genutzt?

Offline-Abschließer suchen auf Portalen eher nach ihnen bekannten Marken – Online-Abschließer nach dem Preis.

## Suchvorgang auf Vergleichsportalen – Abschluss: letzte 2 Jahre

 Abschluss  
Online (<2 J.)

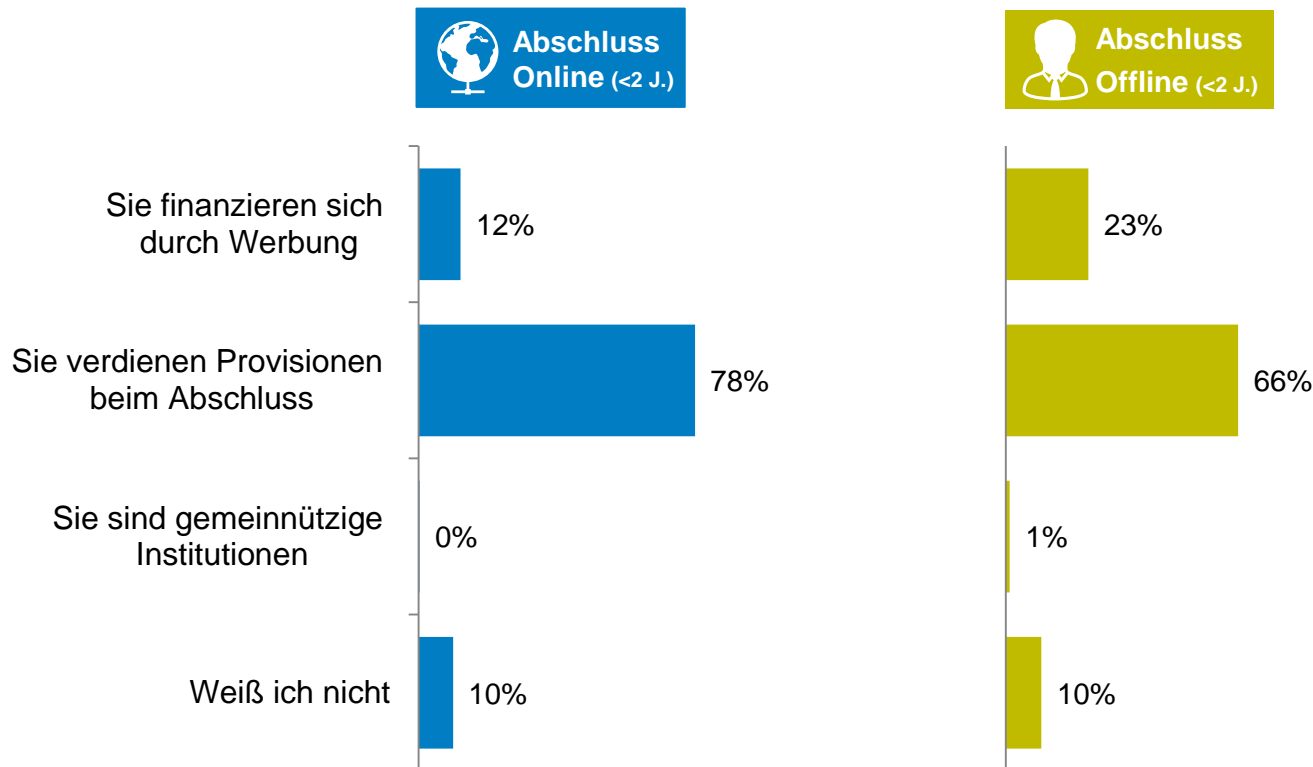
 Abschluss  
Offline (<2 J.)



Basis: 134 Online-Abschließer, 100 Offline-Abschließer, jeweils ohne k.A. Teilgruppe: Nutzer von Vergleichsportalen; Mehrfachnennungen  
Wie sind Sie auf den Vergleichsportalen bei Ihrer Suche vorgegangen? Bitte wählen Sie alles Zutreffende aus.

Drei Viertel aller Nutzer gehen davon aus, dass Vergleichsportale Provisionen erhalten.

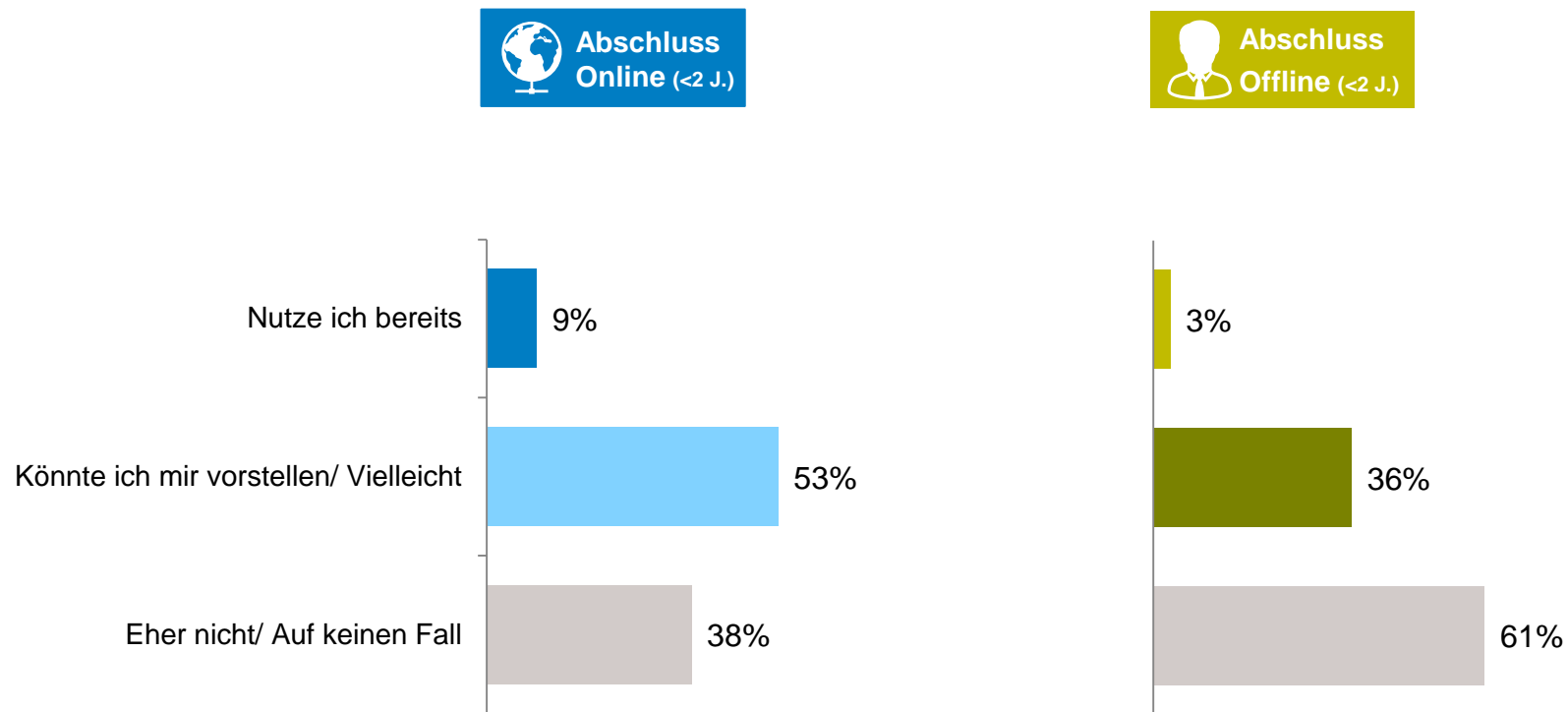
## Finanzierung von Vergleichsportalen – Abschluss: letzte 2 Jahre



Basis: 347 Online-Abschließer, 157 Offline-Abschließer, jeweils ohne k.A. Teilgruppe: Nutzer von Vergleichsportalen  
Was glauben Sie, wie verdienen Vergleichsportale von Versicherungen Ihr Geld?

Online-Makler werden von der Mehrheit noch abgelehnt –  
Online-Abschließer können sich das eher vorstellen.

## Nutzung von Online-Maklern



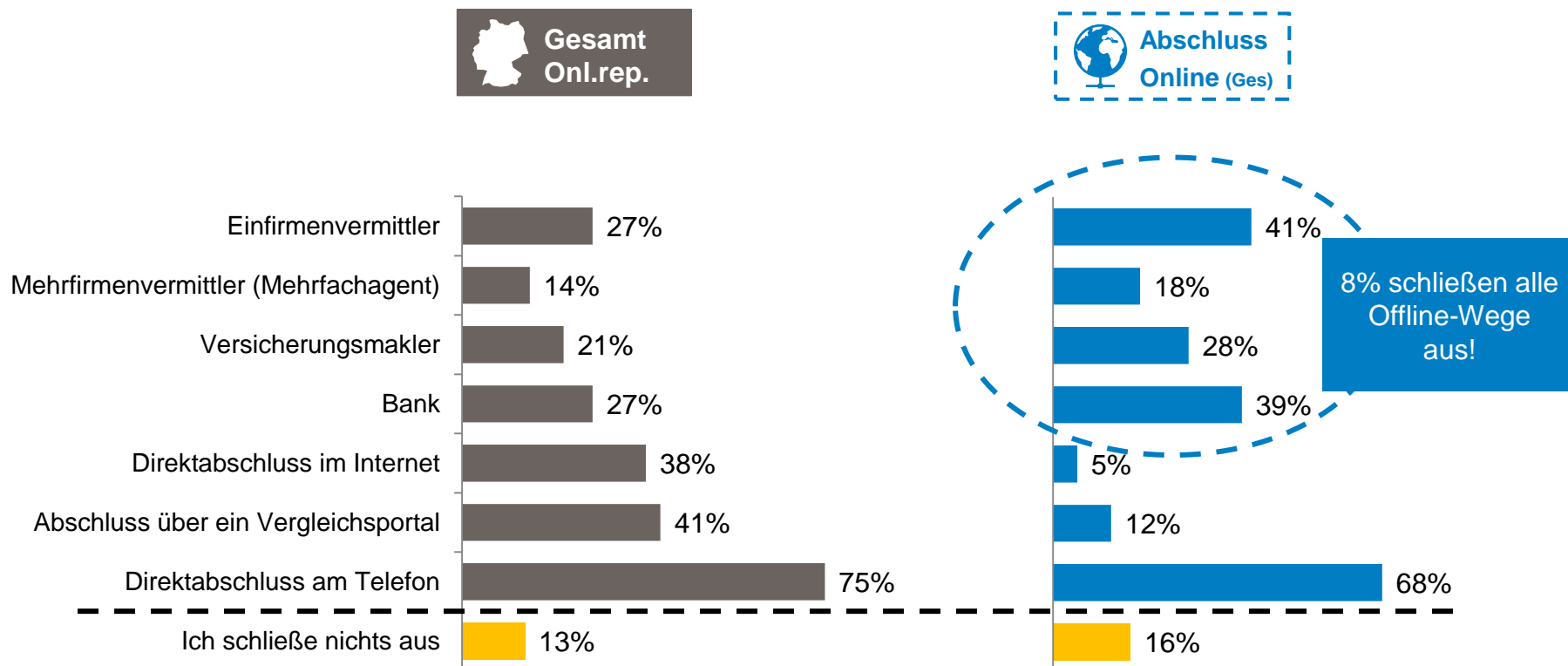
Basis: jeweils ohne k.A.

Mittlerweile gibt es Anbieter im Internet, die Ihre gesamten Versicherungsverträge online betreuen. Zudem optimieren diese Anbieter Ihre Versicherungsverträge und wechseln unter Umständen auch zu einem günstigen Anbieter für Sie. Sie sind sozusagen Ihr Online-Makler. Können Sie sich vorstellen, solch einen Dienst zu nutzen?



Online-Abschließer lehnen einzelne klassische Vertriebskanäle häufiger ab.

## Ausschluss von Vertriebswegen in der Zukunft



Basis: 1.591 Gesamt; 1.068 Online-Abschließer insgesamt ohne k.A.; Mehrfachnennungen  
Gibt es Abschlusswege, die Sie aus heutiger Sichtweise für den Abschluss einer Versicherung nicht nutzen würden?

Vier von fünf Kunden nutzen vor dem Abschluss das Internet.

## ROPO – Anteile im Gesamtmarkt (MESSDATEN)

		Recherche		
		Online	Offline	
Abschluss	Online	29%	0%	29%
	Offline	53%	18%	71%
		<b>82%</b>	18%	100%

**53%**  
ROPO-Anteile  
aller  
Abschlüsse



**ROPO (Research Online, Purchase Offline):** Abschluss einer Versicherung, bei dem die Recherche (auch) online stattfand, der Kauf jedoch offline stattfand. Dies trifft in 53% aller Fälle zu.

29% der Abschlüsse innerhalb der untersuchten Onlinepopulation wurden online abgeschlossen.

## 2

## Informationsverhalten



Versicherungen müssen sich wegen der Digitalisierung auf breiter informierte Kunden einstellen.



Vergleichsportalen kommt eine immer stärkere Bedeutung zu. Versicherungskunden ist bewusst, dass Vergleichsportale Provisionen erhalten.



Das Potenzial von digitalen Versicherungsordnern und Online-Maklern ist zurzeit noch begrenzt.



Die Informationssuche im Internet vor dem Abschluss einer Versicherung ist für viele Kunden eine Selbstverständlichkeit geworden.

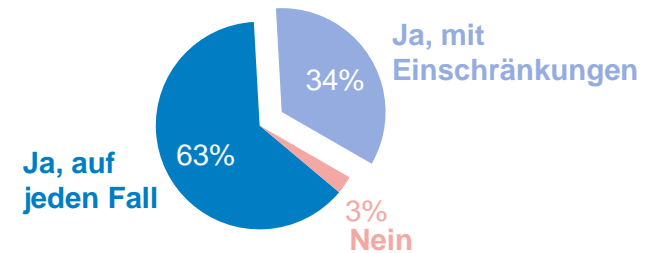
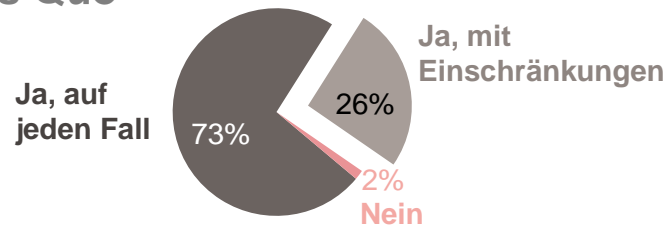
# Kommunikation mit der Versicherung

Drei Viertel aller Kunden sind mit der Kommunikation aktuell zufrieden – Online-Abschließer etwas weniger.

## Zufriedenheit mit der Kommunikation zur Versicherung



### Zufrieden mit Status Quo



### Benotung der Kommunikation

■ Top2-Box (Sehr gut/ gut)



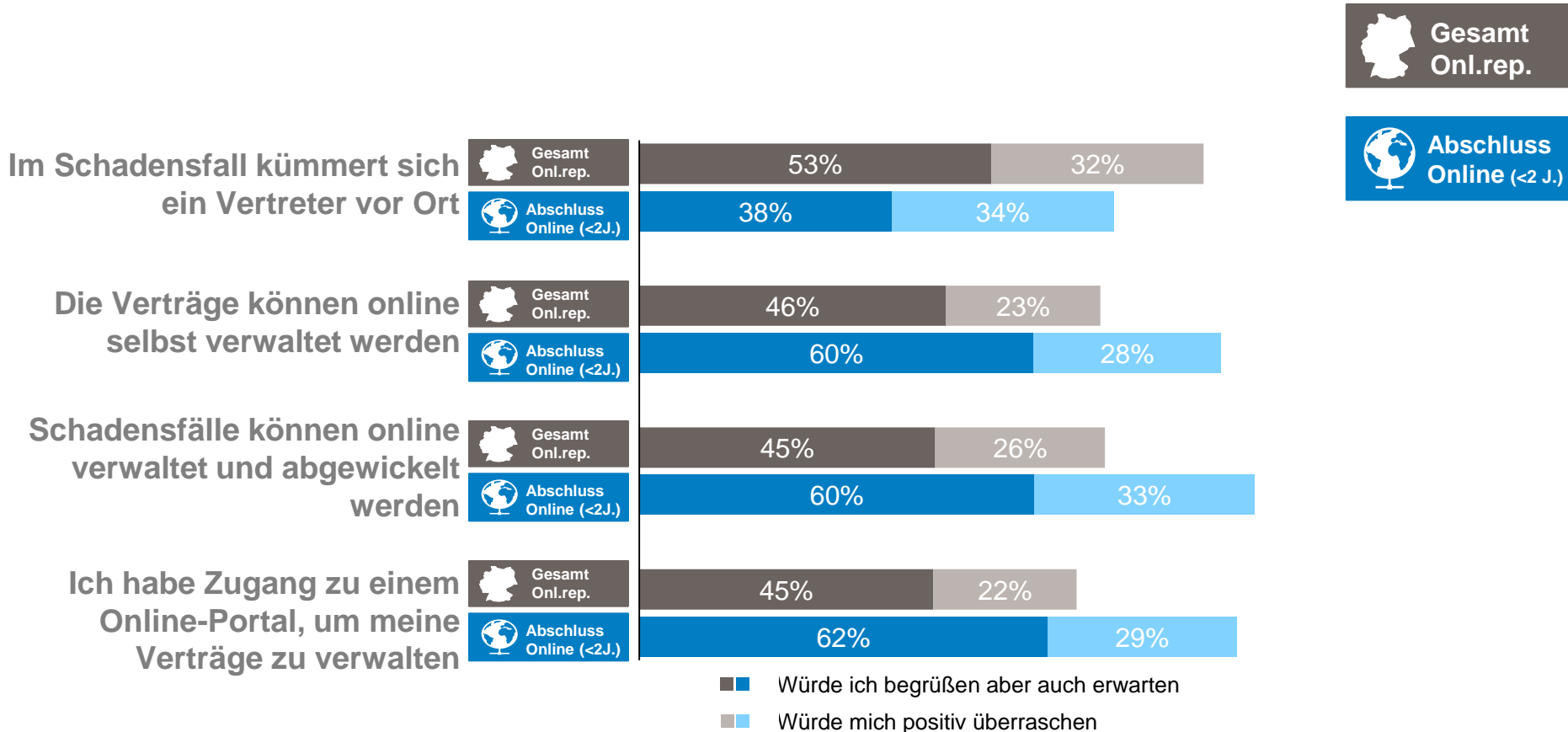
Basis: jeweils ohne k.A.

Haben Sie das Gefühl, dass Sie mit Ihrer Versicherung / Ihren Versicherungen so kommunizieren können, wie Sie es sich gerne wünschen?

Wenn Sie Ihrer Versicherung / Ihren Versicherungen für die Kommunikation eine Note von 1 (sehr gut) bis 6 (ungenügend) geben müssten. Welche Note wäre das?

Online-Abschließer erwarten deutlich stärker von Ihrer Versicherung auch digitale Serviceangebote.

## Beurteilung von Angeboten/ Serviceleistungen

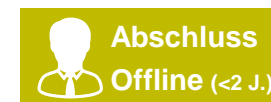


Basis: jeweils ohne k.A.

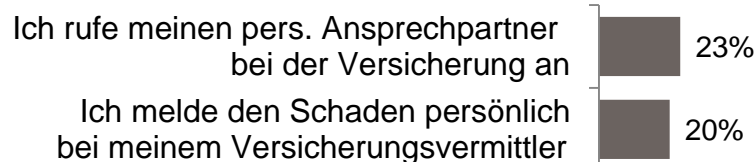
Einmal angenommen, eine Versicherung würde Ihnen folgende Angebote und Serviceleistungen anbieten. Inwieweit würden Sie diese Angebote begrüßen?

# Online-Abschließer stehen auch im Schadensfall Online- und Direktkanälen offener gegenüber.

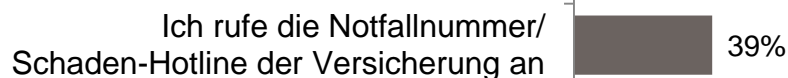
## Bevorzugte Kommunikation bei einer Schadensmeldung



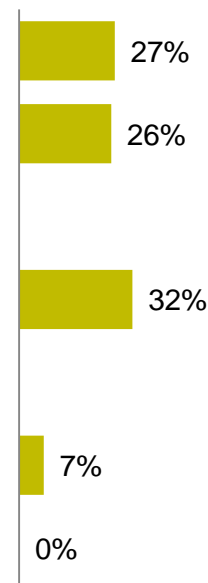
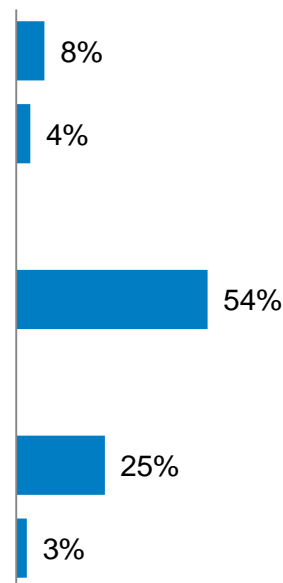
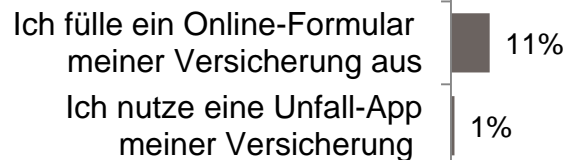
### Vertreter



### Telefon



### Digital



Basis: jeweils ohne k.A.  
 Bitte stellen Sie sich vor, Sie verursachen heute einen kleineren Verkehrsunfall ohne Verletzte.  
 Auf welchem Weg würden Sie diesen Schaden heute bei Ihrer Versicherung melden?

# 3

## Kommunikation mit der Versicherung



Versicherungskunden erwarten digitale Kommunikationsangebote von Versicherungen.



Wer einmal online eine Versicherung abgeschlossen hat, hat höhere Erwartungen an die digitalen Kommunikationswege.



# Individualisierung und Datenweitergabe

Die aktuelle Risikobewertung wird als gerecht empfunden.

## Berücksichtigung von Risikomerkmale zur Bestimmung der Beitragshöhe

Gesamt  
Onl.rep.



Basis: n=794/772 ohne k.A.


Aktuell werden bei der Beitragshöhe von Kfz-Versicherungen bereits persönliche Daten berücksichtigt und mit Statistiken verglichen ...

Wie beurteilen Sie diese Berücksichtigung persönlicher Daten?

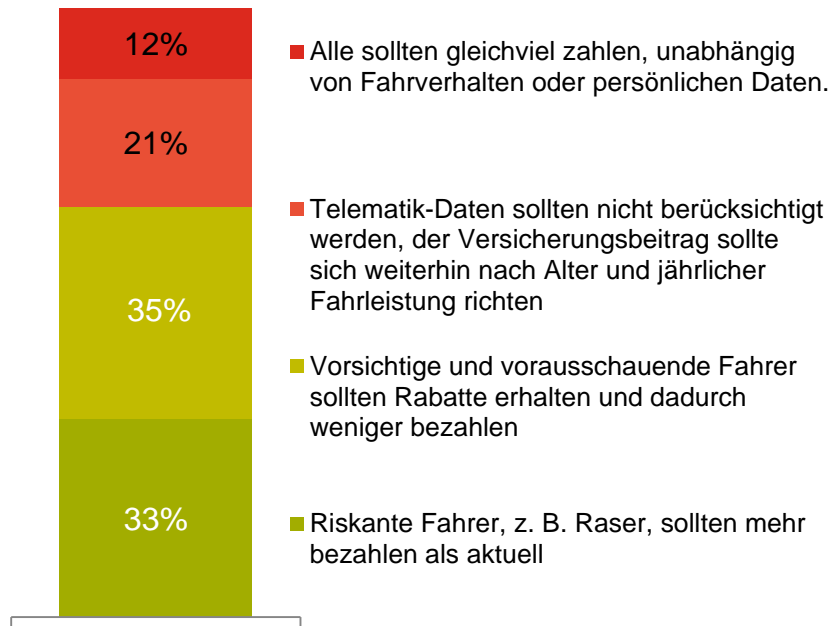
In der Risikolebensversicherung oder in der Berufsunfähigkeitsversicherung bezahlen Raucher heute bereits mehr als Nichtraucher, weil Raucher ein höheres Risiko haben. Finden Sie das gerecht?

Fitnessstarife und Telematik werden ebenfalls als gerecht empfunden.

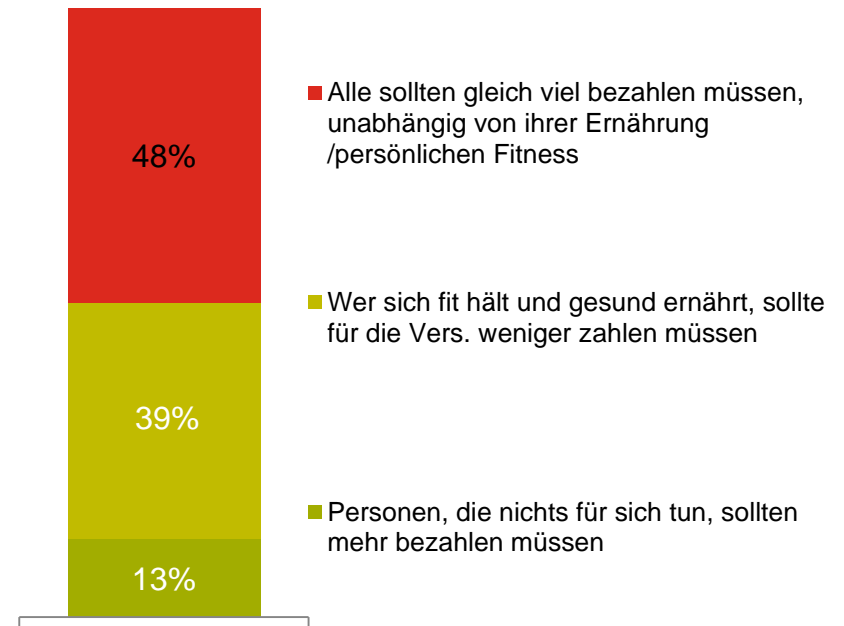
## Zustimmung zu individualisierten Tarifen

 **Gesamt  
Onl.rep.**

### Im Bereich Kfz-Versicherungen



### Im Bereich Gesundheit



Basis: n=794/772 ohne k.A.

Welcher der folgenden Aussagen zu verhaltensabhängigen Versicherungstarifen stimmen Sie am ehesten zu?

Welche Auswirkungen sollte aus Ihrer Sicht die Auswertung des Fahrverhaltens auf die Beitragshöhe der Kfz-Versicherung haben?

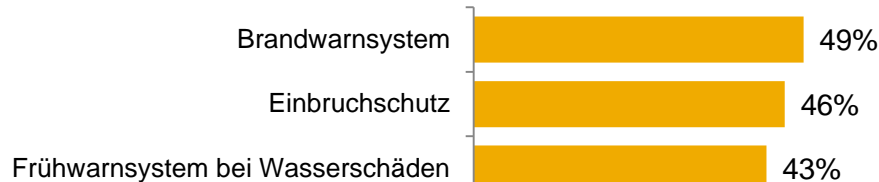
Viele Serviceangebote im Bereich Smart Home oder Smart Insurance sind für Kunden interessant.

## Beurteilung von neuen Versicherungsservices

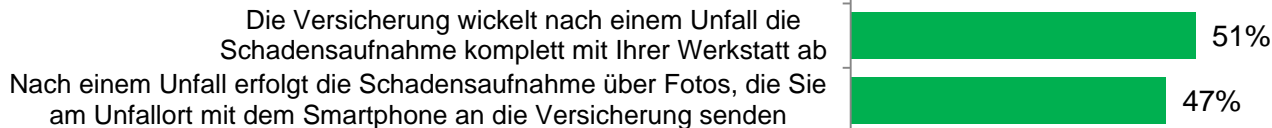
(Sehr) hohe Zustimmung

Gesamt  
Onl.rep.

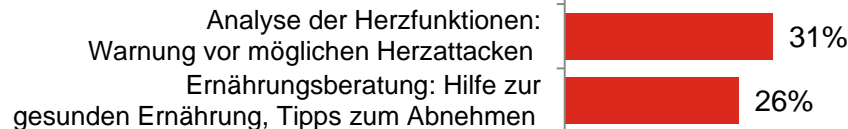
### Smart Home



### Vernetztes Kfz



### E-Health



Über Nutzerdaten von Smart Home-Lösungen könnten in Zukunft auch Versicherungen neue Dienstleistungen anbieten.

Wie beurteilen Sie die folgenden neuen Services und Dienstleistungen, die Versicherungen auf Basis Ihrer „Smart Home“-Nutzerdaten anbieten könnten?

Basis: n=1.234; ohne k.A.

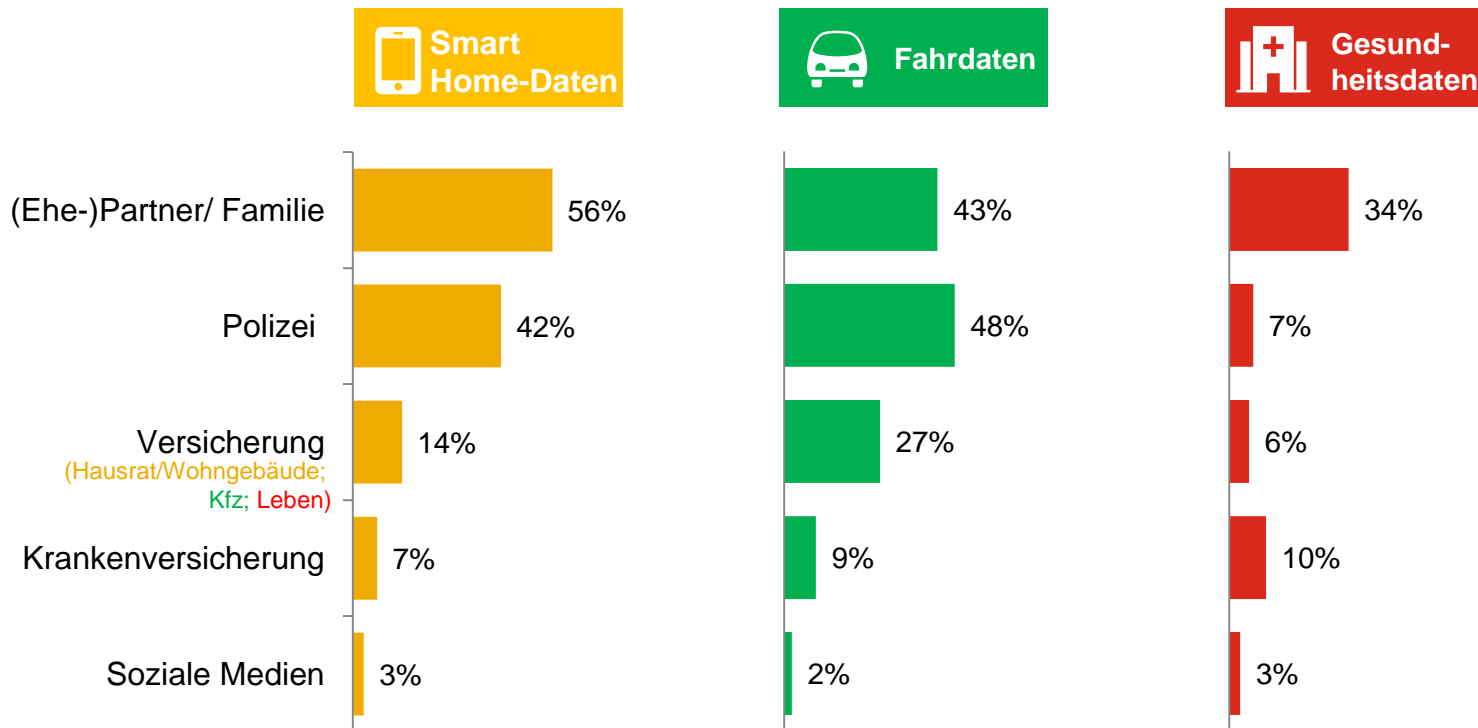
Mit Hilfe der aufgezeichneten Fahrdaten könnten in Zukunft auch Versicherungen neue Dienstleistungen anbieten, beispielsweise über eine App auf Ihrem Smartphone. Können Sie sich vorstellen, die folgenden neuen Services und Dienstleistungen einer Versicherung auf Basis Ihrer Daten in Anspruch zu nehmen, z.B. über eine App? Basis: n=976; ohne k.A.

Mit Hilfe Ihrer Gesundheits- und Ernährungsdaten könnte die Versicherung Ihnen passgenaue Serviceangebote machen und helfen Erkrankungen vorzubeugen. Können Sie sich vorstellen, die folgenden Dienstleistungen auf Basis Ihrer Daten in Anspruch zu nehmen? Basis: n=1.591; ohne k.A.

Die Bereitschaft zum Teilen von neuen Daten mit der Versicherung ist gering - im Bereich Kfz am höchsten.

## Teilen von individuellen Nutzerdaten

(Sehr) hohe Zustimmung



Basis: 1.231 ohne k.A.

Bei Smart Home-Lösungen entstehen auch individuelle Nutzerdaten. Inwieweit können Sie sich vorstellen, die Daten, die bei Smart Home Anwendungen entstehen, mit folgenden Personen bzw. Unternehmen zu teilen?

Angenommen, Ihr Fahrzeug würde diese Daten aufzeichnen: Inwieweit können Sie sich vorstellen, die Daten mit folgenden Personen bzw. Unternehmen zu teilen?

Inwieweit können Sie sich vorstellen, die Daten von Fitnessarmbändern bzw. Fitness-/ Ernährungs-Apps mit folgenden Personen bzw. Unternehmen zu teilen?

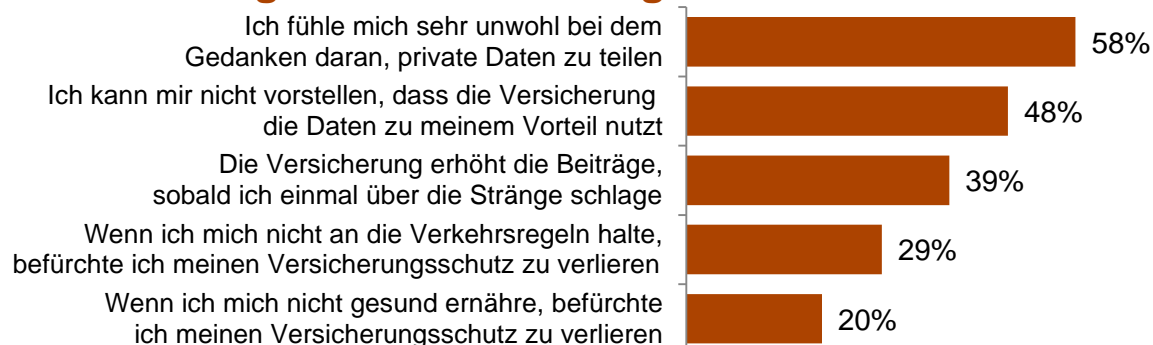
Kunden fühlen sich bei einer Datenweitergabe an Versicherungen eher unwohl.

## Aussagen zur Weitergabe von Daten an Versicherungsunternehmen

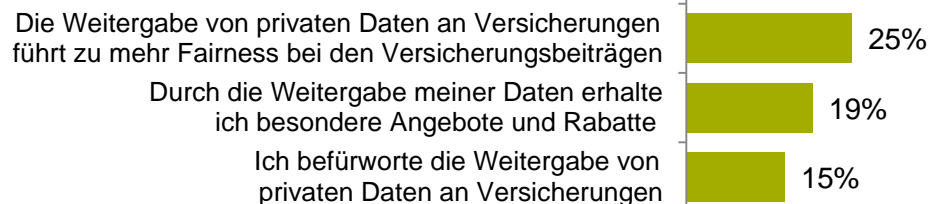
(Sehr) hohe Zustimmung

Gesamt  
Onl.rep.

### Negative Einschätzung



### Positive Einschätzung



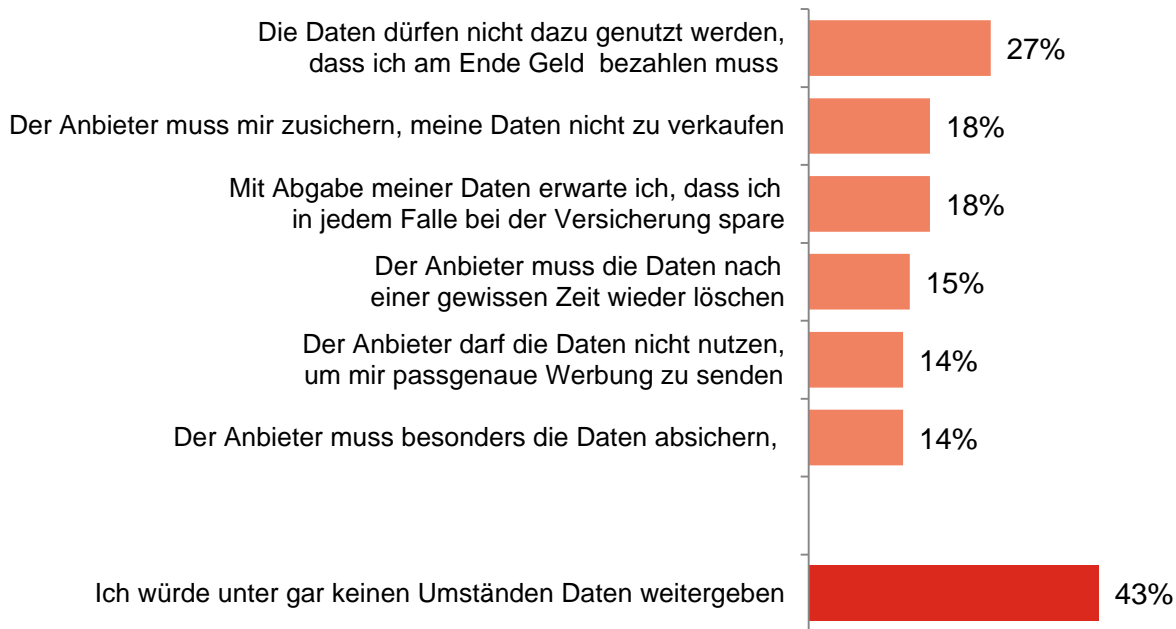
Basis: n=1.535; ohne k.A.

Wir haben ein paar Aussagen gesammelt, die andere Personen zur Weitergabe ihrer Daten an die Versicherung gemacht haben. Inwieweit stimmen Sie persönlich diesen Aussagen zu?

Aus der Datenweitergabe an die Versicherung wollen Kunden keine Nachteile erfahren.

## Voraussetzungen für eine Datenweitergabe an Versicherungen

### Top-Nennungen



Basis: jeweils ohne k.A.

Was müsste aus Ihrer Sicht gewährleistet sein, damit Sie die Daten über Ihr Fahrverhalten mit Ihrer Versicherung teilen bzw. an Ihre Versicherung weitergeben? Wie wichtig sind Ihnen die folgenden Aspekte? – Max drei Kriterien zur Auswahl

# 4

## Individualisierung und Datenweitergabe



Das Versicherungsprinzip der risikogerechten Tarifierung wird von einer überwiegenden Mehrheit akzeptiert.



Eine Mehrheit der Deutschen fände es auch gerecht, wenn individuelles Fahrverhalten und Lebensstil einen Einfluss auf die Prämien verhaltensabhängiger Versicherungstarife hat.



Die Kunden sind offen gegenüber neuen und digitalen Serviceangeboten von Versicherungen.



Bei der Datenweitergabe an Versicherungen bestehen die größten Ängste darin, dass diese Daten von der Versicherung gegen die Versicherten verwendet werden könnten.



Die Weitergabe von Fitness- oder Smart-Home-Daten an Versicherungen wird besonders kritisch gesehen.



# Zum Studiendesign

<b>Erhebungsmethode</b>	Online-Interviews im GfK Finanzmarktpanel
<b>Zielgruppen</b>	<b>Repräsentative Auswahl an Versicherungskunden ab 18 Jahren (Hauptsample)</b> Zusätzlich, zur Erhöhung der Fallzahl im Segment der Abschließer (Boost): a) Offline-Abschließer einer Versicherung in den letzten 2 Jahren b) Online-Abschließer einer Versicherung in den letzten 2 Jahren
<b>Stichprobengröße</b>	n=1.591 im Hauptsample, <u>zusätzlich</u> n=624 Offline-Abschließer und n=363 Online-Abschließer
<b>Quotenvorgaben</b>	Alter, Ortsgröße, BDL, Gefahrenklasse
<b>Befragungszeitraum</b>	September 2016
<b>Interviewdauer</b>	28 Minuten
<b>Gewichtung</b>	Die Ergebnisse des Hauptsamples wurden auf die repräsentative Verteilung zurück gewichtet.

Vielen Dank.