

Pressemitteilung 19. Mai 2016 – HEUTE UND MORGEN GmbH – Köln

Versichern via App: Hohes Kundeninteresse – innovative Angebote bisher aber zu wenig bekannt

Aktuelle Trendstudie des Marktforschungsinstituts HEUTE UND MORGEN untersucht Akzeptanz, Potentiale und Präferenzen von Abschluss-Apps in der Assekuranz

Großes Potenzial wird noch nicht ausgeschöpft

Köln, 19. Mai 2016. Versicherungen tageweise oder situationsbezogen einfach per App abzuschließen – beispielsweise im Kontext einer Reise oder zu anderen spezifischen Anlässen – zählt bisher nicht zum alltäglichen Versicherungsverhalten der Bundesbürger. Der großen Mehrheit (82%) sind die neuen digitalen Angebote der Assekuranz oder aufstrebender „InsurTechs“ nach wie vor unbekannt; und erst wenige (1%) haben diese bereits aktiv genutzt. Bereits in naher Zukunft könnte sich dies jedoch deutlich ändern: einmal darüber informiert, bewerten 60 Prozent der erwachsenen Bundesbürger, die ein Smartphone nutzen, das Angebot digitaler App-Versicherungen als gut; 22 Prozent davon sogar als sehr gut bis hervorragend.

Dies zeigt die aktuelle Trendstudie «Service-Apps und Abschluss-Apps in der Assekuranz: Nutzungspotentiale und Kundenwünsche» des Marktforschungsinstituts HEUTE UND MORGEN. Über 1.000 Bundesbürger im Alter zwischen 18 und 65 Jahren, die ein Smartphone besitzen, wurden Ende März 2016 repräsentativ befragt. Vorgängerstudien zum Thema wurden bereits 2010 und 2013 durchgeführt.

Hohes Interesse vor allem bei „Digital Natives“

Aktuell kann sich bereits mehr als jeder vierte Bundesbürger (27%) den Abschluss von Versicherungsprodukten via App gut vorstellen; allen voran die Generation der unter 40-Jährigen „Digital Natives“ (32%). Nur knapp jeder Dritte ist grundsätzlich noch negativ gegenüber Abschluss-Apps der Versicherungen eingestellt, hält diese für unseriös oder schließt eine Nutzung völlig aus (28%). Die große Mehrheit steht hingegen neben dem spontanen Abschluss anlassspezifischer Versicherungen, auch dem Abschluss klassischer ‚einfacher‘ Versicherungsprodukte via App und Smartphone bzw. Tablet offen gegenüber; heute werden diese bereits häufig über das stationäre Internet am PC abgeschlossen.

„Digitale Innovationen ermöglichen die Etablierung ganz neuer Versicherungsprodukte und Versicherungsmodelle in Richtung von To-Go-Policen und Life-Cycle-Versicherungen“, sagt Tanja Höllger, Geschäftsführerin beim Marktforschungs- und Beratungsinstitut HEUTE UND MORGEN. „Hier entwickelt sich ein attraktiver Zukunftsmarkt, der bei entsprechender Ausrichtung allerdings deutlich intensiver und vorausschauender als bisher angegangen werden sollte. Mit Versicherungs-Apps lassen sich zugleich zahlreiche Prozesse und Schnittstellen einfacher und zugleich kundenfreundlicher gestalten.“

Grundsätzlich haben die Akzeptanz und das Interesse an Versicherungs-Apps in der Bevölkerung in den vergangenen drei Jahren zugenommen; zugleich nehmen die Datenschutzbedenken bei Gewährleistung von Sicherheitsstandards auf Banken-Niveau ab. Punkten können Abschluss-Apps insbesondere aufgrund ihrer tagesgenauen, situativen und spontanen Abschlussmöglichkeiten.

Für die Assekuranz öffnet sich damit ein neuer Markt, der hierzulande zwar noch in den Kinderschuhen steckt, aber großes Potenzial birgt. Vorausgesetzt es werden bedarfsgerechte attraktive Angebote ohne Hürden und Fallstricke entwickelt, und die Abschluss-Apps deutlich aktiver als bisher kommuniziert, um im Bewusstsein der Kunden und auch am Point-of-Sale stärker präsent zu sein. Insbesondere die Bekanntheit von Versicherungs-Apps stagniert in den letzten Jahren. Kritiker bemängeln zugleich, dass die bisher auf dem Markt befindlichen Abschlussangebote via App oft noch überflüssig oder zu teuer seien. Zudem fehlt bisher ein stärkerer Wettbewerb, der Innovationen voranbringt.

Für Abschluss-Apps eignen sich neue und klassische Produkte gleichermaßen

Am mangelnden Interesse liegt der bisher fehlende Durchbruch von Abschluss-Apps am Markt nicht: rund drei Viertel (72%) der befragten Bundesbürger finden die Möglichkeit sehr gut, dass bestimmte Versicherungen nur für einen bestimmten Zeitraum bzw. tageweise abgeschlossen werden können und danach ohne schriftliche Vertragskündigung automatisch enden. Knapp zwei Drittel (62%) beurteilen zudem positiv, sich für bestimmte Ereignisse, die nicht häufig vorkommen, situativ und zeitlich begrenzt absichern zu können. 61 Prozent zeigen sich überzeugt, dass Abschlussoptionen via App insbesondere jüngere Leute stärker dazu bringen würden, Versicherungen abzuschließen. 55 Prozent zeigen sich in stärkerem Maße überzeugt, dass der Versicherungsabschluss per App ihnen unnötigen Papierkram erspart. Darüber hinaus wünschen sich viele Kunden von ihrem Versicherer über neue App-Angebote informiert zu werden.

Aus Kundensicht kommen für den Versicherungsabschluss per App viele Produkte in Frage, allen voran Smartphone- oder Tablet-Versicherungen (41%). Besonders beliebt sind auch tageweise Auslandsreisekrankenversicherungen (35%). Geeignet erscheinen den Bundesbürgern auch Versicherungen, die ab Kaufdatum abgeschlossen werden, wie Laptop- (34%) oder Fahrrad-/E-Bike-Versicherungen (32%) oder auch Kfz-Zusatzversicherungen zur Nutzung des Autos, das nur auf einen selbst zugelassen ist (39%). Aber auch für klassische Versicherungsprodukte bietet der Abschluss via App große Potenziale: der größte Anstieg der konkreten Abschlussbereitschaft ist seit 2013 in den Sparten Haftpflicht (aktuell: 37%; 2013: 26%), Kfz (36% vs. 26%) und Hausrat (31% vs. 19%) zu erkennen.

Als präferiertes Zahlungssystem für den Versicherungsabschluss via App liegt PayPal mit 66 Prozent Zustimmung mit großem Abstand vor alternativen Zahlungsmöglichkeiten wie beispielsweise Kreditkarte, Handyrechnung oder Sofortrechnung.

Test von Abschluss-Apps

Im Rahmen der aktuellen Trendstudie und ihrer Vorgängerstudien wurden auch einige Produktkonzepte der relativ wenigen bereits auf dem Markt befindlichen Abschluss-Apps getestet. Im Vergleich am besten schneidet im Urteil der Bundesbürger dabei die Produktidee Unfall-Schutz-Mobil von Ergo Direkt ab; weniger positiv fallen hingegen die Urteile zur Smartphone- und Tablet-Versicherung „be relaxed“ aus.

„Kundenorientierung, Übersichtlichkeit und klare, einfach verständliche Konditionen sind wichtige Gestaltungsprinzipien für Abschluss-Apps“, sagt Birgit Menzen, Studienleiterin bei HEUTE UND MORGEN. „Zudem gilt es eine höhere Bekanntheit herzustellen und zu berücksichtigen, dass der kundenseitige Anspruch an den Nutzen und Mehrwert von Apps in den vergangenen Jahren deutlich gestiegen ist – das Stadium der reinen Neugier und Spielerei ist vorbei.“

Fazit

Versicherungs-Apps, sei es Service-Apps oder Abschluss-Apps, haben bisher den Durchbruch am Markt noch nicht geschafft – das Potenzial ist dafür bei den Kunden jedoch in hohem Maße vorhanden. Wie für viele Innovationen gilt: erst werden diese ignoriert oder belächelt, dann bekämpft und am Ende werden sie selbstverständlich. Um das dynamische Feld nicht branchenfremden InsurTechs und anderen Technologydienstleistern zu überlassen, sollte die Assekuranz im Bereich der Digitalisierung daher noch aktiver und stärker vorausschauendhandeln.

Die komplette 130-seitige Trendstudie «Service-Apps und Abschluss-Apps in der Assekuranz: Nutzungspotentiale und Kundenwünsche» mit umfangreichen weiteren Ergebnissen und ausführlichen Differenzierungen der Kundenerwartungen und Präferenzen, sowie Empfehlungen für die App-Entwicklung und das App-Marketing der Produktgeber, kann direkt über die HEUTE UND MORGEN GmbH bezogen werden. Die Studie ist Teil der regelmäßigen Studienreihe «Finanzmarktrends» von HEUTE UND MORGEN.

Weitere Studieninformation (PDF):

http://www.heuteundmorgen.de/leticms/frontend/media/files/flyer_app-studie.pdf

Kontakt

Tanja Höllger
Geschäftsführerin
HEUTE UND MORGEN GmbH
Von-Werth-Str. 33-35
50670 Köln

Telefon: +49 221 99 500 12
E-Mail: tanja.hoellger@heuteundmorgen.de
www.heuteundmorgen.de