

**HEUTE UND MORGEN**

# Techmonitor Assekuranz 2024

HEUTE UND MORGEN Assekuranz Marktstudie  
Befragungsdurchführung: Oktober / November 2024

Vertiefungsthema 2024:  
FiDA-Verordnung – Chancen und  
Hemmnisse aus Kundensicht





# Inhalte der Studie

Unsere Kommunikation ist durch Einflüsse wie die fortschreitende Digitalisierung und exponentielle Fortschritte im Bereich KI einem stetigen Wandel unterlegen. Digitale Kommunikationskanäle gewinnen weiter an Bedeutung. Aber welchen Einfluss hat diese Entwicklung auf die zukünftige Kommunikation mit Versicherungsunternehmen? Diese Studie zeigt Ihnen Entwicklungen über Zeitreihen seit 2019 auf.

## Die Studie untersucht die folgenden Themen:

### Kundensicht

- ➔ **Status Quo Kundenverhalten: digitale Kontaktpunkte beim Thema Versicherungen**  
Wie kommunizieren Kunden? Welche Informationskanäle werden genutzt? Welche Rolle spielen Apps / Kundenportale?
- ➔ **Zukünftiges Kundenverhalten: Kanalpräferenzen je Anliegen**  
Was sind die präferierten Kontaktkanäle je Anliegen? Welche Rolle spielen KI-Bots wie ChatGPT zukünftig bei Versicherungsthemen?
- ➔ **Kundeneinstellungen**  
Wie entwickelt sich die Einstellung zu digitalen Services und Datenschutz? Welche digitalen Kundentypen gibt es und wie entwickeln sich diese?

### Versicherer-Sicht

- ➔ **Digitale Sichtbarkeit und Reichweite**  
Welche Versicherer fallen im Internet aktuell auf? Wie hoch sind die jeweiligen Kundenanteile derer, die Kundenportal / Apps der jeweiligen Gesellschaft nutzen?
- ➔ **Digitale Performance**  
Wie werden die Erfahrungen mit digitalen Services und Plattformen bewertet? Welche Versicherer leisten Best Practice?

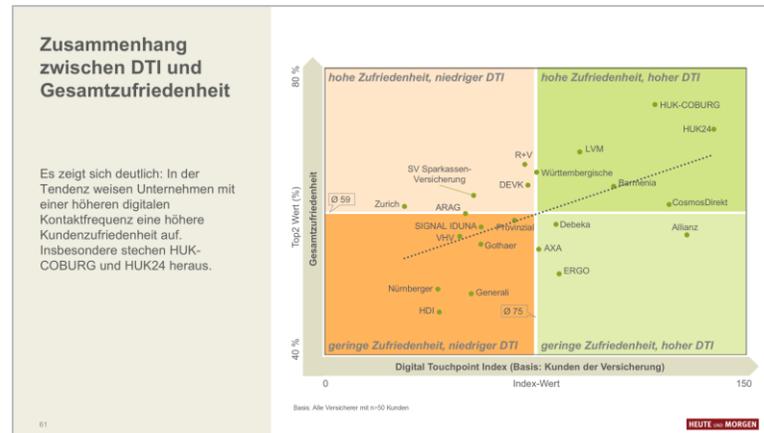
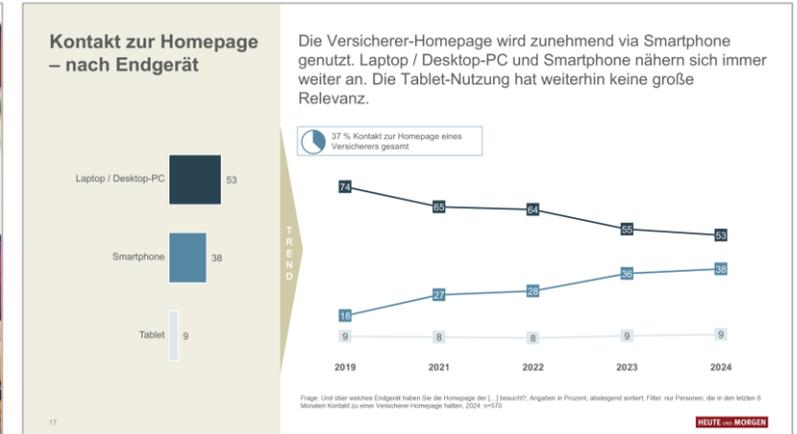


# Ergebnis- Auszug

Sie erhalten den Studienreport als PPTX-Datei, sodass Sie einzelne Folien direkt in Ihre internen Präsentationen einbinden können. Der Studienreport enthält Trenddarstellungen zu allen zentralen Fragen, zahlreiche Versicherer-Rankings und Implikationen zu den Ergebnissen. Optional bieten wir Ihnen einen Tabellenband (Excel) mit Ergebnissen Ihrer Kunden im Vergleich zum Markt.

### Inhalt / Agenda

01	Zentrale Erkenntnisse und Implikationen	5
02	Digitale Informations- und Kommunikationskanäle	11
02.1	Homepage	12
02.2	Digitale Kommunikationskanäle	22
02.3	Kundenportale	33
02.4	Apps	42
02.5	Wahrnehmung von Online-Werbung	48
03	Digitale Wahrnehmung von Versicherungsgesellschaften	56
04	Der digitale Versicherungsnehmer	66
05	Ausblick: Zukünftige Wege in der Kommunikation mit Versicherern	82
06	Sonderthema 2024: Einstellung zur Datenweitergabe und FiDa-Verordnung	94
07	Anhang: Methode und Stichprobe	113



# Vertiefungsthema

## 2024: FiDA

FiDA (Financial Data Access) soll einen einheitlichen Rechtsrahmen für den Zugang zu Finanzdaten schaffen. Konkret heißt das, dass Finanzinstitute (Dateninhaber) anderen Finanzunternehmen und registrierten Drittanbietern (Datennutzern) Kundendaten über standardisierte APIs zur Verfügung stellen müssen. Diese Neuerung kann es Versicherern zukünftig besser ermöglichen, Kundenbeziehungen zu vertiefen und personalisierte Produkte sowie Dienstleistungen anzubieten. Es entstehen aber auch neue Konkurrenzsituationen.

### Die Studie ermittelt Potenziale und Hemmnisse der FiDA-Verordnung

- ➔ **Status Quo und Einstellungen**  
Bekanntheitsgrad und Nutzung von PSD2; Einstellung zur Teilung von Finanzdaten; Datenschutz- und Sicherheitsbedenken: Welche Daten man freigeben würde; Differenzierung der Bereitschaft nach Sparten und Anbietern
- ➔ **Interesse an datenbasierten Produkten und Services**  
Apps, die einen ganzheitlichen Finanzüberblick geben; Personalisierte Beratung und Produkte auf Basis von freigegebenen Finanzdaten
- ➔ **Zielgruppen und Potenziale**  
Was sind die Kernzielgruppen, die an solchen Services interessiert sind?

# Studiendesign



## Onlinebefragung (CAWI)

- Onlinebefragung in einem Verbraucherpanel
- Befragungsdauer: Ø 20 min



## Stichprobe

- Bevölkerungsrepräsentative Befragung ab 18 Jahren
- Basisstichprobe: n=1.591
- Es liegen Zeitreihen ab 2019 vor



## Zeitplan

- Befragungsdurchführung

Oktober / November 2024



# Leistungen & Kosten

NETTOKOSTEN  
ZZGL. GESETZL. MWST

➔ Studienreport	
<input type="checkbox"/> Studienreport (ca. 100 Seiten PDF/ PPTX)	3.500 €

➔ Ergänzungsangebote (nur in Verbindung mit dem Bezug des Studienreports)	
<input type="checkbox"/> Tabellenband in Excel zu Ihren Kunden (ohne Zusatzstichprobe, bei ausreichender Fallzahl)	900 €
<input type="checkbox"/> Ergebnisse zu den Vertiefungsthemen aus vergangenen Wellen (Kosten je Thema) <ul style="list-style-type: none"><li>• Embedded Insurances (2023)</li><li>• Kundenportale (2023)</li><li>• Selfservices in der Produktkonfiguration (2022)</li><li>• Insurtech-Kunden (2021)</li></ul>	900 €

➔ Ihre Kontaktdaten			
Name, Vorname		Unternehmen, Abteilung	
E-Mail-Adresse		Telefon	
Rechnungs- adresse		Ort, Datum, Unterschrift	

# Wen und wie wir begeistern



Smaller Agencies – Full Service

Insider Tip



2024

Methodenkompetenz\*

Imagestudie von

marktforschung <sup>de</sup>

\* belegt eine Top-5 Platzierung

Smaller Agencies – Full Service

Insider Tip



2024

Zufriedenheit mit der Zusammenarbeit\*

Imagestudie von

marktforschung <sup>de</sup>

\* belegt eine Top-5 Platzierung

In der Imagestudie 2024 von marktforschung.de wurde HEUTE UND MORGEN für beste Methodenkompetenz und Zufriedenheit mit der Zusammenarbeit ausgezeichnet.



Wir arbeiten für zahlreiche namhafte und marktführende Unternehmen der Finanzdienstleistungsbranche und können diese mit marktforscherischer Exzellenz begeistern.