

HEUTE UND MORGEN TRENDSTUDIE – AUGUST 2021

Chancen und Herausforderungen von datengetriebenen und digitalen Ansätzen im Geschäftsmodell Versicherung

Wie sollten zukünftig Beratung, Betreuung & Schadenregulierung aus Sicht der Kunden ablaufen?



HEUTE UND MORGEN



UNSER ANGEBOT

Liebe Interessenten,

digitale und datengetriebene Ansätze bieten Versicherern und Vertrieben eine Vielzahl von Möglichkeiten, das eigene Geschäftsmodell effizienter und kundenzentrierter auszurichten. Branchenexperten und Anbieter sehen für die Zukunft hier noch deutliches Potenzial. Treffen diese Ansätze aber auch bei den Versicherungskunden selbst auf ausreichend Akzeptanz und Interesse? Welche Vorteile und Nutzen sehen die Verbraucher für sich? Welche Bedenken bestehen in puncto Datenweitergabe und Datenschutz? Welche Chancen und Herausforderungen lassen sich für die Branche insgesamt identifizieren?

Diesen und weiteren Fragen geht die aktuelle Studie «Chancen und Herausforderungen digitaler und datengetriebener Ansätze in der Assekuranz aus Kundensicht» des Marktforschungsinstituts HEUTE UND MORGEN in Kooperation mit Prof. Dr. Florian Elert (HSBA) nach. Über 1.500 Versicherungs(mit)entscheider im Alter zwischen 18 und 65 Jahren wurden hierfür bevölkerungsrepräsentativ befragt.

Getestet wurden dabei zahlreiche konkrete digitale Anwendungsfälle und innovative Lösungen in den Bereichen Beratung, Betreuung und Schadenbearbeitung.

Wir würden uns freuen, Ihr Interesse zu wecken!

Ihr HEUTE UND MORGEN-Team und Prof. Dr. Florian Elert

METHODE UND STICHPROBE



Zielsetzung:

- Identifikation von Chancen und Herausforderungen datengetriebener und digitaler Lösungen im Versicherungsgeschäft durch die Analyse der Akzeptanz und Nutzungsbereitschaft sowie von Vorteilen und Bedenken aus Verbrauchersicht.



Befragungsmethode:

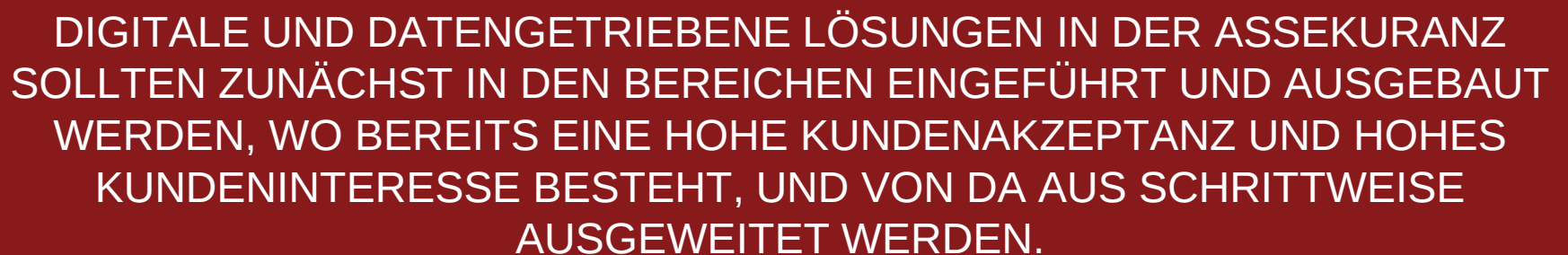
- Quantitative Online-Befragung:
- Befragungszeitraum: 04.-11.06.2021
- Befragungsdauer: ca. 25 Minuten



Stichprobe:

Insgesamt 1.537 Befragte:

- Im Alter von 18-65 Jahren
- Versicherungs(mit)entscheider
- Bevölkerungsrepräsentativ quotiert nach Bundesland, Alter, Geschlecht

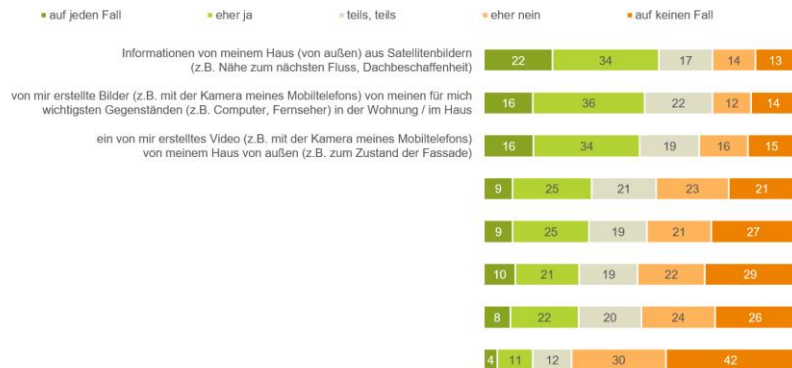


AUSZÜGE AUS DEN ERGEBNISSEN

DIE STUDIE LIEFERT DETAILLIERTE INSIGHTS ZU ZAHLREICHEN KONKRETEN OPTIONEN DER DATENWEITERGABE UND DATENNUTZUNG DIFFERENZIERT NACH BERATUNG, BETREUUNG UND SCHADENABWICKLUNG. DABEI WERDEN AUCH RELEVANTE SUBGRUPPENUNTERSCHIEDE AUSGEWIESEN.

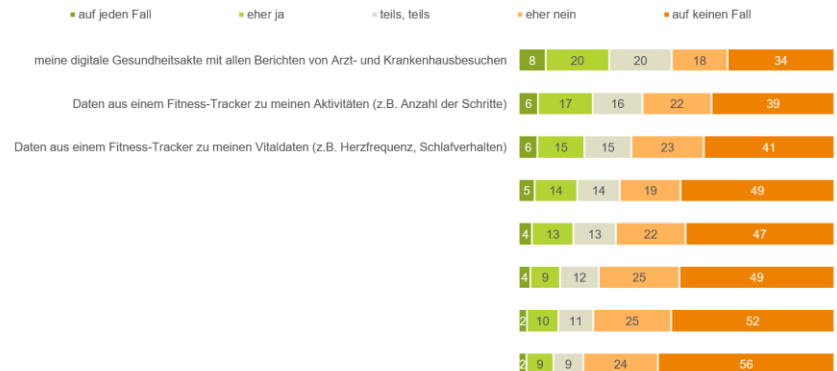
Verbraucher möchten die Kontrolle behalten und wenn, dann lieber selbst die Informationen zusammenstellen und nicht passiv über Smart-Home Geräte auslesen lassen.

? Welche der folgenden Informationen können Sie sich grundsätzlich vorstellen, im Beratungsprozess zum Thema Wohngebäude- und Hausratversicherung preiszugeben? Alle Anwendungen sind für Sie kostenlos.



Geht es um biometrische Daten, ist die Bereitschaft zum Teilen deutlich geringer. Mehr als jeder Fünfte kann sich aber vorstellen, z.B. seine digitale Gesundheitsakte oder Daten aus einem Fitness-Tracker zu teilen.

? Welche der folgenden Informationen können Sie sich grundsätzlich vorstellen, im Beratungsprozess zum Thema Kranken-, Risikolebens- oder Berufsunfähigkeitsversicherung preiszugeben?





VERSICHERER UND INNOVATIVE LÖSUNGEN SCHLIEßEN SICH AUS VERBRAUCHERSICHT NICHT AUS – UND GEBEN VERSICHERERN ANLASS ZUM HANDELN.

AUSZÜGE AUS DEN ERGEBNISSEN

DIE STUDIE ZEIGT DARÜBER HINAUS AKZEPTANZ UND BEGEISTERUNGSPOTENZIAL VON DIGITALEN LÖSUNGSANGEBOTEN IN DEN BEREICHEN BERATUNG, BETREUUNG; SERVICE UND SCHADENABWICKLUNG:

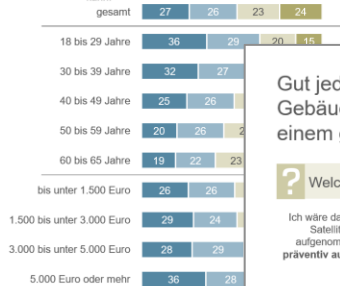
Digitale Versicherungsordner haben bereits eine hohe Bedeutung: Mehr als jeder Zweite möchte all seine Versicherungen jederzeit an einem Ort einsehen können. Je jünger die Verbraucher und je höher das HHNE, desto größer die Relevanz.

? Welcher dieser Aussagen stimmen Sie jeweils stärker zu?

Ich möchte alle meine bestehenden Versicherungen gesammelt in einem digitalen Ordner (z.B. in einer App oder Cloud) haben, den ich jederzeit einsehen kann.

« << < > >> »

Ich helfe meine Versicherungen alle in Papierform ab. In einem digitalen Versicherungsordner sehe ich für mich keinen Mehrwert.



(Angaben in Prozent, gesamt: n=1.537, Alter: n=205-387, HHNE: n=178-449)



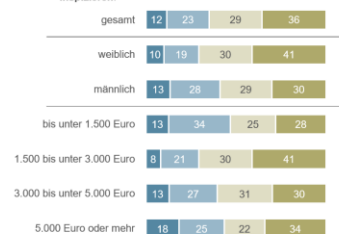
Gut jeder Dritte (35%) wäre damit einverstanden, dass der Versicherer sein Gebäude präventiv auf Schäden inspiziert. Männer sowie Verbrauchern mit einem geringen oder hohem HHNE wären noch häufiger damit einverstanden.

? Welcher dieser Aussagen stimmen Sie jeweils stärker zu?

Ich wäre damit einverstanden, dass mein Versicherer Satellitenbilder oder Bilder, die von einer Drohne aufgenommen werden, einsetzt, um mein Gebäude präventiv auf mögliche bevorstehende Schäden zu inspizieren.

« << < > >> »

Mein Versicherer soll im Schadenfall eine Leistung erbringen und nicht präventiv agieren.



(Angaben in Prozent, Filter: nur Personen, für die eine Wohngebäudeversicherung mindestens in Frage kommt, gesamt: n=969, Geschlecht: n=482-506, HHNE: n=79-303)



Die Mehrheit der Befragten interessiert sich für speziell auf sie zugeschnittene Tarife und Verbesserungsmöglichkeiten, selbst wenn dafür Versicherungen von Wettbewerbern hinterlegt werden müssen.

? Welcher dieser Aussagen stimmen Sie jeweils stärker zu?

In einem Kundenportal sollte stets angezeigt werden, wenn ich meine Versicherungsabsicherung verbessern kann*. Dafür bin ich auch bereit, Versicherungen von Wettbewerbern zu wechseln.

« << < > >> »

Ich möchte in einem Kundenportal keine Angebote zu Verbesserungsmöglichkeiten angezeigt bekommen.

In einem persönlichen Kundenportal möchte ich keine Versicherungsangebote erhalten.

dass Verbesserungsmöglichkeiten und auf sie zugeschnittene Angebote in ihrem Kundenportal angezeigt würden, während es bei den über 60-Jährigen 52% sind.

83

HEUTE UND MORGEN

Vor allem Verbraucher unter 30 Jahren wären mit einer präventiven Inspektion durch den Versicherer einverstanden. Je höher der Bildungsabschluss, desto eher wären die Verbraucher einverstanden.

BESTELLUNG DER STUDIE

NETTOKOSTEN
ZZGL. GESETZL. MWST

➔ Studienreport		
☐	Analysebericht (PDF, ca. 120 Seiten)	2.900 €

➔ Zusatzoptionen		
☐	Tabellenband inkl. Spalte zu den Ergebnissen der eigenen Kunden (bei ausreichender Fallzahl)	500 €
☐	Präsentation der Studienergebnisse in Ihrem Hause (zzgl. Reisekosten)	1.500 €

➔ Ihre Kontaktdaten			
Name		Unternehmen	
E-Mail		Telefon	
Ort, Datum		Unterschrift	

➔ IHRE ANSPRECHPARTERN BEI FRAGEN		
Tanja Höllger	tanja.hoellger@heuteundmorgen.de	0221-995005-12
Sonja Kränz	sonja.kraenz@heuteundmorgen.de	0221-995005-20

Diese Studie ist einschließlich aller Bestandteile urheberrechtlich geschützt. Quelle Bilder: Fotolia, Getty Images, iStock, unsplash, pixabay, Pexels

STUDIEN FINANZMARKT- TRENDS



HEUTE UND **MORGEN**

HEUTE UND MORGEN STUDIENREIHE »FINANZMARKTTRENDS«

- Mit unserer Studienreihe »Finanzmarkttrends« greifen wir regelmäßig aktuelle Entwicklungen und Innovationen auf und testen diese auf ihre Akzeptanz und Zukunftsfähigkeit in der Finanzdienstleistungsbranche.
- Im Fokus stehen dabei die Bereiche: Produktentwicklung, Digitalisierung, neue Serviceideen und viele weitere frische Impulse für Marketing, Kommunikation und Vertrieb.
- Nutzen Sie die wertvollen Grundlagen für Marketing, Serviceoptimierung und Vertrieb!

BEREITS ERSCHIENEN

- Nachhaltige Versicherungsprodukte (2021)
- Mobilität der Zukunft: Chancen und Risiken für Versicherer (2021)
- Dos & Don'ts für Versicherer und Krankenkassen in den sozialen Medien (2020)
- Markenmonitor Assekuranz (2020)
- Wirkung von Siegeln in der Assekuranz (2020)
- Betriebliche Krankenversicherung – Was in Zukunft wichtig ist (2020)
- Techmonitor Assekuranz (2019 / 2020)
- Nachhaltigkeit: Dos and Don'ts für Krankenkassen / Banken / Versicherer
- „Alexa, starte meinen Versicherer-Skill ...“ – Wie Versicherer und PKV / GKV von Skills für Smart Speaker profitieren können (2019)
- Infopost – So steigern Sie die Lesebereitschaft (2018)
- Cyberversicherungen – Potenziale im Privatkundenmarkt (2018)
- #verführ #mich #gerne #aber #gut – Akzeptanz und Wirkung von Content- und Influencer-Marketing (2017)
- Versicherungsabschluss online: So steigern Sie die Abschlussquote (2017)

STUDIEN INITIATOREN



HEUTE UND MORGEN

KURZPROFIL

- Full-Service-Institut mit Sitz im Herzen von Köln
- Mitgliedschaft beim BVM
- TÜV-zertifizierter externer Datenschutzbeauftragter
- Zahlreiche Partnerschaften & Lehraufträge & Netzwerke

QUALITATIVE METHODEN



Interview



Kreativ-
workshop



Gruppen-
diskussion



Online
Community

QUANTITATIVE METHODEN



online



persönlich



mobile



schriftlich



telefonisch

FORSCHUNGS- UND BERATUNGSLÖSUNGEN



Kundenzufriedenheit



Produkt und Preis



Marke



Mitarbeiterzufriedenheit



Kommunikation



Digitaler und kultureller Wandel

STUDIEN INITIATOREN



KURZPROFIL

- Die ITW Institut für Transformation und Weiterbildung in der Assekuranz GmbH ist ein Spin-Off der HSBA Hamburg School of Business Administration.
- Wir sind spezialisiert auf das Angebot von exklusiven Weiterbildungsangeboten, Keynotes, Studien und Beratungsprojekten speziell für die Versicherungswirtschaft.
- Als Organisator der InsurTech-Werft (www.insurtech-werft.de), einer umsetzungsorientierten Digitalisierungsinitiative für die Versicherungswirtschaft, analysieren wir fortlaufend aktuelle Digitalisierungstrends und scouten für unsere Partnerunternehmen InsurTechs und Technologieanbieter.
- Startups, die in den deutschsprachigen Versicherungsmarkt eintreten wollen, unterstützen wir beim Proof of Concept und bei der Vernetzung mit potenziellen Partnern.
- In exklusiven Weiterbildungsprogrammen wie z.B. der Masterclass Versicherungsmanagement (www.itw-hh.de/masterclass) fördern wir den Wissenstransfer und den Erfahrungsaustausch zwischen Experten aus der Versicherungswirtschaft und Potenzialträgern von Versicherungsunternehmen und Vertrieben.
- In speziell für den individuellen Kunden konzipierten Einzeltrainings unterstützen wir Führungskräfte, die als Quereinsteiger in unsere Branche eintreten, im schnellen Aufbau von Versicherungs-Know-how und bei der Analyse von Branchentrends.
- Weitere Informationen finden Sie unter: <http://www.itw-hh.de>

ITW

Institut für
Transformation und Weiterbildung
in der Assekuranz GmbH

EIN SPIN-OFF DER HSBA
HAMBURG SCHOOL OF BUSINESS ADMINISTRATION



HSBA