

Gothaer-Studie: Ist Deutschland digital? Erst die Hälfte der Deutschen sagt ja

- **Voraussetzungen für Digitalisierung wie mobile Geräte und Kenntnisse sind weit verbreitet**
- **Beim Thema Versicherung zählt immer noch der persönliche Kontakt**
- **Gewisses Interesse an Gesundheits-Apps und selbstfahrenden Autos**

Wie digital ist Deutschland? Dieser Frage ist die Gothaer gemeinsam mit dem Meinungsforschungsinstitut forsa im Rahmen einer Studie nachgegangen. Das Ergebnis: Beim Interesse an technischen Entwicklungen und Neuerungen im Alltag teilen sich die Bundesbürger in zwei etwa gleich große Lager: Die Hälfte der 16- bis 69-Jährigen zeigt sich grundsätzlich an interessiert, die andere Hälfte interessiert sich dafür weniger oder gar nicht. Während jeweils mehr als 90 Prozent über die einzelnen technischen Entwicklungen informiert sind, äußern nur zwischen 40 und 50 Prozent auch grundsätzliches Interesse an deren Nutzung.

Wo sind die Deutschen digital unterwegs? „Im Gesundheitsbereich werden vor allem Fitnessapps und Fitnesstracker genannt, auch Bankgeschäfte erledigt eine knappe Mehrheit mittlerweile online“, berichtet Gothaer-Chef Dr. Karsten Eichmann. „Anders sieht das bei Versicherungsangelegenheiten aus, diese regeln nur 10 Prozent der Befragten auf digitalem Weg. Hier bevorzugt knapp die Hälfte das Telefon oder den direkten Kontakt mit dem Versicherungsvertreter. Doch das Verhalten der Bürger ändern sich: Gerade die Jüngeren und die formal höher Gebildeten sind schon heute dem Internet und technischen Entwicklungen gegenüber deutlich aufgeschlossener als Ältere und formal geringer Gebildete. Darauf reagiert die Versicherungsbranche mit neuen digitalen Angeboten“, erläutert Eichmann weiter.

Im Rahmen der Studie hat das Marktforschungsinstitut forsa vom 11. bis 24. November 2015 insgesamt 1.000 Personen im Alter von 16 bis 69 Jahren befragt.

Technik weit verbreitet - Interesse an Neuerungen weniger groß

Bei der Nutzung der technischen Geräte sind sich die Deutschen zum großen Teil einig. 75 Prozent der Befragten nutzen privat ein Smartphone, 70 Prozent ein Notebook. Einen stationären PC nutzen 52 Prozent, einen Tablet-PC 4 Prozent. Nur 7 Prozent der Befragten geben an, keines dieser Geräte privat zu nutzen.

Das Interesse an technischen Neuerungen ist weniger groß als die Nutzung der entsprechenden Geräte. Nur etwa die Hälfte der Befragten (51 Prozent) interessiert sich (sehr) stark für technische Entwicklungen und Neuerungen. Ähnlich viele (49 Prozent) interessieren sich allerdings weniger stark oder gar nicht für technische Entwicklungen.

Social Media - jeder kennt sie, die Hälfte nutzt sie

Fast jedem Befragten sind die Social Media Dienste Facebook (96 Prozent), WhatsApp (94 Prozent und YouTube (93 Prozent) bekannt. 88 Prozent der Befragten kennen den Mikroblogging Dienst Twitter und 73 Prozent den Online-Dienst zum Austausch von Fotos und Videos Instagram. Knapp die Hälfte der Befragten (46 Prozent) kennt das berufliche soziale Netzwerk Xing, etwa ein Viertel (28 Prozent) das amerikanische Pendant LinkedIn.

Obwohl die Social Media Dienste namentlich fast allen bekannt sind, werden sie von deutlich

weniger Befragten auch konkret genutzt. 64 Prozent geben an, WhatsApp zu nutzen, 60 Prozent YouTube und 47 Prozent Facebook. Deutlich weniger Befragte nutzen Xing (13 Prozent), Instagram (13 Prozent), Twitter (10 Prozent) oder LinkedIn (6 Prozent). t zunehmendem Alter sinkt der Anteil derer, die Social Media Dienste nutzen.

Der Verzicht auf Social Media Dienste fällt den regelmäßigen Nutzern dabei gar nicht schwer. Insgesamt geben jeweils nur wenige der Nutzer an, überhaupt nicht oder nur für einige Stunden auf den jeweiligen Dienst verzichten zu können. Vergleichsweise am unentbehrlichsten empfinden die Nutzer WhatsApp, während mehr als die Hälfte der Nutzer anderer Dienste länger als einen Monat auf die Nutzung verzichten könnte.

Finanzen: Versicherungen lieber persönlich - Banking lieber online

Fragt man diejenigen, die mindestens eines der sozialen Netzwerke nutzen, ob sie sich vorstellen könnten, mit auch mit ihrer Versicherung über ihren Social Media Dienst Kontakt aufzunehmen, gibt jeder zehnte Befragte an (10 Prozent), dass dies grundsätzlich vorstellbar wäre, 1 Prozent haben dies bereits konkret getan. Für die große Mehrheit (88 Prozent) der Social Media Nutzer käme eine Kommunikation mit ihrer Versicherung über Social Media hingegen nicht in Frage.

Fragt man die Smartphone-Nutzer, ob sie schon einmal eine App verwendet haben, über die man mit der Versicherung kommunizieren oder sich informieren kann, so gibt die große Mehrheit (93 Prozent) an, eine solche App noch nie genutzt zu haben. 4 Prozent haben schon einmal eine Unwetter-App genutzt, 2 Prozent eine RechnungsApp ihrer Krankenversicherung.

Danach gefragt, wie sie mit ihrer Versicherung kommunizieren, geben 48 Prozent der Befragten an, dass sie mit der Versicherung ihre Anliegen telefonisch klären, 38 Prozent kontaktieren dazu den Versicherungsberater. Wenn es hingegen um den Abschluss einer neuen Versicherung geht, geben 71 Prozent der Befragten an, dass sie eine neue Versicherung bevorzugt persönlich mit dem Versicherungsberater abschließen würden.

Bei Bankgeschäften sind die Deutschen hingegen eher online unterwegs. Eine knappe Mehrheit der Befragten (54 Prozent) erledigt alltägliche Bankgeschäfte, wie Kontoauszüge einsehen oder Überweisungen tätigen, überwiegend online, 45 Prozent erledigen das persönlich in der Filiale.

In Sachen Gesundheit verhalten online

17 Prozent der Befragten geben an, technische Anwendungen für ihre eigene Gesundheit bereits zu nutzen. Für 23 Prozent wäre es vorstellbar, solche Apps zu nutzen. Von denjenigen, die technische Anwendungen im Gesundheits- und Fitnessbereich bereits verwenden, geben 60 Prozent an, Fitness-Apps, also beispielsweise Kalorienzähl-Apps, zu verwenden. 49 Prozent verwenden Fitnesstracker, zum Beispiel Armbänder oder Uhren, die Schritte zählen oder den Puls messen.

Mit ihrem Arzt kommunizieren 74 Prozent der Befragten am liebsten über das Telefon, andere Formen der Kontaktaufnahme kommen weniger in Frage.

Smart Home und selbstfahrende Autos - bekannt und kaum genutzt

Fast jeder Befragte (94 Prozent) kennt sogenannte automatisierte Helfer wie beispielsweise selbststeuernde Staubsauger, Fensterputzer oder Rasenmäher. 46 Prozent können sich den

Einsatz solcher Geräte grundsätzlich vorstellen. 6 Prozent nutzen diese Helfer bereits.

44 Prozent der Befragten könnten sich grundsätzlich vorstellen, Geräte mit Smart-Home-Funktion im eigenen Haushalt einzusetzen. 3 Prozent geben an, dies bereits zu tun.

Fast jedem Befragten (95 Prozent) sind die Entwicklungen in Richtung selbstfahrender Autos bekannt. 45 Prozent der Befragten, die einen Führerschein besitzen, könnten sich vorstellen, ein selbständig fahrendes Auto zu nutzen, für die Mehrheit (54 Prozent) kommt das jedoch nicht in Frage.

Pressekontakt:

Dr. Klemens Surmann
Telefon: 0221 / 308 - 34543
Fax: 0221 / 308 - 34530
E-Mail: klemens_surmann@gothaer.de

Unternehmen

Gothaer
Arnoldiplatz 1
50969 Köln

Internet: www.gothaer.de

Über Gothaer

Der Gothaer Konzern ist mit 4,5 Milliarden Euro Beitragseinnahmen und rund 4,1 Mio versicherten Mitgliedern einer der größten deutschen Versicherungskonzerne. Angeboten werden alle Versicherungssparten. Dabei setzt die Gothaer auf qualitativ hochwertige persönliche Beratung der Kunden.