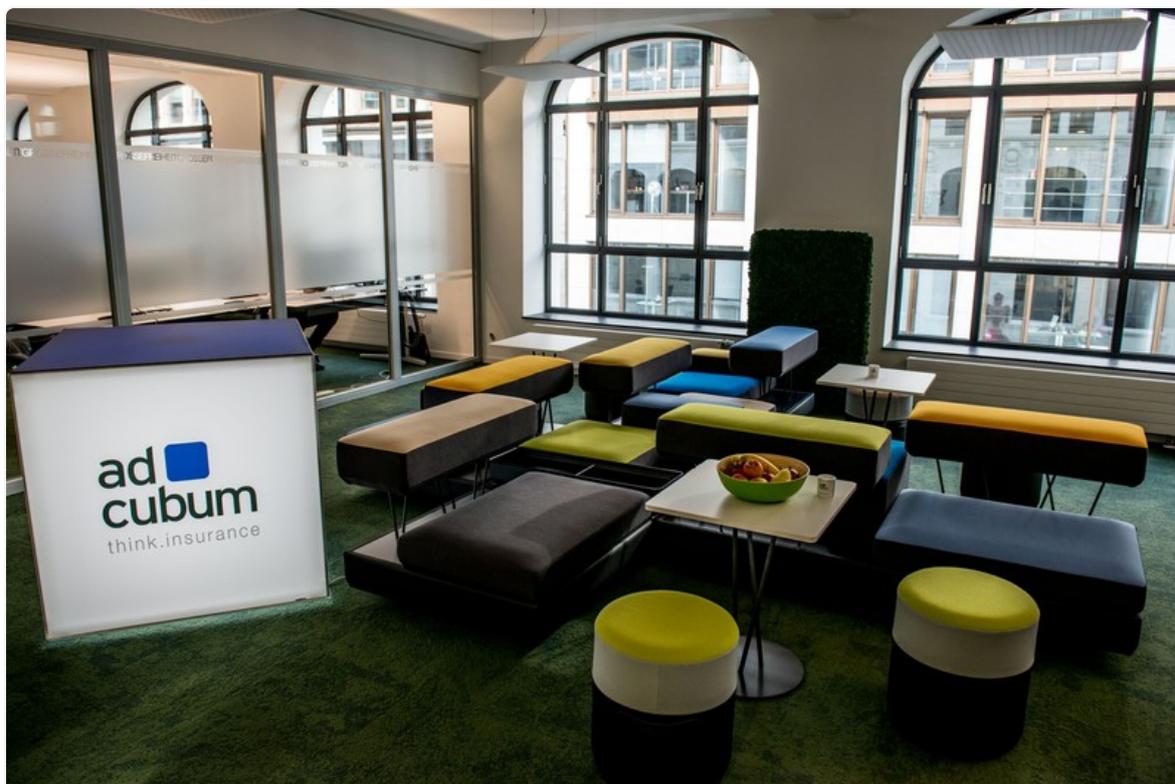


Umfrage: Gut jeder zweite Bundesbürger kann sich vorstellen, eine Versicherung komplett online abzuschließen



Adcubum - Hamburg

© Adcubum Solutions AG

56 Prozent der Bundesbürger hätten kein Problem damit, eine Versicherung komplett im Internet abzuschließen. Unter Menschen, die schon regelmäßig Bücher, Kleidung oder Elektronik online bestellen, ist die Bereitschaft dabei sogar noch stärker ausgeprägt. Internet-Einkäufer, die zusätzlich auf persönliche Beratung setzen, sind beim Thema Online-Versicherung hingegen etwas reservierter.

Das sind Ergebnisse der Studie „Digitale Versicherung 2017“, für die im Auftrag des Softwareherstellers Adcubum mehr als 1.000 Bundesbürger bevölkerungsrepräsentativ befragt wurden.

Die Studie bringt aber auch einen scheinbaren Widerspruch zu Tage. Während sich 52 Prozent der 18- bis 34-Jährigen vorstellen können, eine Versicherung komplett online abzuschließen, sind es bei den 35- bis 54-Jährigen 60 Prozent. Selbst die Generation 55+ ist mit einem Anteil von 55 Prozent abschlussfreudiger. „Beim Einsatz neuer Technologien haben die Jüngeren die Nase meist vorn. Wenn es um den Abschluss von Versicherungen geht, sind sie aber etwas zurückhaltender. Das ist bei Finanzthemen aber nicht wirklich untypisch, da in diesen Fragen die Unsicherheit stärker wiegt als die höhere Online-Affinität“, kommentiert Dr. Holger Rommel, COO der Adcubum AG, die Ergebnisse der Studie. „Für die Versicherer muss die Konsequenz sein, dass sie die Menschen dort abholen, wo sie sind. Und dass sie bei ihren Kunden stärker mit gutem Service punkten“.

Was die Recherche vor Online-Käufen allgemein anbelangt, setzen die jüngeren Befragten aber wieder überdurchschnittlich auf das Internet und ganz besonders auf soziale Netzwerke. Kunden-Bewertungen im Netz sind für 72 Prozent der 18- bis 34-Jährigen wichtiger als die Beratung im

Fachgeschäft. Bei den Befragten ab 55 Jahren gilt das für immerhin noch etwas mehr als die Hälfte.

In Bezug auf die Kosten sind sich aber alle drei untersuchten Altersgruppen einig: Bei Käufen im Internet achten sie vor allem auf den Preis. Auch wenn das Kostenbewusstsein bei den älteren Befragten mit 89 Prozent etwas schwächer ausgeprägt ist als bei den beiden jüngeren Gruppen mit jeweils 93 Prozent.



„Der Abschluss einer Versicherung ist Vertrauenssache. Das wird sich auch bei einem Online-Vertrieb nicht ändern. Ganz im Gegenteil: Das Internet macht Vergleiche zwischen den einzelnen Assekuranzen einfacher. Für Versicherer ist es also umso wichtiger, den Kunden mit all seinen Bedürfnissen in den Mittelpunkt zu stellen. Denn schlechter Service und teure Abschlusskosten sprechen sich schnell herum“, ist Adcubum-Vorstand Rommel überzeugt.

Mehr Details und weitere relevante Erkenntnisse sind in der Studie "Digitale Versicherung 2017" ersichtlich. Diese ist auf der Website von Adcubum auf Anfrage gratis erhältlich: <http://www.adcubum.com/aktuell/adcubum-studie-digitale-versicherung>

Pressekontakt:

Arne Stuhr
Telefon: +49 177 3055 194
E-Mail: Presse@adcubum.com

Unternehmen

Adcubum Deutschland GmbH
Zürcherstrasse 464
9015 St. Gallen

Internet: www.adcubum.com

Über Adcubum Deutschland GmbH

Adcubum ist ein führender Schweizer Hersteller von Standardsoftware für die internationale Assekuranz. Insgesamt beschäftigt Adcubum über 300 hochqualifizierte Mitarbeitende am Hauptsitz in St. Gallen und in den Niederlassungen in Hamburg, Düsseldorf, Stuttgart, Zürich-Wallisellen, Solothurn, Lausanne und Luzern. Kern der Geschäftstätigkeit ist die Entwicklung und Wartung der Standardsoftware adcubum SYRIUS, ein modular aufgebautes System für Kranken-, Unfall- und Sachversicherungen. Zusammen mit qualifizierten und spezialisierten Partnerunternehmen bietet Adcubum bei der Produkteinführung und -optimierung sämtliche benötigten Dienstleistungen zur erfolgreichen Einführung des Systems an.