



Versicherungs-Apps: attraktiv, aber zu wenig bekannt

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.

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 Prozent) den Abschluss von Versicherungsprodukten via App gut vorstellen; allen voran die Generation der unter 40-Jährigen „Digital Natives“ (32 Prozent). 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 Prozent). 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. Tanja Höllger, Geschäftsführerin beim

Marktforschungs- und Beratungsinstitut Heute und Morgen sagt:



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 Prozent) 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 Prozent) 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 Prozent). Besonders beliebt sind auch tageweise Auslandsreisekrankenversicherungen (35 Prozent). Geeignet erscheinen den Bundesbürgern auch Versicherungen, die ab Kaufdatum abgeschlossen werden, wie Laptop- (34 Prozent) oder Fahrrad-/ E-Bike-Versicherungen (32 Prozent) oder auch Kfz-Zusatzversicherungen zur Nutzung des Autos, das nur auf einen selbst zugelassen ist (39 Prozent).

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 Prozent; 2013: 26 Prozent), Kfz (36 Prozent vs. 26 Prozent) und Hausrat (31 Prozent vs. 19 Prozent) 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.

Bild: © sdecoret / fotolia.com

Versicherungs- und Finanznachrichten

expertenReport



<https://www.experten.de/id/4942817/versicherungs-apps-attraktiv-aber-zu-wenig-bekannt/>