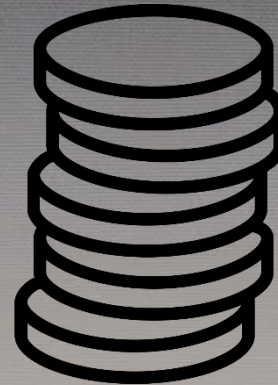
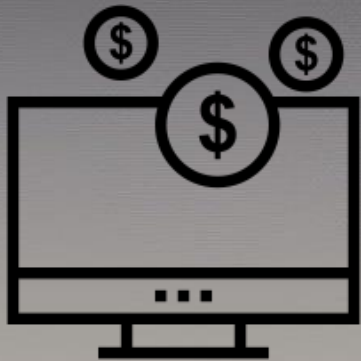


# Digitalisierungsmonitor der Finanz- und Versicherungsbranche 2016

Untersuchungsbericht | 25. November 2016



Der heutige Kunde ist durch innovative digitale Angebote und Agilität vieler Branchen verwöhnt. Die Herausforderungen für Finanzdienstleister steigen, bieten aber auch erhebliche Chancen.

Untersuchungs-  
ziele

- **Digitalisierung** ist ein Megatrend der heutigen Zeit. Auch Finanzdienstleister nutzen zunehmend den Online-Vertrieb – meist ergänzend zum klassischen Berater.
- Wie bereits im „*Digitalisierungsmonitor 2015*“ haben wir bei SKOPOS den Markt für Finanz- und Versicherungsprodukte analysiert und herausgearbeitet, welche Hebel von Finanzdienstleistern effizient genutzt werden können, um Investitionen im Bereich des Online-Vertriebs erfolgreich und effizient zu gestalten.
- Zu diesem Zweck werden diverse *Produktbereiche, Einstellungen, Bedürfnisse, Treiber* und *Barrieren* von potenziellen *Zielgruppen* analysiert und präsentiert.

## Methode

- Online-Befragung über Online Access Panel; Stichprobe: **N=1080** Personen

Stichprobe/  
Zielgruppe

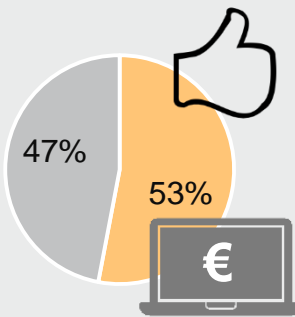
- 50% Männer und 50% Frauen in der Altersgruppe 21-60 Jahre.
- Befragt wurden nur Personen, die über den Abschluss von Finanz- und Versicherungsprodukten im Haushalt (mit-)entscheiden.
- Unterschieden wird zwischen den folgenden Subzielgruppen:

Mit Online-FDL Abschluss




Ohne Online-FDL Abschluss






**53% der Deutschen haben Erfahrung mit Online-FDL Produkten.**

Ca. 1/3 haben bereits eine Versicherung online abgeschlossen.



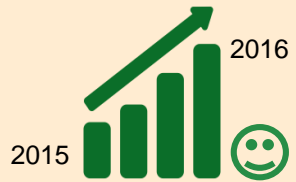
**Besonders von Online FDL Produkten überzeugt sind akademische Städter, mit überdurchschnittlichem Einkommen und geringen Sicherheitsbedenken. Sie schließen grundsätzlich gern online ab.**



**Bereits online abgeschlossen**


**In der Regel wurden Girokonten oder einfache und wenig beratungsintensive Sachversicherungen (z.B. Kfz, Hausrat, Haftpflicht) online abgeschlossen.**

**(Altersvorsorge-)Produkte weisen naturgemäß einen geringen Anteil auf.**




**Das Interesse an Online-Produkten hat im Vergleich zum Vorjahr zugenommen.**

**19% der Personen ohne Online-Abschlusserfahrung sind aktuell grundsätzlich an einem solchen interessiert.**




**Zukünftig interessant**


**Das Potential für wenig beratungsintensive Finanz- und Versicherungsprodukte ist am größten. 1/3 der Personen ohne bisherigen online Abschluss sind an einfachen Produkten (Girokonto oder Sachversicherung) interessiert. Jedoch geraten auch komplexere Produkte aus dem Bereich Altersvorsorge in den Fokus.**



**Das Image von Online FDL Produkten hat sich im vergangenen Jahr deutlich verbessert. Dies gilt insbesondere für die Zielgruppe der bislang unerfahrenen. Positiv entwickelt haben sich u.a. das Vertrauen in die Sicherheit, die Möglichkeit individuelle Angebote zu erhalten und eine schnelle Bearbeitung zu erfahren.**



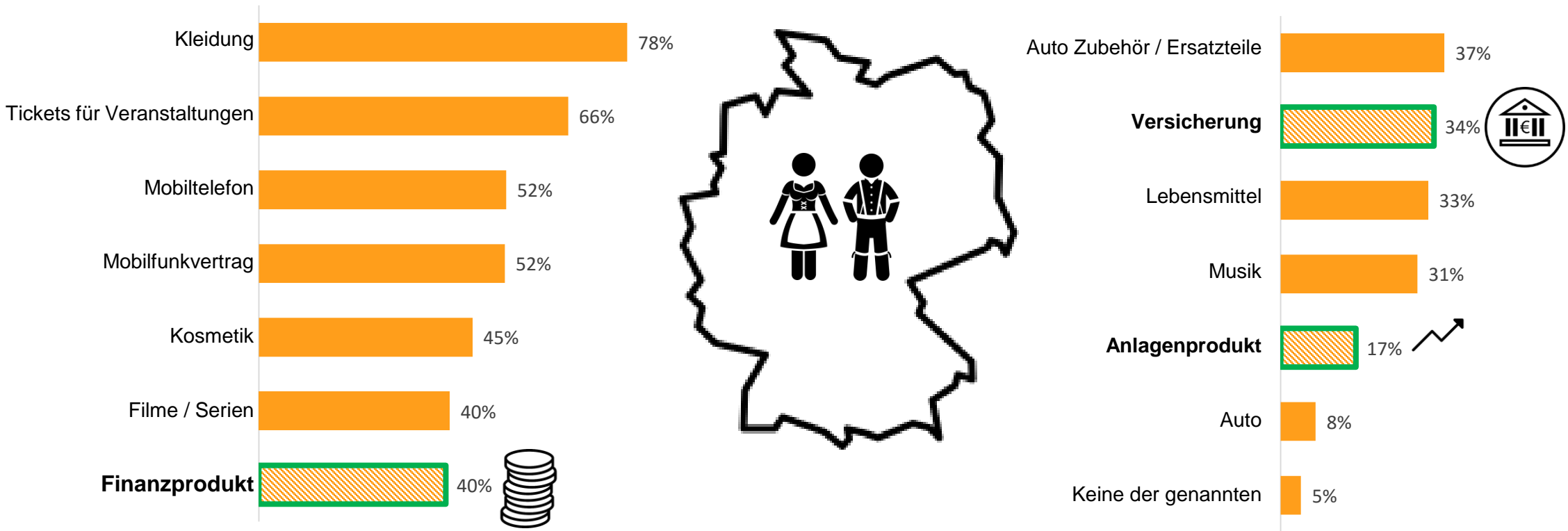
**75% der Deutschen sind sich sicher, dass sich der Markt für Online-FDL Produkte zukünftig erheblich vergrößern wird.**



**Als Barrieren gegen einen Online Abschluss fungieren weiterhin Aspekte wie Seriosität, Fairness oder Sicherheit (der persönlichen Daten). Diese gilt es zu überwinden, um weitere Kundenpotentiale zu nutzen.**

Finanz- und Versicherungsprodukte werden von mehr als einem Drittel bereits online abgeschlossen. Anlagenprodukte eher selten.

Was die Deutschen im Internet **kaufen** oder **abschließen**:



➔ **53% der Deutschen haben Erfahrung mit Online-FDL (Versicherung, Finanz- oder Anlagenprodukt)**

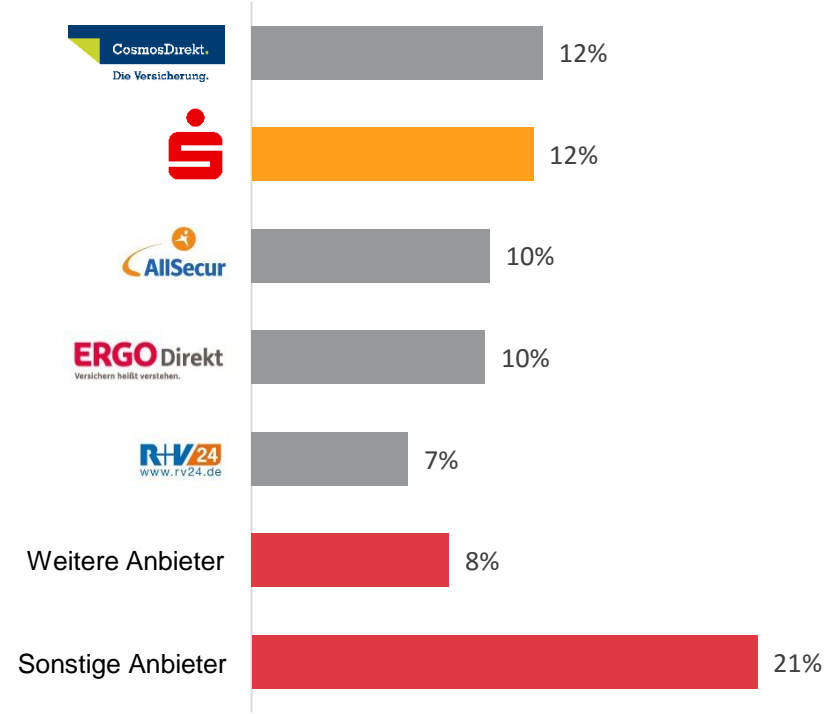
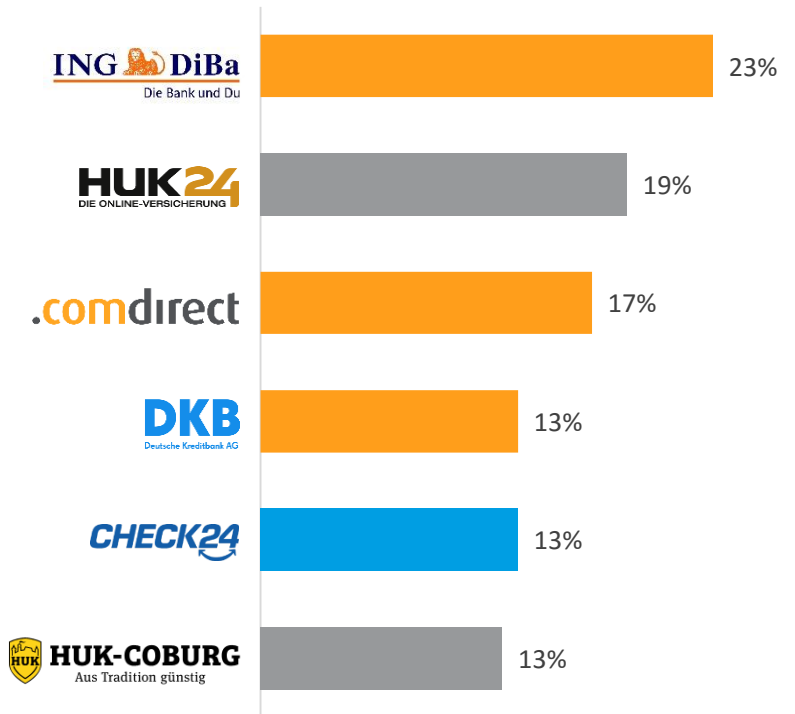
1. Bitte geben Sie an welche Produkte sie bereits online gekauft bzw. abgeschlossen haben. Basis: n=1080

Girokonten und KFZ-Versicherungen wurden bislang bei Direktbanken/-versicherern wie INGDiBa, HUK24 oder comdirect abgeschlossen. Das Vergleichsportal CHECK24 spielt ebenfalls eine Rolle.



Wo werden Online-Finanz-/Versicherungsprodukte **abgeschlossen**?

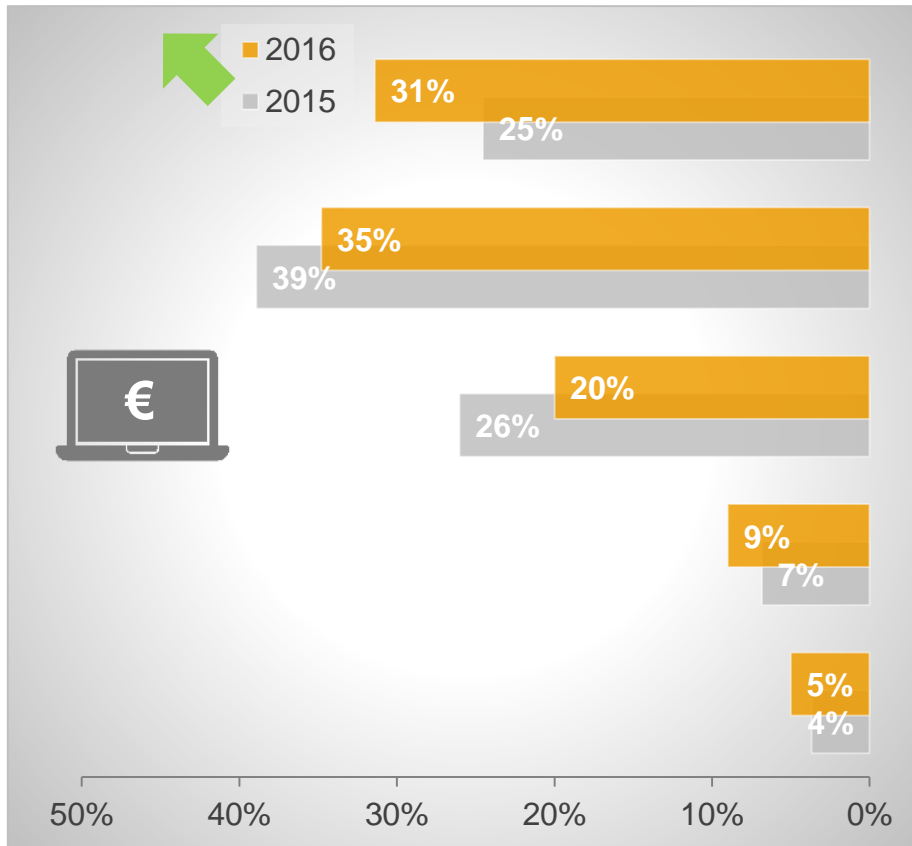
- Bank
- Versicherer
- Vergleichsportal
- Sonstige Anbieter



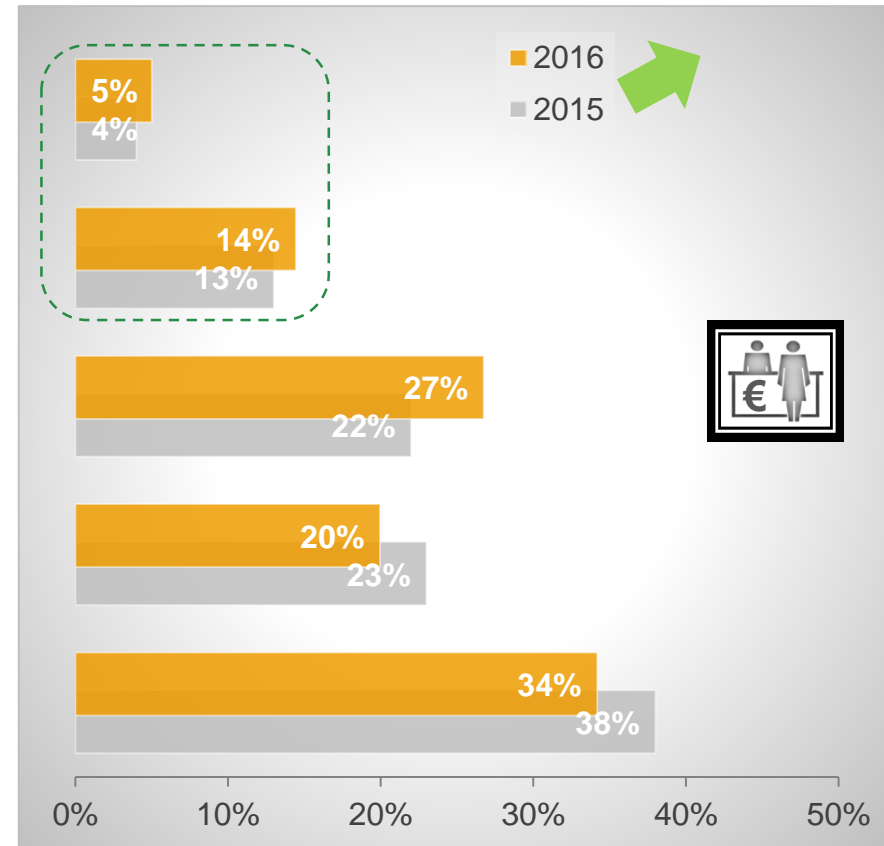
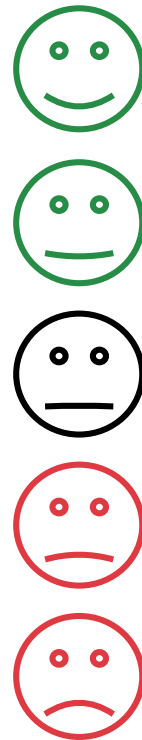
3. Bei welchem Anbieter haben Sie mindestens ein Online Finanz-/Versicherungsprodukt abgeschlossen?  
Basis: n=496

Die Ablehnung gegenüber Online Abschlüssen geht grundsätzlich zurück. Aktuell liegt das Abschlusspotential bei 19% innerhalb der Zielgruppe ohne online FDL-Erfahrung.

Wie **interessant** ist ein Abschluss für Online-Finanzdienstleistungen?



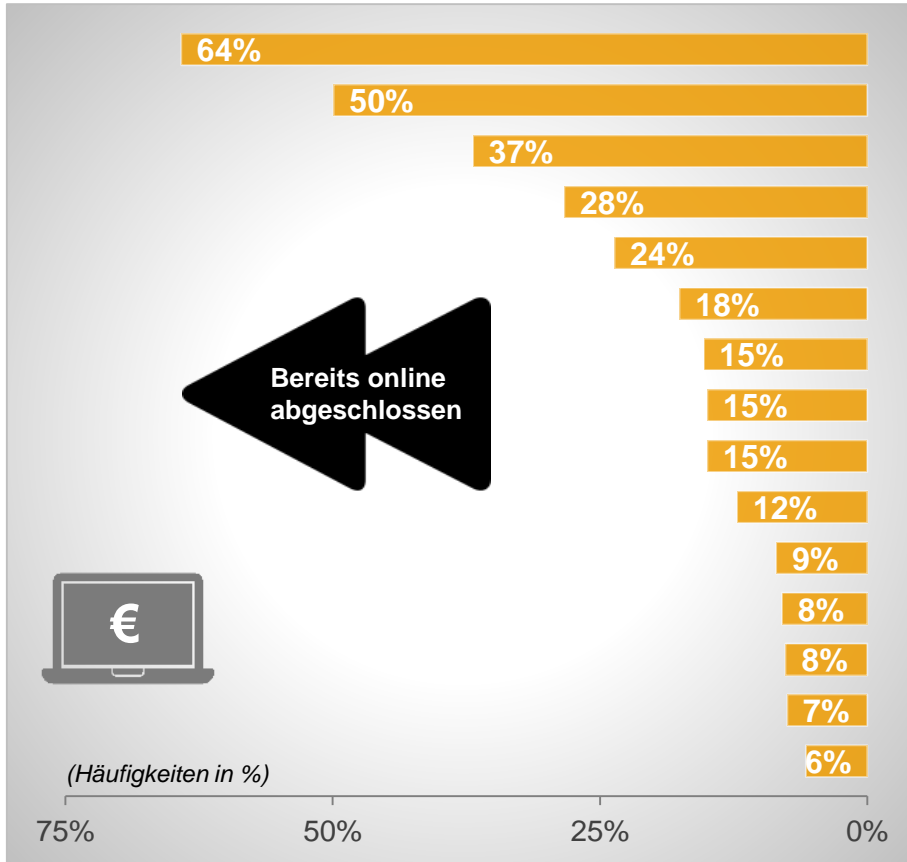
Basis 2016: n=563; 2015: 546



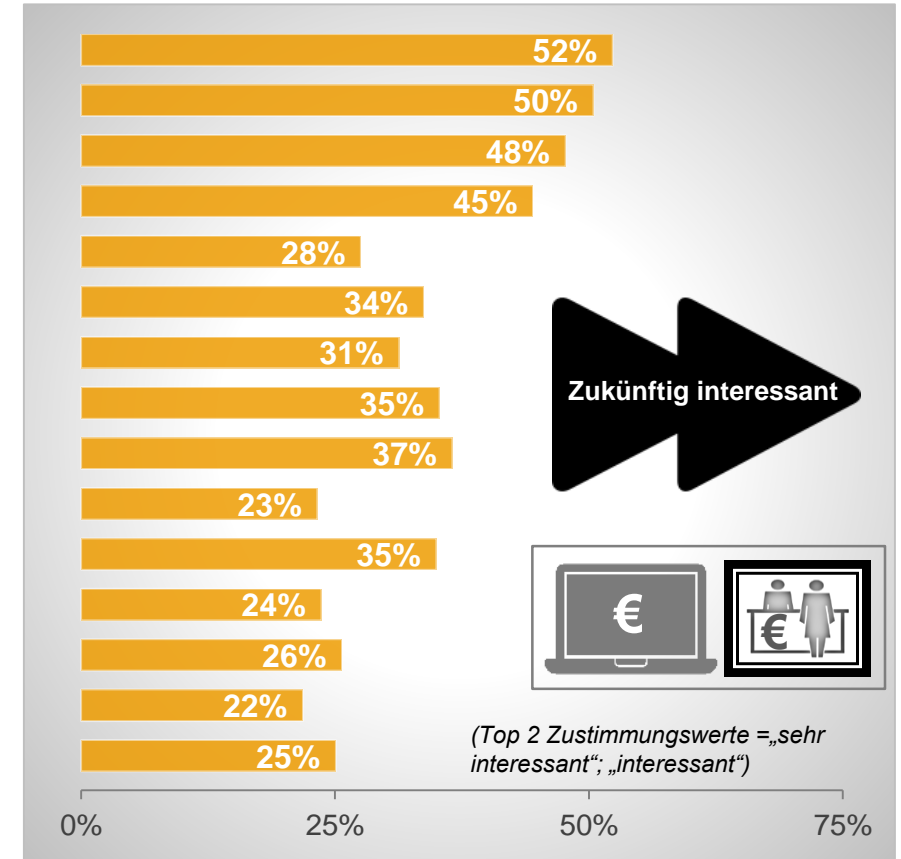
Basis 2016: n=471; 2015: 398

Viele Produkte, die bislang eher selten online abgeschlossen werden, gewinnen über diesen Vertriebskanal zukünftig an Bedeutung.

### Wie interessant sind einzelne Produkte in **Zukunft**?



- Girokonto, Tagesgeld-Konto
- Kfz-Versicherungen
- Haftpflichtversicherung
- Hausratversicherung
- Wertpapierdepot
- Private Krankenzusatzversicherungen
- Festgeld-Anlagen
- Sparplan
- Rechtsschutzversicherung
- Lebensversicherung
- Gesetzliche Krankenversicherung
- Altersvorsorgeprodukte
- Berufsunfähigkeitsversicherung
- Private Krankenversicherung
- Private Altersvorsorge in Form von Fonds/Wertpapieren

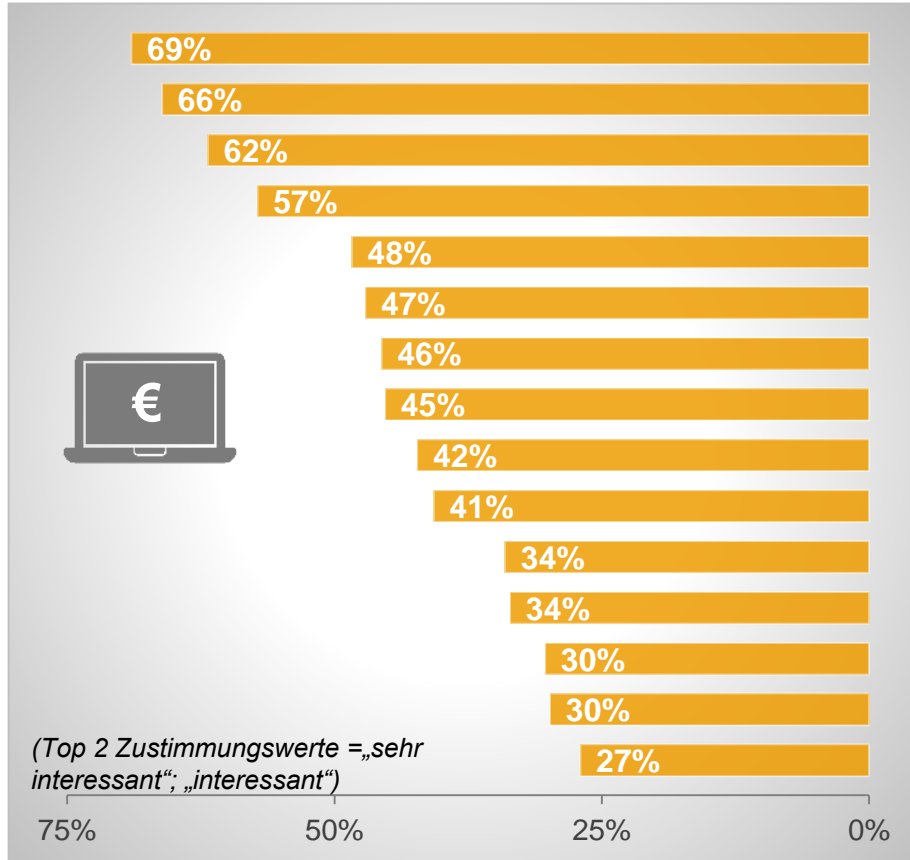


2. Sie haben gesagt, dass Sie bereits Online Finanz- /Versicherungsprodukte abgeschlossen haben. Auf welche der folgenden Produkte trifft das zu.  
Basis: n=553

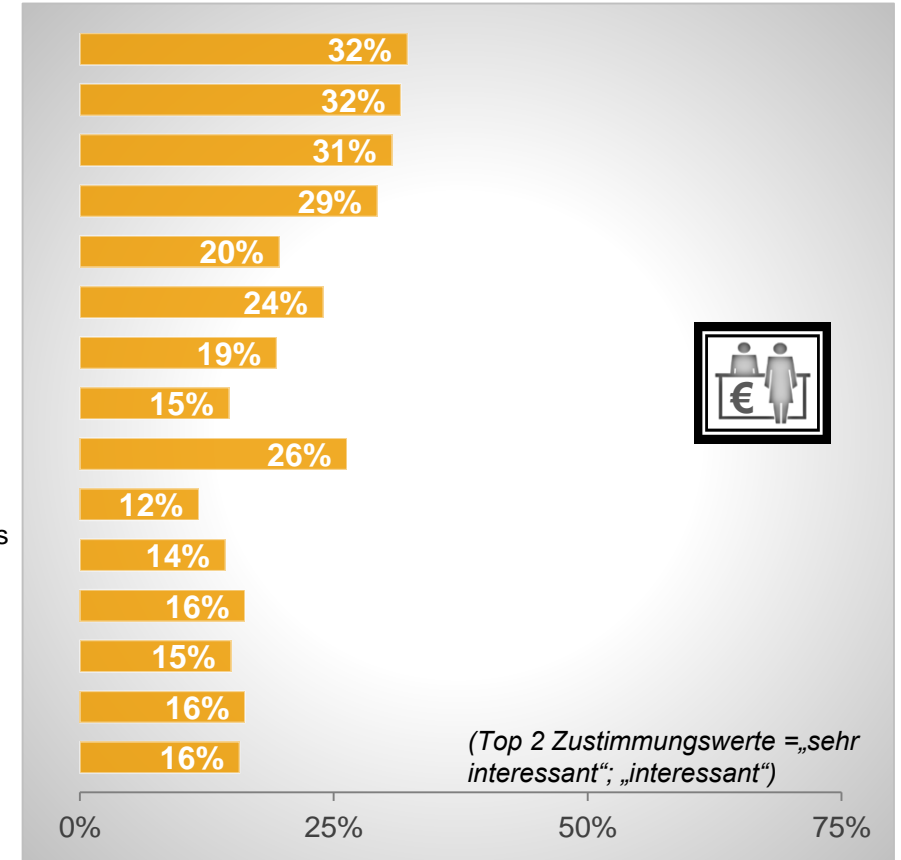
8. Wie interessant ist für Sie der Online-Abschluss folgender Finanz-/Versicherungsprodukte?  
Basis: n=1020

Zwischen den beiden Zielgruppen zeigt sich eine vergleichbare Tendenz. Die GKV sticht bei der Zielgruppe ohne Online-FDL Erfahrung hervor.

### Wie interessant sind einzelne Produkte in Zukunft?



- Girokonto, Tagesgeld-Konto
- Kfz-Versicherungen
- Haftpflichtversicherung
- Hausratversicherung
- Sparplan
- Rechtsschutzversicherung
- Private Krankenzusatzversicherungen
- Festgeld-Anlagen
- Gesetzliche Krankenversicherung
- Wertpapierdepot
- Private Altersvorsorge in Form von Fonds / Wertpapieren
- Berufsunfähigkeitsversicherung
- Lebensversicherung
- Altersvorsorgeprodukte
- Private Krankenversicherung



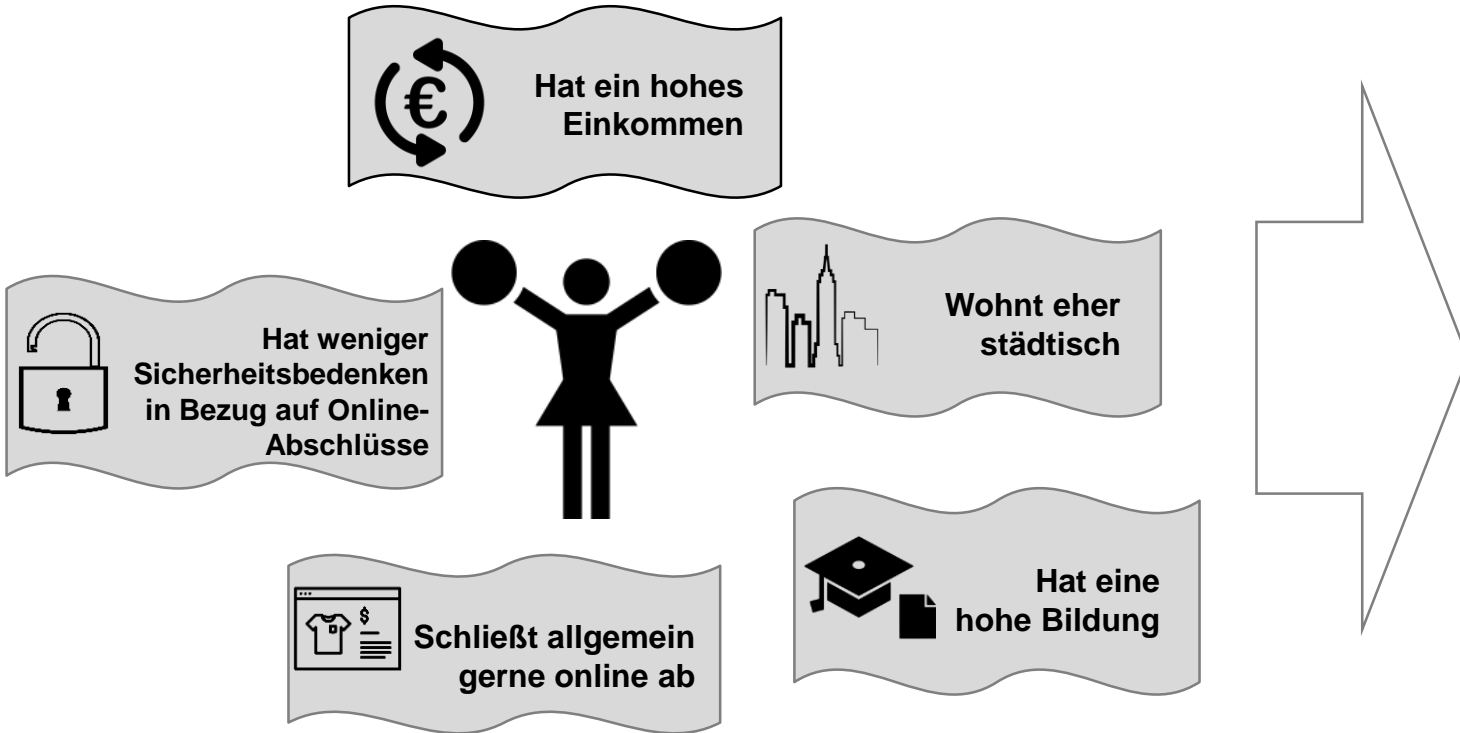
8. Wie interessant ist für Sie der Online-Abschluss folgender Finanz-/Versicherungsprodukte? Basis: n=1020

8. Wie interessant ist für Sie der Online-Abschluss folgender Finanz-/Versicherungsprodukte? Basis: n=1020



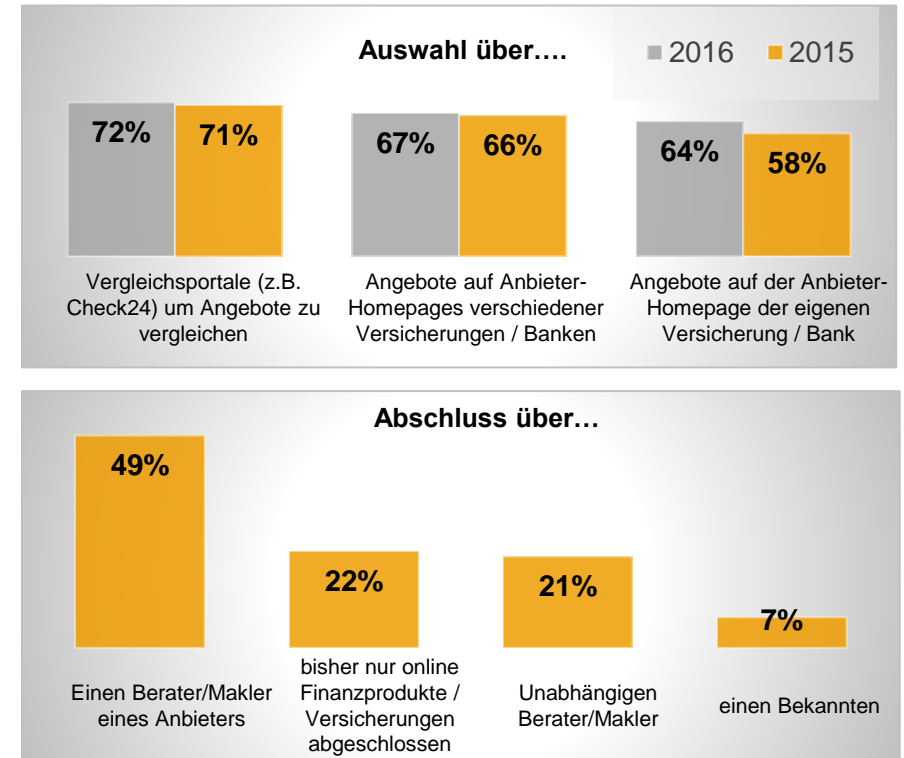
Befürworter von Online-FDL Produkten kommen überwiegend aus höheren Einkommens- und Bildungsschichten. Ca. 50% schließen Produkte weiterhin klassisch über einen Makler bzw. Vermittler ab.

## Wer ist heute von Online-Finanzdienstleistungsprodukten überzeugt?



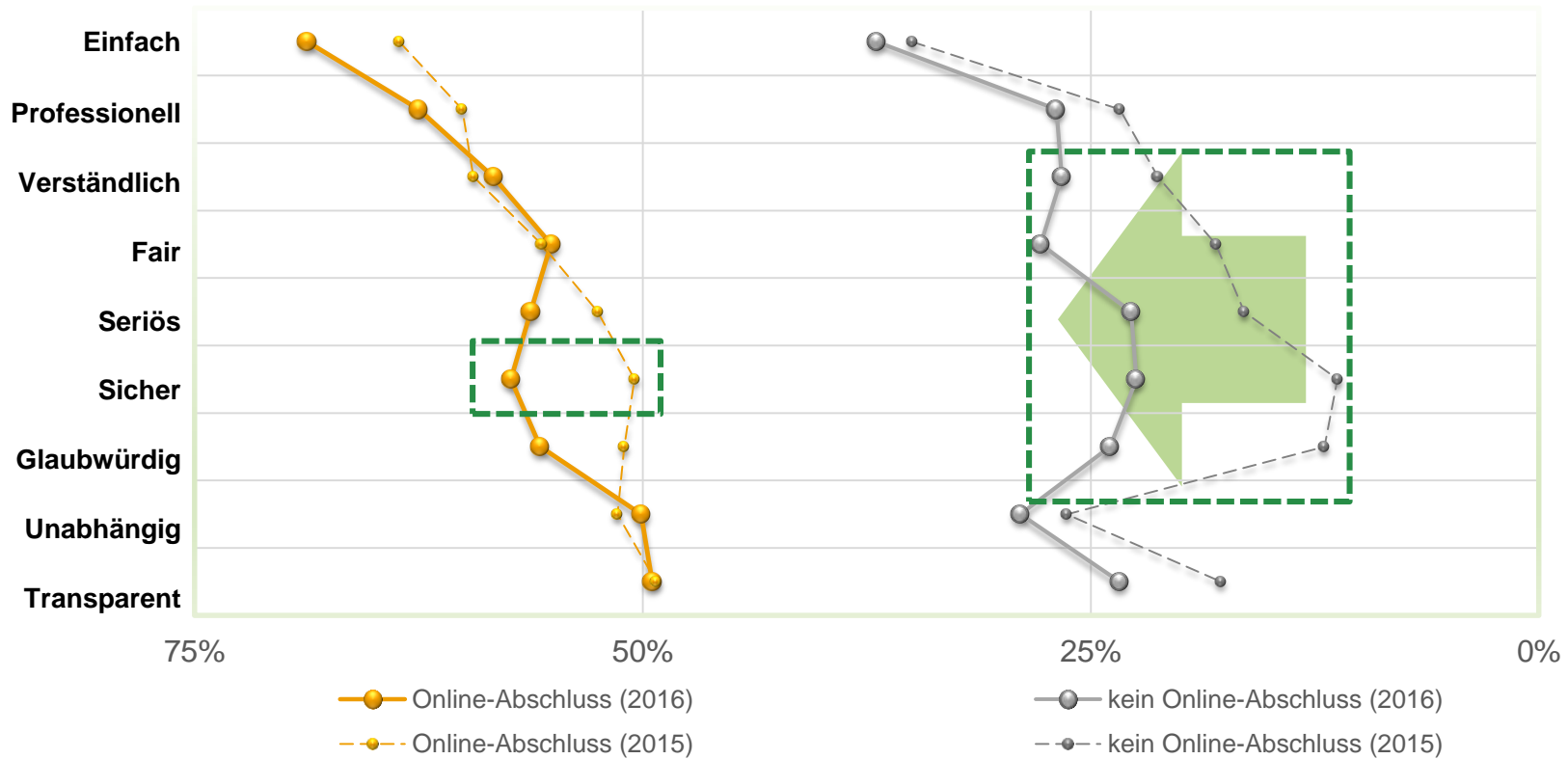
Basis: n=1080

## Wie werden Online-FDL Produkte ausgewählt und abgeschlossen?



Online-Finanzdienstleistungen sind einfach zu handhaben, werden aber weniger transparent eingeschätzt. Die Einstellung der Personen ohne Online-Abschluss hat sich positiv entwickelt.

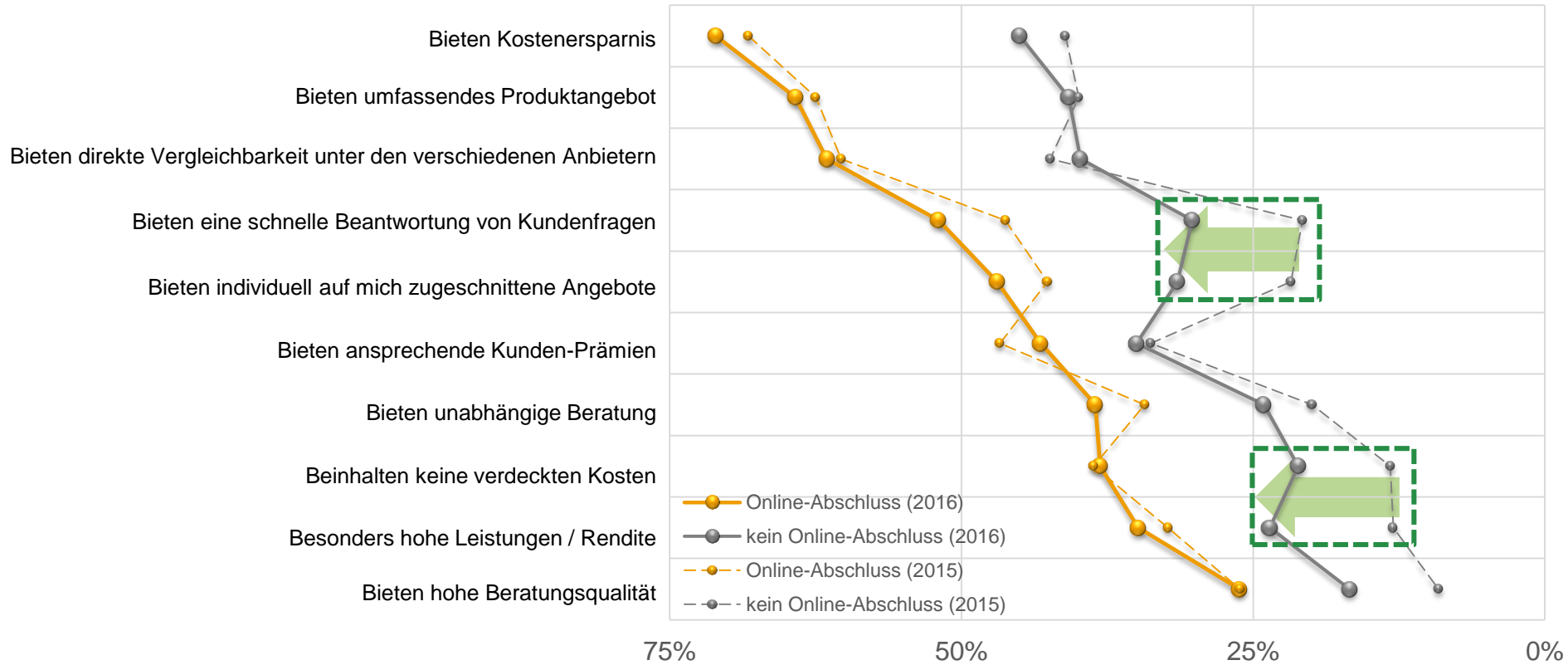
### Wie werden Online-Finanzdienstleistungen eingeschätzt?



6. Inwiefern stimmen Sie folgenden Aussagen in Bezug auf das Angebot von Online Finanz- und Versicherungsprodukten zu?  
 Basis: n=560

**Kostensparnis, Produktangebot sowie Vergleichbarkeit der Online-Angebote sind die wichtigsten Servicekriterien.**

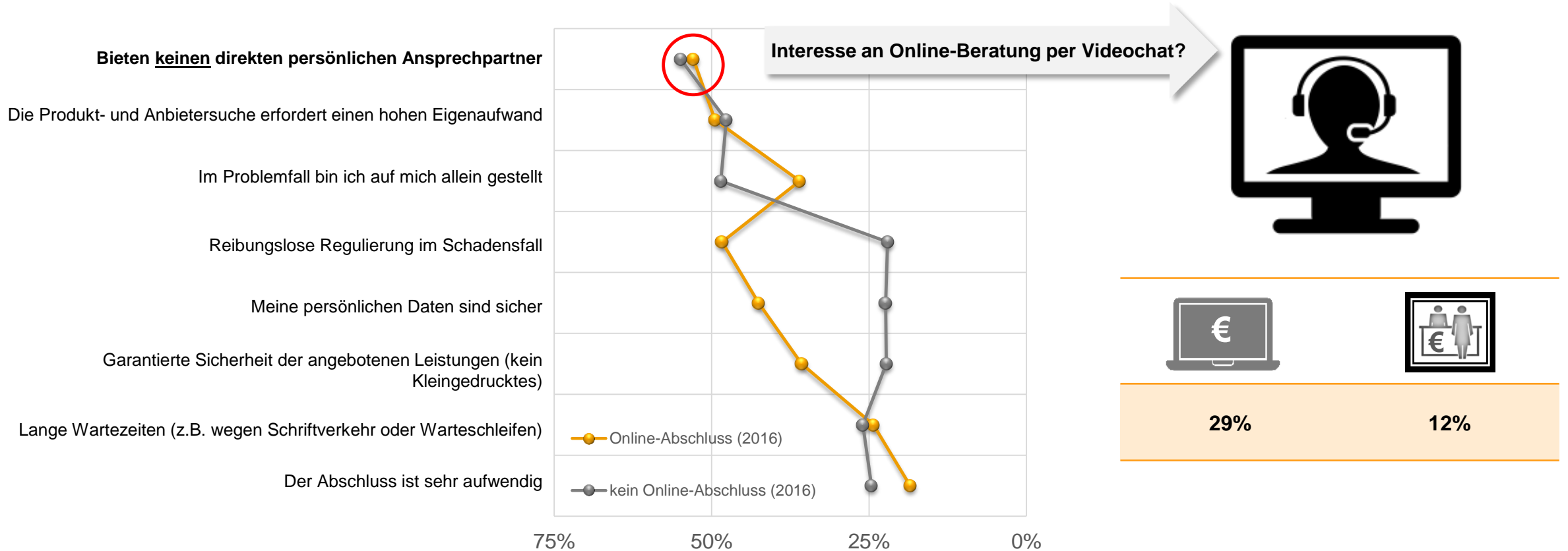
Wie werden einzelne **Servicekriterien** bewertet?



7. Und inwiefern stimmen Sie folgenden Beschreibungen in Bezug auf das Angebot von Online Finanz- und Versicherungsprodukten zu?  
 Basis: (2015: Online-Abschluss: n=525; kein Online-Abschluss: n=330) (2016: Online-Abschluss: n=550; kein Online-Abschluss: n=360)

Personen ohne Online-FDL Erfahrung stehen Sicherheitsaspekte kritischer gegenüber. Videoberatung ist für Einzelne eine interessante Alternative zum direkten Ansprechpartner.

Wie werden **potenzielle Risikofaktoren** bewertet?

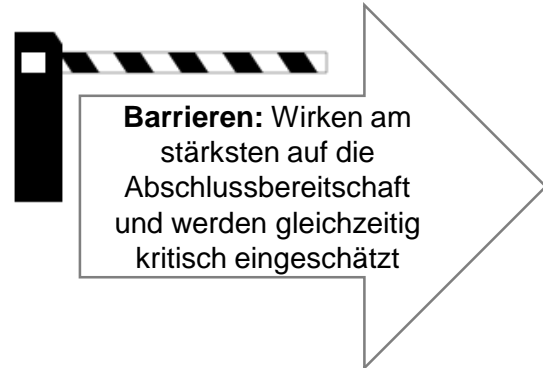
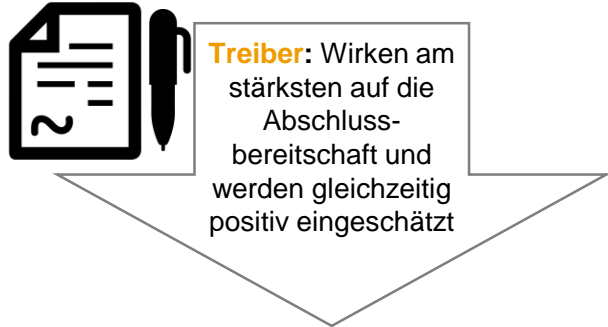


7. Und inwiefern stimmen Sie folgenden Beschreibungen in Bezug auf das Angebot von Online Finanz- und Versicherungsprodukten zu?  
 Basis: (2015: Online-Abschluss: n=525; kein Online-Abschluss: n=330) (2016: Online-Abschluss: n=550; kein Online-Abschluss: n=360)

10. Wie interessant sind für Sie Online-Beratungen Finanz- und Versicherungsprodukte per Videochat? (Top 2 Zustimmungswerte = „sehr interessant“, „interessant“)

Vielfältige Barrieren in der Gruppe ohne Online-FDL Abschluss. Wichtige Aspekte wie Seriosität, Fairness oder Sicherheit werden Online-FDL Produkten kaum zugeschrieben.

Was **überzeugt** bzw. **hindert** Personen hauptsächlich am Online-Abschluss?



Einschätzung Online Produkt*	Erfüllung
Abschlussinteresse	
Professionell	
Transparent	
Glaubwürdig	
Seriös	
Verständlich	

Einschätzung Online Produkt*	Erfüllung
Abschlussinteresse	
Seriös	
Fair	
Glaubwürdig	
Sicher	
Meine persönlichen Daten sind sicher	
Transparent	
Beinhalten keine versteckten Kosten	
Reibungslose Regulierung im Schadensfall	
Professionell	
Verständlich	



\* Sortiert nach Wichtigkeit für Abschlussinteresse

Nahezu alle Befragten gehen von einer Vergrößerung des Marktes für Online-FDL Produkte in den nächsten fünf Jahren aus.

Wie wird sich der Markt in fünf Jahren **entwickeln**?



Diese Einschätzung teilen alle Zielgruppen!

Gründe für den Bedeutungszuwachs sind u.a. Praktikabilität, Objektivität und eine branchenübergreifende Gewöhnung an Online Vertrieb.

Wie wird sich der Markt in fünf Jahren **entwickeln**?

„Immer mehr Menschen haben einfach keine Zeit mehr direkt beim Versicherer vorzusprechen und wollen viele Angebote vor sich haben.“

„...das Vertrauen der Leute in Online-Dienstleistungen wird größer & bei entsprechendem Datenschutz ist es praktisch, diese Angelegenheiten 'von zu Hause aus' regeln zu können.“

„Der Mensch macht immer mehr online, wer hätte vor kurzem noch daran gedacht, Lebensmittel online zu kaufen.“

„...unnötigen Treffen mit einem/r Versicherungsfachmann/-frau fallen weg und man erspart sich die elende Terminsuche.“

„Die Beratung offline ist zu subjektiv und wird immer unglaublicher, weil jeder den Kunden werben will.“



„Ich glaube, dass offline besser beraten wird“

„...ich schließe generell keine Verträge online ab.“

„Versicherungen wie Kfz werden vielleicht auch online gut abgeschlossen aber für Lebensversicherungen braucht es doch mehr Beratung.“

„Für dem, der sich da richtig auskennt, kann es viele Vorteile bieten. Ich traue mich einfach nicht.“

„Schon heute bietet eigentlich jeder ernst zu nehmende Anbieter die Möglichkeit fast alles online zu regeln. Durch die vielen und guten Vergleichsportale ist jeder in der Lage, sich das Beste rauszusuchen.“

Bei Fragen melden Sie sich gerne



**Andreas Ring**  
Research Director  
Teamleiter FDL

[andreas.ring@skopos.de](mailto:andreas.ring@skopos.de)  
+49 (0) 2233 99 88 - 303

