

## Nutzung digitaler Services von Versicherungen innerhalb eines Jahres um 15 Prozent gestiegen – vorwiegend über Kundenportale.

---

### **Kundenmonitor e-Assekuranz: Der Vertriebswege-Monitor: Untersuchung zur Nutzung digitaler Vertriebskanäle, digitaler Kommunikationswege und digitaler Services im bundesdeutschen Versicherungsmarkt**

Während der Corona-Jahre haben sich die Versicherungskunden verstärkt mit digitalen Techniken vertraut gemacht – aufgrund der weitgehenden Kontaktbeschränkungen hat jedoch gleichzeitig der persönliche Kontakt wieder an Beliebtheit zugelegt. Mittlerweile ist dieser Effekt jedoch wieder zurückgegangen und die digitalen Service- und Kommunikationswege befinden sich wieder auf dem Vormarsch – nicht nur in punkto Akzeptanz, die schon seit längerem sehr hoch ist – sondern auch in der konkreten Nutzung.

Der von Versicherungskunden am häufigsten genutzte Online-Service ist das Einsehen und die Prüfung von Vertragsdaten und -dokumenten. 37 Prozent haben in den letzten 12 Monaten diesen Service genutzt, vorwiegend über das Kundenportal (21%) oder über Apps (11%) bzw. die Internetseite der Versicherung (11%) – Mehrfachnennungen waren möglich. An zweiter Stelle folgt der Download von Unterlagen und Bescheinigungen (31%), an dritter Stelle die Übermittlung von Informationen zu einem Vertrag (28%). Im Vergleich zum Vorjahr 2022 hat die Nutzung digitaler Services durchschnittlich um 4 Prozentpunkte (bzw. 15 Prozent) zugenommen – verglichen mit 2019 sogar um 12 Prozentpunkte (77 Prozent).

Dies sind die Ergebnisse der Sirius Campus Marktuntersuchung „Kundenmonitor e-Assekuranz 2023 – Der Vertriebswege-Monitor“ mit jährlich 10.000 repräsentativen Online-Interviews unter privaten Versicherungsnehmern.

### **Kundenportal im Zentrum der digitalen Servicenutzung**

In rund jedem zweiten Fall digitaler Servicenutzung kommt das Kundenportal zum Einsatz: 21 Prozent der Kunden haben es in den letzten 12 Monaten zum Einsehen und zur Prüfung von Vertragsdaten genutzt, 16 Prozent zum Download von Unterlagen sowie 14 Prozent zur Übermittlung von Vertragsinformationen. Über Apps werden digitale Services deutlich seltener genutzt. Diese kommen vor allem dann zum Einsatz, wenn das Fotografieren von Schäden oder das Einscannen von Unterlagen gefordert wird (11%). Über die Internetseite der Versicherung gehen Kunden vor allem zu Beginn der Kundenbeziehung, wenn sie noch keinen Zugang zu Kundenportal oder App besitzen. Beim Abschluss neuer Verträge ist daher noch immer die Website der meist genutzte Zugangsweg.

### **Generelle Akzeptanz schon seit langem hoch**

Dass die Nutzung digitaler Service nicht noch höher ist, liegt vor allem daran, dass viele Anlässe zur Nutzung nur vergleichsweise selten eintreten. Die generelle Akzeptanz von Online-Services ist seit langem sehr hoch und liegt nach wie vor deutlich über der tatsächlichen Nutzung: Drei Viertel der Kunden sagt es zu, die Online-Regulierungsverfolgung zu nutzen, kaum weniger würden auch Rechnungen einscannen und Schadenfotos digital weiterleiten.

„Zum Glück für die Versicherungskunden sind Versicherungsschäden eher seltene Ereignisse. Daher wird ein Großteil der generellen Akzeptanz nicht in tatsächliche Nutzungszahlen umgesetzt“, erläutert Christoph Müller, Geschäftsführer und Gründer der Sirius Campus GmbH.

## **Ältere setzen verstärkt auf digitale Kontaktaufnahme**

Auch wenn ältere Kunden in Bezug auf digitale Kontaktaufnahme noch deutlich hinter den Jüngeren und Mittelalten liegen, hat es in dieser Gruppe nach Corona deutliche Akzeptanzzuwächse für die Kontaktaufnahme über Website, Kundenportal und App gegeben – Zuwächse, die 2023 erneut bestätigt wurden. Darüber hinaus zeigt sich, dass auch Männer deutlich höhere Akzeptanz- und Nutzungswerte für digitale Kontakt- und Beratungsformen aufweisen als Frauen. „Die hohe und weiterhin zunehmende Akzeptanz für Online-Services ist für Versicherer eine gute Nachricht“ resümiert Christoph Müller. „Ein adäquates und nutzerfreundliches digitales Angebot kann das Service-Erlebnis der Kunden erhöhen und zugleich die Kosten der Versicherer senken.“