

Digitalisierungsstudie 2018 Österreich

22. März 2019



Building a better
working world

Für die Studie hat SPLENDID RESEARCH 1.007 Österreicher zum Thema Digitalisierung bei Versicherungen befragt.

► ERHEBUNGSDATEN

Untersuchungsgegenstand	In der Studie wurden die Österreicher zu ihrem letzten privaten Versicherungsabschluss befragt. Im Fokus stand die Art des Abschlusses, ob online oder offline abgeschlossen wird sowie die Beratung. Zudem wurde die Haltung zu einem Online-Abschluss und einer Online-Beratung dokumentiert.
Stichprobe	Bevölkerungsrepräsentative Quotenstichprobe von n=1.007 (für Struktur siehe Abschnitt soziodemografische Daten)
Untersuchungszeitraum	11.12.2018 bis 26.12.2018
Runden	Zur besseren Lesbarkeit wurden Prozentwerte gerundet. Bei der Summierung der Teilergebnisse kann es dadurch in Einzelfällen zur Abweichung von 100 Prozent kommen
Methode	Repräsentative Erhebung unter in Österreich lebenden Personen zwischen 18 und 69 Jahren über das aktiv und passiv rekrutierte Online Access Panel der SPLENDID RESEARCH GmbH.

Kernergebnisse der Umfrage

► MANAGEMENT SUMMARY (1/2)

Basisdaten	Der letzte private Versicherungsabschluss erfolgte bei einem Drittel im Jahr 2018. Am häufigsten wurde eine Kfz-Versicherung, am zweithäufigsten wurde eine Haushaltsversicherung abgeschlossen. Die meisten Abschlüsse hatte die UNIQA Österreich Versicherungen AG.
Customer Journey	Der Versicherungsvertreter war in den meisten Fällen der Initiator einer neuen Versicherung, bei ihm wurden Informationen eingeholt und letztlich auch der Abschluss getätigt. Er zählt ebenfalls zu den wichtigsten Ratgebern für den Abschluss einer neuen Versicherung.
Informations- und Beratungsphase	Bei ca. 40 Prozent der Versicherungsabschlüsse fand eine Beratung statt. Am häufigsten hat die Beratung an Wochentagen tagsüber stattgefunden, was den meisten Befragten auch zusagte. Einer Online-Beratung stehen lediglich 7 Prozent der Österreicher aufgeschlossen gegenüber.
Entscheidungsphase	Fast 30 Prozent der Befragten sind bereit für eine Offline Beratung einen höheren Preis zu bezahlen.

Kernergebnisse der Umfrage

► MANAGEMENT SUMMARY (2/2)

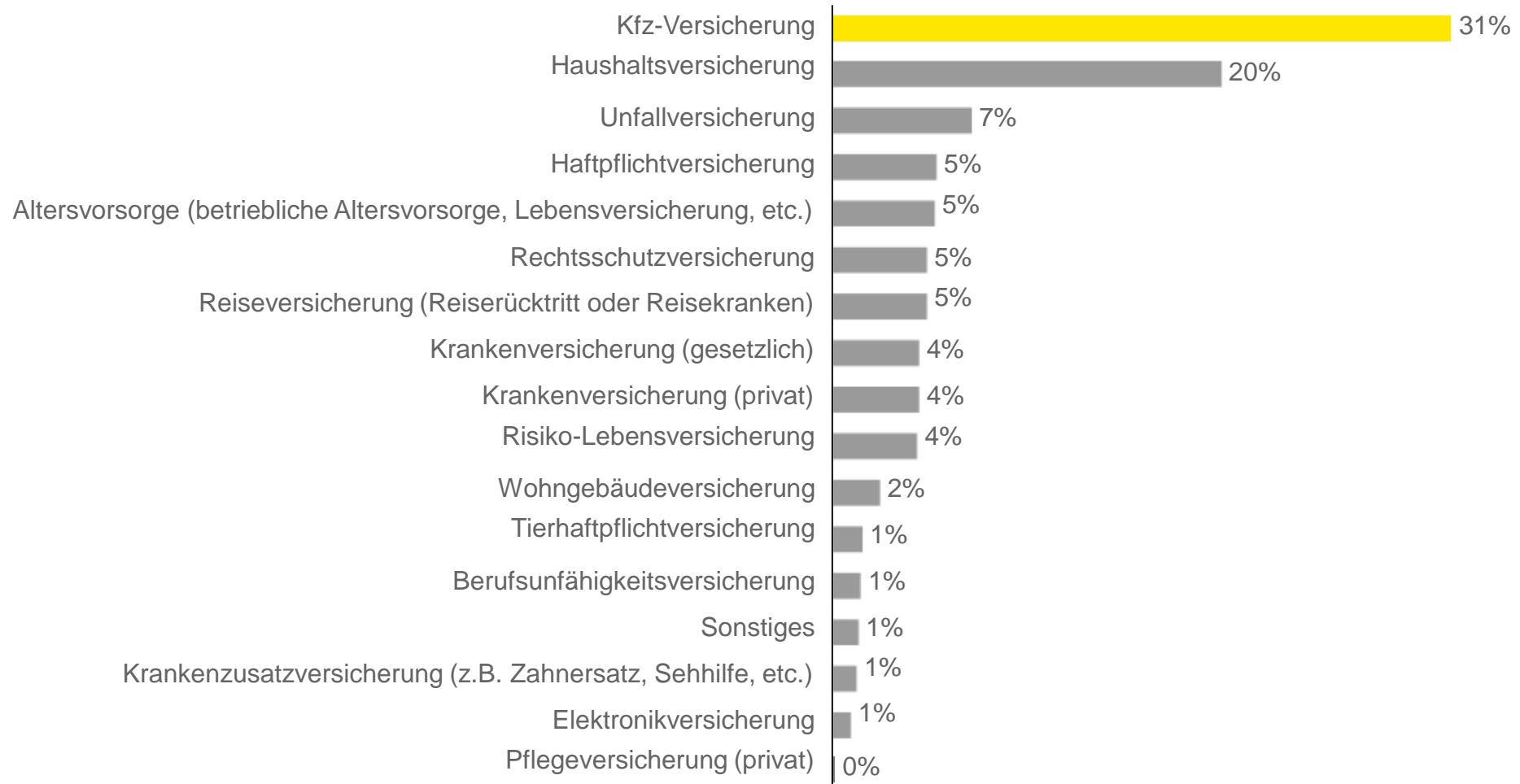
Abschlussphase	Fast 70 Prozent der Online-Abschlüsse erfolgte im Webbrowser am PC/Laptop. Der häufigste Grund für einen Online-Abschluss sind die Bequemlichkeit und der geringere Preis. Für einen Offline-Abschluss spricht bei fast 50 Prozent der Österreicher die gute Beziehung zum Vermittler.
Nachkaufphase	Nach einem Versicherungsabschluss haben 19 Prozent den Online-Service genutzt, die Adresse oder die Kontodaten zu ändern. 16 Prozent haben eine Schadensmeldung online eingereicht .
FinTech	Durchblicker.at ist mit Abstand der bekannteste Online-Anbieter und wurde bereits von einem Drittel der Österreicher genutzt. Den jeweils genutzten Online-Service beurteilten nahezu alle als nützlich.
Abschlussverhalten	Fast ein Viertel der Österreicher hat bereits eine Versicherung bei einem Autohändler oder Reiseveranstalter abgeschlossen. Dem digitalen Versicherungsordner und dem Versicherungsabschluss bei einem Start-Up oder Online-Händler stehen die Befragten skeptisch gegenüber. Die stetige Verfügbarkeit von Informationen wird von über der Hälfte als wichtig eingestuft.
Datenschutz	Banken, Versicherungen und Versicherungsvertretern wird bezüglich des Datenschutzes das größte Vertrauen entgegengebracht.

▶ Basisdaten zur Versicherung
Customer Journey
Informations- und Beratungsphase
Entscheidungsphase
Abschlussphase
Nachkaufphase
FinTech
Abschlussverhalten
Datenschutz
Soziodemografie

Beinahe ein Drittel der Österreicher hat zuletzt eine Kfz-Versicherung abgeschlossen.

▶ LETZTER VERSICHERUNGSABSCHLUSS

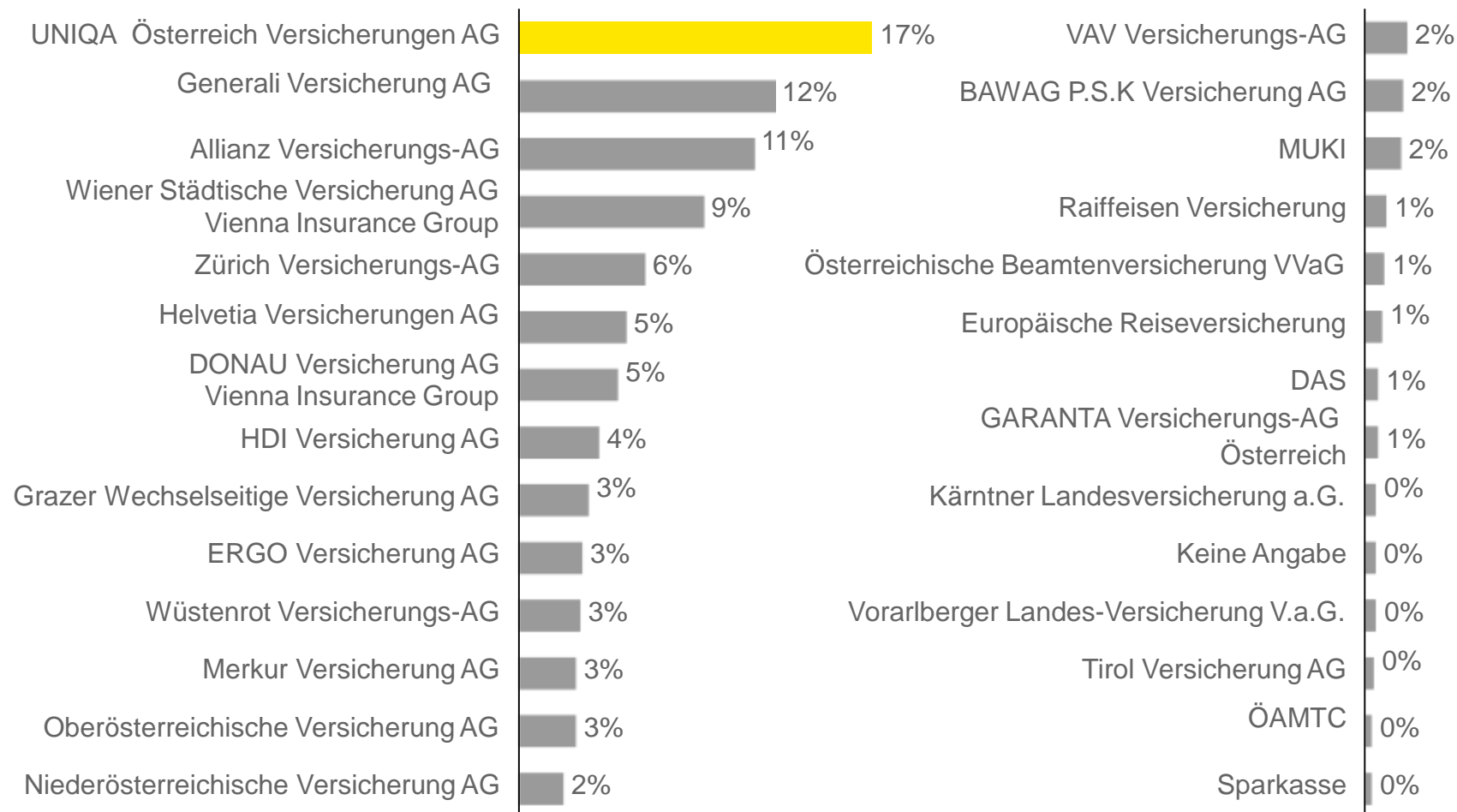
„Denken Sie bitte immer an Ihren letzten privaten Versicherungsabschluss bei folgenden Fragen: Welche Versicherung war es?“



Bei der UNIQA Österreich Versicherungen AG haben 17 Prozent der Österreicher einen Vertrag abgeschlossen.

▶ LETZTER VERSICHERUNGSABSCHLUSS VERSICHERER (1/2)

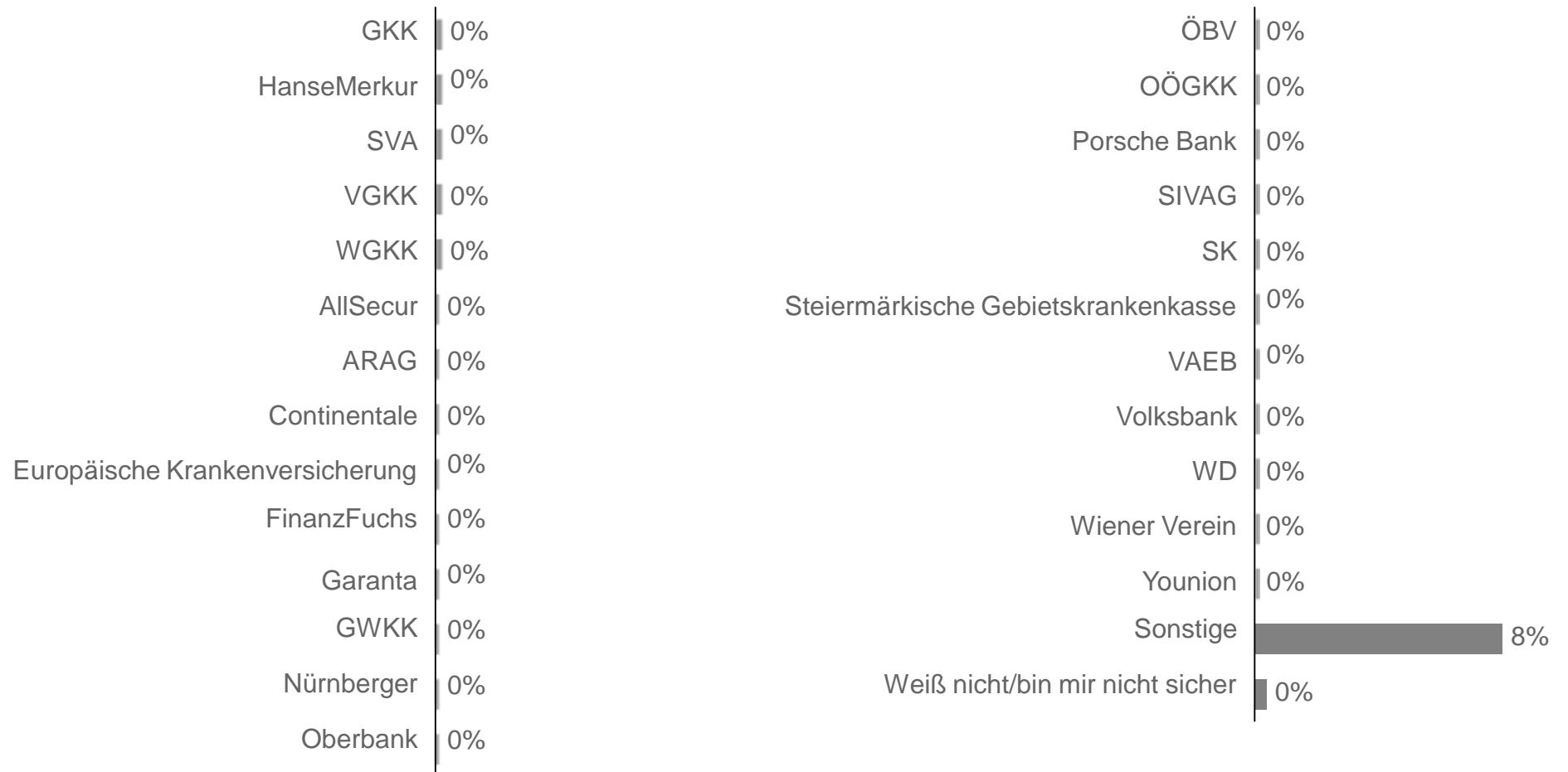
„Denken Sie bitte immer an Ihren letzten privaten Versicherungsabschluss bei folgenden Fragen: Welcher Versicherer war es?“



Bei regionalen Versicherern wurden Abschlüsse nur in geringer Zahl getätigt.

▶ LETZTER VERSICHERUNGSABSCHLUSS VERSICHERER (2/2)

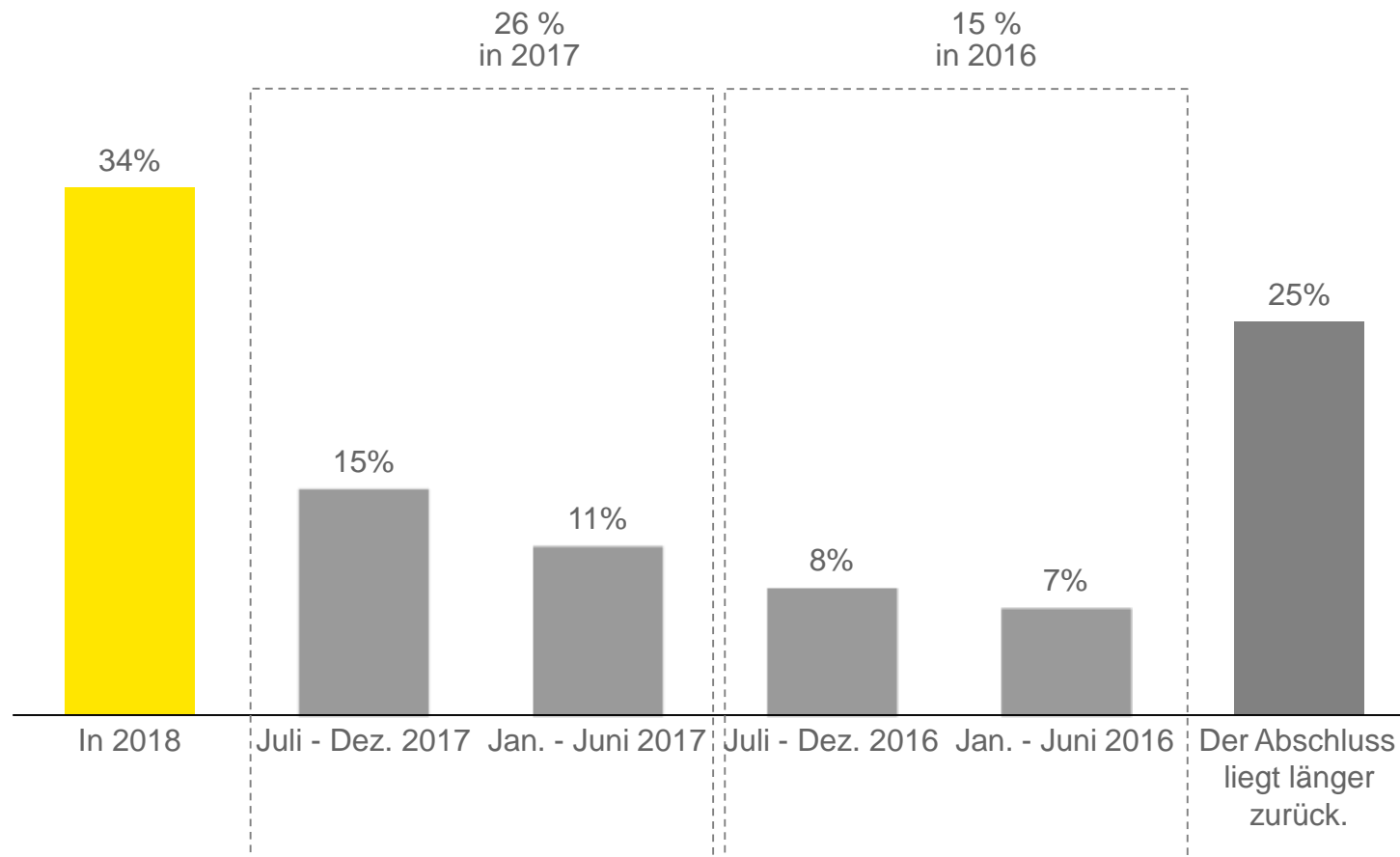
„Denken Sie bitte immer an Ihren letzten privaten Versicherungsabschluss bei folgenden Fragen: Welcher Versicherer war es?“



In 2018 haben 34 Prozent der Österreicher eine Versicherung abgeschlossen.

▶ ZEITPUNKT DES LETZTEN VERSICHERUNGSABSCHLUSS

„Denken Sie bitte immer an Ihren letzten privaten Versicherungsabschluss bei folgenden Fragen: Wann war der Abschluss?“



Basisdaten zur Versicherung

▶ Customer Journey

Informations- und Beratungsphase

Entscheidungsphase

Abschlussphase

Nachkaufphase

FinTech

Abschlussverhalten

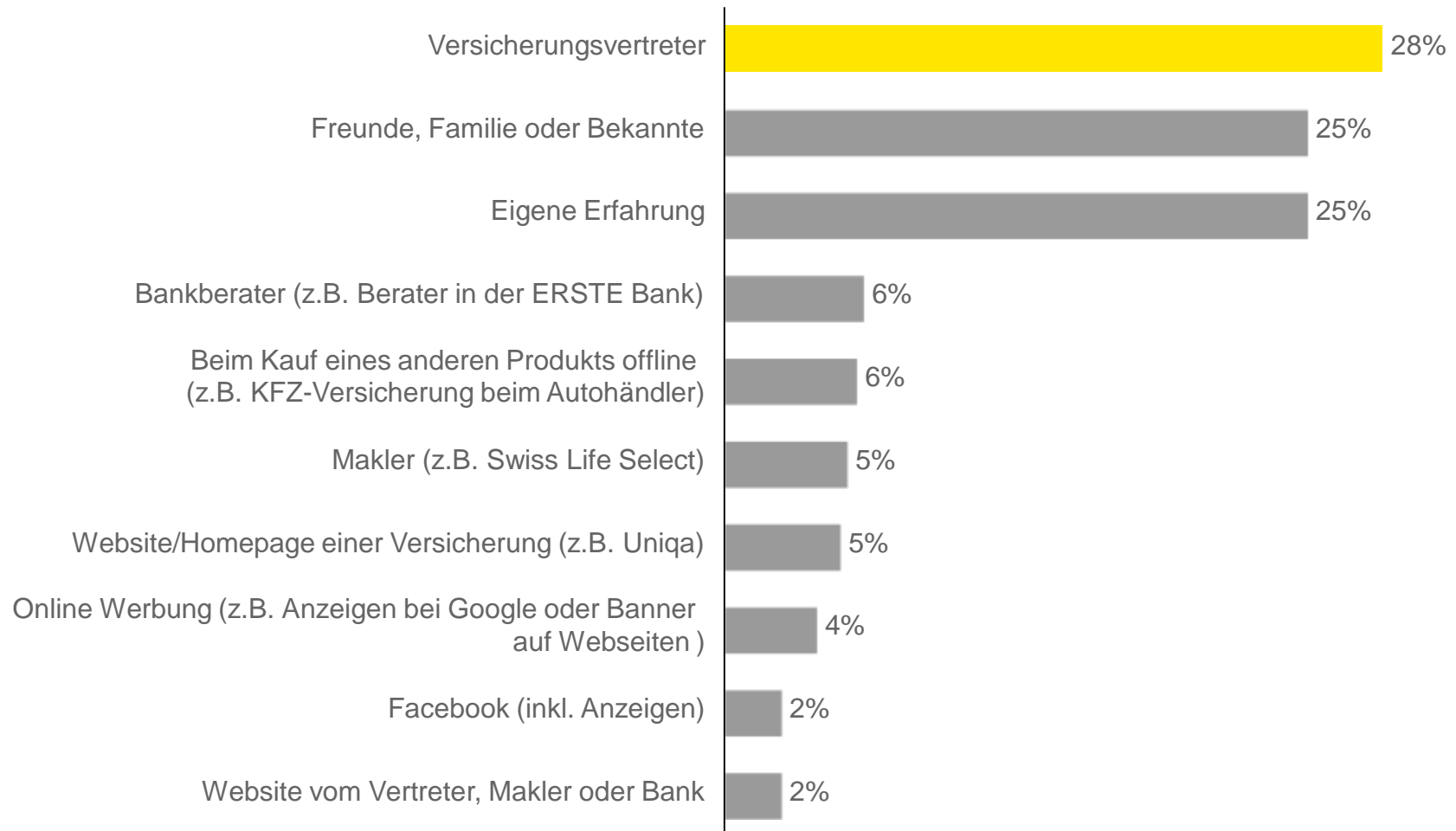
Datenschutz

Soziodemografie

Mehr als jeder Vierte wurde von einem Vertreter auf die Notwendigkeit der Versicherung hingewiesen.

▶ INITIATOR DES LETZTEN VERSICHERUNGSABSCHLUSS (1/2)

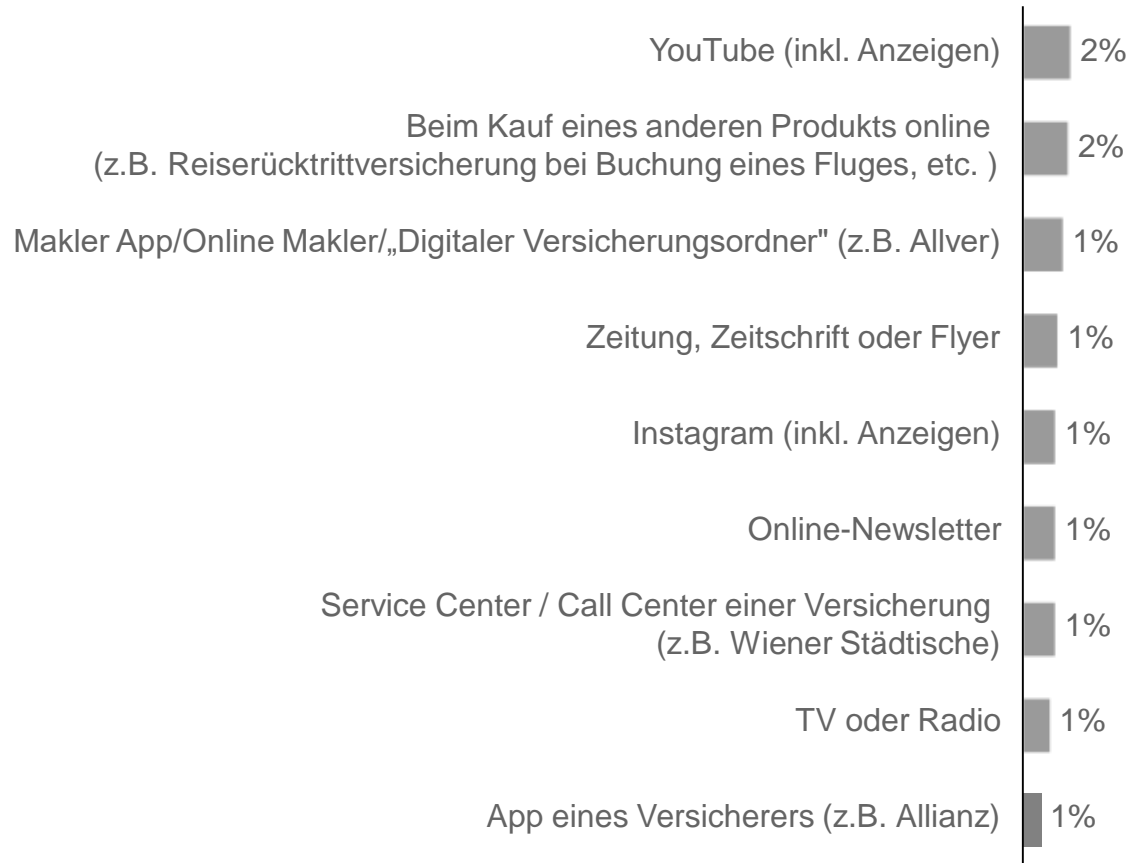
„Bitte geben Sie an, wie Sie bei diesem letzten Abschluss vorgegangen sind: Wer oder was hat Sie darauf aufmerksam gemacht, dass Sie diese Versicherung benötigen?“*



TV oder Radio sowie Apps der Versicherer sind beim Versicherungsabschluss am wenigsten relevant.

▶ INITIATOR DES LETZTEN VERSICHERUNGSABSCHLUSS (2/2)

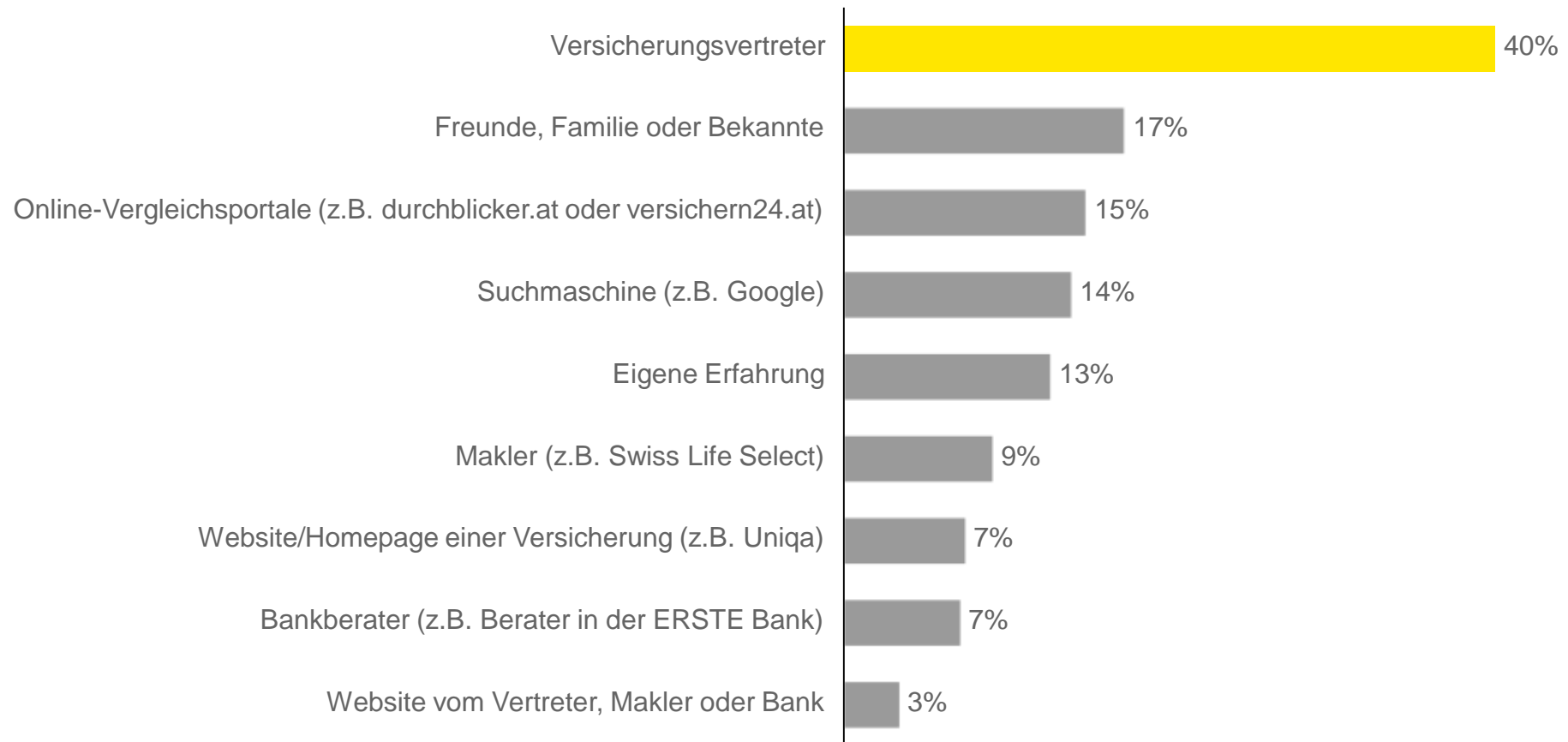
„Bitte geben Sie an, wie Sie bei diesem letzten Abschluss vorgegangen sind: Wer oder was hat Sie darauf aufmerksam gemacht, dass Sie diese Versicherung benötigen?“*



40 Prozent der Österreicher haben sich bei einem Versicherungsvertreter zum Abschluss informiert.

► INFORMATIONEN ZUM LETZTEN VERSICHERUNGSABSCHLUSS (1/2)

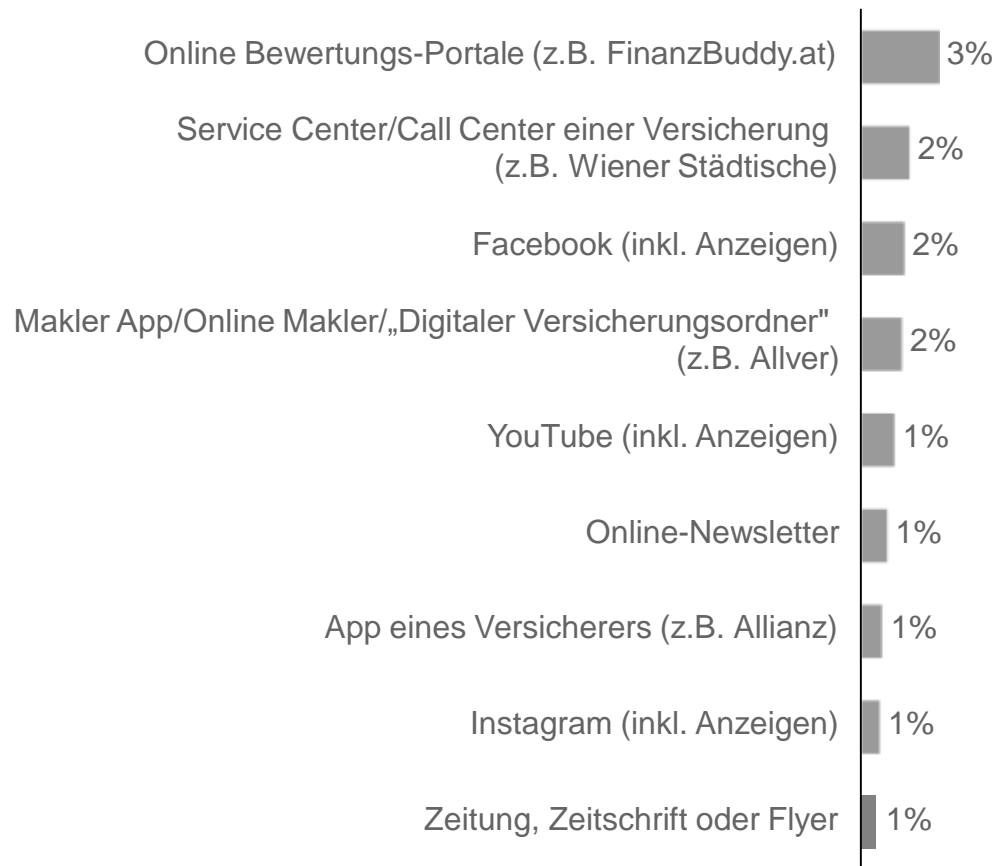
„Bitte geben Sie an, wie Sie bei diesem letzten Abschluss vorgegangen sind: Wo haben Sie nach Informationen (Preis, Leistung, Bewertungen, Meinungen etc.) zu diesem Versicherungsprodukt gesucht?“*



Zeitungen, Zeitschriften oder Flyer wurden am wenigsten für weitere Informationen herangezogen.

► INFORMATIONEN ZUM LETZTEN VERSICHERUNGSABSCHLUSS (2/2)

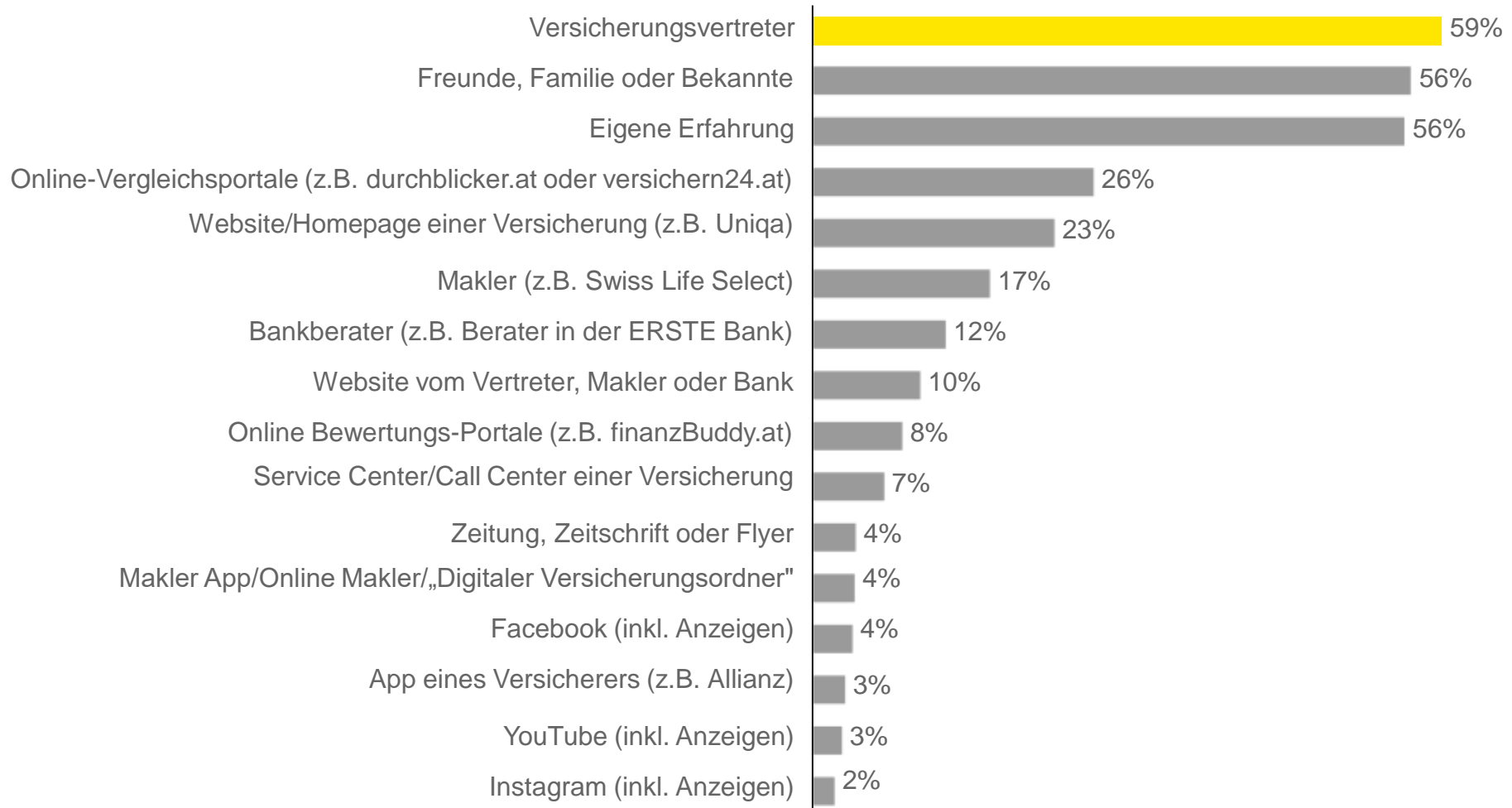
„Bitte geben Sie an, wie Sie bei diesem letzten Abschluss vorgegangen sind: Wo haben Sie nach Informationen (Preis, Leistung, Bewertungen, Meinungen etc.) zu diesem Versicherungsprodukt gesucht?“*



Versicherungsvertreter, persönliche Kontakte und die eigene Erfahrung werden am häufigsten zu Rate gezogen.

► WICHTIGSTE RATGEBER ZUM LETZTEN VERSICHERUNGSABSCHLUSS

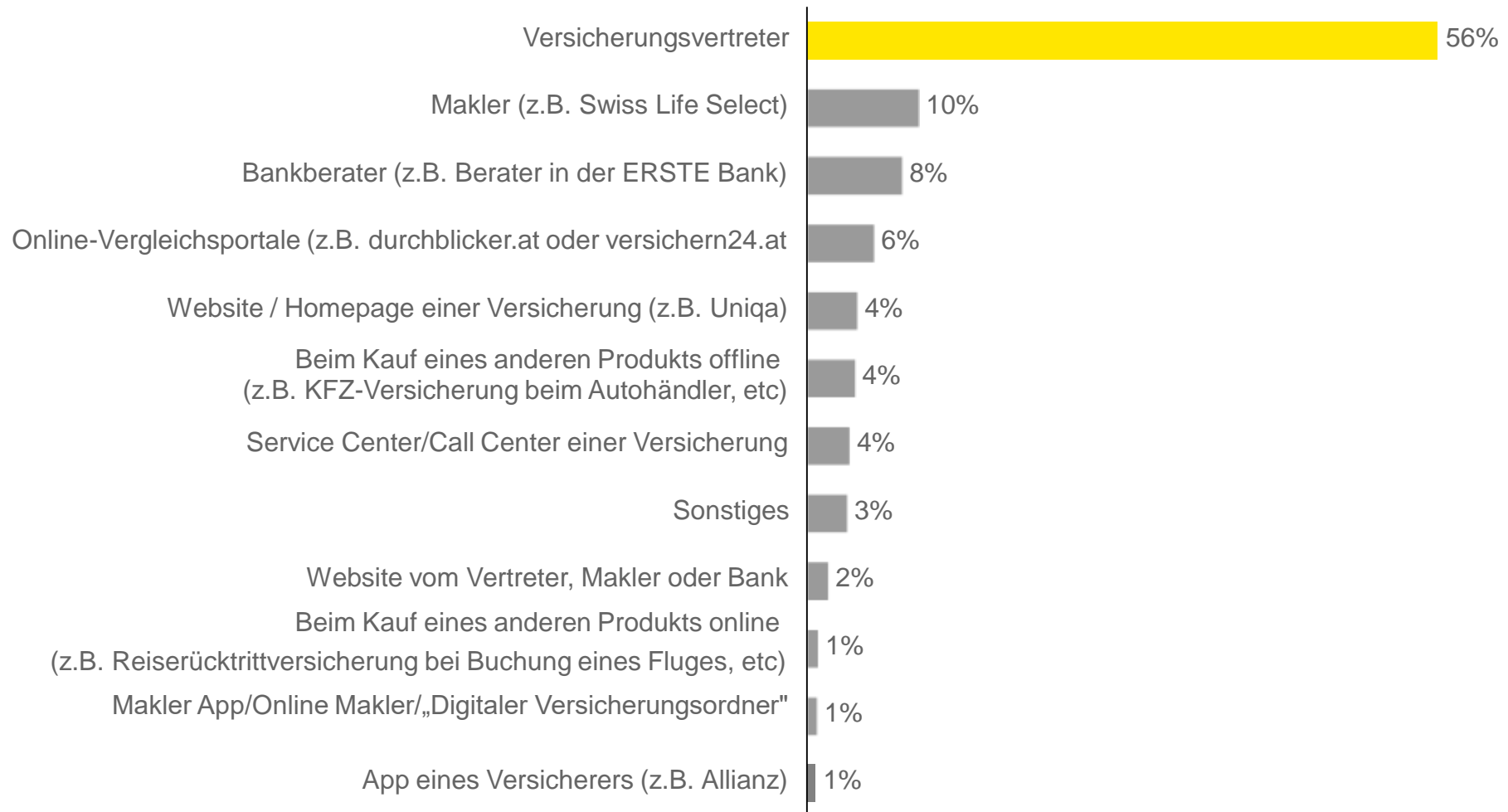
„Bitte geben Sie an, wie Sie bei diesem letzten Abschluss vorgegangen sind: Bitte geben Sie an, welche drei Ratgeber bei der Kaufentscheidung dieses zuletzt abgeschlossenen Versicherungsvertrages den größten Einfluss hatten.“*



Über die Hälfte der Österreicher hat die letzte Versicherung bei einem Versicherungsvertreter abgeschlossen.

► ABSCHLUSSORT DER LETZTEN VERSICHERUNG

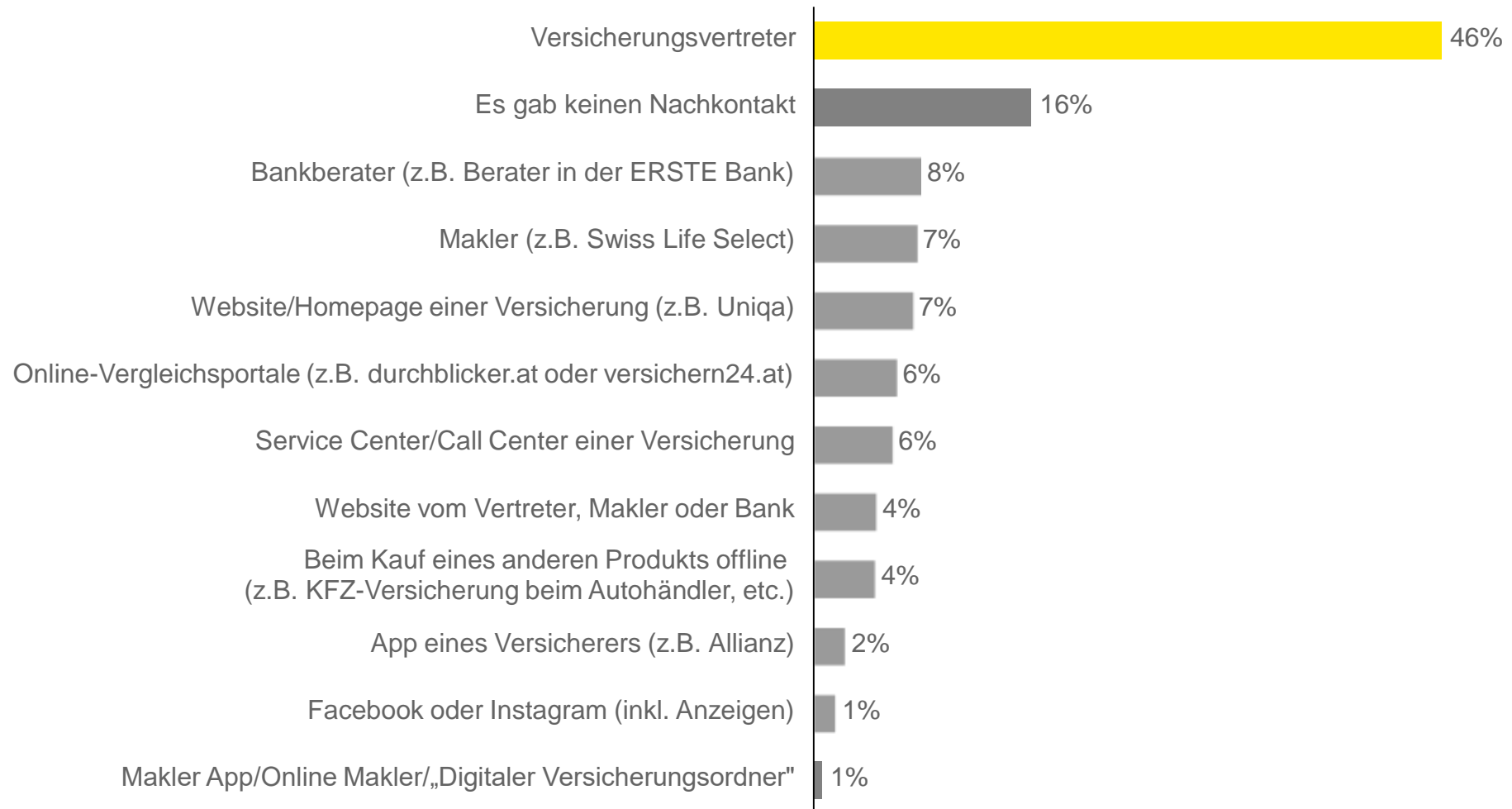
„Bitte geben Sie an, wie Sie bei diesem letzten Abschluss vorgegangen sind: Wo haben Sie dieses Versicherungsprodukt letztlich gekauft bzw. abgeschlossen?“



Über den Versicherungsvertreter hat am häufigsten der Nachkontakt stattgefunden.

► ABSCHLUSSORT DER LETZTEN VERSICHERUNG

„Über welches Medium waren Sie nach Ihrem Versicherungsabschluss bezüglich dieser Versicherung mit dem Versicherer oder dem Vertreter/Makler/Bankberater in Kontakt?“*



Basisdaten zur Versicherung

Customer Journey

▶ Informations- und Beratungsphase

Entscheidungsphase

Abschlussphase

Nachkaufphase

FinTech

Abschlussverhalten

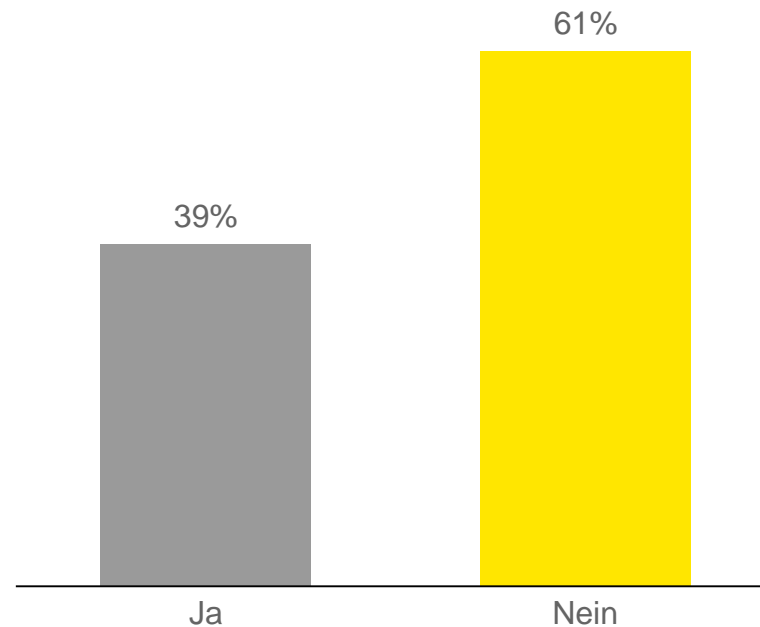
Datenschutz

Soziodemografie

61 Prozent haben während des Abschlussprozesses keine Beratung in Anspruch genommen.

▶ BERATUNG BEIM LETZTEN VERSICHERUNGSABSCHLUSS

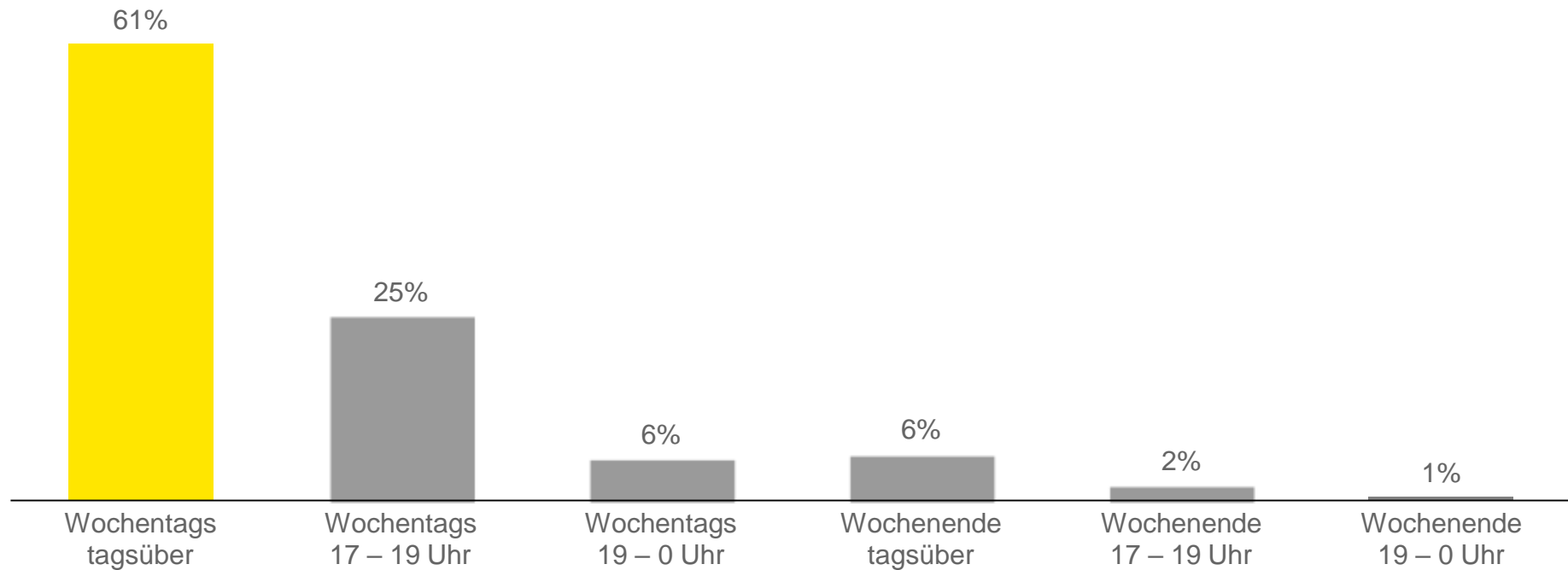
„Bitte geben Sie an, wie Sie bei diesem letzten Abschluss vorgegangen sind: Haben Sie eine Beratung (z.B. durch einen Vermittler oder per digitaler Medien (Chat, Co-Browsing, Videoberatung) in Anspruch genommen?“



Die Beratung zum Versicherungsabschluss fand bei 61 Prozent unter der Woche tagsüber statt.

▶ BERATUNGZEITEN BEIM LETZTEN VERSICHERUNGSABSCHLUSS

„Zu welcher Uhrzeit fand die Beratung statt?“

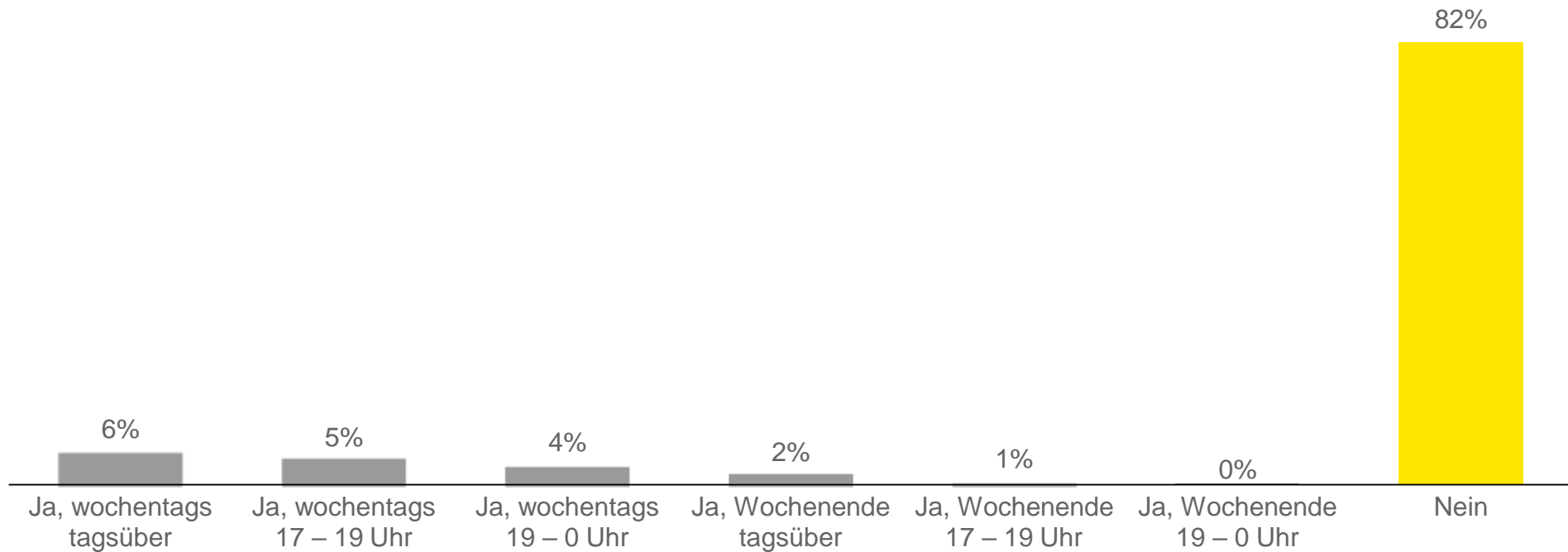


n=393, nur Personen, die eine Beratung in Anspruch genommen haben.

Für vier von fünf Österreichern war die Zeit der Beratung passend.

▶ ALTERNATIVE BERATUNGZEITEN

„Wäre eine andere Uhrzeit für Sie passender gewesen?“

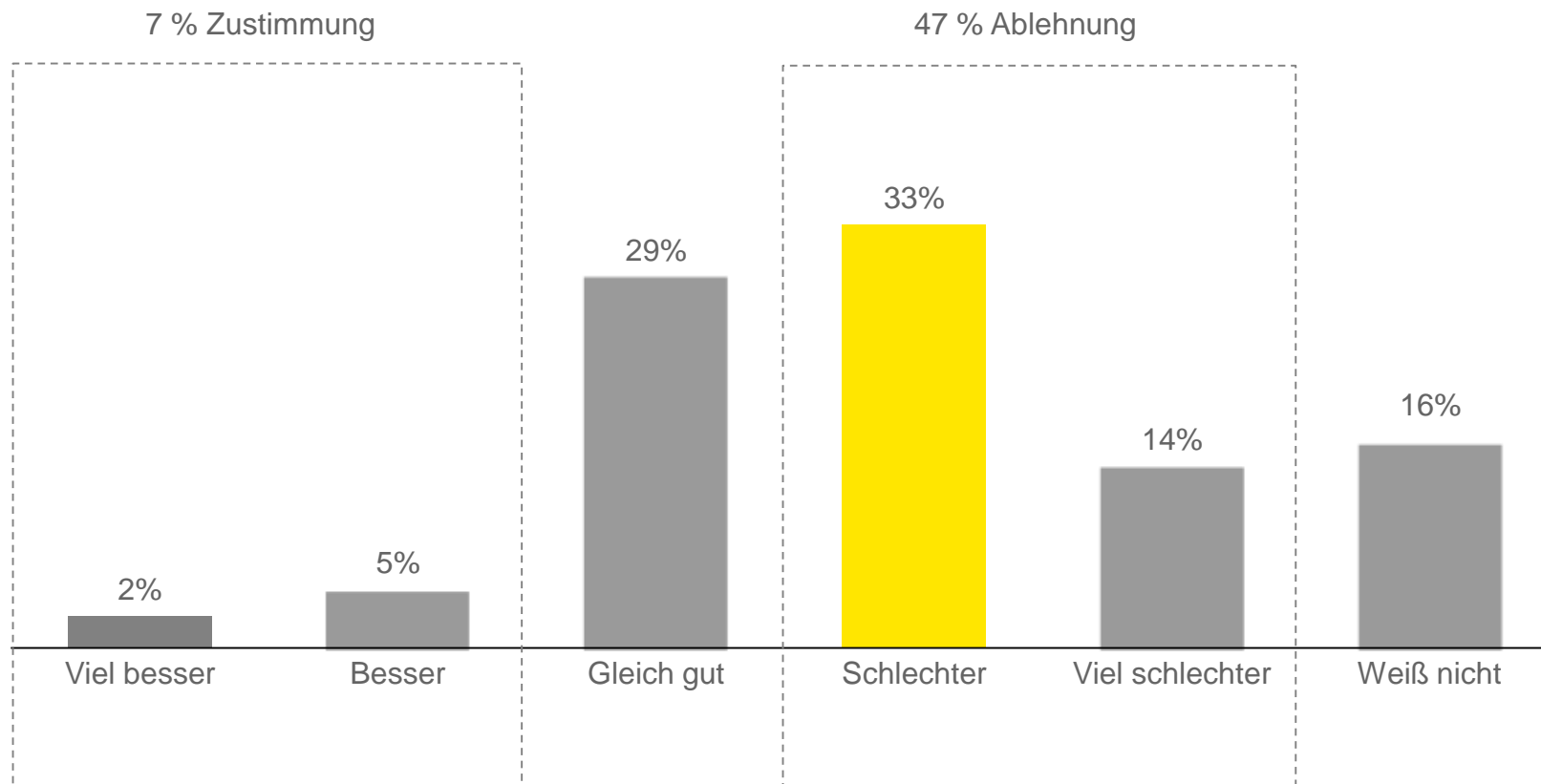


n=393, nur Personen, die eine Beratung in Anspruch genommen haben.

Einer Online-Beratung steht knapp die Hälfte der Österreicher ablehnend gegenüber.

▶ ONLINE-BERATUNG

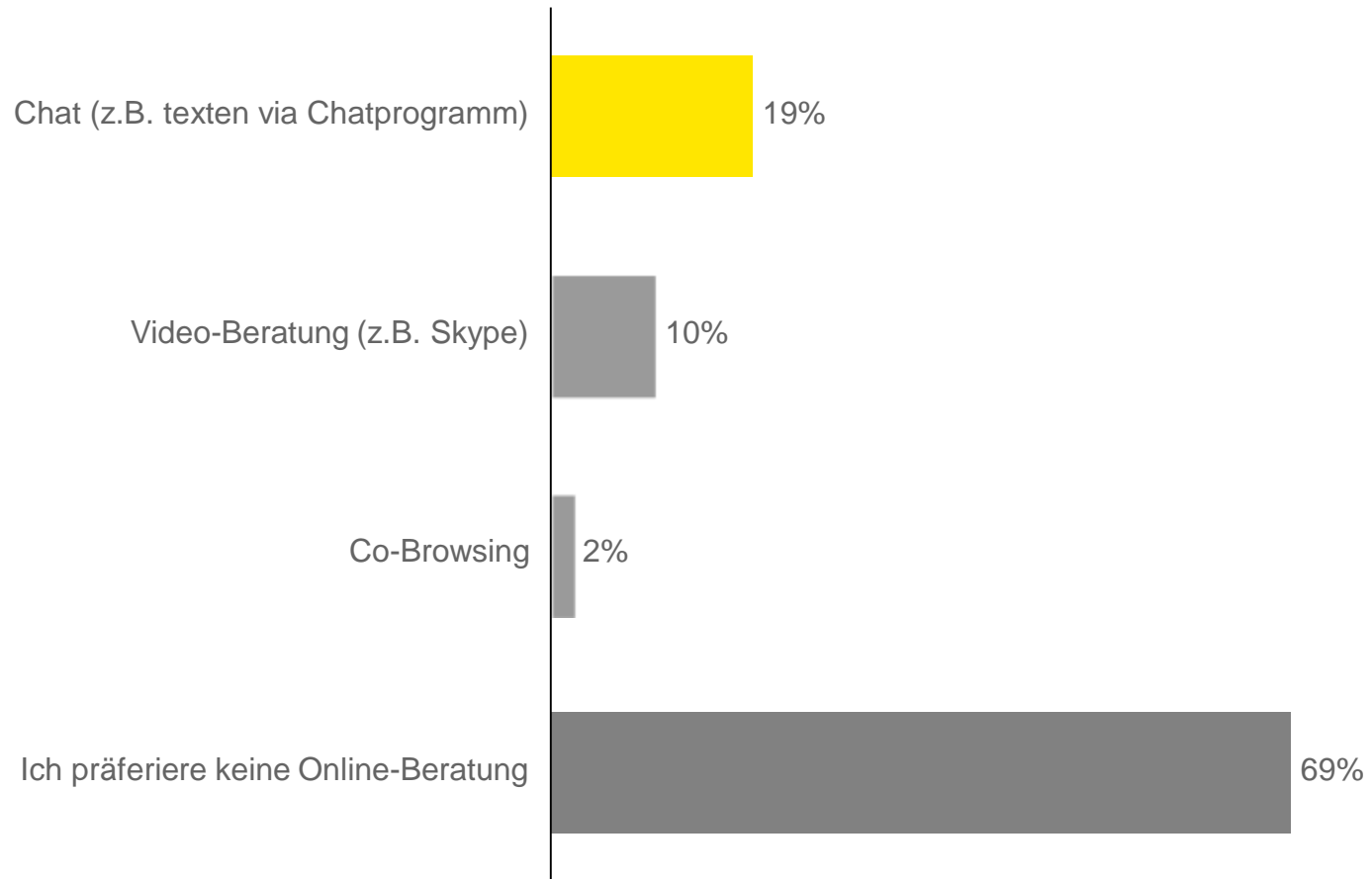
„Wie schätzen Sie eine Online-Beratung (Chat, Co-Browsing, Videoberatung) qualitativ gegenüber einer Offline-Beratung ein?“



Über zwei Drittel lehnen eine Online-Beratung ab; knapp 20 Prozent würden einen Chat präferieren.

▶ PRÄFERIERTE ONLINE-BERATUNG

„Welche Form der Online-Beratung präferieren Sie?“

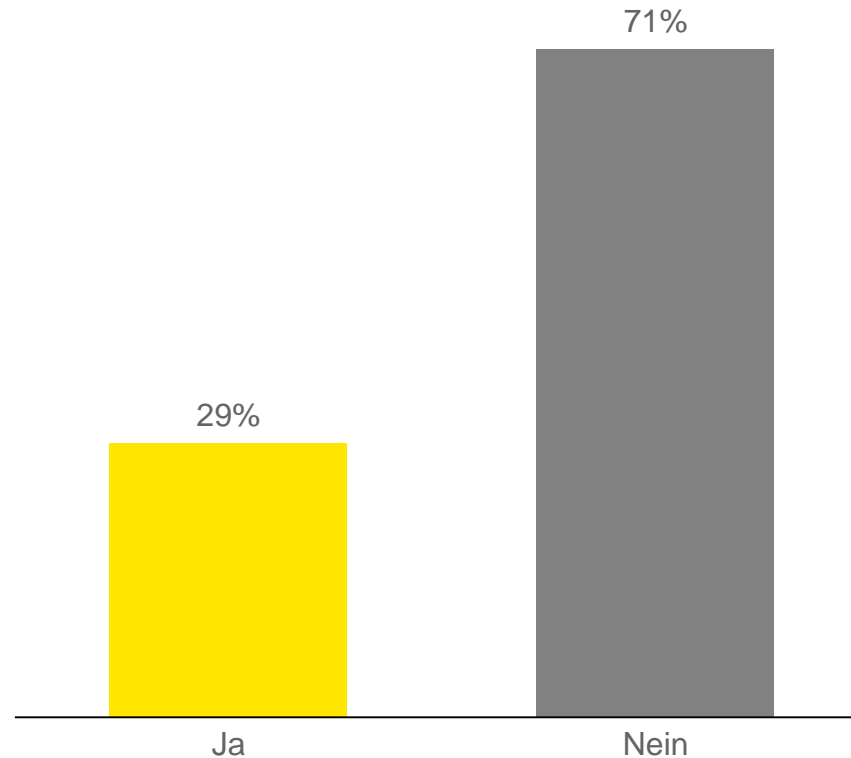


Basisdaten zur Versicherung
Customer Journey
Informations- und Beratungsphase
▶ Entscheidungsphase
Abschlussphase
Nachkaufphase
FinTech
Abschlussverhalten
Datenschutz
Soziodemografie

Bei einem Offline-Abschluss wäre fast ein Drittel bereit einen höheren Preis zu zahlen.

▶ ZAHLUNGSBEREITSCHAFT BEI EINEM OFFLINE VERSICHERUNGSABSCHLUSS

„Sind Sie bereit für einen Offline Abschluss eine höhere Prämie als für einen Online Abschluss zu zahlen (z.B. weil damit auch eine persönliche Beratung möglich ist)?“

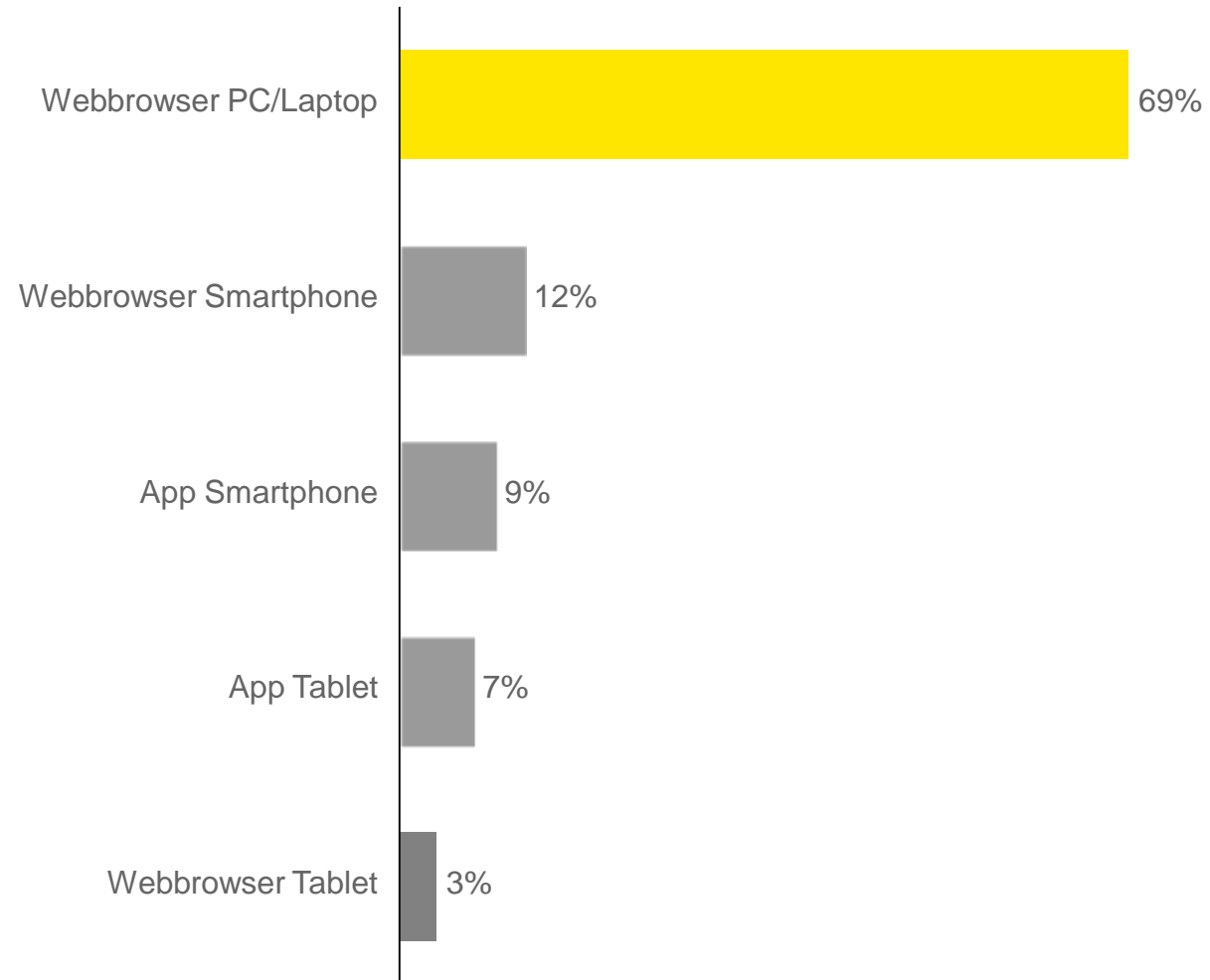


Basisdaten zur Versicherung
Customer Journey
Informations- und Beratungsphase
Entscheidungsphase
▶ Abschlussphase
Nachkaufphase
FinTech
Abschlussverhalten
Datenschutz
Soziodemografie

Bei einem Online-Abschluss bevorzugen zwei von drei Österreichern den Webbrowser des PCs/Laptops.

► BENUTZTES GERÄT ZUM ONLINE-VERSICHERUNGSABSCHLUSS

„Bitte geben Sie an, wie Sie bei diesem letzten Abschluss vorgegangen sind: Welches Gerät haben Sie zum Online-Abschluss genutzt?“

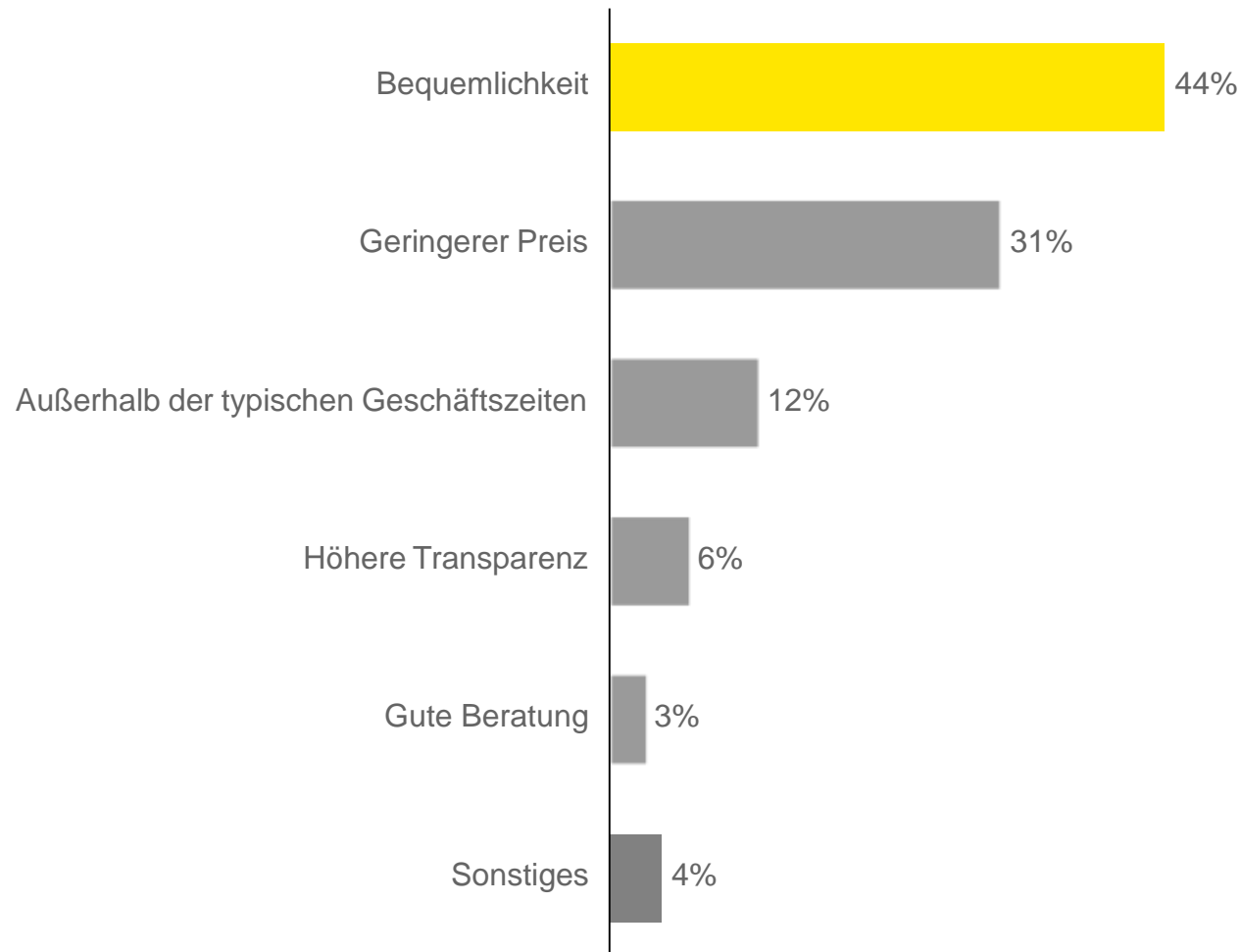


n=145, nur Personen, die eine Versicherung online abgeschlossen haben.

Der hauptsächlichliche Grund für einen Online-Abschluss ist Bequemlichkeit.

▶ GRÜNDE FÜR EINEN ONLINE-VERSICHERUNGSABSCHLUSS

„Bitte geben Sie an, wie Sie bei diesem letzten Abschluss vorgegangen sind: Warum haben Sie dieses Versicherungsprodukt online abgeschlossen? Bitte nennen Sie den wichtigsten Grund.“

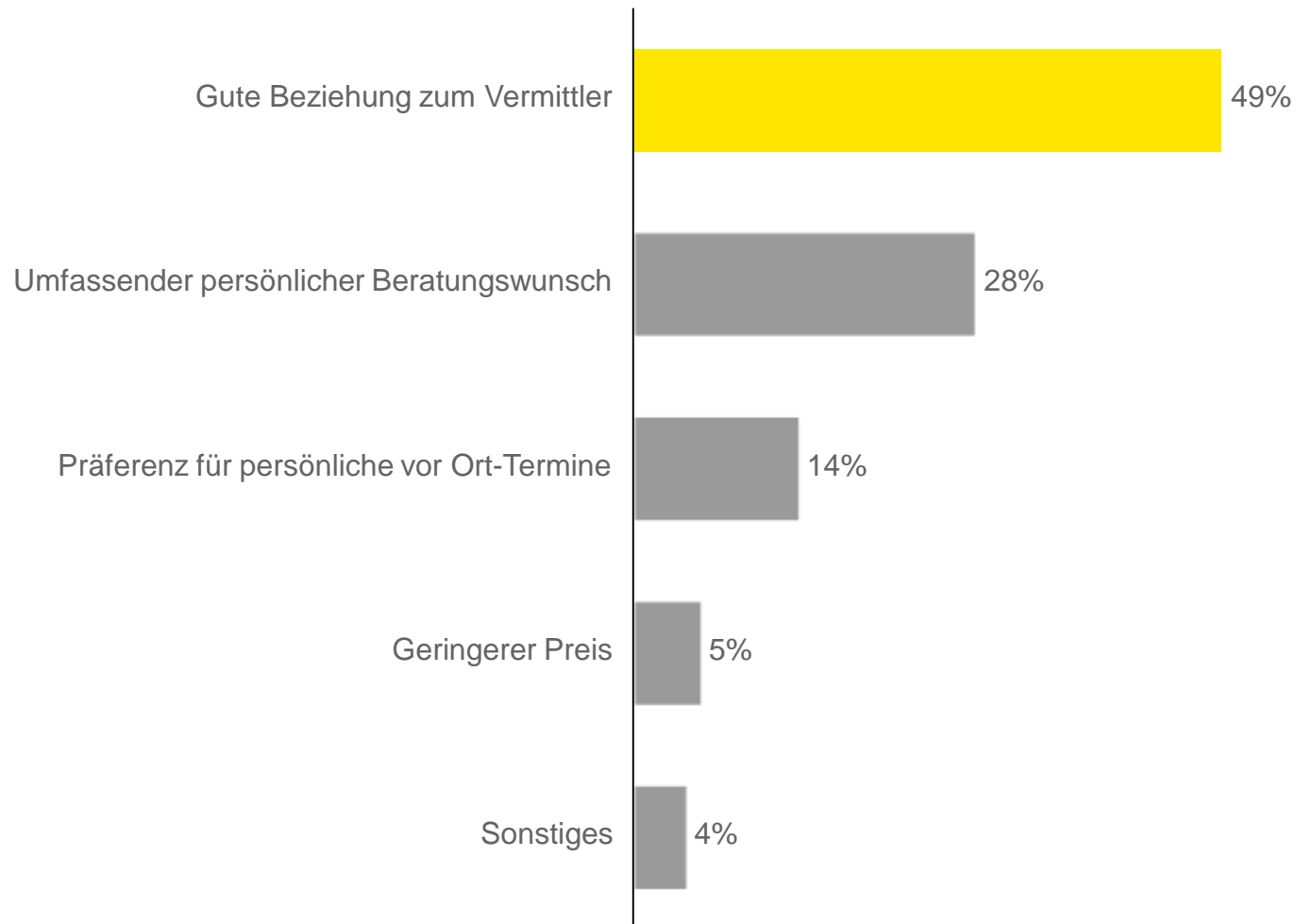


n=145, nur Personen, die eine Versicherung online abgeschlossen haben.

Für einen Offline-Abschluss ist der meistgenannte Grund die gute Beziehung zum Vermittler.

▶ GRÜNDE FÜR EINEN OFFLINE-VERSICHERUNGSABSCHLUSS

„Bitte geben Sie an, wie Sie bei diesem letzten Abschluss vorgegangen sind: Warum haben Sie dieses Versicherungsprodukt nicht online abgeschlossen? Bitte nennen Sie den wichtigsten Grund.“



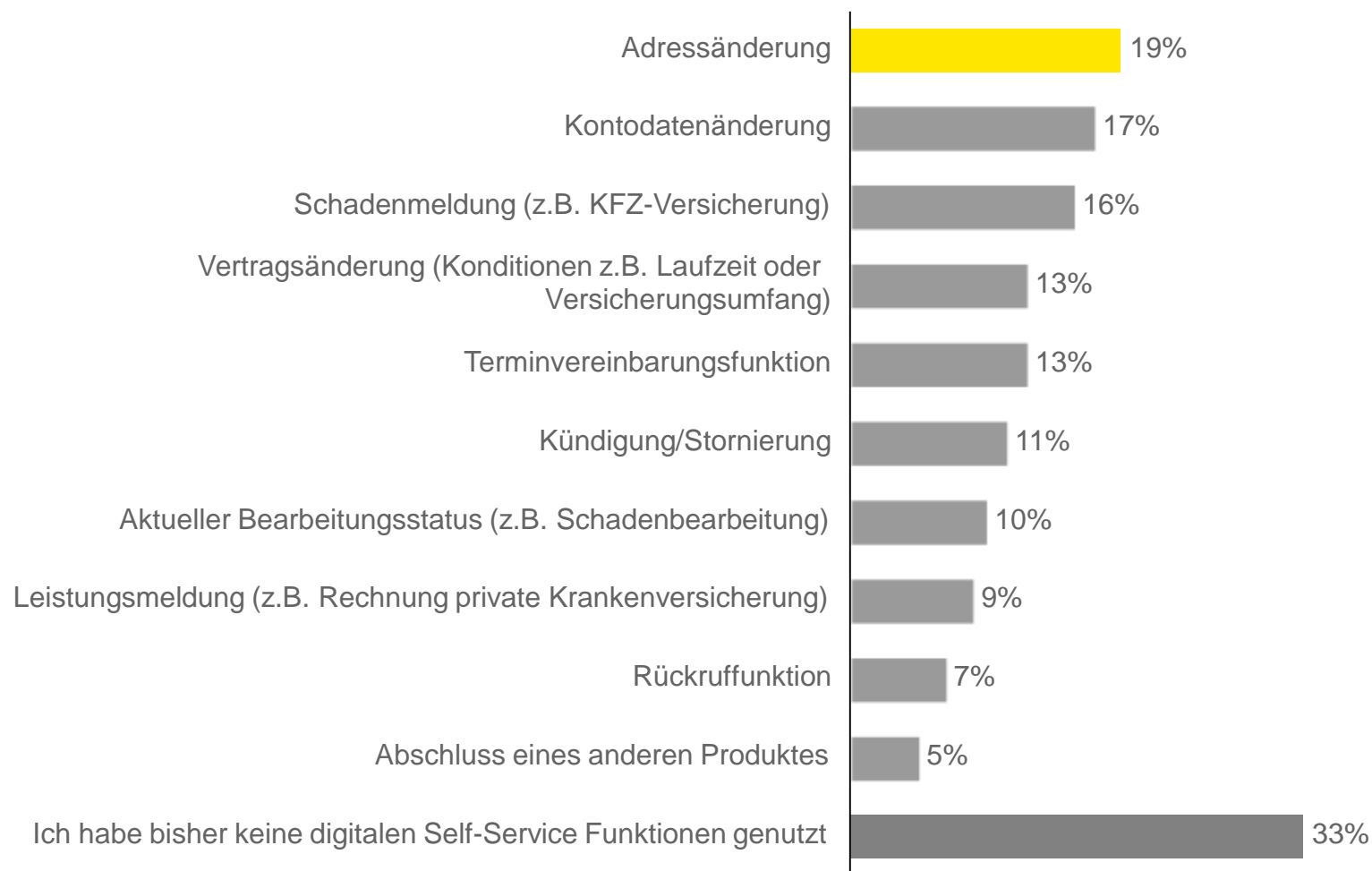
n=827, nur Personen, die eine Versicherung offline abgeschlossen haben.

Basisdaten zur Versicherung
Customer Journey
Informations- und Beratungsphase
Entscheidungsphase
Abschlussphase
▶ Nachkaufphase
FinTech
Abschlussverhalten
Datenschutz
Soziodemografie

Die Adressänderung ist der am häufigsten genutzte Online-Service.

▶ DIGITALE SELF-SERVICE FUNKTIONEN

„Was haben Sie nach Abschluss dieses Versicherungsproduktes bereits alles online selbst genutzt?“*



n=206, nur Personen, die nach dem Versicherungsabschluss online Kontakt zum Versicherer oder dem Vertreter/Makler/Bankberater hatten.

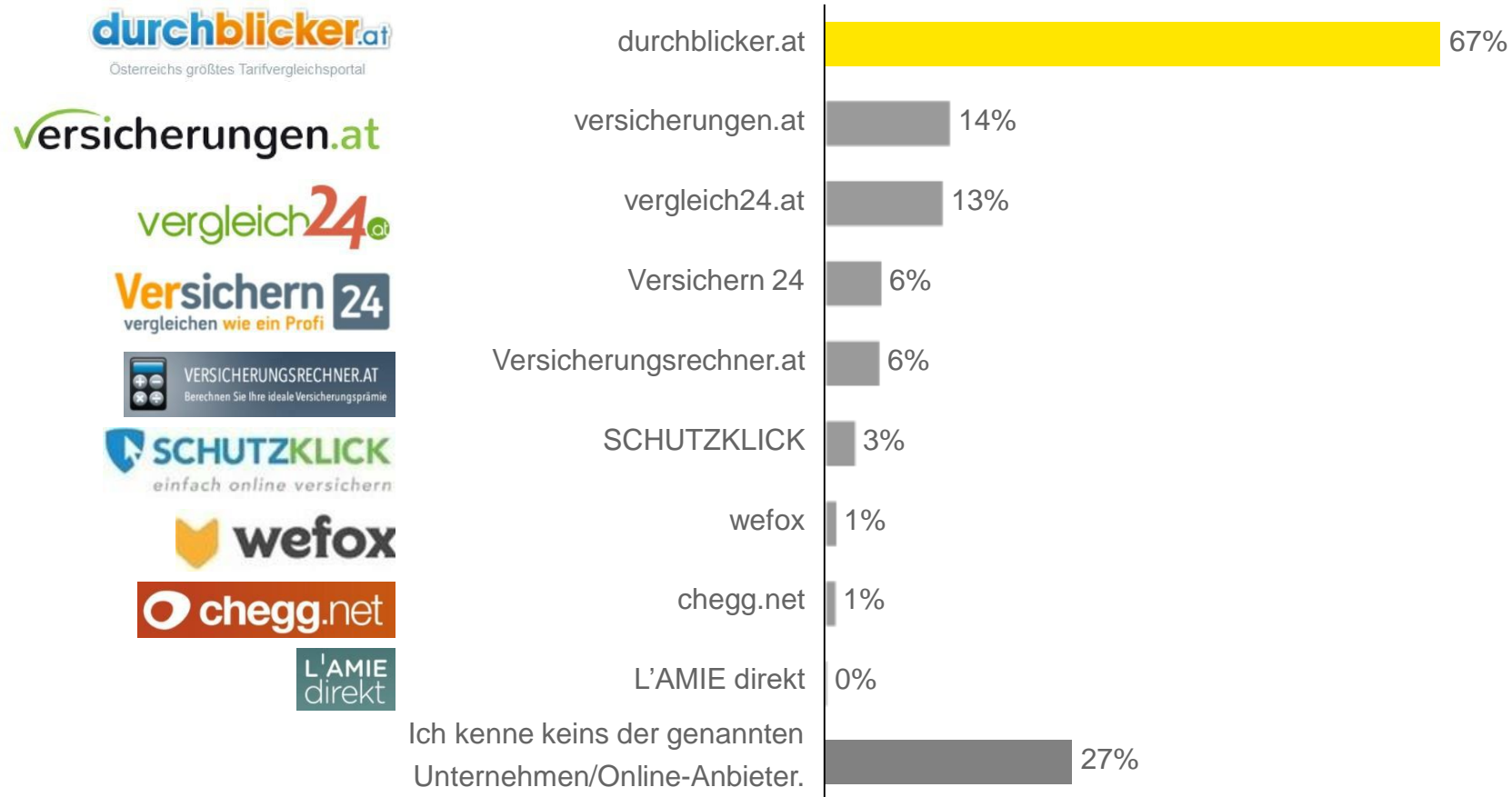
*Mehrfachauswahl

Basisdaten zur Versicherung
Customer Journey
Informations- und Beratungsphase
Entscheidungsphase
Abschlussphase
Nachkaufphase
▶ FinTech
Abschlussverhalten
Datenschutz
Soziodemografie

Mit 67 Prozent ist durchblicker.at der bekannteste Online-Anbieter.

▶ BEKANNTHEIT VON UNTERNEHMEN/ONLINE-ANBIETER

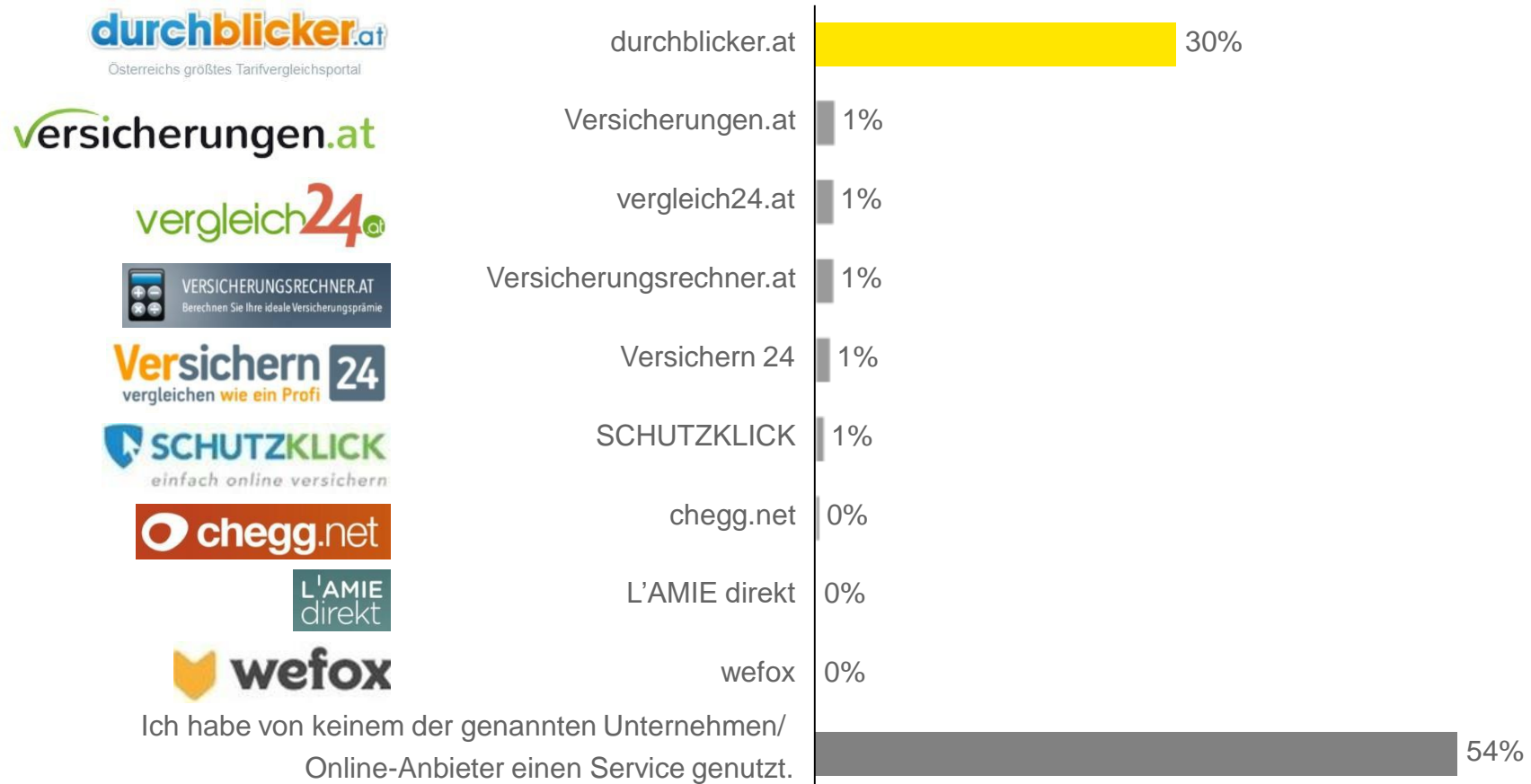
„Welche dieser Unternehmen/Online-Anbieter kennen Sie im Zusammenhang mit dem Thema Versicherung?“*



Beinahe jeder Dritte hat bereits den Online-Anbieter durchblicker.at genutzt.

► NUTZUNG VON UNTERNEHMEN/ONLINE-ANBIETER

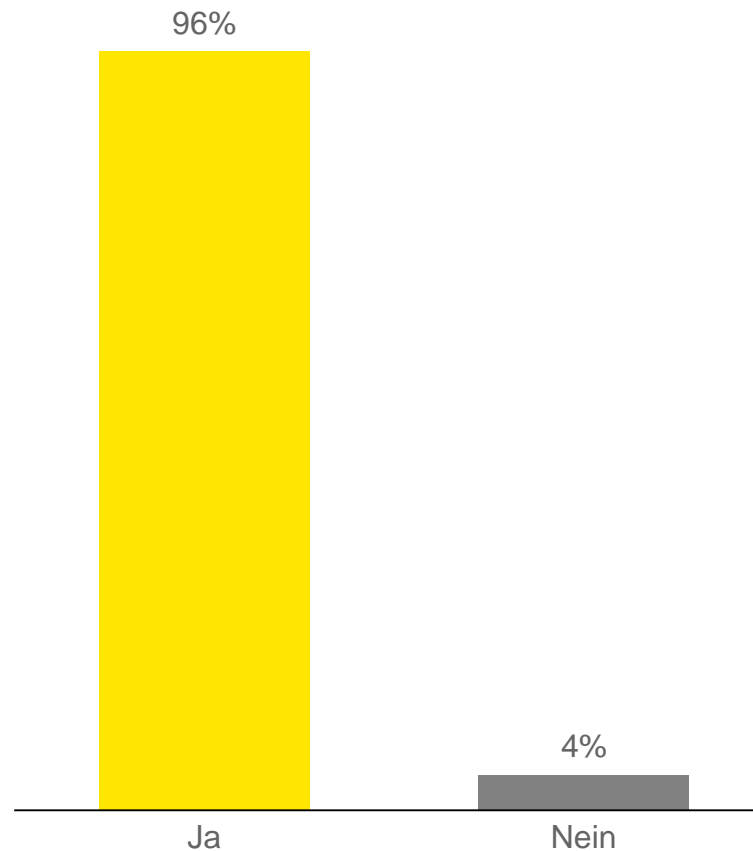
„Haben Sie einen Service von den genannten Unternehmen bereits genutzt? Wenn Ja, wählen Sie bitte den/die entsprechenden aus.“*



Fast alle, die bereits einen Service genutzt haben, haben diesen als nützlich empfunden.

▶ BEURTEILUNG DES ONLINE-SERVICES

„Empfinden Sie den bzw. die genutzten Services als nützlich?“

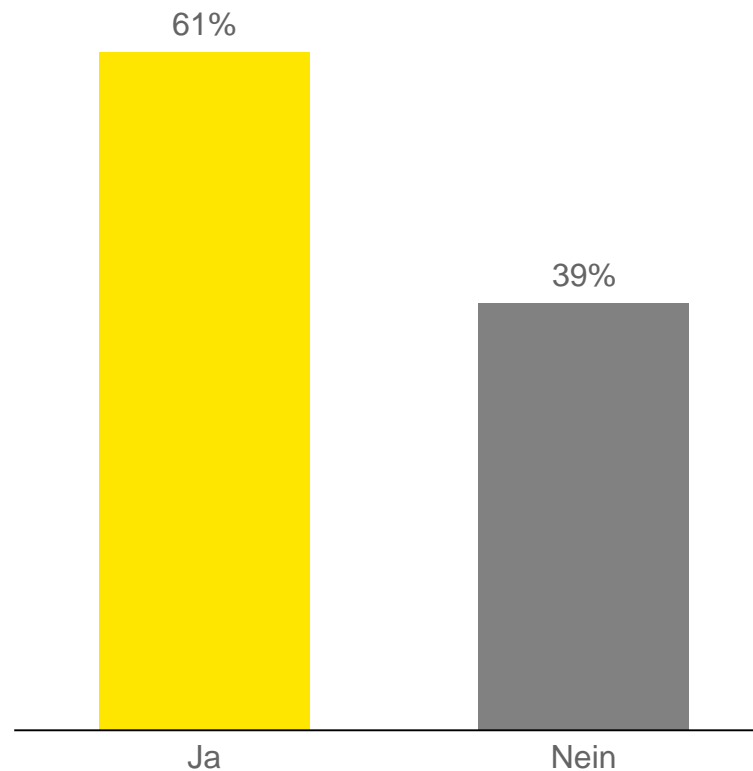


n=334, nur Personen, die bereits einen Service der zuvor genannten Unternehmen genutzt haben.

Lediglich 39 Prozent war beim Online-Abschluss die Vertragsverbindung mit einem Makler nicht bewusst.

▶ MAKLERBINDUNG BEIM ONLINE-ANBIETER

„War Ihnen bewusst, dass Sie eine Vertragsverbindung mit einem Makler eingehen?“



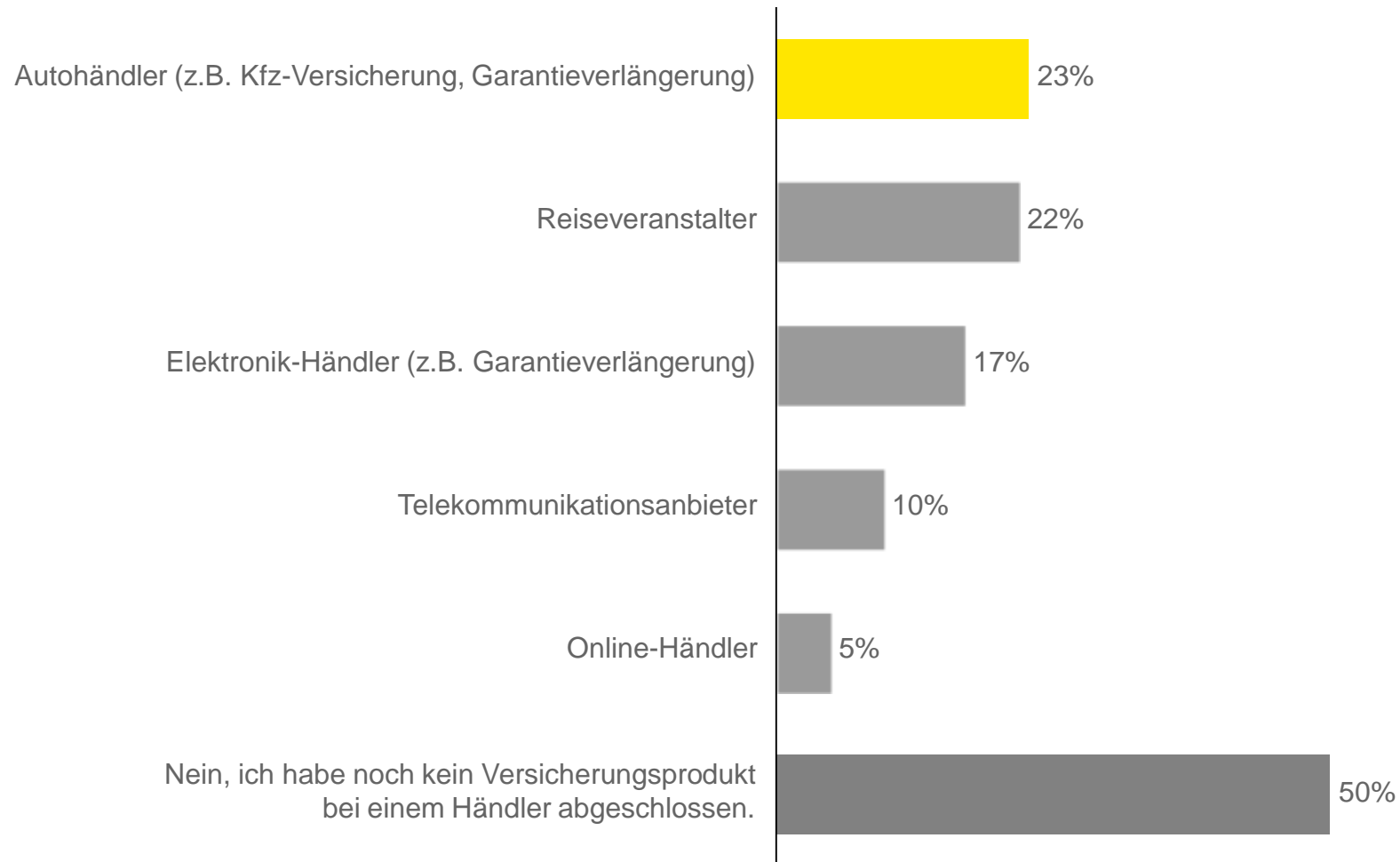
n=334, nur Personen, die bereits einen Service der zuvor genannten Unternehmen genutzt haben.

Basisdaten zur Versicherung
Customer Journey
Informations- und Beratungsphase
Entscheidungsphase
Abschlussphase
Nachkaufphase
FinTech
▶ Abschlussverhalten
Datenschutz
Soziodemografie

Jeder Fünfte hat bereits eine Versicherung bei einem Autohändler abgeschlossen.

▶ VERSICHERUNGSABSCHLUSS BEI EINEM HÄNDLER

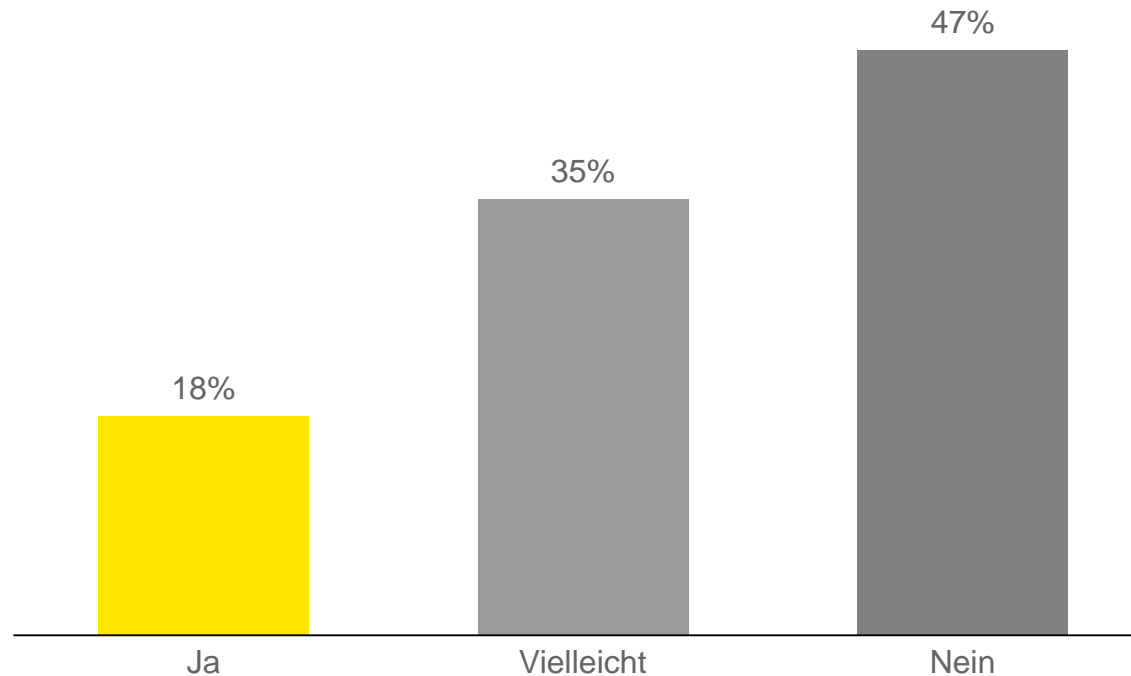
„Haben Sie schon einmal ein Versicherungsprodukt bei einem Händler abgeschlossen?“*



Die Bereitschaft einen digitalen Versicherungsordner zu nutzen ist mit 18 Prozent eher gering.

▶ DIGITALER VERSICHERUNGSORDNER

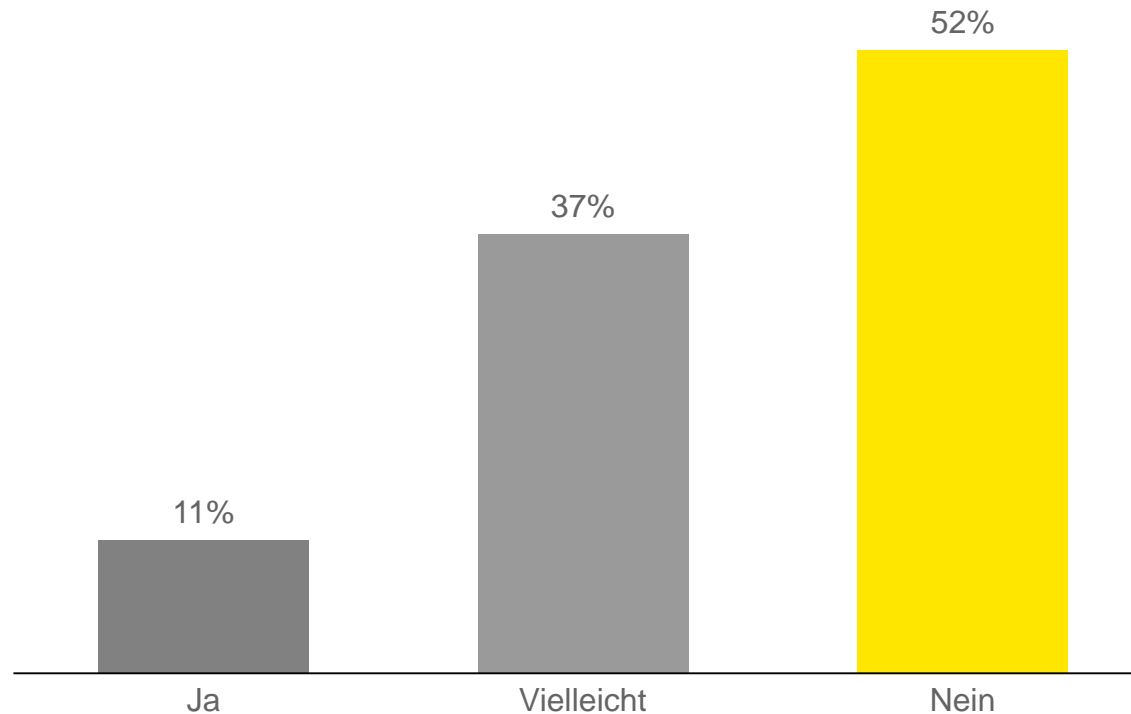
„Können Sie sich vorstellen zukünftig all Ihre Versicherungsverträge online über einen digitalen Versicherungsordner (wie z.B. von Wefox angeboten) verwalten zu lassen?“



Die Hälfte der Österreicher lehnt es ab die nächste Versicherung bei einem Start-Up abzuschließen.

► VERSICHERUNGSABSCHLUSS BEI EINEM START-UP

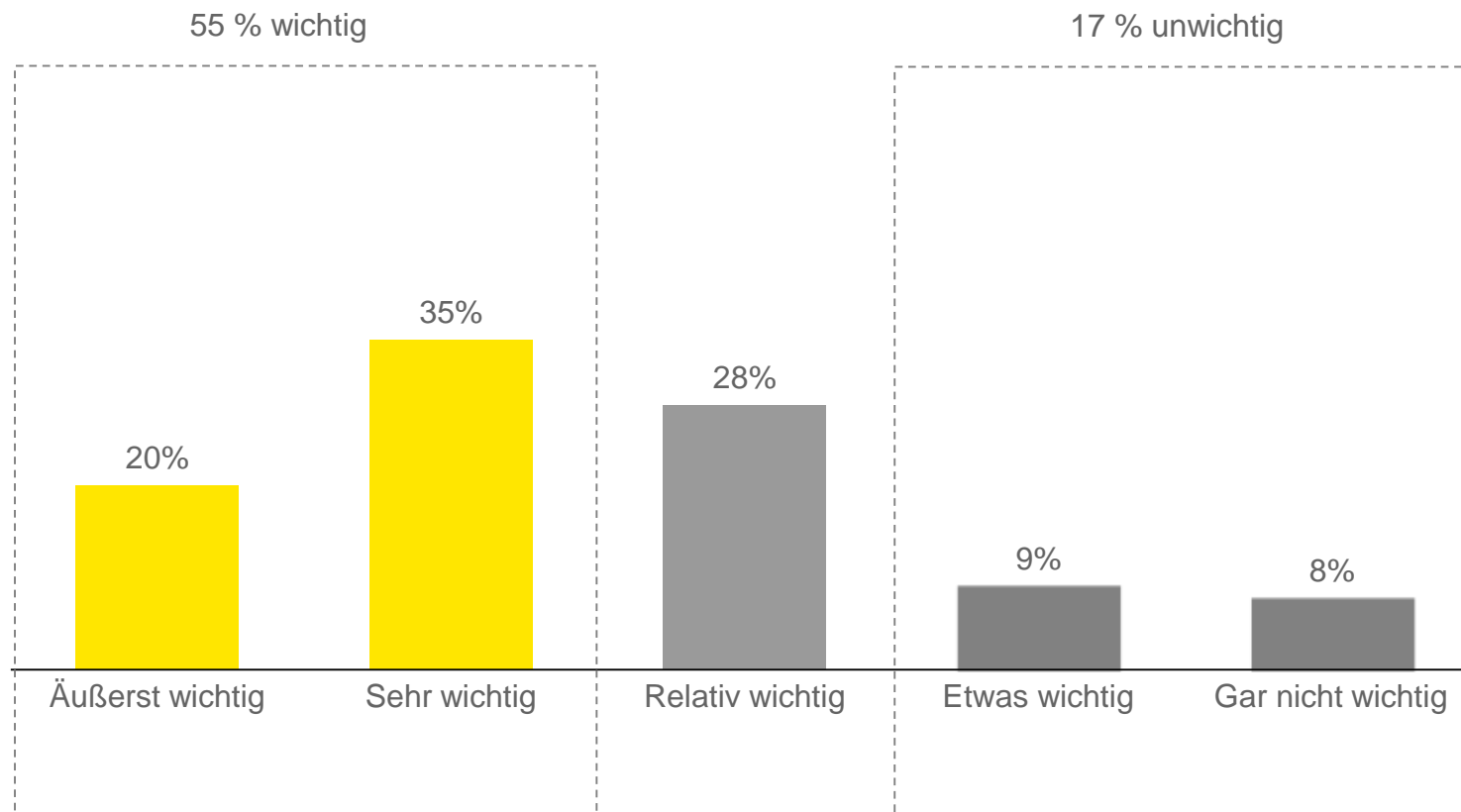
„Können Sie sich vorstellen, Ihre nächste Versicherung bei einer noch unbekanntem Marke (z.B. Start-up) abzuschließen?“



Die stetige Verfügbarkeit von Informationen ist über der Hälfte der Österreicher wichtig.

▶ VERFÜGBARKEIT VON INFORMATIONEN

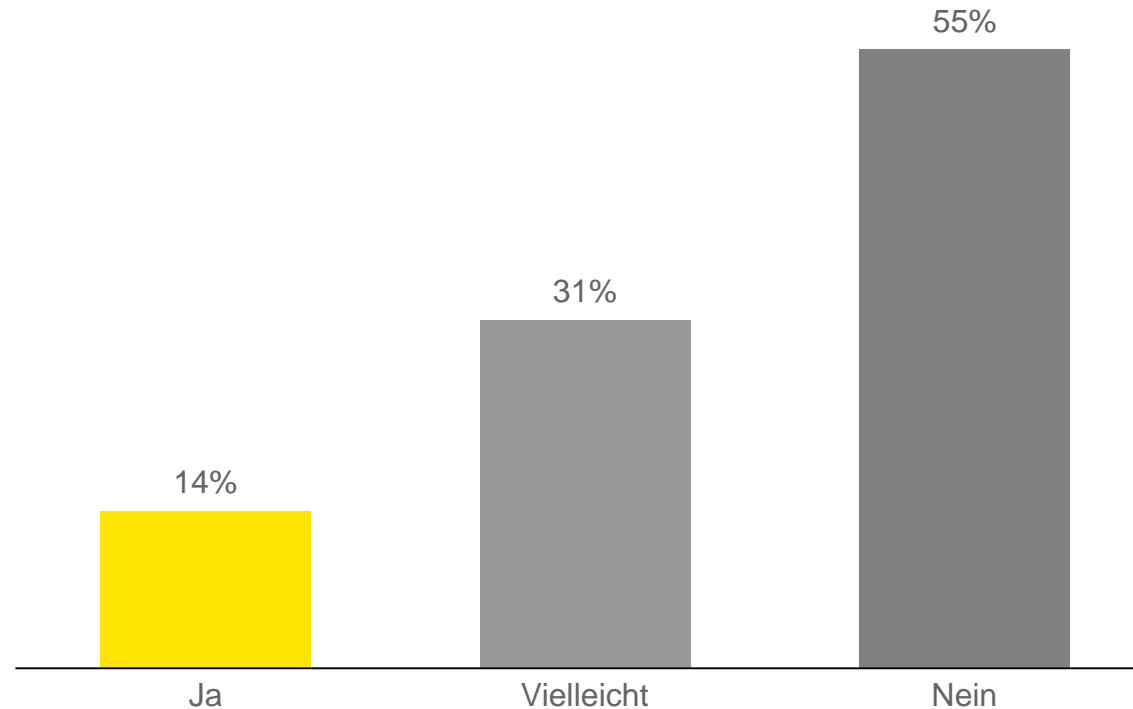
„Wie wichtig ist es Ihnen, dass sämtliche Informationen jederzeit auf allen Kanälen (Persönlicher Vermittler oder Online-Kundenportal) verfügbar sind?“



14 Prozent der Österreicher würden sich für einen günstigeren Preis auch online beraten lassen.

▶ ELEKTRONISCHE BERATUNG

„Können Sie sich vorstellen, sich für einen günstigeren Preis von einem Chat Bot (z.B. „Siri“ für die Versicherungsberatung) elektronisch beraten zu lassen?“

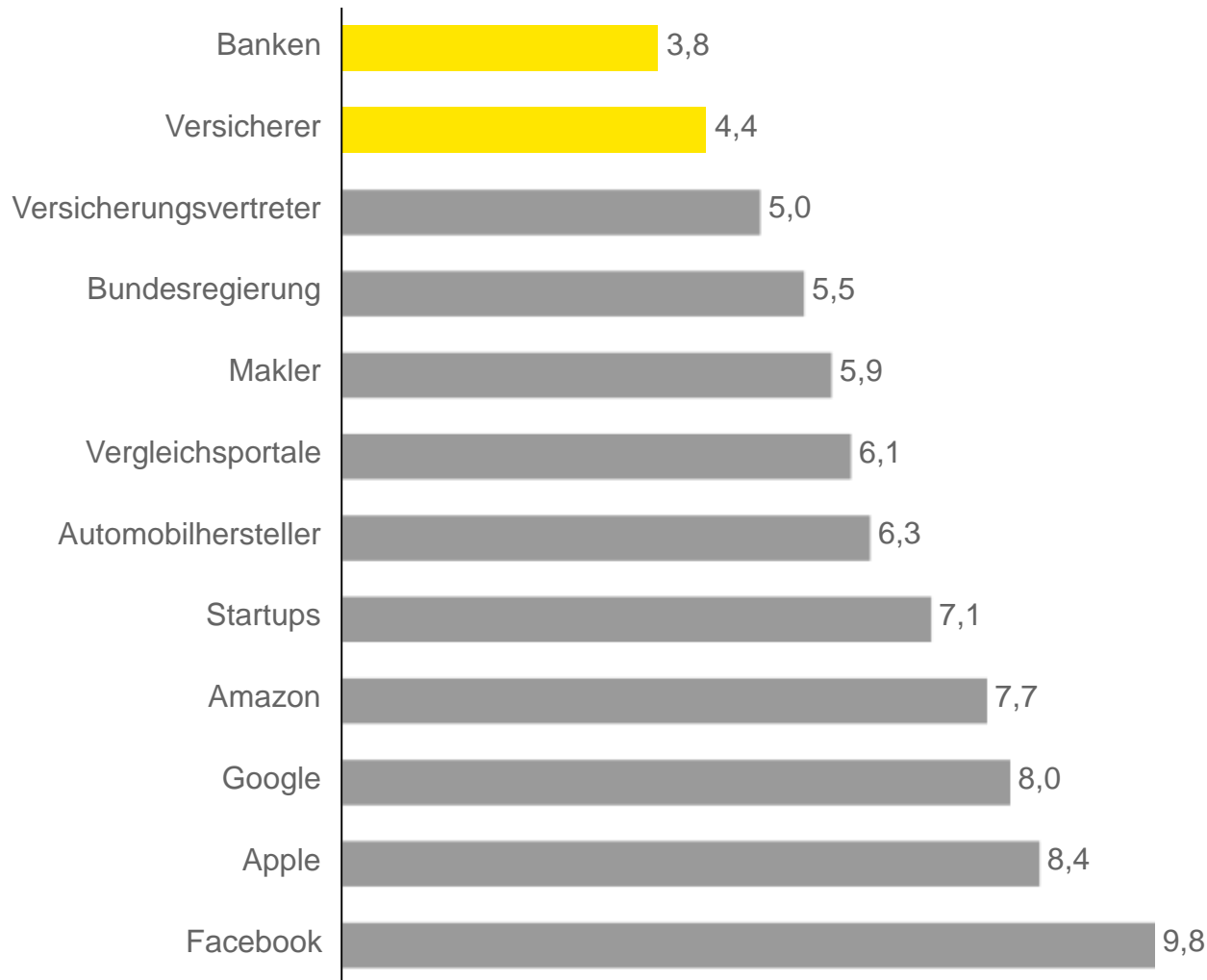


Basisdaten zur Versicherung
Customer Journey
Informations- und Beratungsphase
Entscheidungsphase
Abschlussphase
Nachkaufphase
FinTech
Abschlussverhalten
▶ Datenschutz
Soziodemografie

Banken wird am meisten Vertrauen entgegengebracht, gefolgt von Versicherern und Versicherungsvertretern.

▶ VERTRAUEN BEIM DATENSCHUTZ - RANKING

„Wem schenken Sie grundsätzlich bzgl. Datenschutz am meisten Vertrauen?“



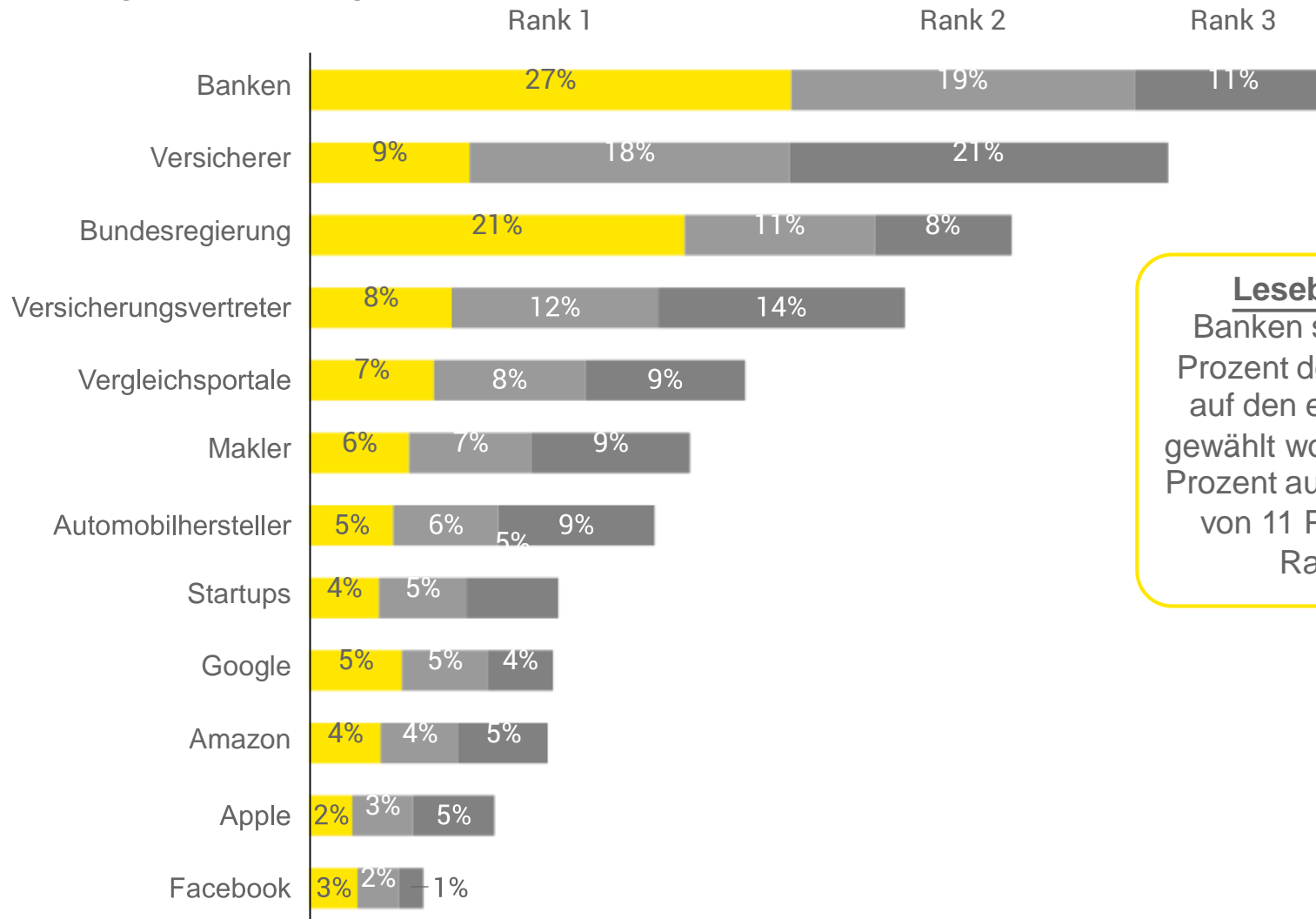
Lesebeispiel:

Ø-Rang 3,8: Banken
Bei einer Bewertung von
12 ausgewählten
Organisationen erreichen
Banken durchschnittlich
Rang 3,8 von 12
Rängen.

Bezüglich des entgegengebrachten Vertrauens liegen Banken auf Rank 1.

▶ VERTRAUEN BEIM DATENSCHUTZ – TOP 3

„Wem schenken Sie grundsätzlich bzgl. Datenschutz am meisten Vertrauen?“



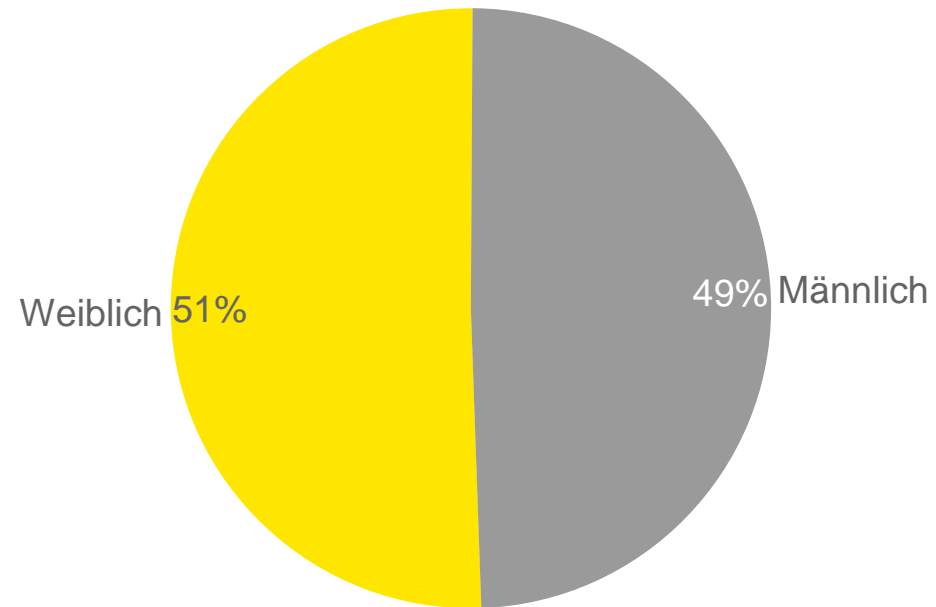
Lesebeispiel:

Banken sind von 27 Prozent der Befragten auf den ersten Rank gewählt worden, von 19 Prozent auf Rank 2 und von 11 Prozent auf Rank 3.

Basisdaten zur Versicherung
Customer Journey
Informations- und Beratungsphase
Entscheidungsphase
Abschlussphase
Nachkaufphase
FinTech
Abschlussverhalten
Datenschutz
▶ Soziodemografie

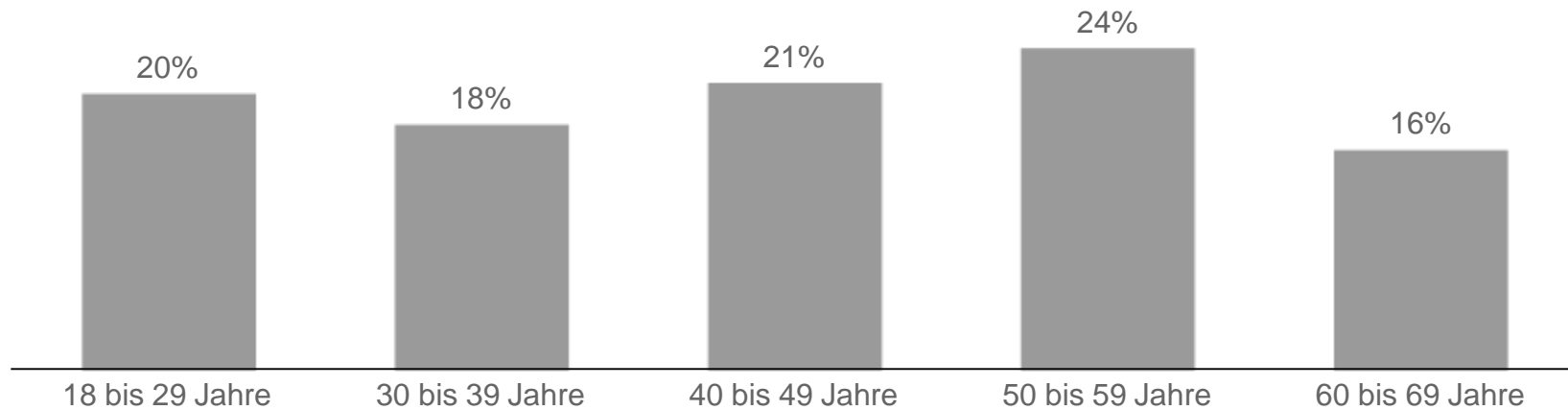
Geschlechterverteilung der Befragten

▶ SOZIODEMOGRAFISCHE DATEN (1/7)



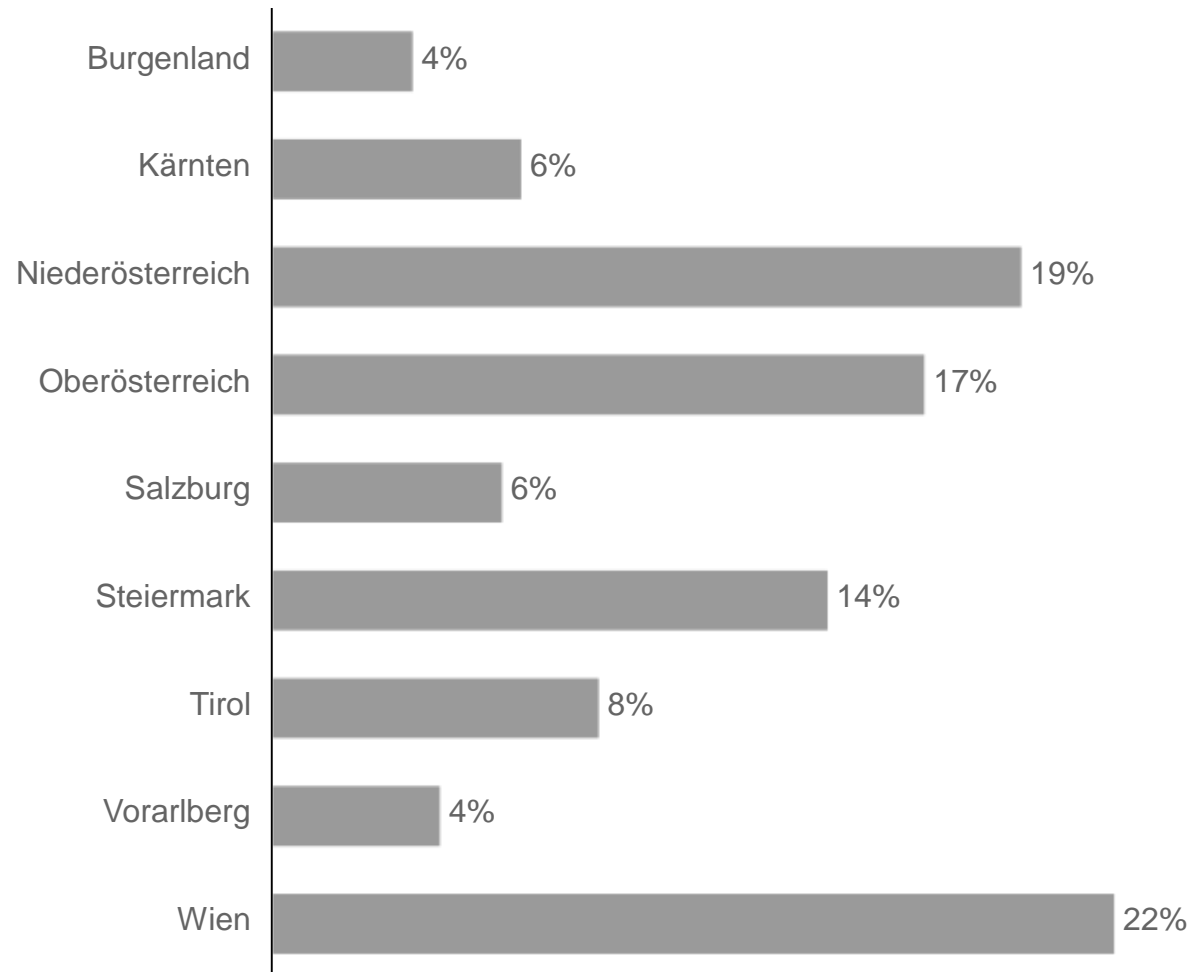
Altersverteilung der Befragten

▶ SOZIODEMOGRAFISCHE DATEN (2/7)



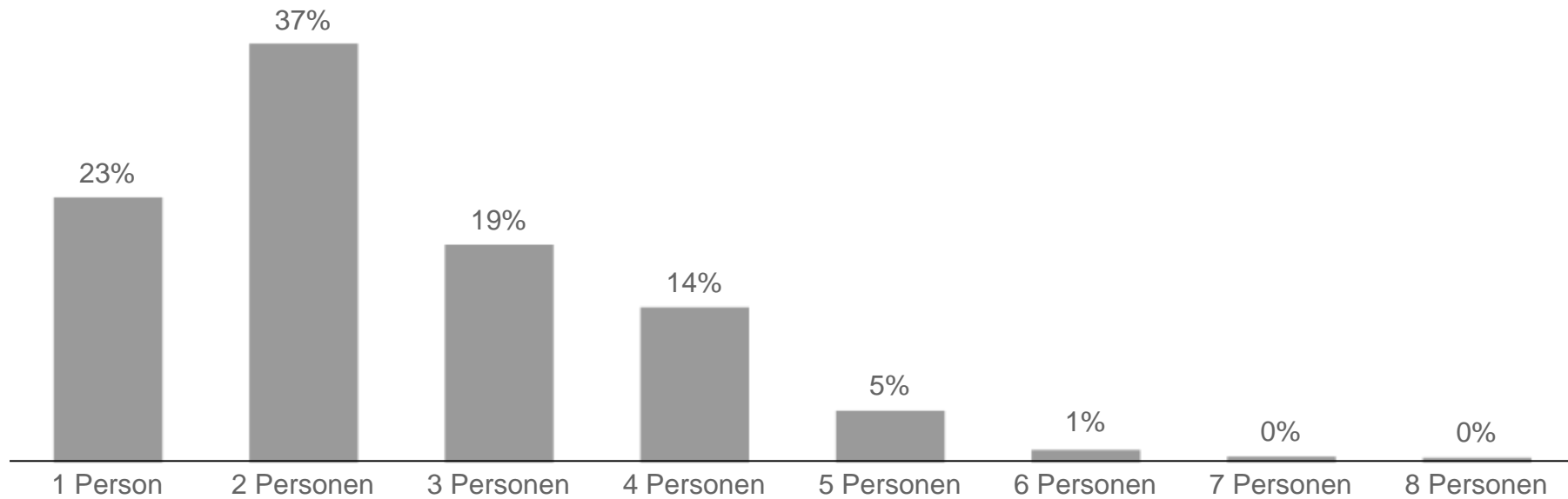
Verteilung der Befragten auf die Regionen in Österreich

▶ SOZIODEMOGRAFISCHE DATEN (3/7)



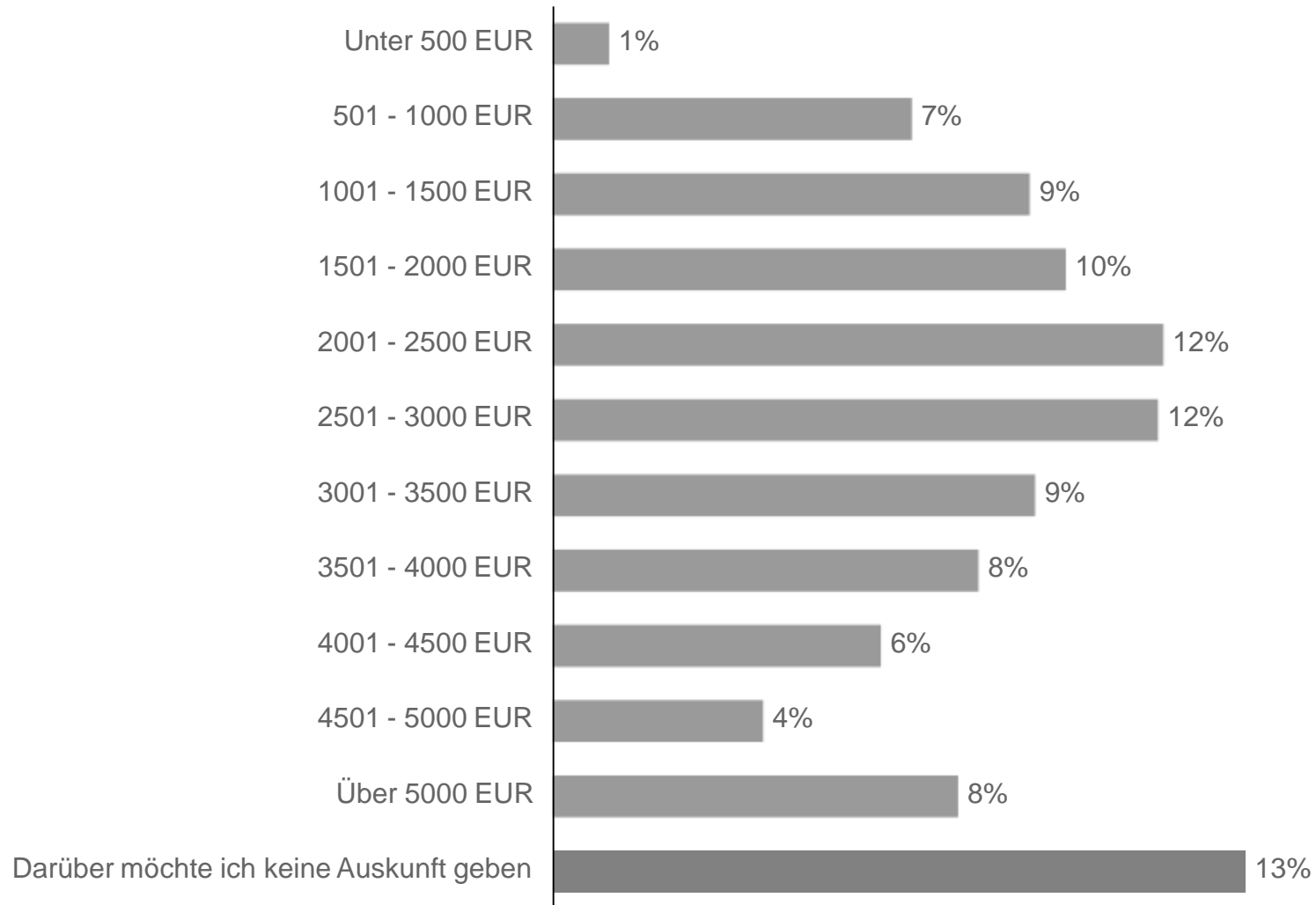
Haushaltsgröße der Befragten

▶ SOZIODEMOGRAFISCHE DATEN (4/7)



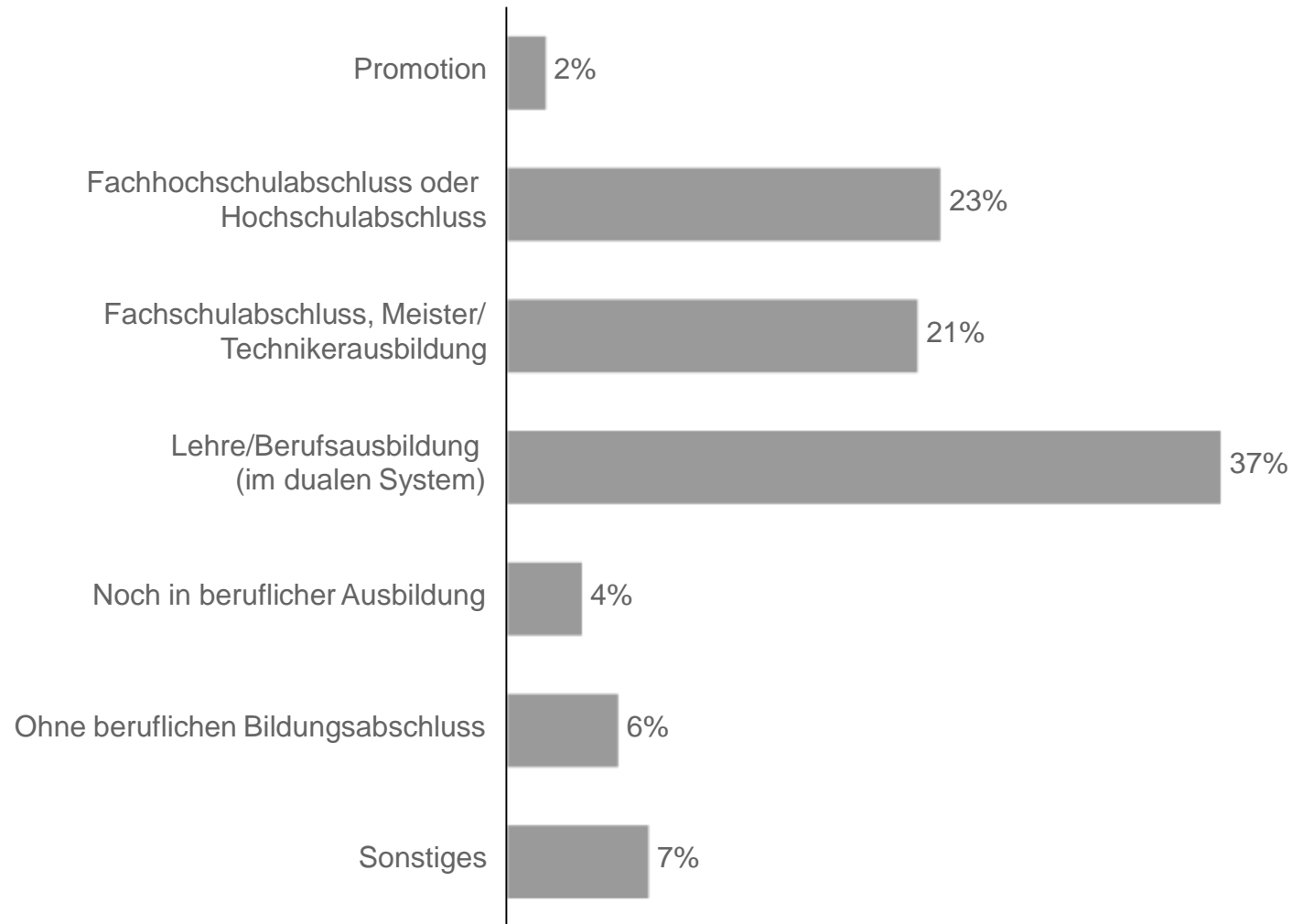
Haushaltsbruttoeinkommen der Befragten

▶ SOZIODEMOGRAFISCHE DATEN (5/7)



Höchster erreichter Bildungsabschluss der Befragten

▶ SOZIODEMOGRAFISCHE DATEN (6/7)



Tätigkeitsbereiche der Befragten

▶ SOZIODEMOGRAFISCHE DATEN (7/7)

