

Pressemitteilung

Versicherungen stehen langfristig höheren Kosten im Zahlungsverkehr gegenüber

Regensburg, 17. Dezember 2018 *Wenn es um die Bezahlung von Versicherungsprodukten geht, ist der Deutsche sehr konservativ. Neben dem dominierenden Lastschriftverfahren besitzt die Rechnungszahlung noch einen signifikanten Anteil, andere Bezahlverfahren, die im Online-Handel eine wichtige Rolle spielen – wie PayPal oder die Kreditkarte –, besitzen nur in Einzelfällen Relevanz. Das ist ein Ergebnis der aktuellen Studie „Bezahlverhalten von Versicherungskunden – heute und morgen“ von ibi research an der Universität Regensburg. Auf Basis von rund 2.000 Konsumenteninterviews, die je zur Hälfte telefonisch und online durchgeführt wurden, wurde untersucht, wie Kunden von Versicherungen etablierten und neuen Zahlungsverfahren gegenüberstehen und worauf es bei ihrer Wahl des Zahlungsverfahrens im Versicherungsumfeld ankommt. Dabei wurde insbesondere auf den Abschlusskanal, auf den Zahlungsrhythmus und auf das abgeschlossene Versicherungsprodukt eingegangen.*

„Die generellen Informations- und Abschlussprozesse der Versicherungskunden sind heute oftmals stark durch das Internet geprägt. Das gilt auch für die Entscheidungsfindung beim Versicherungskauf“, so Holger Seidenschwarz, einer der Autoren der Studie. 27 Prozent der über 2.000 befragten Versicherungsentscheider wollen möglichst alle Versicherungen online abschließen, 35 Prozent zumindest manche. Nur noch 38 Prozent schließen lieber persönlich oder telefonisch ab. Blickt man auf die genutzten Versicherungsprodukte, wird heute bereits etwa jede dritte Versicherung online abgeschlossen. Bei Kfz-Versicherungen ist es fast schon jede zweite, bei Reiserücktrittsversicherungen sogar zwei von drei.

Rund neun von zehn Versicherungen werden aktuell per Lastschrift oder per Überweisung bezahlt. Doch Alternativen sind gewünscht: 9 Prozent der Befragten würde gerne Karten zur Bezahlung nutzen, 14 Prozent typische Online-Verfahren. Bei den typischen Online-Verfahren dominiert PayPal (63 Prozent) – wenn man das Bezahlverhalten der Befragten im Online-Einzelhandel heranzieht –, auch die Sofortüberweisung wird oft genutzt (23 Prozent). Verfahren wie Amazon Pay, giropay oder paydirekt werden dagegen weniger häufig genutzt.

Bei der Betrachtung von demographischen Faktoren und Einstellungen der befragten Versicherungsentscheider stellt sich die Online-Affinität als bedeutendster Einflussfaktor heraus. Je online-affiner der Befragte, desto häufiger wird der Wunsch nach PayPal & Co. geäußert. „In diesem Kontext sollten Versicherungsunternehmen sich mittelfristig überlegen, ob es nicht sinnvoll ist, einige der Online-Bezahlverfahren für ausgewählte Produkte anzubieten. Dabei sollten die Versicherer neben der Erhöhung der Conversion Rate durch die neuen Bezahlverfahren auch die Kosten – direkt und indirekt – sowie die Risiken dieser Verfahren mit in ihre Überlegungen einbeziehen“, so Dr. Georg Wittmann von ibi research.

Die Auseinandersetzung mit diesem Thema ist insbesondere auch deswegen relevant, da jüngere Kunden der Lastschrift tendenziell den Rücken kehren. Die Altersauswertung zeigt, dass bei den Befragten von 18-25 Jahren rund 10 Prozentpunkte weniger Rechnung bzw. Lastschrift wünschen als der Durchschnitt, dies gilt auch unabhängig von den Zahlungsrhythmen. Wenn man das Verhältnis von 1:2,5 für Rechnungs- und Lastschriftzahlungen unterstellt, bedeutet das, dass lediglich zwischen 45 und knapp 60 Prozent der unter 25-Jährigen noch Lastschrift bevorzugen. Ein ähnliches Bild zeigt sich übrigens auch beim Exkasso: Nur noch 67 Prozent der 18-25-Jährigen setzen hier auf die Überweisung auf das eigene Bankkonto. Versicherungen sollten diese Veränderungen nicht auf die leichte Schulter nehmen. Auch wenn die Verschiebungen aktuell wenig Auswirkung auf die Kostensituation der Versicherungen haben, können sie zukünftig zu deutlich höheren Abwicklungskosten führen. Werden Teile der aktuell hocheffizienten und meist sehr kostengünstigen Lastschrift- und Rechnungsprozesse durch die in der Regel mit höheren Kosten verbundenen Online-Bezahlverfahren ersetzt, kann dies zu deutlichen Kostensteigerungen und Prozessveränderungen führen.

Einen Teil der Kosten könnten Versicherer aber auch weitergeben: 22 Prozent der Befragten gaben nämlich an, bei einem „etwas teureren“ Versicherer abzuschließen, wenn sie dort mit ihrem bevorzugten Verfahren zahlen könnten. Bei den online-affinen Kunden waren es sogar 27 Prozent, bei den offline-affinen Kunden dagegen nur 10 Prozent.

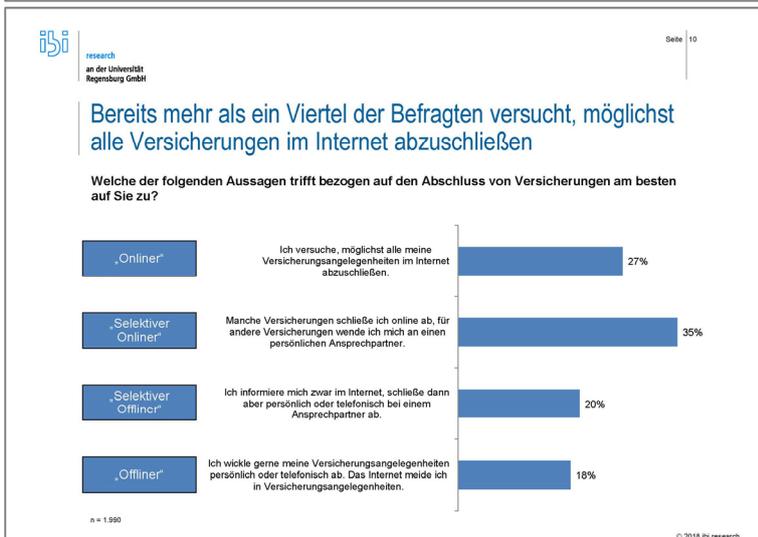
Das Fazit: Bei Versicherungen haben die aus dem E-Commerce bekannten Zahlungsverfahren noch nicht die Relevanz wie im Online-Handel. In den nächsten drei bis fünf Jahren sollte es hier auch nicht zu großen Veränderungen kommen. Mittelfristig müssen Versicherer jedoch die Zahlungsgewohnheiten ihrer Kunden im Auge behalten, um den Online-Absatz ihrer Versicherungsprodukte sowie die Kosten der Bezahlverfahren nicht zu gefährden.

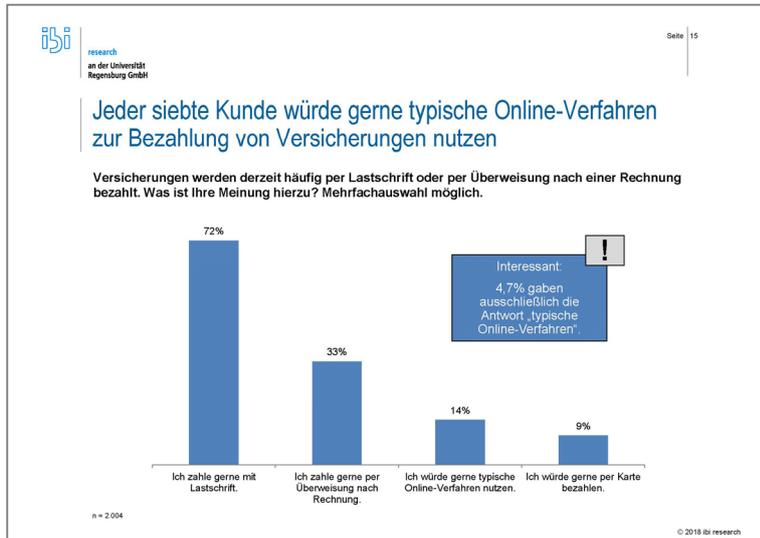
Alle weiteren Informationen zum Bezug der vollständigen Studie „Bezahlverhalten von Versicherungskunden – heute und morgen“ erhalten Interessierte unter <https://www.ibi.de/Versicherungsstudie>

Die wichtigsten Informationen zur Studie auf einen Blick

Titel:	Bezahlverhalten von Versicherungskunden – heute und morgen
Methodik:	Konsumentenbefragung (Online und CATI)
URL:	www.ibi.de/Versicherungsstudie

Bildmaterial:





ibi research
an der Universität Regensburg GmbH

Seite 20

Mehr als ein Viertel der „Onliner“ äußert Zahlungsbereitschaft für Zahlungsverfahren, aber nur 10 Prozent der „Offline“

Würden Sie Ihre Versicherung bei einem anderen Versicherer abschließen, der etwas teurer ist, falls Sie dort mit einem von Ihnen bevorzugten Verfahren zahlen könnten?

	Ja	Nein
„Onliner“ Ich versuche, möglichst alle meine Versicherungsangelegenheiten im Internet abzuschließen.	27%	73%
„Selektive Onliner“ Manche Versicherungen schließe ich online ab, für andere Versicherungen wende ich mich an einen persönlichen Ansprechpartner.	20%	80%
„Selektive Offline“ Ich informiere mich zwar im Internet, schließe dann aber persönlich oder telefonisch bei einem Ansprechpartner ab.	15%	85%
„Offline“ Ich wickle gerne meine Versicherungsangelegenheiten persönlich oder telefonisch ab. Das Internet meide ich in Versicherungsangelegenheiten.	10%	90%
Alle Befragten	22%	78%

n = 1.681

© 2018 ibi research



research

an der Universität Regensburg

Über ibi research:

Seit 1993 bildet ibi research an der Universität Regensburg GmbH eine Brücke zwischen Universität und Praxis. Das Institut betreibt anwendungsorientierte Forschung und Beratung, arbeitet also mit den Methoden der Wissenschaft an den Themen der Praxis, mit klarem Schwerpunkt auf Innovationen und deren Umsetzung.

ibi research konzentriert sich dabei auf die Themenfelder Digitalisierung der Finanzdienstleistungen und des Handels, im E-Business genauso wie im Multikanal und im B2C-Geschäft genauso wie im B2B-Geschäft. Das Forschungsspektrum reicht von der Marktanalyse und Geschäftsmodell-Entwicklung über Prozessgestaltung und Data Analytics bis hin zu Fragen der Governance und Compliance. Zugleich bietet ibi research umfassende Beratungsleistungen zur Umsetzung der Forschungs- und Projektergebnisse an.

Weitere Informationen: www.ibi.de

ibi research freut sich über den honorarfreien Abdruck dieser Pressemitteilung.

Bei Interesse an weiteren Informationen, Artikeln etc. wenden Sie sich bitte an:

ibi research an der Universität Regensburg
Andrea Rosenlehner
Galgenbergstraße 25
93053 Regensburg

Telefon: 0941 943-1901
Telefax: 0941 943-1888
E-Mail: presse@ibi.de