

Online-Vertrieb im Fokus

Der Ausbau des Vertriebskanals Internet hat in der deutschen Assekuranz seinen Höhepunkt noch nicht erreicht. Mehr als 80 Prozent der Versicherungsexperten erwarten für das laufende Jahr einen weiteren Bedeutungsgewinn des Online-Vertriebs. Das ist ein Ergebnis der Studie „Trendbarometer Versicherungen“ des Consulting-Unternehmens PPI AG in Zusammenarbeit mit dem IMWF, Institut für Management- und Wirtschaftsforschung.

Der Grund für diese Prognose: Knapp 40 Prozent der Deutschen suchen bereits Versicherungsprodukte im Internet und vergleichen Anbieter und Tarife – mit steigender Tendenz. Um dieses Potenzial zu nutzen, stärken die Versicherer ihre Präsenz im Netz. Mehr als 70 Prozent der Versicherungsexperten erwarten für die Online-Angebote der Assekuranz einen branchenweiten Wachstumsschub. Aufgrund der wachsenden Vertriebspotenziale gelten derzeit Investitionen in den Internetauftritt für rund 40 Prozent der Top-Entscheider als der wichtigste Branchentrend in der Assekuranz.

Keiner anderen technischen Entwicklung messen die befragten Fach- und Führungskräfte einen ähnlich hohen Stellenwert bei. Diese Einschätzung gilt auch unternehmensintern: Mehr als die Hälfte der Versicherungsmanager sieht im Ausbau der Online-Angebote eine Chance für das eigene Haus. Zwar dient das Internet den Versicherern bisher nur als ergänzender Vertriebskanal, doch seine Funktion als Informationsplattform und Serviceportal ist inzwischen unverzichtbar und gewinnt weiterhin stark an Bedeutung.

kmo