



Presseinformation

Hochkonjunktur 2009: Online-Vertrieb der Versicherer boomt

- **84 Prozent der Top-Entscheider erwarten starken Ausbau der Internetaktivitäten**

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

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.

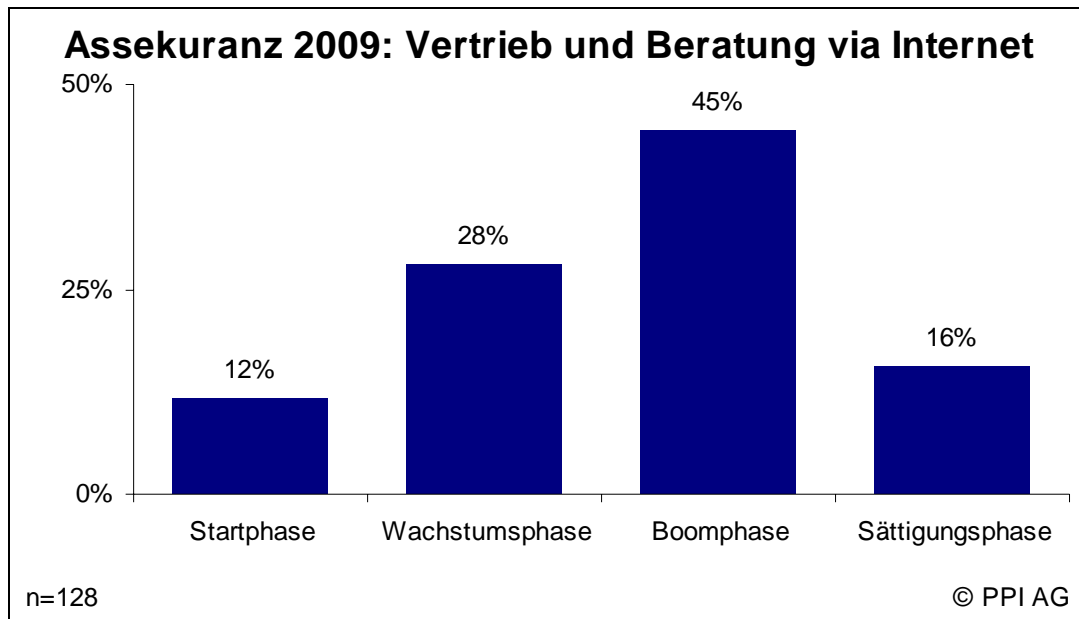
Diese Einschätzung gilt auch unternehmensintern: Mehr als die Hälfte der Versicherungsmanager sieht im Ausbau der Online-Angebote eine Chance für das eigene Haus. Zwar dient das Internet den Versicherern bisher nur als ergänzender Vertriebskanal. Doch dessen Funktion als Informationsplattform und Service-Portal ist inzwischen unverzichtbar und gewinnt weiterhin stark an Bedeutung.

Insbesondere mit kundenorientierten Zusatzangeboten wollen die Unternehmen im Wettbewerb der Internetauftritte punkten. Beispiel: Schadenmanagement. Einige Versicherer bieten ihren Kunden die Möglichkeit, einen Schaden unkompliziert online zu melden. Diese Serviceangebote werden honoriert. So ist für 73 Prozent der Deutschen eine schnelle und unbürokratische Schadenregulierung das wichtigste Kriterium bei der Auswahl eines Versicherers.

Für den Wettlauf um den Internetkunden sind jedoch nicht alle Unternehmen gleich gut aufgestellt. Zwar hat rund jeder zweite Versicherer bereits zukunftsfähige und kundenorientierte Internetangebote für die Online-Beratung und den Online-Vertrieb installiert. Doch ein Viertel der Unternehmen befindet sich erst in der Planungsphase und etwa ebenso viele prüfen derzeit noch zusätzliche Investitionen.



PPI AKTIENGESELLSCHAFT



45 Prozent der Entscheider erwarten für die Branche einen Internetboom.

Hintergrundinformationen

Die Studie „Trendbarometer Versicherungen“ stellt die Ergebnisse einer Online-Marktforschung dar, die im Auftrag der PPI AG in Kooperation mit dem IMWF Institut für Management- und Wirtschaftsforschung durchgeführt wurde. Im Zeitraum vom 14. bis zum 21. November 2008 wurden 210 Fach- und Führungskräfte aus der Versicherungswirtschaft befragt.

PPI Aktiengesellschaft

Die PPI Aktiengesellschaft ist seit 25 Jahren an den Standorten Hamburg, Kiel und Frankfurt erfolgreich für die Finanzbranche tätig. 2008 erwirtschaftete das Unternehmen mit seinen 280 Mitarbeitern 35,5 Millionen Euro Umsatz in den drei Geschäftsfeldern Consulting, Software Factory und Produkte. PPI stärkt die Marktposition von Versicherungsunternehmen durch fachlich wie methodisch exzellente Lösungen für alle Kernprozesse der Assekuranz, basierend auf langjähriger Praxiserfahrung. In der Software-Entwicklung stellt PPI durch professionelle und verlässliche Vorgehensweise eine hohe Qualität der Ergebnisse und absolute Budgettreue sicher. Das Consulting-Angebot erstreckt sich von der strategischen über die versicherungs- und bankfachliche bis zur IT-Beratung.

Pressekontakt

Andreas Gutjahr
Faktenkontor GmbH
Tel: +49 (0)40 22703-5470
Fax: +49 (0)40 22703-1470
E-Mail: andreas.gutjahr@faktenkontor.de