
Die Deutschen ziehen immer noch die persönliche Beratung vor

Die mit ihrem Finanz- und Versicherungsverhalten als konservativ geltenden Deutschen scheinen inzwischen aufgeschlossener für neue Trends zu sein. Das legt zumindest die aktuelle Untersuchung „Trendmonitor Deutschland“ mit dem Schwerpunktthema „Banking & Insurance Trends“ des Marktforschungsinstituts Nordlight Research nahe. Darin zeigen sich die Bundesbürger offener als bislang für neue digitale Anbieter, Produkte und Services.

In der Erhebung erklärte sich mit 33 Prozent bereits jeder dritte Befragte bereit, bei bekannten Digitalkonzernen wie Amazon, Apple, Google oder Paypal ein Girokonto zu führen oder einfache Versicherungen dort abzuschließen – vorausgesetzt das Angebot stimmt. Jeder Fünfte kann sich demnach sogar vorstellen, digitale Sprachassistenten wie „Alexa“ nicht nur zur Information über Bank- und Versicherungsprodukte zu nutzen, sondern darüber auch eine Versicherung abzuschließen.

So gaben in der Umfrage 32 Prozent der über 1000 interviewten Bundesbürger ab 16 Jahren an, sich vorstellen zu können, künftig nicht mehr nur der eigenen Bank, sondern auch Drittanbietern wie „Fintechs“ den Zugriff auf ihre Kontoinformationen zu erlauben, um deren Services zu nutzen. Auf spezielles Interesse stoßen bei 42 Prozent der befragten Bundesbürger zudem sogenannte Robo-Advisor. Solche digitalen Anlagehelfer, ebenfalls überwiegend junge Firmen, schlagen ihren Kunden Wertpapieranlagen vor und verwalten diese auch.

Etwas verhaltener stehen die Deutschen demnach noch vergünstigten Versicherungstarifen im Kfz-Bereich, sogenannten Telematik-Tarifen gegenüber, die auf der digitalen Kontrolle des eigenen Fahrverhaltens beruhen. Dafür können sich laut dem aktuellen Trendmonitor erst 24 Prozent der Befragten erwärmen.

Die wachsende Akzeptanz digitaler Trends kann jedoch nicht darüber hinwegtäuschen, dass die meisten Deutschen beim Abschluss von Finanz- und Versicherungsprodukten bislang immer noch „traditionell“ agieren, betonen die Verfasser der Studie als eine weitere Aussage des Trendmonitors. Danach werden von den deutschen Verbrauchern die meisten Bank- und Versicherungsprodukte immer noch am liebsten und am häufigsten im persönlichen Gespräch mit Kundenbetreuern abgeschlossen. Nach den Erkenntnissen der Marktforscher haben derzeit namhafte Markenanbieter generell noch einen Akzeptanzvorsprung vor Fintechs, Insurtechs und großen Digitalkonzernen. Demnach bevorzugen die Kunden beim Abschluss von Versicherungsprodukten wie Hausrat- oder Kfz-Policen immer noch HUK-COBURG/HUK24, Allianz, R+V, Ergo und Axa. Neue Anbieter finden sich laut dem Trendmonitor meist erst am Ende der Präferenz-Rankings. (ampnet/Sm)

Bilder zum Artikel



Foto: Auto-Medienportal.Net/Goslar Institut