

Bedeutung des Internets für die Versicherungsbranche

Diskussionspapier

Betrachtung des Versicherungsmarktes

- *Marktentwicklung*
- *Bedeutung des Internet für die Versicherungsbranche*
- *Mediaplanung – relevante Zielgruppe*

1.1 *Marktentwicklung*

- 1994 Deregulierung der Versicherungsmärkte durch EU-Richtlinien
- wettbewerbsintensiver Markt
- neue Konkurrenz aus dem Ausland & Inland



fortschreitender Konzentrationsgrad,
gravierender Strukturwandel innerhalb von 10 Jahren

1.2 *Bedeutung des Internet*

- bisher schließen lediglich 2% aller Kunden Verträge über das Netz ab
- Kosteneinsparungspotential bei standardisierten Versicherungsprodukten

Situation in Deutschland

- Bundesamt für Versicherungswesen verbietet elektronisch abgeschlossene Verträge im Bereich Versicherung
- Unsicherheiten bei digitalen Signaturen und bei der Gestaltung von Online Verträgen
- prognostizierte Verschiebung der Vertriebswege in Richtung Direktvertrieb bis zum Jahre 2010

➔ Internet wird in absehbarer Zeit kein (Direkt-)Vertriebsweg

1.3 *Mediaplanung – relevante Zielgruppe*

- hohes Maß nach Versicherungsschutz bei :
 - aufstiegsorientierten Milieus
 - konservativ-technokratischen Gruppen
- ca. die Hälfte der bis 29 Jährigen nutzen das Internet (ARD/ZDF Online Studie)
- deutsche Internet-User besitzen eine überdurchschnittliche Schulbildung



Internetuser als relevante Neukunden

Die 10 wichtigsten Zukunftsthemen in der Versicherung

Die 10 wichtigsten Zukunftsthemen nach Investitionshöhe

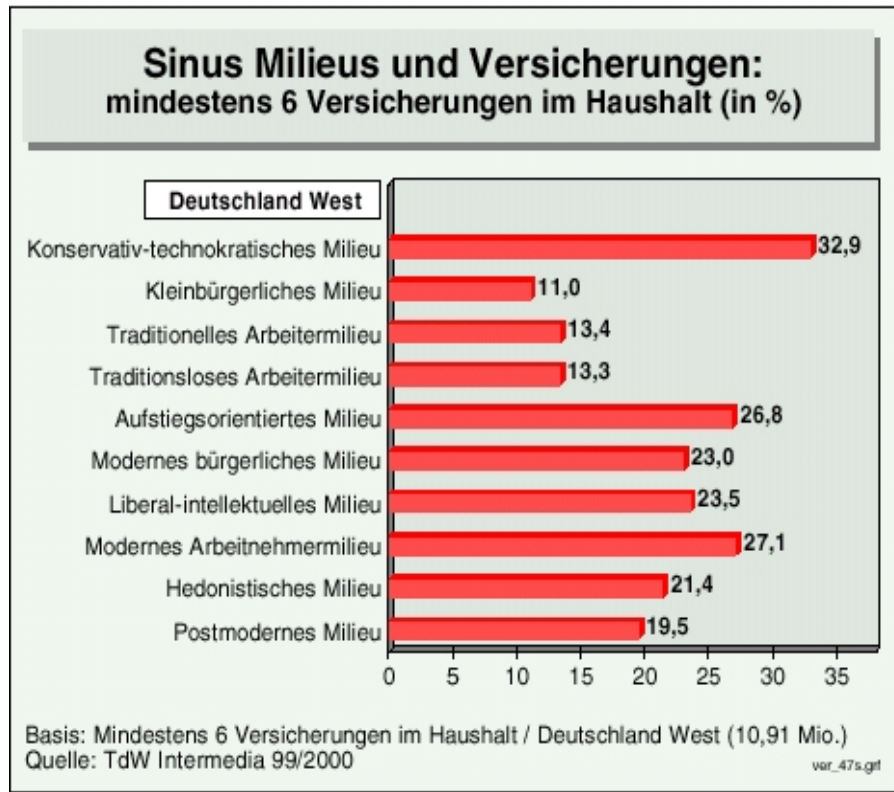
• Marktkonzentration	1.970 Mio. DM
• E-Commerce	1.960 Mio. DM
• Neuausrichtung der Informationstechnologie	1.140 Mio. DM
• Schadensmanagement	1.000 Mio. DM
• Neuausrichtung der Vertriebswege	480 Mio. DM
• Produktentwicklung und -gestaltung	440 Mio. DM
• Risikomanagement	190 Mio. DM
• Optimiertes Kapitalanlagemanagement	110 Mio. DM
• Entwicklung neuer Marketingstrategien	40 Mio. DM
• Gesundheitsmanagement	40 Mio. DM

Quelle: Mummert + Partner: Studie 'Nachdenken auf Vorrat - Die Themen der Zukunft in der Versicherungsbranche'

vor_27.gif

Quelle: Mummert + Partner

Relevanz der Zielgruppe „Internetuser“



Quellen: TdW Intermedia
ARD/ZDF Online Studie

① Nutzeranteil nach Bevölkerungsgruppen 1997 bis 2000 in %

	1997	1998	1999	2000
Gesamt	6,5	10,4	17,7	28,6
Geschlecht				
männlich	10,0	15,7	23,9	36,6
weiblich	3,3	5,6	11,7	21,3
Alter in Jahren				
14-19	6,3	15,6	30,0	48,5
20-29	13,2	20,7	33,0	54,6
30-39	12,4	18,9	24,5	41,1
40-49	7,7	11,1	19,6	32,2
50-59	3,0	4,4	15,1	22,1
60 und älter	0,2	0,8	1,9	4,4
Schulbildung				
Volksschule	1,3	2,9	4,9	7,5
weiterführende Schule	5,9	7,5	15,7	31,4
Abitur	16,5	23,9	50,9	79,2
Studium	29,1	48,5	62,5	86,0
Berufstätigkeit				
in Ausbildung	15,1	24,7	37,9	58,5
berufstätig	9,1	13,8	23,1	38,4
Rentner/nicht berufstätig	0,5	1,7	4,2	6,8

Quelle: ARD/ZDF-Online-Studie 2000.