

Medienmitteilung

Wien, 28. Februar 2022

So tickt Österreich beim Versichern

Wie heute Versicherungen abgeschlossen werden, welche Bedeutung Onlinefunktionen haben und wie risikobereit Österreicherinnen und Österreicher sind hat das Meinungsforschungsinstitut IPSOS im Auftrag von Helvetia abgefragt. Die repräsentative Studie ergibt: Beim Abschluss zählt die persönliche Kommunikation, der Schaden wird auch online selbst erledigt. Insgesamt sind die Österreicherinnen und Österreicher auch beim Versichern risikoavers.

Eine Versicherung ist eine Absicherung für potenzielle zukünftige Risiken. Sie schützt Hab und Gut und dient als wichtiges Investment für die Zukunft. Aber wie tickt Österreich beim Absichern von Leben und Eigentum? Das hat Helvetia gemeinsam mit dem Marktforschungsinstitut IPSOS Ende 2021 repräsentativ für Österreich erhoben.

Persönliche Beratung mit digitaler Abwicklung

Die Digitalisierung spielt auch bei Versicherungen eine immer wichtigere Rolle. Es wurde innerhalb der Branche viel in Online-Lösungen und Selbstabwicklung investiert. Doch wie informieren sich die Österreicherinnen und Österreicher in puncto Versicherungen? Versicherungsberatung und Onlinefunktionen dominieren: 38 Prozent nutzen Vergleichsportale und 35 Prozent Suchmaschinen, die klare Nummer eins bei den Informationsmöglichkeiten bleibt jedoch mit 48 Prozent die Beraterin / der Berater einer Versicherung, noch vor unabhängigen Versicherungsmaklerinnen und -maklern (33 %).

»Im Schnitt nutzen Kundinnen und Kunden rund 2,1 unterschiedliche Informationsmöglichkeiten und die Ergebnisse bestätigen die Vermutung, dass jüngere Personengruppen häufiger online über Websites und Suchmaschinen an Informationen gelangen als ältere Personen, die den persönlichen Kontakt zu Beraterinnen und Beratern bevorzugen«, fasst Studienautor Alexander Zeh von IPSOS zusammen.

Drei Viertel zufrieden mit der Kommunikation

Weiters hat die Befragung eine hohe Zufriedenheit mit der Kommunikation im Zusammenhang mit Versicherungen ergeben. Über ein Drittel (37 %) ist sehr zufrieden und fast 40 Prozent eher zufrieden. Am häufigsten wird der Kontakt telefonisch (59 %) oder per E-Mail (54 %) bzw. persönlich (49 %) gesucht.

Zunehmende Kommunikationskanäle sind Kundenportale, Apps sowie Onlinetools, kaum genutzt werden hingegen digitale Assistenten oder Chatbots. Auch Social-Media-Kanäle wie WhatsApp, Facebook und Co. gewinnen in der Kommunikation zwischen Versicherungen und Versicherten an Bedeutung. Über die Hälfte der Befragten würde gerne über WhatsApp (53 %) mit ihrer Versicherung kommunizieren und auch Facebook wünschen sich 35 Prozent als Kommunikationskanal. An dritter Stelle der Wunschkanäle liegt YouTube mit 31 Prozent. Insgesamt wird meist ein- (24 %) bis zweimal (19 %) im Jahr mit der Versicherung kommuniziert. Nur zwei Prozent melden sich einmal pro Woche oder öfter.

»Es freut uns, dass die Österreicherinnen und Österreicher so zufrieden mit der Kommunikation im Zusammenhang mit ihrer Versicherung sind. Das ist nicht selbstverständlich, immerhin müssen wir auch manchmal heikle Themen wie Schadensabwicklungen klären. Hier sehen wir uns in unserem Serviceanspruch bestärkt. Die Kommunikationswege werden immer diverser und auch wir stellen uns hier über unsere drei Hauptvertriebswege – Exklusivvertrieb mit angestelltem Außendienst, Agenturvertrieb mit selbstständigen Helvetia-Agenturen und Partnervertrieb mit langjährigen Maklerpartnerinnen und -partnern – sowie Social Media und weiteren Online-Auftritten wie beispielsweise unserer Website breit auf«, so Werner Panhauser, Vertriebsvorstand der Helvetia Versicherungen.

Innovative und digitale Inhalte bekannt und genutzt

Das Interesse an digitalen Lösungen ist vorhanden, aber moderat ausgeprägt: Die Affinität der Österreicherinnen und Österreicher zu innovativen Tools liegt auf einer Skala im Mittelfeld, 39 Prozent würden es auf einer Skala von eins (kein Interesse) bis zehn (sehr großes Interesse) zwischen fünf und sieben einordnen. Jeweils acht Prozent haben großes Interesse oder gar kein Interesse. Am bekanntesten ist die digitale Unterschrift mit 46 Prozent, die auch bereits von über 20 Prozent genutzt wird. »Hier hat die Corona-Pandemie ihre Spuren hinterlassen. Während der Lockdowns wurden auch von weniger digital affinen Gruppen Onlinelösungen gefordert und umgesetzt. Somit ist beispielweise die digitale Unterschrift und die Kommunikation über Videotelefonie Standard und nicht mehr die Ausnahme«, gibt Thomas Neusiedler, Helvetia-CEO, Einblick in den digitalen Wandel der letzten Jahre. Helvetia Österreich hat mit »timSign« eine inhouse konzipierte Lösung parat, die den elektronischen Antragsprozess vereinfacht und auch die Möglichkeit zur Fernunterschrift bietet. »Im Bereich Schaden-Unfall wird die elektronische Unterschrift heute breit akzeptiert, rund jeder fünfte Antrag gelangt vollständig digital zu uns«, führt Thomas Neusiedler fort. An zweiter Stelle der Bekanntheit liegen der Online-Vergleichsrechner bzw. Online-Vergleichsportale gleichauf mit dem Onlineabschluss (44 %), werden aber deutlich mehr genutzt (22 % zu 14 %). Wenig Anwendungen finden noch biometrische Authentifizierungen wie auch Stimm- und Spracherkennung oder ein reiner Robo-Advisor.

Nachhaltigkeit wird erwartet

Versicherungen versuchen aufgrund ihrer Grundbeschaffenheit möglichst nachhaltig zu sein. Immerhin merken sie potenzielle Umweltschäden durch Klimaveränderungen direkt: Die meisten Elementarschäden entstehen durch Stürme, Hochwasser, Schnee und Hagel. Eine Berücksichtigung von ESG-Kriterien (Environmental, Social and Governance – zu Deutsch: Umwelt, Soziales und Unternehmensführung) ist auch erwünscht, und zwar von knapp zwei Drittel (59 %) der Befragten. Nur 19 Prozent erwarten gar keine Berücksichtigung von ESG-Kriterien. Signifikant stärker wird diese Ausrichtung von jüngeren Personengruppen eingefordert. »Wir wollen jedoch nicht nur in unserem Elementarbereich auf Nachhaltigkeit setzen, sondern auch in unseren Leben-Produkten«, berichtet Thomas Neusiedler. »Mit unserem nachhaltigen Fondsportfolio der FairFuture Lane erreichen Kundinnen und Kunden mit ihrem Sparbetrag nicht nur ihre Vorsorgeziele, sondern leisten gleichzeitig einen entscheidenden Beitrag für eine verantwortungsvolle Zukunft. Das Interesse am nachhaltigen Investieren ist gestiegen und das Volumen der Lane hat sich von 2020 bis 2021 mehr als verdoppelt«, ergänzt Werner Panhauser.

Risikoscheues Österreich

Österreicherinnen und Österreicher sind bekannt für ihr risikoaverses Agieren: 32 Prozent versuchen Risiken zu vermeiden, nur drei Prozent bezeichnen sich als risikobereite Menschen. Insgesamt ist das Interesse für das Thema Versichern eher moderat. Es nimmt bei Personen mit höherem Haushaltsnettoeinkommen zu, hier steigt das Interesse an Versicherungen allgemein und auch der Wunsch, mehr zu versichern. Insgesamt hat sich das Verhalten in Zusammenhang mit Versicherungen in den letzten zehn Jahren wenig verändert. Gar nicht unterscheidet es sich für

ältere Personengruppen, mehr Veränderungen gab es für Personen zwischen 25 und 34 Jahren mit großem Interesse an digitalen Lösungen.

Diese Medienmitteilung finden Sie auch auf der Website www.helvetia.at.

Für weitere Informationen wenden Sie sich bitte an:

Michaela Angerer, MA

Unternehmenskommunikation & CR

Hoher Markt 10-11, 1010 Wien

T +43 (0)50 222-1239

michaela.angerer@helvetia.at

www.helvetia.at

www.facebook.com/helvetia.versicherungen.oesterreich

Mag. Christina Steinkellner

Unternehmenskommunikation

Hoher Markt 10-11, 1010 Wien

T +43 (0)50 222-1226

christina.steinkellner@helvetia.at

www.helvetia.at

www.facebook.com/helvetia.versicherungen.oesterreich

Über Helvetia Österreich

Helvetia betreibt in Österreich alle Sparten des Leben- und des Schaden-Unfallgeschäftes. Das Unternehmen betreut mit etwas mehr als 850 Mitarbeitenden über 530.000 Kundinnen und Kunden. Im Geschäftsjahr 2020 betrug die Prämieinnahmen von Helvetia in Österreich EUR 502,2 Mio. (Leben-, Schaden-Unfall- und Transportversicherung). Durch die Konzentration auf die Individualität unserer Kunden und die darauf abgestimmte Beratung übernehmen wir hier eine Vorreiterrolle in Österreich. Corporate Responsibility: Wir nehmen unsere unternehmerische Verantwortung gegenüber der Umwelt, der Gesellschaft, den Mitarbeitenden und dem wirtschaftlichen Umfeld wahr. Als verantwortungsvoller Versicherer engagieren wir uns für den Klima- und Umweltschutz und setzen als Teil der Klimastrategie auf die Einführung zukunftsorientierter Versicherungslösungen. Seit 2018 ist Helvetia CO₂-neutral. Mit ausgewählten Engagements in Umwelt, Bildung, Kunst und Sport unterstützen wir die Gesellschaft. Dazu zählen die Schutzwald-Initiative in Zusammenarbeit mit den Österreichischen Bundesforsten und über 100.000 aufgeforsteten Bäumen in 10 Gebieten sowie die finanzielle Förderung von Kinder- und Jugendaktivitäten durch die Stiftung Helvetia Patria Jeunesse.

Über die Helvetia Gruppe

Helvetia Versicherungen mit Sitz in St. Gallen ist während der vergangenen 160 Jahre zu einer erfolgreichen, international tätigen Versicherungsgruppe mit rund 11.500 Mitarbeitenden und mehr als 7 Millionen Kunden gewachsen. Heute ist sie die führende Allbranchenversicherung in der Schweiz. Mit den zum Segment Europa zusammengefassten Ländern Deutschland, Italien, Österreich und Spanien verfügt Helvetia über ein zweites starkes Standbein. Über das Segment Specialty Markets ist Helvetia in Frankreich und über ausgewählte Destinationen weltweit präsent. In diesem Segment bietet Helvetia maßgeschneiderte Specialty-Lines- und Rückversicherungsdeckungen an. Unser Erfolg basiert auf einer vielseitigen Diversifikation: Wir verfügen über einen ausgewogenen Geschäftsmix zwischen Leben- und Nicht-Lebengeschäft. Mit einem starken Heimmarkt und einer starken Präsenz in den europäischen Ländern sind wir auch regional breit aufgestellt. Darüber hinaus eröffnet unsere Expertise in der Transport-, technischen und Kunstversicherung sowie in der Aktiven Rückversicherung vielversprechende Möglichkeiten außerhalb unserer Kernmärkte. Unser Fokus liegt sowohl auf Privatkunden als auch auf

kleineren und mittleren Unternehmen (KMU). Allen Kunden möchten wir möglichst unkomplizierte Lösungen bieten – ganz gemäß unserem Markenversprechen: einfach. klar. helvetia. Schließlich diversifizieren wir mit dem Aufbau neuer Geschäftsmodelle wie zum Beispiel dem Eco-System »Home« oder im Asset Management unseren Einkommensstrom weg vom traditionellen Versicherungsgeschäft hin zu neuen Einnahmequellen, insbesondere zu Gebühreneinnahmen. Unsere Diversifikation erlaubt uns, Konjunktur- und Marktschwankungen zu meistern. Dadurch sichern wir unsere Unabhängigkeit und steigern nachhaltig den Erfolg des Konzerns für Investoren, Kunden, Mitarbeitende und weitere Stakeholder. Solide versicherungstechnische Ergebnisse, gepaart mit einem bewährten Asset-Liability-Ansatz zur Steuerung unserer knapp CHF 70 Milliarden-Bilanz, garantieren eine nachhaltige Gewinnentwicklung. Die Aktie der Helvetia Holding AG wird an der Schweizer Börse SIX Swiss Exchange gehandelt.