

Versicherungen online abschließen lassen?

Ein Wachstumstreiber oder nur ein Trend für jüngere Zielgruppen?

Der schnelle Wandel durch die Digitalisierung stellt für Versicherungsunternehmen eine große Herausforderung dar. Gleichzeitig ergeben sich dadurch unzählige Möglichkeiten.

Nachfrage nach Onlineversicherungen.

Das Onlineangebot beschränkt sich vor allem auf einfache Produkte

Das beliebteste Onlineversicherungsprodukt ist die Reiserücktrittversicherung.²

Potenzial für komplexere Produkte

60 %

der Versicherungskunden würden auch komplexere Versicherungen online abschließen.²

Akzeptanz von Onlineangeboten nach Altersgruppe

57 %

der 18- bis 64-Jährigen besitzen Versicherungspolices, die sie online abgeschlossen haben. In der Altersgruppe der über 65-Jährigen sind es gerade einmal 15 %.³



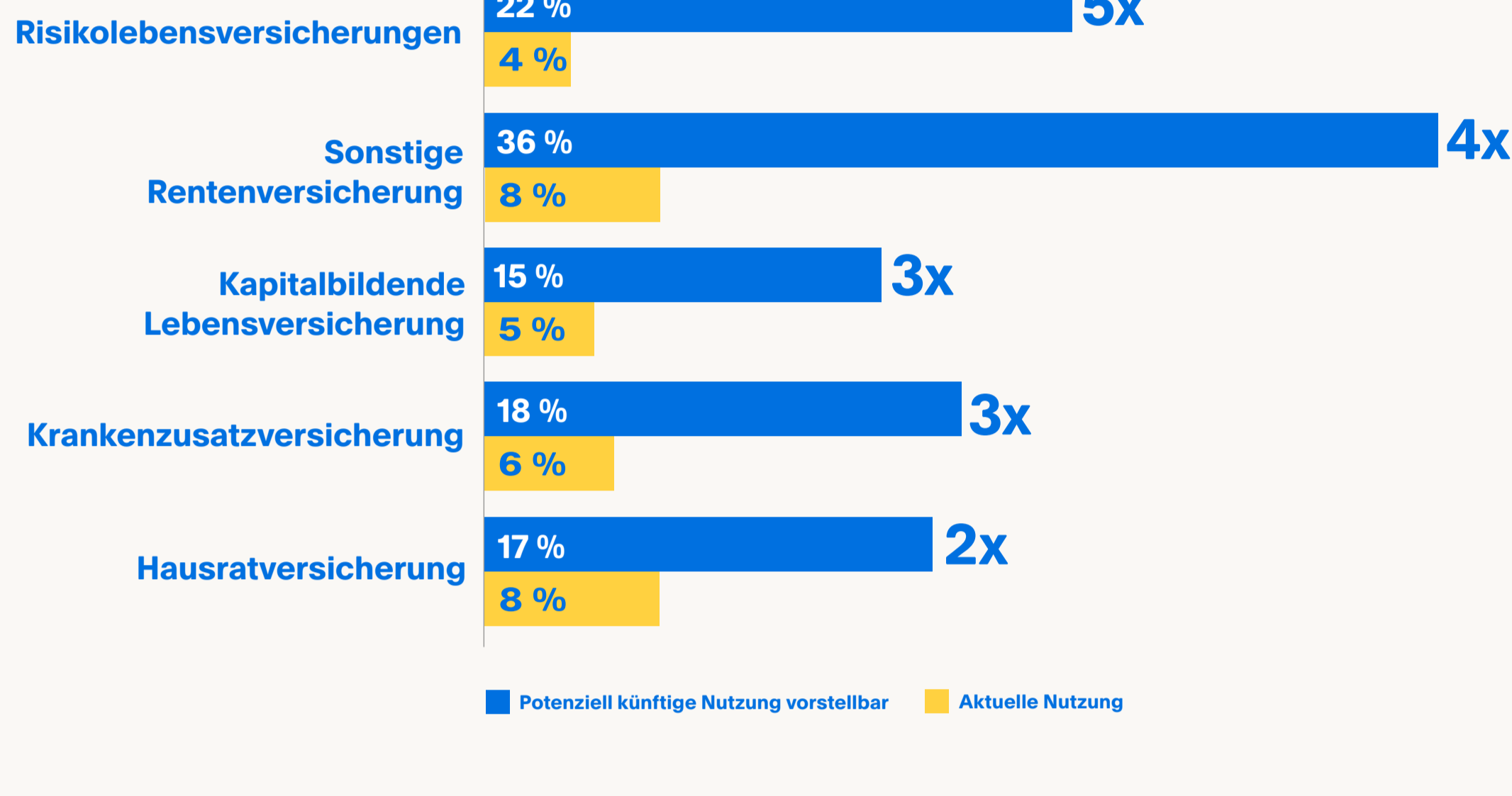
Mit einer Abbruchrate von 84 % schließen nur 2 von 10 Interessenten eine Versicherung online ab.¹

Das Kundenerlebnis ist dabei der zentrale Erfolgsfaktor auf den Entscheider in Versicherungsunternehmen daher ein besonderes Augenmerk legen sollten.



Großes Wachstumspotenzial für Onlineversicherungen.

Heute dominieren eher einfache Produkte bei den Onlineabschlüssen, allerdings gibt es genügend Versicherungskunden, die auch komplexere Produkte online abschließen würden.³



Herausforderungen im Versicherungswesen.

Kundenwahrnehmung

39 %

der Online-Versicherungskunden empfanden den Abschluss als kompliziert, 35 % hielten ihn für zeitaufwändig.²

Benutzerfreundlichkeit ist das A und O

95 %

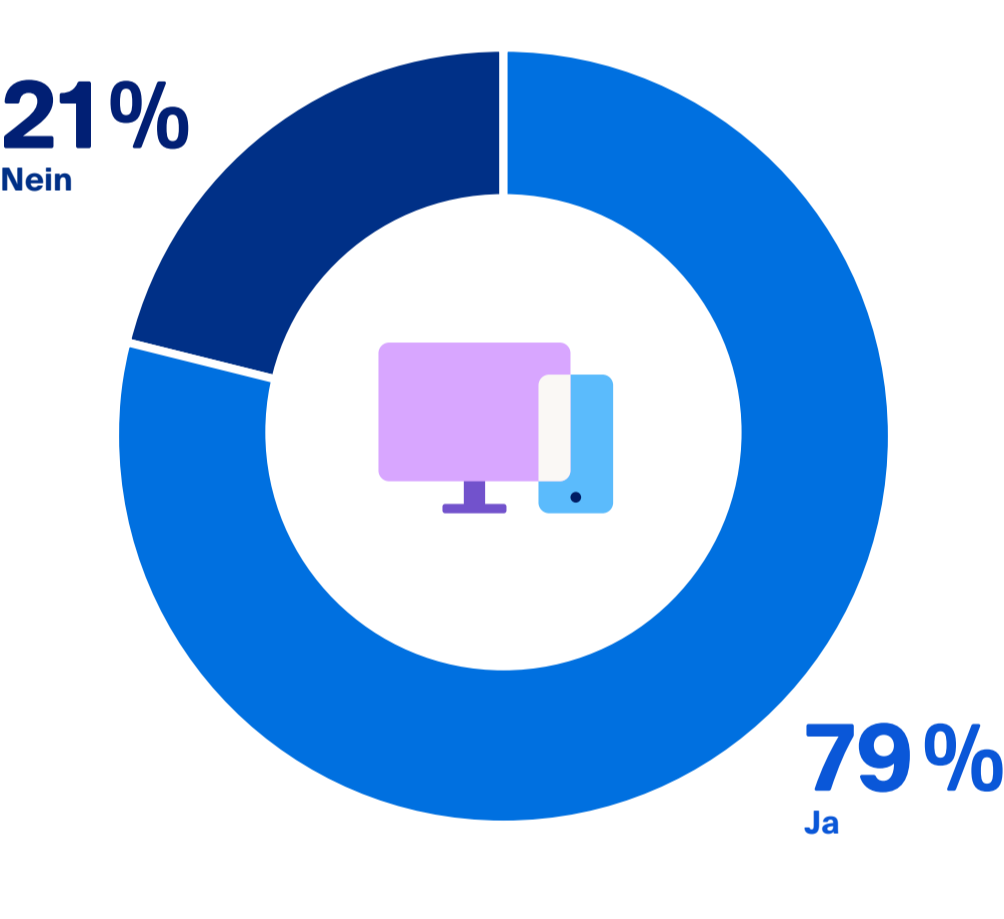
der unter 50-jährigen recherchieren Versicherungsangebote online, bevor sie eine Police abschließen.⁴

Erwartungen von Online-Kunden

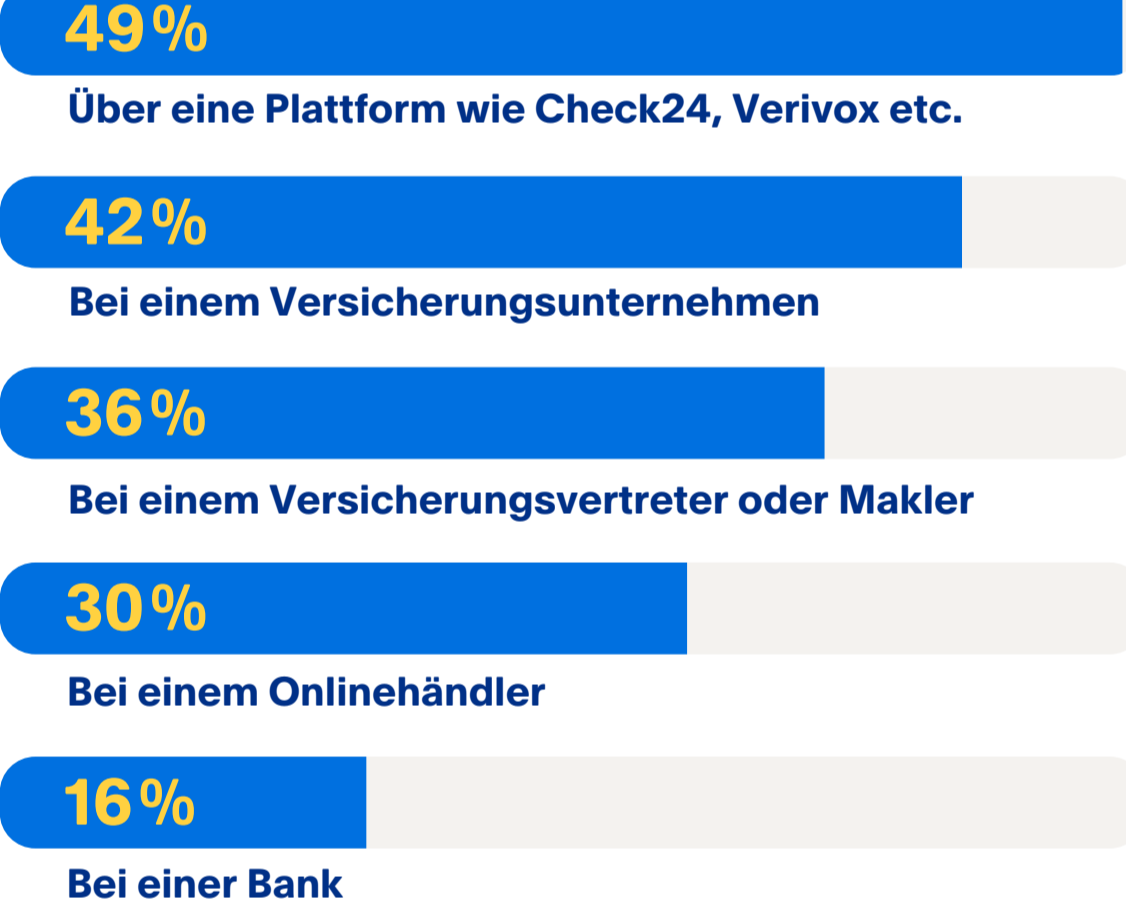
Online-Kunden erwarten maximale Benutzerfreundlichkeit, ähnlich wie bei Streamingdiensten und Onlineshops.²

Der Abschluss von Versicherungen gehört zum Alltag.

Haben Sie schon einmal eine Versicherung online abgeschlossen?⁵



Wo haben Sie schon einmal selbst eine Versicherung online abgeschlossen?⁵



Ihr Sprungbrett in Sachen Innovation.

PayPal bietet End-to-End Lösungen für eine höhere Kundenreichweite, optimierte Checkout-Erlebnisse und effiziente Backend-Prozesse.

Mehr Reichweite.

PayPal Checkout

Erreichen Sie verschiedene Zielgruppen mit einer Checkout-Komplettlösung und ermöglichen Sie neben der Zahlung mit PayPal und den „Später bezahlen“-Optionen von PayPal gleichzeitig auch herkömmliche Zahlungen per Lastschrift, Kredit- und Debitkarte sowie über lokale Zahlarten.

Digital Wallet

Erhalten Sie Zugang zu über **430 Millionen** aktiven PayPal-Konten weltweit und unterstützen Sie Zahlungen mit Apple Pay, Google Pay und weiteren Zahlarten.

Neue Vertriebskanäle

Gehen Sie neue Partnerschaften ein, um Ihre Reichweite und Skalierung kanal-, geräte- und marktübergreifend zu erhöhen.



Weniger Abwanderung.



Reibungslose Zahlungsabwicklung

Leisten Sie einen Beitrag zur Steigerung Ihrer Conversion – mit reibungsloser Erlebnisse – mit weniger Klicks bis zum Checkout.



Gespeicherte Zahlungsdaten

Speichern Sie Zahlungsdaten sicher, damit Ihre Kunden künftig schnell und einfach bezahlen können.



Wiederkehrende Zahlungen

Erleichtern Sie Ihren Kunden mit automatischen, wiederkehrenden Zahlungen die Bezahlung ihrer Prämien.



Effizientere Abläufe.

Sammelauszahlungen

Tragen Sie zur Senkung der hohen Prüfungskosten bei und regulieren Sie Ansprüche schnell mit sofortigen digitalen Auszahlungen.

Betrugsschutz

Sichern Sie mit integrierten Authentifizierungs-, Sicherheits- und Compliance-Lösungen, Betrug wirksamer einzudämmen.

Authentifizierung

Online-Kunden erwarten maximale Benutzerfreundlichkeit, ähnlich wie bei Streaminganbietern und Onlineshops.²

Veränderungen annehmen. Kundenerlebnis verbessern.

Vereinbaren Sie einen persönlichen Beratungstermin. Weitere Informationen erhalten Sie unter paypal.de/insurance

¹ SalesCycle: 2020 Ecommerce Stats & Trends Report, "10 Cart Abandonment Statistics You Need To Know (2021)", "The 2020 Ecommerce Stats Report"
² Bitkom Research, repräsentative Telefon-Umfrage im Auftrag des Digitalverband Bitkom: „Wie groß war Ihrem Empfinden nach der Zeitaufwand beim Online-Abschluss?“ und „Wie beurteilen Sie den Online-Vertragsabschluss ganz generell?“, Juni 2022
³ Bitkom Research, repräsentative Telefon-Umfrage im Auftrag des Digitalverband Bitkom: „Ich nenne Ihnen nun einige gängige Versicherungen. Bitte geben Sie zu jeder Versicherung an, ob Sie diese schon einmal online abgeschlossen haben bzw. ob ein Online-Abschluss für Sie in Frage kommt oder nicht.“, Mai 2023
⁴ Bitkom Research, repräsentative Telefon-Umfrage im Auftrag des Digitalverband Bitkom: „Wo informieren Sie sich in der Regel vor dem Abschluss einer Versicherung?“, Juni 2022
⁵ Bitkom Research, repräsentative Telefon-Umfrage im Auftrag des Digitalverband Bitkom: „Haben Sie schon einmal eine Versicherung online abgeschlossen?“ (Basis n=1.002 Personen in Deutschland ab 16 Jahren), „Wo haben Sie schon einmal selbst eine Versicherung online abgeschlossen?“ (Basis: Befragte, die schon einmal online eine Versicherung abgeschlossen haben (n=793), Mai 2023