

Neuer Kfz-Prämienrechner: Allianz erweitert Online-Service

- **„Allianz Now!“: Mit nur vier einfachen Angaben zum verbindlichen Angebot**
- **Versicherungsfragen: 45 Prozent der Kunden suchen online, 93 Prozent möchten persönliche Beratung vor Kauf**
- **Kundenverhalten: 55 Prozent Offline, 7 Prozent Online, 38 Prozent „hybrid“**

Die Allianz Gruppe in Österreich ermöglicht als erster Anbieter am heimischen Markt Neukunden ein schnelles und zugleich verbindliches Online-Prämienangebot für eine Kfz-Versicherung – und legt auf Wunsch des Kunden die virtuelle Rutsche zu einem persönlichen Ansprechpartner. Damit trägt die Allianz dem sich verändernden Kundenverhalten von Herrn und Frau Österreicher Rechnung, wie auch eine aktuelle repräsentative Umfrage unter österreichischen Versicherungskunden zeigt: Demnach nutzt fast jeder zweite auch Online-Kanäle zur Recherche von Versicherungsangeboten – vor dem Vertragsabschluss suchen jedoch neun von zehn Kunden den direkten persönlichen Kontakt. „Auch im Zeitalter der Digitalisierung gilt: Persönliche Beratung ist und bleibt für Versicherungskunden sehr wichtig“, erklärt Dr. Johann Oswald, Vorstandsmitglied der Allianz Gruppe in Österreich.

„Allianz Now!“: Eine Minute zur Prämie in der Kfz-Haftpflichtversicherung

Um Interessenten das Einholen von verbindlichen Prämienangeboten zu erleichtern, setzt die Allianz auf eine neue Online-Plattform: Unter allianz.at/now können potenzielle Neukunden ein Prämienangebot für eine Kfz-Versicherung berechnen lassen: Dabei ist lediglich die Angabe des eigenen Alters, des Kfz-Baujahres, die Anzahl der PS sowie das Kfz-Kennzeichen erforderlich. Danach entscheiden die Interessenten darüber, wie sie kontaktiert werden möchten und schließen den Vertrag persönlich mit einem Allianz Berater ab. „Unsere Erfahrungen zeigen, dass Versicherungskunden bei ihren Entscheidungen persönliche Unterstützung möchten – hier bieten wir den Kunden genau jenen Service, den sie sich erwarten. Die neue Plattform ermöglicht eine sehr einfache digitale Selbstbedienung und persönliche Beratung“, so Oswald.

Kfz-Versicherungskunden in Österreich: Offline, Online und „hybrid“

Wie die Ergebnisse der aktuellen Umfrage zeigen, gehen Kunden bei der Recherche und beim Kauf von Versicherungsprodukten sehr unterschiedlich vor: Nur 7 Prozent der Befragten bewegen sich bei Recherche und Kauf ausschließlich in der digitalen Welt. 55 Prozent der Kunden bleiben offline – das heißt, sie konsultieren bei der Recherche einen Berater oder Makler und schließen direkt bei diesem ab. 38 Prozent gelten als „hybride“ Kunden: Diese nutzen bei der Recherche Online- und Offline-Kanäle, vor der Kaufentscheidung suchen sie den Kontakt mit einem Berater. Bei der Suche nach Informationen zu Kfz-Versicherungsprodukten nutzen Herr und Frau Österreicher unterschiedliche Kanäle: 61 Prozent fragen ihren persönlichen Versicherungsberater, 26 Prozent Makler, 25 Prozent recherchieren im Internet, 12 Prozent konsultieren Freunde und Familie. Eine eher untergeordnete Rolle spielen derzeit Vergleichsportale (6 Prozent) sowie Printmedien und Informationsbroschüren (je 3 Prozent). „Kunden erwarten heute, dass sie jederzeit den für sie gewünschten Kommunikationskanal mit ihrer Versicherung wählen können, sei es per Smartphone, Brief, E-Mail oder persönlich. Der Wechsel zwischen den Kontaktwegen muss dabei nahtlos möglich sein“, so Oswald abschließend.

Die Umfrage wurde im Dezember 2014 als Online-Befragung vom Marktforschungsinstitut marketagent.com im Auftrag der Allianz durchgeführt. Befragt wurden 650 Versicherungskunden, repräsentativ für Österreich.

Wien, am 13. April 2015

Downloads im Internet unter

https://www.allianz.at/privatkunden/media_newsroom/landingpage_media_newsroom.html

- Foto: Dr. Johann Oswald (© Allianz) – Abdruck honorarfrei
- Pressemeldung als PDF

Rückfragen bitte an:

MMag. Manfred Rapolter, MA
Unternehmenskommunikation
Allianz Gruppe in Österreich
Tel: +43 5 9009 80690
E-Mail: manfred.rapolter@allianz.at
Internet: www.allianz.at

Vorbehalt bei Zukunftsaussagen

Soweit wir in diesem Dokument Prognosen oder Erwartungen äußern oder die Zukunft betreffende Aussagen machen, können diese Aussagen mit bekannten und unbekanntem Risiken und Ungewissheiten verbunden sein. Die tatsächlichen Ergebnisse und Entwicklungen können daher wesentlich von den geäußerten Erwartungen und Annahmen abweichen. Neben weiteren hier nicht aufgeführten Gründen können sich Abweichungen aus Veränderungen der allgemeinen wirtschaftlichen Lage und der Wettbewerbssituation, vor allem in Allianz Kerngeschäftsfeldern und -märkten, aus Akquisitionen sowie der anschließenden Integration von Unternehmen und aus Restrukturierungsmaßnahmen ergeben. Abweichungen können außerdem aus dem Ausmaß oder der Häufigkeit von Versicherungsfällen (zum Beispiel durch Naturkatastrophen), der Entwicklung der Schadenskosten, Stornoraten, Sterblichkeits- und Krankheitsraten beziehungsweise -tendenzen und, insbesondere im Bankbereich, aus der Ausfallrate von Kreditnehmern resultieren. Auch die Entwicklungen der Finanzmärkte (z.B. Marktschwankungen oder Kreditausfälle) und der Wechselkurse sowie nationale und internationale Gesetzesänderungen, insbesondere hinsichtlich steuerlicher Regelungen, können entsprechenden Einfluss haben. Terroranschläge und deren Folgen können die Wahrscheinlichkeit und das Ausmaß von Abweichungen erhöhen. Die hier dargestellten Sachverhalte können auch durch Risiken und Unsicherheiten beeinflusst werden, die in den jeweiligen Meldungen der Allianz SE an die US Securities and Exchange Commission beschrieben werden. Die Gesellschaft übernimmt keine Verpflichtung, Zukunftsaussagen zu aktualisieren.