

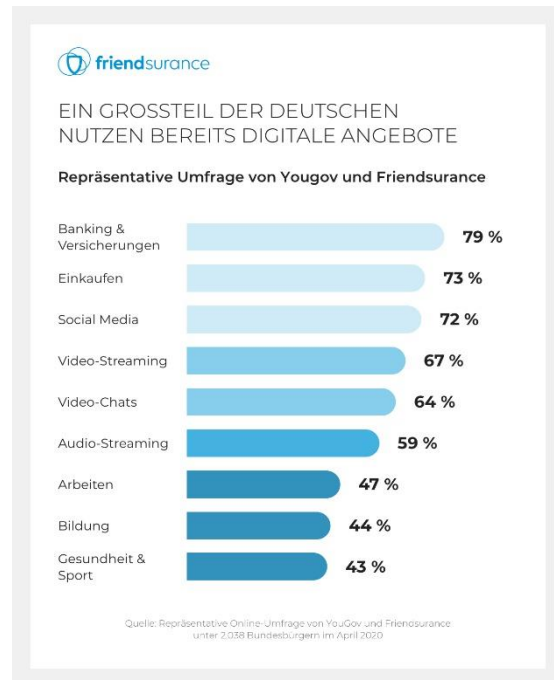
Repräsentative Umfrage von YouGov und Friendsurance:

NACH DER CORONA-KRISE: WIRD DER ALLTAG DER DEUTSCHEN DAUERHAFT DIGITALER?

- Videochat wird zum digitalen Liebling aller Altersgruppen
- Größter Zuwachs bei Online-Bildungsangeboten und digitalem Arbeiten
- Ältere wollen Banking und Versicherungen verstärkt online erledigen

Berlin, den 13. April 2020. Durch den Lockdown wird kurzfristig vieles digitaler. Beste Beispiele sind Homeoffice und Homeschooling. Aber welche dauerhaften Effekte hat die Corona-Pandemie auf das digitale Nutzungsverhalten der Deutschen? Diese Frage untersucht eine aktuelle repräsentative Studie des Meinungsforschungsinstituts YouGov unter 2.038 Bundesbürgern im Auftrag der Bancassurance-Plattform

<http://www.friendsurancebusiness.com/>. Die Ergebnisse zeigen: Viele Deutsche erledigen Alltagstätigkeiten bereits digital. Dies wird durch das Aufkommen von COVID-19 weiter zunehmen. Insbesondere junge, online-affine Menschen werden noch digitaler.



Social Distancing: Jeder zehnte Deutsche entdeckt Video-Chats für sich

Bereits vor Beginn der Corona-Pandemie haben zwei Drittel der Deutschen (64%) digitale Videokonferenz-Tools wie Skype oder Zoom zur Kommunikation verwendet. In Zukunft will jeder Zehnte (10%) öfter als zuvor per Video-Chat Freundschaften und andere Beziehungen pflegen. In der jüngeren Altersgruppe sogar deutlich mehr: Bei den unter 25-Jährigen 18%, gefolgt von den 25- bis 34-Jährigen mit 17%. Bei den 35- bis 44-Jährigen erklären dies 13% und bei den 45- bis 54- Jährigen 8%. Selbst die über 55-Jährigen planen, häufiger mit Hilfe von [Video-Chats](#) soziale Kontakte zu pflegen (6%).

6 Millionen Deutsche werden beim Arbeiten deutlich digitaler

Zwei Lebensbereiche, wo bislang nur knapp die Hälfte der Deutschen digital aktiv war, sind Arbeiten (47%) und Bildung (44%). Nach der Krise könnten diese Zahlen deutlich steigen. So antwortete auf die Frage „Welche der folgenden Tätigkeiten werden Sie nach dem Ende der Corona-Krise häufiger digital/online erledigen als noch vor Beginn der Corona-Pandemie?“ jeder siebte der unter 35-Jährigen (über 14%), dass er zukünftig noch öfter online arbeiten werde. Bei den 35- bis 44-Jährigen beabsichtigen dies 8%, bei den 45- bis 54- Jährigen 6% und bei den über 55-Jährigen 3%. Der Durchschnitt liegt bei 7% – das entspricht rund 6 Millionen Menschen der insgesamt 83 Millionen Bundesbürger.

Beim Thema Bildung gaben rund 11% der Befragten mit Kindern an, dass sie mehr digitale Lernangebote und Webinare für sich oder ihre Kinder nutzen möchten als bislang. Bei den

Befragten ohne Kinder sind es 6%, die in zunehmendem Maße Online-Bildungsangebote in Anspruch nehmen wollen.

Bei Banking und Versicherungen wollen selbst über 55-Jährige digitaler werden

Im Bank- und Versicherungsbereich haben bereits vor der Krise die meisten Befragten digitale Angebote in Anspruch genommen (79%). Jeder zehnte von ihnen gibt nun an, Bank-



und Versicherungsangelegenheiten in Folge der Corona-Krise noch stärker online erledigen zu wollen. Überraschendes Ergebnis: Nicht nur die Jungen, sogar die über 55-jährigen Befragten, bei denen ansonsten kaum Digitalisierungseffekte durch Corona zu beobachten sind, wollen hier mit immerhin 6% häufiger online aktiv werden. Dazu sagt Tim Kunde, Mitgründer und Geschäftsführer von Friendsurance: „Wir hoffen sehr, dass der schlimmste Teil der Corona-Pandemie bald überstanden sein wird. Aber auch über das hoffentlich baldige Ende der Krise hinaus, wird COVID-19 das Kundenverhalten dauerhaft prägen. Die Nachfrage nach integrierten digitalen Lösungen, die es zum Beispiel ermöglichen Versicherungen direkt aus dem Online-Banking heraus zu verwalten und zu optimieren, wird über alle Altersgruppen hinweg deutlich zunehmen.“

Alle Grafiken zum Download unter: <http://www.friendsurance.com/news-und-presse>

Über Friendsurance Deutschland

Sich mit Versicherungen zu beschäftigen sollte ein Lächeln ins Gesicht zaubern – das ist die Vision von Friendsurance. Deshalb entwickelt das Unternehmen innovative, digitale Versicherungslösungen mit dem Ziel Versicherungen kundenfreundlicher zu machen.

Als unabhängiger Versicherungsmakler kooperiert Friendsurance mit 175 Versicherungsgesellschaften, betreut rund 150.000 Kunden und führte 2010 das weltweit erste Peer-to-Peer-Versicherungsmodell ein, das Schadensfreiheit mit einem Bonus belohnt. Seit 2017 betreibt das Unternehmen ein zusätzliches Geschäftsfeld: Digitale Bancassurance, d.h. die Digitalisierung von Versicherungsgeschäften für Banken oder Versicherungen sowie deren Kunden. Unter der Marke Friendsurance Business bietet das Unternehmen nationalen und internationalen Partnern wie der Deutschen Bank und der R+V Versicherung eine digitale, skalierbare und modular einsetzbare Bancassurance-Plattform. So ist u.a. eine nahtlose Integration des digitalen Angebots von Friendsurance in das Online-Portal der jeweiligen Bank möglich.

Das Unternehmen beschäftigt insgesamt rund 100 Mitarbeiter am Standort Berlin. Weitere Informationen unter: <https://www.friendsurance.com/news-und-presse/>

Pressebüro Friendsurance

Alecto GmbH
 Eva Genzmer
 Mehringdamm 34
 10961 Berlin
 Mail: presse@friendsurance.com