

Zur Veröffentlichung: sofort

## ***Von Homefitness bis Versicherungsabschluss: Immer mehr Verbraucher schätzen die Flexibilität von Online-Diensten***

Neuss, 28.04.2021 –

**In einem Jahr Corona-Krise haben die Verbraucher ihren Alltag an die neuen Gegebenheiten angepasst. Das Wohnzimmer wird zum privaten Fitness-Studio und zum Versicherungsbüro. Die Ergebnisse der aktuellen Verbraucherumfrage von Creditreform Boniversum zur Nutzung von Online-Diensten und Nutzungswegen zeigen: Digitale Fitness-Angebote, Lernplattformen, aber auch online-gestützte Finanz- und Versicherungsangebote werden zum Teil deutlich mehr genutzt. Beim Online-Shopping hingegen zeigen sich keine großen Veränderungen.**

Zu Beginn der Pandemie vor rund einem Jahr war kaum vorstellbar, wie sehr sich unser Alltag verändern würde. Jetzt, ein Jahr später, haben wir uns an viele neue Gegebenheiten angepasst und gewisse Verhaltensweisen sind Normalität geworden. Das Zuhause ist nicht mehr nur ein Familien- und Rückzugsort. Es ist Büro, Schule, Freizeit- und Erholungsraum in Einem. Dieser Rückzug ins Private hat auch Auswirkungen auf das Nutzungsverhalten der Verbraucher von Online-Diensten.

### **Das Wohnzimmer wird zum Fitness-Studio und zur Bildungseinrichtung**

Das Zuhause wird mitunter zum privaten Fitness-Studio und zur Bildungseinrichtung. Fast die Hälfte der Befragten gab an, Online-Dienste zu nutzen, um sich zuhause fit zu halten (46 Prozent) – sieben Prozentpunkte mehr als noch „vor Corona“. Und nicht nur die körperliche Fitness wird in Zeiten von Corona zuhause in Topform gebracht: Nutzten vor Corona rund 42 Prozent der Befragten hin und wieder Online-Lernplattformen, so nutzt aktuell mehr als jeder zweite deutsche Verbraucher zwischen 18 und 69 Jahren entsprechende Online-Dienste zum Lernen (51 Prozent).

### **Abschluss von Versicherungen nimmt online zu**

Auch im Bereich Finanzen und Versicherungen zeigt sich ein deutlicher Anstieg in der Nutzung von Online-Diensten. 48 Prozent der Befragten haben schon vor der Corona-Pandemie Sachversicherungen online abgeschlossen. Aktuell sind es sogar 53 Prozent der Befragten (+ 5 Prozentpunkte). Bei den Personenversicherungen ist ein Anstieg von sechs Prozentpunkten (48 Prozent) zu verzeichnen, wenn auch von niedrigerem Niveau aus. Eine Kontoeröffnung führen 53 Prozent der Befragten online durch, was einem Anstieg von 7 Prozentpunkten entspricht. Beim Abschluss von Krediten im Internet sind die Verbraucher allerdings noch etwas zurückhaltender. Es zeigt sich aber auch hier ein Anstieg von 29 Prozent auf 34 Prozent (+ 5 Prozentpunkte). Das klassische Online-Banking wurde schon vor Corona von 80 Prozent der Befragten genutzt und zeigt aktuell keine Veränderungen.

„Die Ergebnisse der Verbraucherumfrage zeigen: Corona hat die Nutzung von digitalen Finanz- und Versicherungsangeboten befördert. Verbraucher schätzen die Flexibilität von Online-Diensten und haben Vertrauen in digitale Angebote gewonnen. Der Abschluss neuer Versicherungen ist nicht mehr an Öffnungszeiten gebunden. Zudem sagten mehr als die Hälfte der Befragten, die aktuell eine Versicherung online abgeschlossen haben, dass sie auch zukünftig ‚ausschließlich‘ den Weg über das

Internet gehen wollen.“ erläutert Nils Gebel, Head of Sales Financial Services & Utilities bei Boniversum.

### **Online-Shopping schon vor Corona auf hohem Niveau**

Bei der Entwicklung der Nutzungswege im Bereich Online-Shopping zeigen sich in der Umfrage eher geringe Veränderungen. Auf den ersten Blick möglicherweise erstaunlich, aber nachvollziehbar, da sich der E-Commerce als Basisversorgungsweg bereits vor Corona etabliert hatte. So kauften rund dreiviertel der Befragten Bekleidung oder Heimtextilien auch schon vor den Einschränkungen online ein. Hingegen gaben vier von fünf der Befragten (82 Prozent) an, für den Wocheneinkauf überwiegend in den Supermarkt zu fahren. Hierin spiegelt sich sicherlich der Wunsch der Verbraucher, gerade in Zeiten teilweise geschlossener Geschäfte in den Innenstädten und eingeschränkter Möglichkeiten der Freizeitgestaltung, wenigstens beim Einkauf der alltäglichen Dinge den „Erlebnis- und Abwechslungsfaktor“ genießen zu können.

### **Desktop-Nutzung nimmt stärker zu als Smartphone-Nutzung**

Generell zeigen die Umfrageergebnisse, dass die Desktop-Nutzung tendenziell stärker als die Smartphone-Nutzung zunimmt. Dieser Trend lässt sich auch durch den Corona-bedingten Rückzug ins Private erklären. Insbesondere bei personensensiblen Themen, wie Finanzen und Versicherungen, setzen Verbraucher eher auf Desktop-Tools (36 Prozent) als auf das Smartphone (17 Prozent).

### **Online-Dienste dienen als Ergänzung zu analogen Angeboten**

Die Digitalisierung im Alltag hat durch die Corona-Krise an Fahrt aufgenommen. Die Mehrheit derjenigen Verbraucher, die bereits jetzt Online-Dienste nutzen, möchten auch in Zukunft diese „ausschließlich“ über diese Wege nutzen (46 Prozent). Und 40 Prozent sehen die digitale Nutzung als Ergänzung zur „analogen Welt“.

„Die Corona-Pandemie hat unseren Alltag und unser Nutzungsverhalten in Bezug auf Online-Dienste verändert. In Bereichen, in denen Verbraucher mit Online-Diensten bereits vertraut waren, z.B. im Online-Shopping oder Online-Banking, sehen wir eine stabile Nutzung. Durch die veränderten Alltagssituationen erleben wir aber einen deutlichen Zuwachs bei Online-Diensten, die zuvor eher über analoge Wege genutzt wurden. Verbraucher schätzen die Flexibilität und haben Vertrauen in digitale Angebote gefasst. Ich bin mir sicher, dass sich dieser Trend fortsetzen wird“, so Stephan Vila, Geschäftsführer von Boniversum.

*Zeichenanzahl inkl. Leerzeichen: 5.525*

*Die online gestützte Befragung der Creditreform Boniversum GmbH basiert auf einer bundesweiten und bevölkerungsrepräsentativen Umfrage von mehr als 1.000 Verbrauchern im Alter zwischen 18 und 69 Jahre. Die online gestützte Umfrage wurde in der 9. Kalenderwoche 2021 (02.03 bis 04.03.2021) durchgeführt und befasst sich mit der Nutzung von Online-Angeboten von Verbrauchern in Deutschland.*

Weitere Informationen zur Umfrage unter:

<https://www.boniversum.de/studien/verbraucherumfragen/auswirkungen-der-corona-pandemie-auf-die-nutzung-von-online-diensten/>

Weitere Informationen zur Creditreform Boniversum GmbH finden Sie unter [www.boniversum.de](http://www.boniversum.de). Texte und Bilder sind für die redaktionelle Verwendung frei. Über die Zusendung eines Belegs freuen wir uns.

Die Creditreform Boniversum GmbH (Boniversum) ist einer der führenden Anbieter von Bonitätsinformationen über Privatpersonen in Deutschland. Boniversum wurde 1997 gegründet und ist ein Unternehmen der Creditreform Gruppe. Das Unternehmen bietet Verbraucherinformationen und integrierte Risikomanagementlösungen für die kreditgebende Wirtschaft wie Versandhändler, Online-Shops, Touristikunternehmen, Banken, Versicherungen, Wohnungsgesellschaften und viele mehr. Regelmäßig veröffentlicht Boniversum in Zusammenarbeit mit renommierten Partnern und Instituten umfangreiche Studien und Umfragen, um Trends frühzeitig vorherzusehen und Veränderungen im Verbraucher- bzw. Schuldnerverhalten oder in der Kreditaffinität sicher zu prognostizieren. [www.boniversum.de](http://www.boniversum.de)

## **Ansprechpartner:**

Verena Krimpmann  
Creditreform Boniversum GmbH  
Presse- und Öffentlichkeitsarbeit  
Tel.: +49 (0) 2131 109-4305  
E-Mail: [v.krimpmann@boniversum.de](mailto:v.krimpmann@boniversum.de)