

Reiseschutz per App

Allianz erschließt sich mit mobilem Vertrieb neue Kunden für Versicherungen

Das kennt jeder: Wer über eine Landesgrenze fährt, erhält eine Hinweis-SMS seines Mobilfunk-Providers, zu welchen Konditionen er in diesem Land mobil kommuniziert. Warum nicht diesen Ansatz nutzen, um Konsumenten für den Auslandsreiseschutz zu gewinnen? Genau das macht die Reise App der Allianz Global Assistance (AGA). Sie erkennt über die Ortungsfunktion, dass ein App-Nutzer Deutschland verlässt, und sendet eine Push-Nachricht mit der Erinnerung an den Reiseschutz.

Der Reisende wählt den Versicherungszeitraum, gibt Name, Geburtsdatum und E-Mail-Adresse ein und bestellt. Damit den Nutzern keine teuren Daten-roaming-Gebühren entstehen, müssen sie nicht mobil online sein, um die Versicherung abzuschließen. Sie benötigen nur ein Mobilfunknetz. Das Unternehmen sendet die Versicherungsunterlagen an die E-Mail-Adresse und der Vertrag ist zustande gekommen. Gezahlt wird per Premium-SMS. Für die Versicherung ein äußerst lukratives Geschäft: Der Last Minute abgeschlossene Reiseschutz kostet 90 Cent pro Tag und spült damit wesentlich mehr Geld in die Kasse als eine Jahrespolice, die für Familien mit 19,60 Euro zu Buche schlägt.

Die Allianz vermarktet den Reiseschutz über die App „tagesgenau“, weil er sofort und selbst dann noch abgeschlossen werden kann, wenn sich der Reisende bereits auf den Weg gemacht hat. „Hauptzielgruppe sind Kurzreisende, die oftmals spontan zwei bis fünf Tage verreisen, ohne langfristige Vorplanung, und somit auch nicht über eine Auslandsreisekrankenversicherung nachdenken“, erklärt Dirk Guß, Abteilungsleiter



Die Allianz Reise App: Vertriebs-Tool für Mikroversicherungen

Finance & Special Lines bei Allianz Global Assistance. 45 Prozent der Deutschen haben keine Auslandsreisekrankenversicherung, weiß Guß. Die Zielgruppe ist also groß. „Wir wollen unser Produkt über jeden Vertriebskanal anbieten“, betont er. Ein Vertriebskonflikt mit anderen Allianz-Partnern bestehe nicht, so der Versicherungsexperte. Die App spricht Menschen an, die sich schon auf den Weg gemacht haben. Andere Vertriebspartner könnten diese Kunden zu dem Zeitpunkt gar nicht mehr erreichen.

Zahlen zu den Abschlüssen, die über die App getätigt werden, nennt Guß nicht. Jedoch verzeichnete die von der Düsseldorfer App-Schmiede Appselaration entwickelte Anwendung bislang mehr als 10.000 Downloads. Nützliche Services wie weltweite Notrufnummern, Dokumentensafe, Währungsrechner und Online-Übersetzer sollen Nutzern einen zusätzlichen Anreiz bieten, die App herunterzuladen. ■