

Presseinformation

Die neue Normalität nach COVID-19

In einem aktuellen Bericht untersucht Zukunftsforscher Ray Hammond für Allianz Partners, wie sich im Jahr 2021 die persönliche Mobilität, das Zuhause, die Gesundheitsversorgung und das Reisen aufgrund von COVID-19 ändern könnten.

München, 11.08.2020. Die aktuelle Corona-Krise konfrontiert die Menschen mit beispiellosen Einschränkungen in ihrem Alltag. Und derzeit ist völlig ungewiss, wann wir wieder zurückkehren können in eine Normalität, wie wir sie kannten. Und ob überhaupt. Denn sicher ist, dass unser Leben nach einem so einschneidenden und weltumspannenden Ereignis wie COVID-19 ein anderes sein wird. Der bekannte Zukunftsforscher Ray Hammond hat in einem Bericht für Allianz Partners erforscht, wie die neue Normalität in der Post-Corona-Ära aussehen könnte. Die Studie soll helfen, ein klareres Bild davon zu bekommen, welchen Veränderungen Kunden und Partner von Allianz Partners in einer Welt nach COVID-19 begegnen werden und welche Erwartungen damit verbunden sind. Einschneidende Veränderungen sieht Hammond vor allem in vier Lebensbereichen: der persönlichen Mobilität, dem Zuhause, der Gesundheitsversorgung und dem Reisen.

Persönliche Mobilität: Von Pop-up Radwegen, Bikesharing und E-Scootern

Das Fahrrad ist das Fortbewegungsmittel der Stunde. Nicht erst seit Corona. Von 2018 auf 2019 verzeichnete die Fahrradbranche ein Plus von rund 34 Prozent. Und da wegen der erhöhten Ansteckungsgefahr in öffentlichen Verkehrsmitteln in der Krise noch mehr Menschen aufs Fahrrad umsatteln, sind vielerorts die Lager der Fahrradläden leergekauft. Laut Hammond wird der Trend zum Pedelec vor allem in urbanen Gebieten auch anhalten. Flankiert von immer mehr Bike-Sharing- und E-Scooter-Angeboten könnte sich so die städtische Mobilität grundsätzlich wandeln. Ein Trend, den Stadtplaner im Auge haben. In den kommenden Jahren soll in vielen deutschen Städten die Straßen-Infrastruktur zu Gunsten des Radfahrens optimiert werden. Und nicht nur in Berlin hat das Corona-Virus sogenannte Pop-Up-Radwege hervorgebracht. Städte

Presseinformation

wie Stuttgart, München und Nürnberg haben die Idee kopiert und Autospuren zu temporären Radwegen umfunktioniert. Kommt das an, wird sicherlich aus manchem Kurzzeitprojekt eine Dauerlösung erwachsen. Denn grundsätzlich soll Radfahren attraktiver werden – der Umwelt und der innerstädtischen Luftqualität zuliebe.

Multifunktional: Das eigene Zuhause als digitale Festung

Homeoffice – für rund 20 Prozent der deutschen Arbeitnehmer sieht so die neue Arbeitsnormalität aus. Und Hammond ist überzeugt: Was sich am Anfang der Pandemie wie ein Provisorium anfühlte, könnte sich für viele Menschen als Dauerlösung etablieren. Wie beispielsweise für Mitarbeiter*innen des US-Konzerns Twitter, die auch nach Ende der Corona-Krise uneingeschränkt im Homeoffice arbeiten dürfen. Außerdem geht aus Hammonds Bericht hervor, dass sich unser Zuhause mehr und mehr in eine digitale Festung verwandeln könnte. Zum einen sorgen immer kleinere, leistungsfähigere und günstigere Sensoren für Sicherheit, gleichzeitig wird es durch den Boom von Liefer- und Video-Services immer weniger notwendig, die eigenen vier Wände zu verlassen. Denn die Krise hat gezeigt, ob Fitnesstraining, Therapie oder Universitäts-Kurs, dank Kameras und schnellen Datenleitungen ist eine gemeinsame physische Anwesenheit bei vielen Tätigkeiten nicht mehr zwingend notwendig.

Chance nutzen: Digitale Gesundheit

Das trifft auch auf unser Gesundheitswesen zu. Laut Hammond wird der digitale Arztbesuch schon bald zur Norm. Eine Entwicklung, die bei der Bevölkerung auf Zuspruch trifft. Aus einer Studie des Digitalverbands Bitkom geht hervor, dass 93 Prozent der Befragten einen Ausbau der digitalen Gesundheitsversorgung befürworten. Dabei reichen die Anwendungsbereiche von Telemedizin über die elektronische Patientenakte, Krankenhaus- und Praxis-IT bis zur Nutzung von künstlicher Intelligenz. Kein Wunder, dass Digital-Health-Companies wie der amerikanische Telemedizin-Dienstleister Telladoc zu den Gewinnern der Corona-Krise zählen. Der Aktienkurs des Unternehmens verdoppelte sich seit Februar 2020. Hammond geht sogar noch weiter

Presseinformation

und prophezeit, dass die Digitalisierung des Gesundheitssystems sogar unser Pflegesystem wandeln könnte. Weg von den überlasteten Pflege- und Altenheimen, hin zu mehr Betreuung im eigenen Zuhause. Hier werden mit Gesundheitsüberwachung und Videoverbindungen ausgestattete Räume eine Fernbetreuung durch medizinisches Fachpersonal ermöglichen und so Familien entsprechend beraten und entlasten.

Reiseverhalten mit neuen Umweltauflagen

Die Corona-Krise hat die Reisefreiheit der Menschen eingeschränkt wie nie zuvor. Hammond glaubt, dass die Tourismusbranche dadurch an einem Wendepunkt steht, da die Menschen ihr Reiseverhalten nachhaltig ändern werden. Wann beispielsweise die Menschen wieder ohne Bedenken Kreuzfahrten und Langstreckenflüge buchen werden steht in den Sternen. Vielleicht werden hier sogar nie wieder Werte der Prä-Corona-Zeit erreicht. Gleichzeitig hinterfragen viele Firmen die Notwendigkeit von Geschäftsreisen. Gerade Inlandsflüge zum schnellen Meeting werden in Zukunft sicherlich vermehrt eingespart und durch Videokonferenzen ersetzt. Die Airlines wird das hart treffen. Manche Regierung nutzen dabei die Gunst der Stunde und vergibt an die in Not geratenen Fluglinien Kredite nur gegen Umweltauflagen. So muss zum Beispiel Air France ihre Inlandsverbindungen im Gegenzug zu den Staatshilfen stark einschränken. Auch die vom deutschen Staat mit neun Milliarden Euro unterstützte Lufthansa musste garantieren, dass sie in Zukunft der Bahn nicht mehr mit Dumpingpreisen ihres Tochterunternehmens Eurowings Konkurrenz machen wird.

Ob die Post-Corona-Ära besser oder schlechter wird, dazu äußert sich Hammond selbstredend nicht. Sie wird nur anders, und vor allem als erwartet. Soviel ist sicher.

Über Allianz Partners

Allianz Partners, mit Firmensitz in Frankreich, Saint Ouen, ist auf Versicherungsschutz und Hilfeleistungen in zahlreichen Geschäftsfeldern spezialisiert. Als B2B2C-Marktführer im Bereich Assistance und Versicherungslösungen ist das Unternehmen weltweiter Spezialist für folgende Bereiche: Assistance, Gesundheit & Leben, KFZ und Reiseversicherungen. Diese Angebote, die eine Kombination aus Versicherung, Services und Technologie darstellen,

Presseinformation

stehen Geschäftspartnern sowie deren Kunden über direkte und digitale Kanäle unter den vier folgenden international bekannten Marken zur Verfügung: Allianz Assistance, Allianz Care, Allianz Automotive und Allianz Travel. Mehr als 21.000 Mitarbeiter, die 70 Sprachen sprechen, wickeln jährlich 71 Millionen Fälle auf allen Kontinenten ab.

Die Allianz Partners Gruppe ist mit den zwei Unternehmen AWP P&C S.A., Niederlassung für Deutschland und Allianz Partners Deutschland GmbH – jeweils mit Sitz in Aschheim bei München – vertreten. Sie bieten Leistungen im Bereich Spezialversicherungen für Reise, Freizeit und Auslandsaufenthalte sowie Assistance-Leistungen an.

Für weitere Presseauskünfte und Rückfragen wenden Sie sich bitte an:

Sabrina Schertel
Unternehmenskommunikation
Allianz Partners Deutschland
Telefon: (089) 26 20 83 - 1153
E-Mail: presse-awpde@allianz.com
Bahnhofstraße 16
85609 Aschheim

Kathrin Egerding
Hansmann PR
Telefon: (089) 360 54 99 - 29
E-Mail: k.egerding@hansmannpr.de
Lipow skystraße 15
81373 München

Die Einschätzungen stehen wie immer unter den nachfolgend angegebenen Vorbehalten.

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 von Schadenskosten, Stornoraten, Sterblichkeits- und Krankheitsraten beziehungsweise -tendenzen und, insbesondere im Kapitalanlagebereich, aus dem Ausfall von Kreditnehmern und sonstigen Schuldnern resultieren. Auch die Entwicklungen der Finanzmärkte (zum Beispiel 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 Gesellschaft übernimmt keine Verpflichtung, Zukunftsaussagen zu aktualisieren.