

Insuretechs: Mehrheit der Versicherungskunden glaubt von digitalen Innovationen profitieren zu können

Privatkunden von Versicherungen oder Banken in Deutschland zeigen sich empfänglich für innovative digitale Versicherungsangebote, die unter anderem von sogenannten „Insuretechs“ bzw. „Fintechs“ am radikalsten vorangetrieben werden. Gerade bei Jüngeren (18 bis 29 Jahre) gehen drei Viertel (77 Prozent) davon aus, dass Verbraucher von der Entwicklung digitaler Lösungen für Finanz- und Versicherungsprodukte profitieren können.

Unter den Gesamtbefragten sind es zwei Drittel (66 Prozent). Darüber hinaus weckt das erweiterte digitale Angebot von Finanzdienstleistern bei jedem Zweiten (49 Prozent) Neugierde. Auch hier sind die Jüngeren wieder deutlich interessierter (59 Prozent). Dies sind die Ergebnisse der ersten Befragungswelle des [YouGov-FinTech Tracker](#) des internationalen Marktforschungs- und Beratungsinstituts YouGov, für den rund 1.000 private Finanzentscheider und -mitentscheider vom 01.03.2016 bis 07.03.2016 internetrepräsentativ befragt wurden.

Die Chance, dass Insuretechs von Versicherungskunden gefunden und in Betracht gezogen werden, wächst kontinuierlich. Denn immer mehr Kunden informieren sich vor dem Abschluss einer Versicherung auch im Internet über die Absicherungsmöglichkeiten sowie die verschiedenen Anbieter. Unter den bis 30-jährigen ist es schon über die Hälfte der Versicherungskunden, die einen Internetabschluss akzeptiert ([Kundenmonitor e-Assekuranz 2015](#)). Tatsächlich berichten 44 Prozent der Privatkunden, dass sie sich in den letzten zwölf Monaten über Versicherungen informiert haben. Jeder Achte (12 Prozent) kann sich generell den Abschluss einer Versicherung in den kommenden sechs Monaten vorstellen. Am höchsten ist die Abschlussbereitschaft bei den 30- bis 44-Jährigen, die auch zu einem hohen Anteil ihre Produktsuche im Internet beginnen.

Die Bekanntheit der untersuchten reinen Insuretech-Marken befindet sich jedoch noch auf einem geringen Niveau, vergleichbar mit einem kleinen Spezialversicherer. Immerhin vier Marken erreichen eine gestützte Bekanntheit von fünf und mehr Prozent: Finanzchef24, friendsurance, Knip und Onlineversicherung.de (hier und nachfolgend in alphabetischer Reihenfolge genannt). Die weiteren untersuchten Anbieter AppSichern, Asuro, Clark, feelix, FinanceFox, GetSafe, massUp, mobilversichert, Passt24, Schutzclick, Simplr, TED Versicherung, Treefin und Vertragium sind zumindest noch unbekannter.

„Die Wahl eines deutschen Markennamens mit Bezug zu Versicherung ist unerlässlich. Nicht nur um die Bekanntheit schneller zu steigern, sondern auch um den wichtigen Erfolgstreiber ‚Vertrauen in den Anbieter‘ zu stärken“, sagt Dr. Oliver Gaedeke, Vorstand und Leiter der Finanzmarktforschung bei YouGov.

Die Bekanntheit ist unter den abschlusswilligen Versicherungskunden höher und lässt erkennen, dass hier ein Wachstumspotenzial entstehen könnte. Finanzchef24,

friendsurance und Onlineversicherung.de erreichen in dieser Gruppe eine gestützte Bekanntheit von mindestens neun Prozent. Bei Männern ist die Markenbekanntheit bis zu sieben Prozentpunkten höher als bei Frauen. Ebenso unterscheidet sich die Markenbekanntheit nach Einkommensgruppen und steigt mit einem höheren Einkommen. Bei Privatkunden mit einem persönlichen Nettoeinkommen ab 2.500 Euro ist die Bekanntheit der abgefragten Fintechs im Vergleich zu darunter liegenden Einkommensgruppen bis zu zehn Prozentpunkten höher. „Es wird allerdings von den meisten Kunden immer noch der eigene Hauptversicherer als präferierter Anbieter für Versicherungen gewählt, was sicherlich in der hohen Kundenbindung an Vertreter und Makler sowie Versicherermarken begründet ist“, so Dr. Gaedeke weiter.

Der **[YouGov-FinTech Tracker](#)** untersucht für den Bereich Assekuranz die Marken AppSichern, Asuro, Clark, felix, FinanceFox, Finanzchef24, friendsurance, GetSafe, Knip, massUp, mobilversichert, Onlineversicherung.de, Passt24, Schutzclick, Simplr, TED Versicherung, Treefin und Vertragium. Die Markenbekanntheit, Nutzungsbereitschaft und Weiterempfehlung wird im Zeitverlauf über sechs Befragungswellen alle zwei Monate erhoben.

Weitere Informationen zum FinTech Tracker finden Sie unter:

<http://yougov.de/loesungen/reports/studien/fintech-tracker/>

Kontakt zur Studienleitung:

YouGov Deutschland AG

Monika Bergers

Consultant

Tel.: +49 (0) 221 420 61 - 584

E-Mail: monika.bergers@yougov.de

Pressekontakt:

Nikolas Buckstegen

Telefon: 0221 / 420 61 - 444

E-Mail: presse@yougov.de

Unternehmen

YouGov Deutschland AG

Gustav - Heinemann - Ufer 72

50968 Köln

Internet: www.yougov.de

Über YouGov Deutschland AG

Im Jahr 2000 in London gegründet, ist YouGov mittlerweile mit mehr als 28 Standorten in Europa, den USA, im Nahen Osten, Afrika und Asien vertreten. YouGov gilt als Pionier in der Online-Marktforschung und gehört nach Angaben der renommierten American Marketing Association zu den Top 25 Marktforschungsunternehmen der Welt.