

## InsurTechs werden als innovativ, aber nicht unbedingt seriös wahrgenommen

**„Produktinnovationen in der Assekuranz“ // „YouGov FinTech Tracker“ - InsurTechs versuchen mit frischen Ideen, modernen Technologien und lockerer Kundenansprache den Markt für Versicherungsprodukte umzukrempeln sowie etablierten Versicherern und Versicherungsmaklern Marktanteile streitig zu machen.**

Zwei Drittel (69 Prozent) der Finanzentscheider und -mitentscheider in Deutschland sind der Ansicht, dass Verbraucher von den alternativen Anbietern profitieren können. Dies geht allerdings einher mit einer wahrgenommenen Überforderung. Fast vier von fünf (78 Prozent) der Versicherungskunden sind der Ansicht, dass der Finanz- und Versicherungsmarkt durch die Angebote von InsurTechs unübersichtlicher wird. Dies zeigt die dritte Befragungswelle des YouGov FinTech Tracker des internationalen Marktforschungs- und Beratungsinstituts YouGov, für den rund 1.000 private Finanzentscheider und -mitentscheider vom 02.05.2016 bis 09.05.2016 internetrepräsentativ befragt wurden.

Dabei besteht die Stärke der InsurTechs gegenüber klassischen Angeboten aus Konsumentensicht in der klaren, einfachen Darstellung der Produkte sowie dem schnellen, einfachen Abschlussprozess online oder per App. Auch profitieren die neuen Anbieter gegenüber klassischen Anbietern von einer weniger förmlichen Ansprache, wodurch die Produkte besonders für jüngere Verbraucher an Attraktivität gewinnen. Dies zeigt die qualitative Studie „Produktinnovationen in der Assekuranz“, die Kundenerlebnisse und -erwartungen unter anderem zu InsurTechs tiefergehend analysiert.

### **Verbrauchervertrauen bei klassischen Anbietern höher**

„Ein klarer Vorteil klassischer Versicherer gegenüber den relativ neuen InsurTechs ist das Vertrauen, dass Verbraucher diesen entgegenbringen. Gerade bei Versicherungen orientieren sich Versicherungsnehmer stärker an großen Gesellschaften mit Tradition und gutem Ruf“, sagt Jutta Rothmund, Senior Consultant bei YouGov und Leiterin der qualitativen Studie. „So werden die Angebote der InsurTechs zwar als innovativ, aber nicht unbedingt als seriös angesehen.“

„Beispielsweise ist das Konzept von friendsurance für die Verbraucher auf den ersten Blick durchaus interessant, dabei zieht vor allem das Versprechen von Schadenfreiheitsboni. Bei näherer Betrachtung ist den Konsumenten aber nicht klar, wo genau der Vorteil zum klassischen Versicherungsprinzip besteht. Dementsprechend ist die Abschlussbereitschaft hier auch eher gering. So können sich im YouGov FinTech Tracker nur 13 Prozent der Markenkennner von friendsurance vorstellen, dort Kunde zu werden“, so Rothmund weiter.

„Auch situative Kleinversicherungen, wie sie unter anderem AppSichern anbietet, stellen aus Sicht der Konsumenten durchaus eine sinnvolle Ergänzung des Versicherungsschutzes dar. Das Angebot auf der Plattform löste bei den Befragten jedoch auch Skepsis aus. Wenngleich die günstigen Preise attraktiv waren, hatten viele den Eindruck, hier sollen unnötige Versicherungen vermarktet werden.“

„Die Ergebnisse unserer Studien zeigen, dass InsurTechs frischen Wind in die Branche bringen, indem sie Konsumentenwünsche aufgreifen und Versicherungen eine gewisse Leichtigkeit und Einfachheit geben. Damit reduzieren sie die Barrieren gerade jüngerer Konsumenten, sich mit dem Thema Versicherungen zu beschäftigen. In Punkto Vertrauenswürdigkeit und Beratungskompetenz können und müssen sie aber von den etablierten Anbietern einiges lernen. Versicherungen sind und bleiben ein ernsthaftes Thema, das auch Jüngere nicht auf die leichte Schulter nehmen. Letztlich können InsurTechs und klassische Anbieter gegenseitig voneinander

lernen und profitieren“, so Rothmund.

Für die qualitative Studie wurde von Mai bis Juni 2016 eine dreiwöchige Market Research Online Community mit 50 Versicherungsentscheidern und –mitentscheidern durchgeführt. Rund um die Bereiche Mobilität und Kfz, Wohnen, Gesundheit, Altersvorsorge und Biometrie wurden Bedürfnistrends der Konsumenten exploriert und aktuelle Produktinnovationen evaluiert.

## **Über die Studien**

### **Produktinnovationen in der Assekuranz**

Weitere Informationen zur Studie finden Sie unter:

<https://yougov.de/loesungen/reports/studien/produktinnovationen-in-der-assekuranz/>

### **YouGov FinTech Tracker**

Der YouGov FinTech Tracker untersucht für den Bereich Assekuranz die InsurTech-Marken AppSichern, asuro, Clark, Community Life, felix, FinanceFox, Finanzchef24, friendsurance, GetSafe, Knip, massUp, mobilversichert, moneymeets, OnlineVersicherung.de, passt24, Schutzclick, simplr, TED Versicherung, treefin und Vertragium. Markenbekanntheit, Nutzungsbereitschaft, Kundenstatus und Weiterempfehlung werden im Zeitverlauf über sechs Befragungswellen alle zwei Monate erhoben.

Weitere Informationen zur Studie finden Sie unter: <http://yougov.de/loesungen/reports/studien/fintech-tracker/>

### **Kontakt zur Studienleitung:**

YouGov Deutschland GmbH

Jutta Rothmund

Senior Consultant

Tel.: +49 (0) 221 420 61 – 358

E-Mail: [jutta.rothmund@yougov.de](mailto:jutta.rothmund@yougov.de)

### **Kontakt zur Studienleitung:**

YouGov Deutschland GmbH

Monika Bergers

Consultant

Tel.: +49 (0) 221 420 61 – 587

E-Mail: [monika.bergers@yougov.de](mailto:monika.bergers@yougov.de)

### **Pressekontakt:**

Philipp Schneider

Telefon: +49 (0) 221 420 61 – 444

E-Mail: [presse@yougov.de](mailto:presse@yougov.de)

## **Unternehmen**

YouGov Deutschland AG  
Gustav - Heinemann - Ufer 72  
50968 Köln

Internet: [www.yougov.de](http://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.