

Gerechtere Preise für Kfz-Versicherungen: „Pay-as-you-drive“ hat bei Deutschen Potenzial

In Deutschland haben „Pay-as-you-drive“-Modelle (PAYD, zu Deutsch: „Zahle wie du fährst“) unter den Kfz-Versicherungsnehmern durchaus Potenzial: 40 Prozent der befragten Kfz-Versicherungsnehmer können sich eine Umstellung ihrer Kfz-Versicherung auf ein „Pay-as-you-drive“-System vorstellen.

In Deutschland haben „Pay-as-you-drive“-Modelle (PAYD, zu Deutsch: „Zahle wie du fährst“) unter den Kfz-Versicherungsnehmern durchaus Potenzial: 40 Prozent der befragten Kfz-Versicherungsnehmer können sich eine Umstellung ihrer Kfz-Versicherung auf ein „Pay-as-you-drive“-System vorstellen. Dies ist das Ergebnis der Studie "Akzeptanz von Pay-as-you-drive" des Kölner Marktforschungs- und Beratungsinstituts YouGov, für die 1.000 Kfz-Versicherungsnehmer und Autofahrer (ab 26 Jahren) sowie 150 Führerscheinbesitzer im Alter von 17-25 Jahren befragt wurden.

„Zahle wie du fährst“-Systeme werden hierzulande als besondere Innovation der Kfz-Versicherung viel diskutiert. Obwohl die Technologie bereits ausgereift ist, zögern die Produktentwickler in der Assekuranz noch, entsprechende Angebote für eine flexiblere und damit kundenorientierte Tarifierung anzubieten. In Spanien oder Großbritannien stellen entsprechende Angebote bereits eine Ergänzung zur herkömmlichen Kfz-Versicherung dar.

Überwachung und Datenmissbrauch lassen Verbraucher zurückschrecken

Dennoch gibt es in Deutschland in Bezug auf PAYD auch kritische Stimmen. Zwar sind laut Studienergebnissen die Einflussnahme auf die Höhe des Tarifs (36 Prozent) sowie die Belohnung defensiven Fahrens (31 Prozent) die meistgenannten Gründe für einen Vertragswechsel, PAYD bietet aus Verbrauchersicht aber auch Nachteile: Gründe für einen Verzicht stellen die Überwachung des eigenen Fahrverhaltens (47 Prozent) und die Angst vor Datenmissbrauch (28 Prozent) dar. „Tatsächlich dürfte „Pay-as-you-drive“ vor allem jungen, vorsichtigen Fahrern zu Gute kommen, die bislang für die hohen Schadenssummen von weniger rücksichtsvollen Fahranfängern mitbezahlen müssen“, weiß Dr. Oliver Gaedeke, Vorstand und Leiter der Finanzmarktforschung bei YouGov.

Am ehesten können sich die Befragten die klassischen Auto-Versicherungsgesellschaften (z. B. Allianz, AXA, HUK-Coburg) als Anbieter einer solchen Pay-as-you-drive-Versicherung vorstellen. Eine Abschlussbereitschaft von PAYD bei einem Automobilhersteller (z. B. VW, Mercedes, Opel, Ford) ist besonders bei den jungen Führerscheinbesitzern vorstellbar. Nur in bestimmten Kundengruppen sind Mobiltelefon-Hersteller (z. B. Apple, Samsung, Nokia) und Telekommunikationsanbieter (z. B. Deutsche Telekom, Vodafone, E-Plus, O2) auch mögliche Anbieter für PAYD-Kfz-Versicherungen. Immerhin sind ein Viertel der älteren (26 Prozent) und sogar 39 Prozent der jüngeren Autofahrer bereit, ihr Smartphone als „e-Box“ zur Erfassung des Fahrverhaltens zu nutzen. „Mobilfunk- und Smartphone-Anbieter könnten in Kooperation mit einem Versicherer eine intelligente Lösung für ihre Kunden entwickeln, denn das Gamification-Potenzial ist sehr groß“, sagt Dr. Gaedeke.

Insgesamt untersucht die Studie Vorteilsaspekte und Barrieren für „Pay-as-you-drive“-Angebote aus Konsumentensicht sowie die Erwartungen an ein entsprechendes Produkt hinsichtlich Dateneinsicht, Kriterien der Risikoberechnung oder Installation der notwendigen „e-Box“. Ausführliche Zielgruppenanalysen erlauben es, das Marktpotenzial und die optimale Ansprache für einzelne Kundensegmente zu ermitteln und die Chancen unterschiedlicher Anbieter z. B. auch Automobilhersteller und Telekommunikationsanbieter abzuschätzen.

Weitere Informationen zur Studie finden Sie unter:

<http://research.yougov.de/services/akzeptanz-von-pay-you-drive/>

Pressekontakt:

Nikolas Buckstegen

- Manager PR -

Telefon: 0221 / 420 61 - 444

E-Mail: presse@yougov.de

Kontakt zur Studienleitung:

Katharina Päffgen

- Consultant -

Telefon: 0221 / 420 61 - 478

E-Mail: katharina.paeffgen@yougov.de

Unternehmen:

YouGov Deutschland AG

Gustav - Heinemann - Ufer 72

50968 Köln

Über YouGov Deutschland AG:

YouGov ist ein im Jahr 2000 gegründetes, börsennotiertes Marktforschungsinstitut und einer der Pioniere im Einsatz von Online-Erhebungen zur Bereitstellung hochwertiger Daten in den Feldern Markt- und Sozialforschung. Neben dem Hauptsitz in London umfasst die weltweite YouGov-Gruppe u.a. Standorte in den USA, Skandinavien, Deutschland und dem Nahen Osten. YouGov ist ausgewiesener Spezialist für die Erforschung der Finanzdienstleistungs- und Versicherungsmärkte. Zahlreiche Unternehmen vertrauen seit vielen Jahren auf unsere Leistungen und unsere Erfahrung. YouGov liefert die relevanten Informationen rund um Marken, Produkte, Zielgruppen und Servicequalität und damit hochwertiges Entscheidungswissen für die Strategieentwicklung und die Optimierung von Marketing und Vertrieb. Individuelle Ad-Hoc-Studien werden ergänzt durch zahlreiche, zum Teil langjährige Monitorings im Privat- und Gewerbekundenmarkt, Image- und Werbetrackings, Vertriebspartner-befragungen und kontinuierliche Studien zu Produktinnovationen. Wir verzahnen unsere fundierten wirtschaftspsychologischen Analysen zudem mit onlinebasiertem Realtime Research für tägliche Informationen "in Echtzeit".

Weitere Informationen finden Sie unter www.research.yougov.de

yougov