

Jeder Dritte würde „Pay-as-you-drive“-Versicherung abschließen

Mehr als jeder dritte Kfz-Versicherungsnehmer (34 Prozent) in Deutschland kann sich vorstellen seine Kfz-Versicherung auf ein „Pay-as-you-drive“ (Zahle wie du fährst) - System umzustellen. Dennoch ist die Bereitschaft im Vergleich zur Vorjahresbefragung um sechs Prozentpunkte gesunken.

Mehr als jeder dritte Kfz-Versicherungsnehmer (34 Prozent) in Deutschland kann sich vorstellen seine Kfz-Versicherung auf ein „Pay-as-you-drive“ (Zahle wie du fährst) - System umzustellen. Dennoch ist die Bereitschaft im Vergleich zur Vorjahresbefragung um sechs Prozentpunkte gesunken. Gründe hierfür sind eine zunehmende Verunsicherung bezüglich Datenschutz und Nutzung von Fahrdaten. Dies ist das Ergebnis der Studie „Das vernetzte Auto“ des Kölner Marktforschungs- und Beratungsinstituts YouGov, für die 1.000 Kfz-Versicherungsnehmer vom 13.06. bis 18.06.2014 befragt wurden.

Bei „Pay-as-you-drive“ (PAYD) ist die Beitragshöhe abhängig vom Fahrstil und der Kilometerleistung. Die Bekanntheit von PAYD konnte sich im Vergleich zu 2013 zwar geringfügig steigern, aber noch immer ist 78 Prozent der Befragten dieses Versicherungsmodell unbekannt. Bei ausschließlicher Betrachtung von PAYD-Interessenten zeigt sich, dass sich in Sachen Abschlussbereitschaft zwei Drittel schon bei einer jährlichen Ersparnis von 100 Euro oder weniger bei ihrer Kfz-Versicherung einen Wechsel in das neue System vorstellen können.

Hinsichtlich der Freigabe von Daten zur Berechnung für „Pay-as-you-drive“ wären grundsätzlich zwei Drittel der Gesamtbefragten bereit, diese den Versicherern zur Verfügung zu stellen. Geht es um die Freigabe von bestimmten Messdaten einzelner Fahrleistungen zur individuellen Beitragsberechnung, so findet sich der größte Anteil an Kritikern, wie schon im Vorjahr, bei Daten zu konkret gefahrenen Strecken und Routen, gefolgt vom Überfahren wichtiger Verkehrszeichen oder roter Ampeln.

Die Versicherer stehen hierzulande noch vor der Herausforderung, die Verbraucher gezielt über PAYD zu informieren und von dem neuen Modell zu überzeugen. Genügend Potenzial ist unter den Kfz-Versicherten durchaus vorhanden. Die Studie „Das vernetzte Auto“ zeigt auf, wie Kunden sinnvoll angesprochen und Hemmnisse beseitigt werden können und wer die aus Kundensicht präferierten Anbieter für PAYD sind.

Pressekontakt:

Nikolas Buckstegen
- Manager PR -
Telefon: 0221 / 420 61 - 444
E-Mail: presse@yougov.de

Kontakt zur Studienleitung:

Christoph Müller
- Senior Consultant -
Telefon: 0221 / 420 61 - 328
E-Mail: christoph.mueller@yougov.de

Katharina Päßgen
- Consultant -
Telefon: 0221 / 420 61 - 478
E-Mail: katharina.paeffgen@yougov.de

Unternehmen:

YouGov Deutschland AG

Gustav - Heinemann - Ufer 72
50968 Köln

Internet: www.yougov.de

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

