

E-Call und GPS-Tracker im Automobil: Jeder Dritte für verhaltensbezogene Versicherung

Die Einführung von telemetrischen oder verhaltensbezogenen Versicherungstarifen findet bei mehr als jedem dritten Deutschen im Alter von 20 bis 40 Jahren positiven Anklang. Während bereits 23 Prozent insgesamt verhaltensbezogene Versicherungstarife mit „gut“ bewerten, beurteilen sogar 13 Prozent diese mit „sehr gut“ oder „ausgezeichnet“.

Über alle Versicherungsprodukte hinweg kann sich jeder dritte Bundesbürger in der Altersgruppe bis 40 am ehesten telemetrische Tarife für das eigene Autofahren vorstellen. Neben dem Notruf über E-Call wird mit der Sensor-GPS-Box im Auto dann auch das Fahrverhalten hinsichtlich Fahrleistung und -stil verfolgt. Dies ist das Ergebnis der Studie [„Digitalization in the worldwide insurance market - Edition for the automotive sector“](#) des internationalen Marktforschungs- und Beratungsinstituts YouGov, für die in 24 Ländern die Zielgruppe zwischen 20 und 40 Jahren von Juli bis August 2015 repräsentativ befragt wurde. In Deutschland wurden rund 1.000 Personen der jungen Zielgruppe durch eine Online-Erhebung interviewt.

Liebhaber deutscher Premiumautomarken bevorzugen telemetrische Versicherungen

Wie die Studienergebnisse zeigen, sind besonders Liebhaber deutscher Automobilmarken an telemetrischen Kfz-Versicherungsangeboten interessiert. Jeweils 42 Prozent der jungen Deutschen mit einer Präferenz für Audi, BMW, Mercedes-Benz und Volkswagen würden eine Kfz-Police mit einer Tarifierung auf Basis des eigenen Fahrverhaltens in Betracht ziehen. Automarken mit einer starken Preispositionierung wie Hyundai, Mazda, Mitsubishi, Opel, Peugeot oder Renault ziehen aber noch mehr Interessenten für Telematiktarife bei Kfz-Versicherungen an.

Belohnung für besseres Verhalten macht Telemetrik attraktiv

Als größter Vorteil der Messung des individuellen (Fahr-) Verhaltens wird vor allem die mögliche Kostenersparnis gesehen (31 Prozent). 30 Prozent finden es außerdem besonders gut, dass sicheres und gesundes Verhalten belohnt wird. Die Beeinflussbarkeit des Tarifs (z. B. durch gutes Fahrverhalten) belegt Rang drei (27 Prozent). Aspekte wie Selbstkontrolle oder Hinweise zur Optimierung des eigenen Verhaltens spielen dagegen eine eher untergeordnete Rolle (22 bzw. 19 Prozent).

Eher negativ wird von den Befragten der Eingriff in die Privatsphäre bewertet (51 Prozent). Jeder Zweite (51 Prozent) hat ebenfalls bedenken, dass das Kundenverhalten individuell überwacht und kontrolliert werden kann. Jeder Vierte sieht einen Nachteil darin, dass Menschen mit höheren Risiken zukünftig schlechter gestellt werden könnten.

„Ein hochwertiger Datenschutz und eine transparente Darstellung der erfassten Daten sind bei verhaltensbezogenen Versicherungen unerlässlich. Die Nutzungsbereitschaft für diese Tarife kann ebenfalls durch die kostenlose Bereitstellung von Messgeräten sowie den Ausschluss von Zusatzkosten gesteigert werden“, sagt Dr. Oliver Gaedeke, Vorstand und Leiter der Finanzmarktforschung bei YouGov. „Es bleibt jedoch fraglich, ob sich bei diesen Kundenerwartungen eine rentable Kalkulation durch die Versicherer gestalten lässt“, so Dr. Gaedeke weiter.

Insgesamt liefert die Studie [„Digitalization in the worldwide insurance market“](#) wertvolle Erkenntnisse zu den Themen situative Versicherungstipps, digitale Angebote und Beratung, telemetrische Tarife und digitale Services zur jungen Generation zwischen 20 und 40 Jahren im

internationalen Vergleich über 24 Länder. In der „**Edition for the automotive sector**“ dieser Studie werden alle Ergebnisse speziell nach Präferenzgruppen für Automarken, Besitzern von Autoversicherungen und Abschlussbereitschaft für eine Autoversicherung analysiert.

Grafikmaterial zur Studie finden Sie unter:

<http://yougov.de/Grafikmaterial-Telemetrie>

Weitere Informationen zur Studie finden Sie unter:

<http://yougov.de/loesungen/reports/studien/digitalization-in-insurance-markt-automotive/>

Pressekontakt:

YouGov Deutschland AG
Philipp Schneider
Manager PR
Tel.: +49 (0) 221 420 61 - 444
E-Mail: presse@yougov.de

Kontakt zur Studienleitung:

YouGov Deutschland AG
Magdalena Seibel
Consultant
Tel.: +49 (0) 221 420 61 - 419
E-Mail: magdalena.seibel@yougov.de