

## InsurTechs: Alternative Versicherungsanbieter und -plattformen mit Wachstumspotential

**Während sich FinTechs im Bereich Bezahlssysteme teilweise schon fest im Markt etablieren und positionieren konnten, stehen InsurTechs noch relativ am Anfang dieser Entwicklung. Doch die Anzahl der Anbieter von alternativen Versicherungen und Versicherungsplattformen wächst kontinuierlich und das Interesse in der deutschen Bevölkerung steigt.**

Mehr als jeden zweiten Finanzentscheider und -mitentscheider (53 Prozent) macht die Entwicklung von Fin- oder InsurTechs neugierig. Im März dieses Jahres waren es noch 49 Prozent. Darüber hinaus gehen knapp drei Viertel der Befragten (72 Prozent, +6 Prozentpunkte) davon aus, dass Verbraucher von der Entwicklung profitieren können. Dies sind die Ergebnisse der zweiten 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.

Auch bei der Bekanntheit der InsurTech-Marken zeigt sich ein leichter Trend nach oben: Gut jeder Vierte (28 Prozent) kennt mindestens einen InsurTech-Anbieter – im Vergleich zur Befragung im März steigt die Bekanntheit über alle Marken hinweg um vier Prozentpunkte. Für die zweite Erhebungswelle wurden erstmalig die InsurTechs Community Life und moneymeets in der Befragung berücksichtigt.

Die Chance, dass InsurTechs von Versicherungskunden gefunden und in Betracht gezogen werden, wächst demnach weiter an. Insbesondere in der Gruppe der unter 30-Jährigen ist die Bekanntheit nochmals höher (32 Prozent). Obwohl die Bekanntheit von InsurTech Marken insgesamt steigt, zeigt der Blick auf die einzelnen Marken noch eine geringe Bekanntheit. Lediglich einzelne InsurTechs zeigen weiterhin eine gestützte Bekanntheit von vier und mehr Prozent: Finanzchef24, friendsurance und OnlineVersicherung.de

Das Interesse an Versicherungsprodukten ist allerdings stark und untermauert die Wachstumspotentiale: Jeder zweite der befragten Finanzentscheider und -mitentscheider (50 Prozent), berichtet sich in den letzten zwölf Monaten über Versicherungen informiert zu haben. Im Vergleich zur ersten Welle ist das ein Zuwachs von sieben Prozentpunkten. Jeder Achte (12 Prozent) kann sich generell den Abschluss einer Versicherung in den kommenden sechs Monaten vorstellen. Am höchsten ist die Abschlussbereitschaft unter den 30- bis 44-Jährigen.

„Die Ergebnisse der zweiten Erhebungswelle des FinTech Tracker unterstreichen das Wachstumspotential der neuen Anbieter. Eine Steigerung der individuellen Markenbekanntheit ist für InsurTechs unerlässlich, um sich tatsächlich als vertrauensvolle Alternative zu klassischen Versicherern etablieren zu können“, sagt Andre Soldwedel, Consultant bei YouGov.

Der [YouGov-FinTech Tracker](#) untersucht für den Bereich Assekuranz die Marken AppSichern, Asuro, Clark, Community Life, felix, FinanceFox, Finanzchef24, friendsurance, GetSafe, Knip, massUp, mobilversichert, OnlineVersicherung.de, passt24, Schutzklick, simplr, TED Versicherung, Trefin 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 GmbH  
Monika Bergers  
Consultant  
Tel.: +49 (0) 221 420 61 - 587  
E-Mail: [monika.bergers@yougov.de](mailto:monika.bergers@yougov.de)

**Pressekontakt:**

Nikolas Buckstegen  
Telefon: 0221 / 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.