

## Versicherungen

### Bekanntheit von Insurtechs noch überschaubar

Das Interesse der Verbraucher in Deutschland an Versicherungsprodukten ist ungebrochen stark. Jeder zweite Finanzentscheider in deutschen Privathaushalten hat sich in den vergangenen zwölf Monaten über Versicherungen informiert, so der Yougov-Fintech-Tracker vom Mai dieses Jahres. Gegenüber März dieses Jahres ist das ein Zuwachs um sieben Prozentpunkte. 12 Prozent der Verbraucher können sich generell den Abschluss einer Versicherung in den kommenden sechs Monaten vorstellen. Am höchsten ist die Abschlussbereitschaft dabei unter den 30- bis 44-Jährigen.

Davon profitieren werden vielleicht nicht nur die klassischen Anbieter, sondern auch die sogenannten Insurtechs, auch wenn hier die Entwicklung noch längst nicht so weit ist wie bei den Fintechs. Denn auch bei den alternativen Anbietern im Bereich Versicherungen wächst die Bekanntheit. 28 Prozent der Befragten kennt eigenen

Angaben zufolge mindestens einen Insurtech-Anbieter. Das ist gegenüber März ein Anstieg um vier Prozent. Unter den unter 30-Jährigen, also in der Altersgruppe, die in absehbarer Zeit zu den Abschlussfreudigsten zählen wird, liegt dieser Anteil mittlerweile bei 32 Prozent.

Die Bekanntheit der einzelnen Marken ist jedoch noch stark ausbaufähig. Nur einzelne Insurtech-Anbieter wie Finanzchef 24, Friendsurance und Online-Versicherung.de zeigen bislang eine gestützte Bekanntheit von vier oder mehr Prozent. Noch bleibt der Assekuranz und ihren Vertriebspartnern also eine gewisse Frist für die dringend nötige und immer wieder angemahnte Aufholjagd in Sachen Digitalisierung. Allzu viel Zeit lassen sollte sich die Branche jedoch nicht. Denn der Drei-Monats-Vergleich zeigt: Die Wahrscheinlichkeit, dass Insurtechs von Versicherungskunden gefunden und in Betracht gezogen werden, steigt. **Red.**