

Pressemitteilung

ASSEKURATA Assekuranz Rating-Agentur erstmals mit Analysen zu Telematik-Tarifen in der Kfz-Versicherung

Köln, den 6. Mai 2020 – Die auf die Bewertung von Versicherungsunternehmen spezialisierte Rating-Agentur Assekurata hat erstmals Telematik-Tarife in der Kfz-Versicherung untersucht. In ihrem Markt-screening untersuchte das Kölner Analysehaus sieben Tarife. Hierbei wussten insbesondere die HUK und Allianz mit ihren Tarifen Telematik Plus beziehungsweise BonusDrive zu überzeugen.

*Zehn Hauptprüfpunkte
 mit 60 Detailkriterien*

Telematik-Tarife gewinnen in der Kfz-Versicherung zunehmend an Bedeutung. Da das Tarifangebot am Markt recht jung ist, sind die Leistungsversprechen der Versicherer bisweilen noch sehr unterschiedlich. Dies erschwert es Kunden und Vermittlern, die Qualität eines Telematik-Tarifes einzuschätzen.

„Um hier für Orientierung zu sorgen, haben wir ein spezielles Bewertungsverfahren für Telematik-Angebote in der Kfz-Versicherung entwickelt. Hierbei untersuchen wir die Telematik-Bedingungen im Hinblick auf die Leistungsstärke, die Fairness und den Kundenbedarf“, erklärt Arndt von Eicken, Managing-Analyst der ASSEKURATA Assekuranz Rating-Agentur GmbH. „Unser detailliertes Prüf- und Bewertungsschema untersucht Telematik-Tarife anhand von zehn Hauptprüfpunkten mit rund 60 Detailkriterien.“

Ein Screening der am Markt verfügbaren Telematik-Tarife in der Kfz-Versicherung förderte folgende Ergebnisse zu Tage:

*Bestnoten für die Tarife
 der HUK und Allianz*

Unternehmen	Tarif	Note
HUK-Coburg/HUK24	Telematik Plus	1,4 (sehr gut)
Allianz Versicherung AG	BonusDrive	1,5 (sehr gut)
VHV Allgemeine Versicherung AG	Telematik-Garant	2,1 (gut)
ERGO Versicherung AG	SaveDrive ²	2,4 (gut)
Generali Deutschland Versicherung AG	TELEMATIK	2,5 (gut)
HDI Versicherung AG	DiamondDrive*	3,2 (befriedigend)
Cosmos Versicherung AG	BetterDrive ¹	3,9 (ausreichend)

¹ Nur für „Junge Fahrer“: Die Cosmos bietet den Versicherungsvertrag nur Personen an, die im Jahr des Versicherungsbeginns das 29. Lebensjahr noch nicht vollendet haben.

² Nur für „junge Fahrer“: Bis zur Vollendung des 25. Lebensjahres.

* Tarif wurde während der Untersuchungsphase eingestellt.

„Besonders bei den Themen Rabatt, Rabattformen und Messkriterien für das Fahrverhalten zeigt sich der Markt sehr heterogen“, erläutert Arndt von Eicken die Ergebnisse. „Dabei zeigen sich von Unternehmen zu Unternehmen nicht nur deutliche Unterschiede bei den maximal erfahrbaren Rabatten. Einige Gesellschaften bieten Neukunden auch Startboni von bis zu 10 % an, um Interessenten einen noch größeren Anreiz für den Abschluss eines Telematik-Tarifs zu liefern.“

Nur spärliche Informationen zu den Algorithmen

Zur Ermittlung der jeweiligen Scores, der letztendlich über die Höhe des Rabattes entscheidet, greifen die Gesellschaften auf Algorithmen zurück. „Allerdings werden Informationen hierüber nur punktuell veröffentlicht“, moniert Arndt von Eicken. „So konnten wir im Zuge der Untersuchung nicht ermitteln, wie lange es dauert, bis der Kunde in die Rabattierung gelangt.“ Besonders transparent zeigt sich hier beispielsweise die HUK. Nach Unternehmensangaben haben beim Tarif Telematik Plus einzelne Fahrfehler oder Ereignisse, wie zum Beispiel ein abruptes Bremsen in einer Gefahrensituation, keinen entscheidenden Einfluss auf den Score. Auch die Tatsache, ob kurzzeitig ein anderer Fahrer mit besonders vorausschauendem oder besonders riskantem Fahrstil fährt, soll keine große Rolle spielen. Vielmehr werden attraktive Rabatte erzielt, wenn die Fahrten in Summe umsichtig erfolgt sind.

Auch die Allianz versucht die Fahrtbewertung möglichst realitätsgetreu zu ermitteln. Beispielsweise ist in der Telematik-App ihres Tarifs BonusDrive Kartenmaterial hinterlegt, so dass auch Tunnel erkannt werden. Darüber hinaus wird die Fahrt auch ohne GPS-Signal weiter aufgezeichnet. Kleinere Ungenauigkeiten will das Unternehmen durch Interpolation ausgleichen.

Stufenmodelle bevorzugt

Bei den Rabattformen greift der Hauptteil der Versicherer auf ein Stufenmodell zurück, so dass der mögliche Rabatt bei Überbeziehungsweise Unterschreiten entsprechender Schwellenwerte an- oder absteigt. Die HUK-Gesellschaften und die VHV stellen hier eine Ausnahme dar. Ihre Modelle ähneln eher einer Kurvenverteilung. Dies hat den Vorteil einer relativen Gleichverteilung der Rabatte. So profitiert der Kunde mit jedem Scorepunkt an einer prozentualen Beteiligung und läuft nicht Gefahr, bei einem einzelnen negativen Fahrverhalten aus einer Rabattstufe zu fallen. Hier kann unter Umständen der Fall sehr tief sein, wenn der Fahrer im unteren Bereich der Stufe ist und durch „Fahrfehler“ zurück in die 0%-Stufe fällt.

Bereits früh Rabatte bei der HUK

Die Kunden der HUK-Gesellschaften kommen somit bereits besonders früh in den Genuss eines Rabattes. Schon ab sieben erfahrenen Scorepunkten gewährt der Tarif Telematik Plus einen Rabatt in Höhe von 1 % und mit einem Score von 35 Punkten erfahren die Versicherten bereits einen Rabatt von 5 %. Beim Telematik-Tarif des Generali-Konzerns liegt die Rabattschwelle hingegen am höchsten. Hier müssen Versicherte zunächst 64 Scorepunkte erreichen, um 5 % Rabatt zu erhalten.

„Bei der Frage, wie letztendlich der Kunde den Rabatt erhält, zeigen sich die Anbieter recht kreativ“, stellt Arndt von Eicken fest. „Während einige Unternehmen den Rabatt an den Kunden auszahlen, verrechnen beispielsweise die VHV, HUK und Cosmos diesen mit dem Folgebeitrag des nächsten Jahres.“ Dies bringt den Nachteil mit sich, dass die Rabatte

verfallen, falls der Kunde den Vertrag kündigt.

Sicherheit und Orientierung für Interessenten

„Im Rahmen unserer Produktbewertung von Telematiktarifen in der Kfz-Versicherung haben wir erstmals untersucht, ob die am Markt erhältlichen Tarife über ein faires Rabattsystem mit nachvollziehbaren, transparenten Kriterien verfügen und was Kunden leisten müssen, um diesen zu erhalten“, stellt Arndt von Eicken heraus. „Vermittler erhalten hierdurch Sicherheit für den Beratungsprozess, Kunden eine Orientierung für ihre Entscheidung und Unternehmen letztendlich die Möglichkeit, die Qualität ihrer Produkte zu dokumentieren.“

Über die ASSEKURATA Assekuranz Rating-Agentur

Die ASSEKURATA Assekuranz Rating-Agentur GmbH führt ausschließlich Rating-Verfahren durch, bei denen die Vertreter der gerateten Einheit der Agentur einen schriftlichen Auftrag zur Erstellung des Ratings gegeben haben (beauftragte Ratings).

Kontakt

Russel Kemwa
Pressesprecher
Tel.: 0221 27221-38
Fax: 0221 27221-77
E-Mail: russel.kemwa@assekurata.de
Internet: www.assekurata.de

Arndt von Eicken
Managing-Analyst
Tel.: 0221 27221-66
Fax: 0221 27221-77
E-Mail: voneicken@assekurata.de
Internet: www.assekurata.de