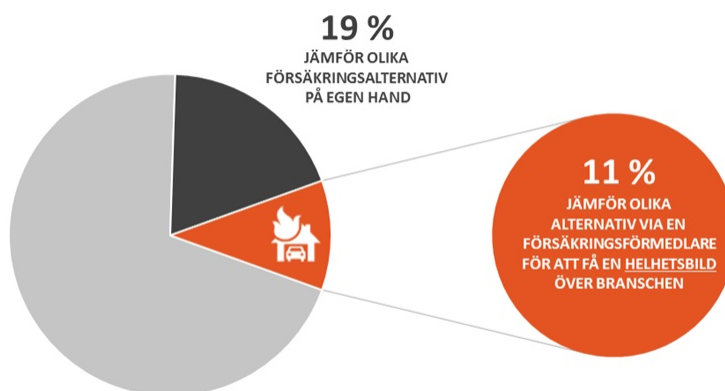


Två av tre jämför inte sin försäkring - går miste om 1 500 kronor årligen

Att två av tre personer inte jämför olika alternativ innan de tecknar en ny försäkring innebär att de årligen går miste om i genomsnitt 1 500 kronor och i vissa fall rör det sig om betydligt högre belopp än så. De allra flesta väljer att stanna kvar hos sin befintliga aktör i tron om att försäkringsbolagen gynnar trogna kunder.

I en undersökning genomförd på initiativ av försäkringsförmedlaren Insplanet, via opinions- och marknadsundersökningsföretaget YouGov, anger nästan var femte person att de inte känner till några av de mindre aktörerna inom försäkringsbranschen. I stället tar de allra flesta för vana att stanna kvar hos sitt befintliga försäkringsbolag, även när en ny försäkring ska tecknas.

Två av tre jämför inte olika försäkringsalternativ och går därmed miste om en hel bransch full av aktörer som i många fall kan erbjuda likvärdiga eller bättre försäkringsalternativ till betydligt lägre priser än de stora bolagen. 19 procent anger att de på egen hand ser över olika aktörer, medan elva procent vänder sig till en jämförelsetjänst för att få en helhetsbild över branschen, innan de tecknar en ny försäkring.



Allra vanligast är att man vänder sig till det försäkringsbolag man haft sedan tidigare - det anger hela 42 procent. Ändå är de flesta medvetna om att det kan finnas pengar att spara på att jämföra utbudet som finns, ett moment som många upplever som både krångligt och tidskrävande.

Gällande de summor som kan sparas på att byta försäkringsbolag, har endast 24 procent av undersökningens deltagare en korrekt uppfattning om hur mycket det faktiskt rör sig om. I genomsnitt sparar man årligen 1 500 kronor på att jämföra och byta försäkringsbolag, enligt Insplanets kunddatabas. Matchas rätt kund ihop med rätt försäkringsbolag, kan det röra sig om flera tusenlappar. Det hela handlar om de olika målgruppsstrategier som finns inom branschen, olika försäkringsbolag kan alltså vara nischade inom specifika områden och segment.

Allra vanligast är det att jämföra bilförsäkringen - där finns det mest pengar att spara. Det var även bilförsäkringar som stod i fokus för undersökningen.

Hela 40 procent tror att det är fördelaktigt att vara en långvarig och trogen kund till sitt försäkringsbolag. Äldre personer anger i högre utsträckning att de tror att det gynnar dem att vara en långvarig kund och/eller ha flera försäkringar på ett och samma bolag, exempelvis har hela 51 procent bland personer i åldern 55+ angett detta. Samtidigt är siffrorna betydligt lägre bland yngre personer, som alltså är mer benägna att byta bolag.

Även geografiska skillnader går att uttyda - Stockholmarna visar större intresse av att byta försäkringsbolag jämfört med övriga delar av landet. En rimlig förklaring kan vara att försäkringspriserna är något högre i just Stockholm.

När det handlar om att fastställa skadehantering utgår försäkringsbolagen från försäkringens villkor, att man då varit en långvarig eller trogen kund har inte någon påverkan. Däremot kan det vara avgörande om de uppgifter man angivit vid tecknandet av försäkringen fortfarande stämmer.

Det viktiga är alltså att regelbundet se över de försäkringar man har och se till att villkoren överensstämmer med hur situationen faktiskt ser ut. Det kan vara fördelaktigt att vara med om en olycka som inte får tillräcklig skadehantering på grund av att man slarvat med att ange aktuella uppgifter till sitt försäkringsbolag.

I det stora hela handlar det om några få minuter som det tar att se över, jämföra och eventuellt byta försäkringsbolag - men det kan ha en enorm påverkan på både ekonomin och vardagen, allra helst om olyckan skulle vara framme!

Undersökningen är genomförd av opinions- och marknadsundersökningsföretaget YouGov. Under perioden 24-29 november 2016 har sammanlagt 1005 intervjuer via internet genomförts med män och kvinnor 18 år och äldre i Sverige som äger en bil. Kompletterande information kommer från Insplanets databas över kundstatistik. Se bifogad rapport för ytterligare detaljer.

För frågor om undersökningen eller vid behov av kompletterande information av ex. geografiska och/eller demografiska detaljer, kontakta:
louise.stenstrom@insplanet.com