



If kysyi suomalaisilta autoilijoilta:

Harva kuluttaja tuntee vakuutustensa sisällön ja hinnan

If Vahinkovakuutusyhtiön tuoreen kuluttajatutkimuksen mukaan suomalaiset autoilijat tuntevat huonosti oman autonsa vakuutuksen sisällön ja hinnan. Vain vähemmistö tietää tarkalleen maksamiensa vakuutustensa hinnan. Kuitenkin hinta ja hintaan liittyvät edut nousevat ratkaisevaksi tekijäksi vakuutusta ostettaessa. Kyselytutkimus tehtiin lokakuun 2009 alkupuolella ja siihen osallistui 1 005 autonsa vakuuttanutta kuluttajaa. If jatkaa toukokuussa 2009 aloittamaansa vakuutusten tuote- ja palvelupaketoinnin sekä niiden ehtojen selkeyttämistä.

Tutkimuksessa kysyttiin mm. autovakuutuksen valintaan vaikuttavista tekijöistä sekä tietämystä vakuutusten hinnoista, sisällöistä ja niiden korvaavuudesta. Autovakuutuksen korvaavuutta tiedusteltaessa vastaajilta kysyttiin mielipidettä kuudesta eri tilanteesta. Kysymyksittäin heistä 12–38 prosenttia ei osannut vastata lainkaan ja 45–81 prosenttia vastaajista oli epävarma vastauksissaan. Näiden lukujen lisäksi tilannetta heikentää se, että osa mielestään varmasti asian tietävä vastasi väärin.

– Tutkimuksessa joka seitsemäs ”tiesi” virheellisesti, että hänen autovakuutuksensa korvaa moottorin rikkoutumisen öljyvudon takia. Vain 14 prosenttia tiesi oikein, ettei mikään vakuutus tai vakuutusyhtiö korvaa tällaista vahinkoa. Vastaajista 14 prosenttia väitti tietävänsä vakuutuksensa korvaavan auto-onnettomuudessa koiralle aiheutuneet vammat ja vain 5 prosenttia tiesi, ettei näin ole, vakuutusjohtaja **Mikko Pöyhönen** Ifin henkilöasiakkaiden ajoneuvovakuutuksesta kertoo.

Hinnan tärkeys vähenee ostohetkestä

Vaikka hinta nousi selkeästi tärkeimmäksi valintatekijäksi kotitalousten vakuutusten ostohetkellä, sen merkitys tuntuu laskevan asiakkuuden aikana. Tämän tutkimus perustelelee tietämättömyydellä omien vakuutusten hintaa kysyttäessä. Vain kolmannes sanoi tietävänsä kotitaloutensa vakuutusmaksujen suuruuden 50 euron ja vain vajaa kaksi kolmannesta 100 euron tarkkuudella. Tutkimustulokset kertovat lisäksi, että esimerkiksi kotitaloutensa vakuutusmaksujen suuruuden tiesi parhaiten juuri Ifin asiakkaat, joista 40 prosenttia tiesi vakuutussumman 50 euron tarkkuudella. Muita keskeisiä vakuutusten valintaan vaikuttavia tekijöitä olivat korvauspalvelun toimivuus ja turvan laajuus.

– Jopa 96 prosenttia piti melko tai erittäin tärkeänä, ettei oma bonus alene tuntemattoman kolhittua autoa. Tämä ominaisuus on markkinoiden ainoana vain Ifin huippukaskoissa, Pöyhönen toteaa. Huippukaskosta korvataan bonuksia alentamatta myös vahingot, jotka johtuvat törmäyksestä muidenkin eläinten kuin hirvien kanssa. Jatkuvuusturva antaa sijaisauton asiakkaan käyttöön koko korjausajaksi ilman omavastuuta.

If haki tutkimuksella tukea toimenpiteisiinsä, joilla se on alkanut selkeyttää vakuutustuotteita ja -palveluitaan. Vakuutuspaketteja uudistamalla pyritään siihen, että asiakas ymmärtää, mitä hän on ostamassa. Vastaavasti myyjä voi tarjota asiakkaalle juuri tälle sopivaa kokonaisuutta.

Webkyselyn toteutti Ifin toimeksiantona Sales Questor Oy 9.–14.10.2009. Vastaajamäärä oli 1 005 ja vastaajat olivat 20–70-vuotiaita suomalaisia enintään 5 vuotta vanhan auton omistajia, jotka itse päättävät autonsa vakuutuksesta. Otos oli kattava myös vastaajien iän, sukupuolen ja maantieteellisen alueen suhteen.

Lisätiedot:

Viestintäjohtaja Anja Talasmo, p. 010 514 4027, 0500 507793
Tiedottaja Anna-Maija Hevosmaa, p. 010 514 0067
www.if.fi

If on johtava vahinkovakuuttaja Suomessa, Pohjoismaissa ja Baltiassa. 6 900 työntekijää tarjoaa korkealaatuisia vakuutustuotteita ja -palveluita 3,6 miljoonalle henkilö- ja yritysasiakkaalle. Vahinkovakuutusten asiantuntijana If on mukana myös ennaltaehkäisemässä vahinkoja ja onnettomuuksia. Tavoitteena on parantaa asiakkaitten a samalla koko yhteiskunnan turvallisuutta. If kuuluu Sampo-konserniin.