

Datum:

**Pressemitteilung**

# Studie: Wie nachhaltige Versicherungen in Deutschland ankommen

**Nachhaltigkeit oder Sustainability ist heute ein entscheidendes Zukunftsthema, auch und besonders in der Versicherungsbranche. Doch wie stehen die deutschen Konsumenten dazu, und würden sie den Wandel auch finanziell mittragen? Eine Finsurancy-Studie beleuchtet die verschiedenen Aspekte.**

Envirionmental Social Responsibility (ESG) bestimmt immer mehr das Denken und Handeln in der Versicherungswirtschaft. Keiner der Marktteilnehmer kann sich dem entziehen. Der Impact ist entsprechend groß. Der Versicherungsmakler Finsurancy, der sich für **Transparenz und Nachhaltigkeit** in der Branche einsetzt, wollte wissen, wie die Verbraucherinnen und Verbraucher zu dem Thema stehen und welche Leistungsbestandteile für sie relevant sind.

Die Ergebnisse der Umfrage mit knapp 430 Teilnehmern, **verdeutlichen die Relevanz** von umweltbewusster Zukunftsfähigkeit der Versicherungsanbieter.

Knapp **die Hälfte** der Befragten (45 Prozent) gibt an, dass ihnen eine nachhaltige Versicherung wichtig und zum Teil sogar sehr wichtig ist.

Auch interessant sind die Versicherer, die laut den Umfrageteilnehmern am ehesten mit Nachhaltigkeit und nachhaltigen Produkten in Verbindung gebracht werden.

1. Die Bayerische (36,7 %)
2. Nürnberger - (35,6 %)
3. Allianz - (28,5 %)

Die Bereitschaft, mehr Geld für eine nachhaltige Absicherung zu bezahlen, ist sehr hoch: Knapp 70 Prozent der Teilnehmer würden **bis zu 25 Prozent mehr** für eine nachhaltige Versicherung bezahlen. **Nur ein Drittel** der Befragten hat sich gegen einen höheren Betrag für eine nachhaltige Versicherung ausgesprochen.

Sieht man sich die Ergebnisse im Detail an, welche nachhaltigen Maßnahmen der Versicherer den Befragten am wichtigsten sind, sieht man, dass Papierverzicht mit **43,4 Prozent auf Platz 1** steht.

Leistungsbestandteile von Versicherungen wie Übernahme von Mehrkosten für klimafreundliche Varianten, Nachhaltigkeitsberatung im Schadensfall, Mehrkosten für Reparatur statt Ersatz im Schadensfall und prozentuale Spende der Schadenhöhe an Umweltorganisationen belegen mit **ähnlicher Priorität** von 22 bis 28 Prozent die folgenden Plätze.

Nur **11,8 Prozent** der Verbraucher wünschen sich eine **nachhaltige Kapitalanlage** in der Versicherung. Dies deutet darauf hin, dass der eigentliche Impact, den eine nachhaltige Kapitalanlage leisten kann, unter Verbrauchern noch weitestgehend unbekannt ist. Hier gibt es noch hohen Aufklärungsbedarf für die Versicherer und den Vertrieb.

**Fazit**

Die Ergebnisse der Studie zeigen auf, dass sowohl ein flächendeckendes Bewusstsein für nachhaltige Methoden und Ansätze unter Versicherten existiert und gewünscht wird. Die Auswertung belegt auch, dass Versicherungsgesellschaften ihr nachhaltiges Angebot **stetig erweitern** können, ohne dabei auf Ablehnung zu stoßen.

Durch die Studie wird deutlich, dass die deutschen Verbraucher grundsätzlich **ein Interesse** und auch Engagement für nachhaltige Versicherungen aufbringen. Die Bemühungen der Versicherer im Bereich Nachhaltigkeit zeigen **bereits Wirkung** , da rund 70 Prozent der Befragten schon einmal von einer nachhaltigen Versicherung gehört haben und sich die von den Versicherern angebotenen Leistungsbestandteile hoher Akzeptanz erfreuen. Handlungsbedarf seitens der Versicherer gibt es allerdings bei der Aufklärung zum Impact der nachhaltigen Kapitalanlage und bei der Umsetzung von papierlosen Versicherungen.

Zur Studie:

**Zeitraum der Online-Befragung:** 01.07.2022 bis 02.08.2022

**Anzahl der Befragten:** 424

**Bevölkerungsgruppe:** Frauen und Männer zwischen 18 und 75 Jahren

**Freigabe zur Veröffentlichung:** 04.10.2022, 08:00 Uhr

Finsurancy

Finsurancy ist ein Versicherungsmakler, der sich für Transparenz und Nachhaltigkeit in der Versicherungswelt einsetzt. Hinter dem Unternehmen stehen die Gründer André Disselkamp und Tobias Niendieck, die den Vermittler am 1. März 2021 an den Start brachten. Firmensitz ist in Berlin. Mit dem Schwerpunkt nachhaltiger Versicherungsprodukte, umweltbewusster Umsetzung und sozialem Engagement möchten Disselkamp und Niendieck zeigen, dass Versicherungsberatung auch nachhaltig geht.

Kontakt:

André Disselkamp (Co-Founder, Finsurancy)

E-Mail: andre.disselkamp@finsurancy.de

Phone: 030/235962871

Website: <https://www.finsurancy.com/>

LinkedIn: [Link](https://www.linkedin.com/in/andr%C3%A9-disselkamp-352b94133/)

Aktuelles aus der Presse: <https://www.finsurancy.com/partner-presse/>