

Stockholm 2010-10-19

PRESSMEDDELANDE

Fler väljer webben för att teckna bilförsäkring

Moderna Försäkringar räknar med att internetförsäljningen fördubblas 2010

I år har fler svenskar köpt en ny bil jämfört med förra året* och om trenden i Moderna Försäkringars försäljningsstatistik håller i sig kommer betydligt fler av dessa att teckna sin nya bilförsäkring över internet. Under första halvåret 2010 ökade Modernas försäljning av bilförsäkringar över internet kraftigt och företaget räknar med en 95-procentig ökning i antal internetsålda bilförsäkringar för helåret (jämfört med föregående år).

Modernas prognos för 2010 pekar på att försäljningen av antalet privata bilförsäkringar över internet nästan kommer att fördubblas under året. Andreas Önstorp, privatmarknadschef på Moderna, menar att det finns en stor utvecklingspotential inom försäkringshandel över internet och att marknaden sannolikt kommer att växa kraftigt de närmaste åren.

- Sverige ligger idag långt efter flera andra länder som exempelvis Storbritannien där fler än hälften av alla bilförsäkringar tecknas över internet. Detta trots att internetanvändningen är betydligt högre i Sverige. Men våra siffror visar att internetförsäljningen i Sverige ökat kraftigt den senaste tiden och på ett par års sikt räknar vi med att internet blir en lika viktig säljkanal som de traditionella. Allt fler konsumenter upptäcker fördelarna med att och teckna försäkringar på ett flexibelt och enkelt sätt, säger Andreas Önstorp, Affärsområdeschef Konsumentförsäkring på Moderna Försäkringar.

Under hösten 2009 lanserade Moderna Försäkringar sin nya webb för att förenkla tecknandet av försäkringar online. Ett resultat av detta är att Moderna Försäkringar ökade sin bilförsäkringshandel över internet med 20 procent 2009 och under första halvåret 2010 med 192 procent jämfört med samma period föregående år. Under första halvåret ökade också Moderna sin marknadsandel inom privat bilförsäkring.

Webben allt viktigare försäljningskanal

Modernas webbplats utsågs nyligen till den mest lättanvända webbplatsen av sju jämförda försäkringsbolag i en användbarhetsstudie som konsultföretaget Usability Partners genomfört**. I studien fick konsumenter i uppdrag att samla prisinformation för att teckna en bilförsäkring över internet hos de sju stora försäkringsbolagen i Sverige.

Studien visar att det var enklast att hitta korrekt information hos Moderna, där endast ett försök misslyckades. Men i övrigt varierade resultaten kraftigt och många konsumenter hade svårt att teckna försäkring över internet. I snitt misslyckades 30 procent av köpen och som högst avbröts drygt hälften av köpen på grund av att konsumenter inte hittade relevant information.

- Vår ambition är att vara det ledande försäkringsbolaget på internet och det här testet är ett kvitto på att konsumenter uppfattar oss som transparenta och lättbegripliga. Trygghet är också viktigt för konsumenter som väljer att teckna försäkringar på internet och vi lägger stor vikt vid att tydligt redovisa vilka priser och villkor som gäller, säger Andreas Önstorp.

Användbarhetsstudien genomfördes av Usability Partners mellan 14 och 19 april 2010.

* [SCB](#), fordonssstatistik, 2010-07-01

** Kontakta Moderna Försäkringar (se kontaktuppgifter nedan) för att se hela användbarhetsstudien

För ytterligare information, vänligen kontakta:

Andreas Önstorp, privatmarknadschef Moderna

Tel: 08 - 56 206 752

E-post: andreas.onstorp@modernaforsakringar.se



Maria Dahllöf, kommunikationsansvarig Moderna
Tel: 073 – 626 88 86
E-post: maria.dahllof@modernaforsakringar.se

Om Moderna

Moderna är en nytänkande utmanare på den svenska försäkringsmarknaden som erbjuder sakförsäkringar för det moderna företaget och individen. Moderna är en del av Tryg som är en av Nordens största försäkringskoncerner. I Moderna ingår även varumärkena Atlantica, Netviq, Bilsport & MC och Moderna Trygghetsförsäkringar. Läs mer på www.modernaforsakringar.se