



Familieidyllen kan hurtigt blive spoleret, hvis en ivrig telefonsælger pludselig er i røret. Foto: Stine Bidstrup

Slip for irriterende telefonsælgere

AF [MARIA DANMARK NIELSEN](#)

Et stigende antal forbrugere viser interesse for at spare penge ved deres forsikring på nettet.

Opvasken er taget, ungerne er lagt i seng, og du har lige sat dig godt tilrette i sofaen, da telefonen ringer. Allerede der er du en smule irriteret. I den anden ende får du en sød og energisk telefonsælger, der gerne lige vil bruge fem minutter på at fortælle dig om et godt forsikringstilbud.

Opkald fra forsikringsselskabers callcentre kommer ofte ubelejligt, men nu viser en ny tendens sig på forsikringsmarkedet. Flere og flere tjenester dukker op på nettet, hvor kunder selv kan indhente tilbud på forsikringer og derved sammenligne priser. Det er hjemmesider som [lforsikring.dk](#), [findforsikring.dk](#) og [tjenestetorvet.dk](#).

Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen har tidligere efterlyst hårdere konkurrence i forsikringsbranchen. En undersøgelse fra styrelsen sidste år viste, at kun hver tiende forsikringskunde skifter indbo- og familieforsikring årligt, og dermed ikke var særlig aktive, når det kom til forsikringer.

Men et stigende antal besøgende på hjemmesiderne viser dog, at det kan være ved at vende.

Stigende antal besøgende

Nikolaj Bischoff, adm. direktør hos IForsikring kan berette om et stigende antal besøgende, siden hjemmesiden gik i luften i november 2012.

"Vi har cirka 50.000 besøgende om måneden, og der har endnu ikke været en eneste måned, hvor væksten i vores besøgstal ikke har været tocifret," siger han til [epn.dk](#).

På IForsikring.dk skal forbrugerne udfylde et skema. Derefter bliver forbrugeren ringet op af tre forskellige forsikringsselskaber. På den måde kan de sammenligne priser og dækning.

"Den massive interesse viser, at forbrugerne ønsker en lettere og mere gennemskuelig løsning til at sammenligne forsikringer. Jeg tror, at vi vil se mere af det her i fremtiden," siger Nikolaj Bischoff.

Positiv udvikling

I Forbrugerrådet mener man, at det er et skridt i den rigtige retning. Rådet har længe efterlyst en stærkere konkurrence, når det kommer til forsikringsmarkedet.

"Initiativer, der øger konkurrencen, og gør danskerne mere aktive på markedet, er positive. Og jo mere de her portaler og forbrugere presser priserne, desto mere konkurrence kommer der blandt forsikringsselskaberne," siger jurist ved Forbrugerrådet, Mads Mølgaard Braüner.

Han mener, at priserne på forsikringsmarkedet sagtens kunne være mere konkurrencedygtige.

"Jeg forstår ikke, hvordan forsikringsselskaber kan beholde kunder, selvom at der er 1.000 kr. til forskel i et andet forsikringselskabet. Men et initiativ som dette kan være med til at starte en dynamik, hvor forsikringsselskaberne faktisk skal arbejde hårdere for at beholde kunderne," siger Mads Mølgaard Braüner.

Stil spørgsmål

Han er dog tøvende med at give sin forbeholdende velsignelse til hjemmesiderne, da han sætter spørgsmålstegn ved forretningskonceptet.

"Jeg kan bare ikke sige, at det udelukkende er en god idé, da jeg ikke kender forretningskonceptet bag servicen. Det er jo af stor betydning, hvis firmaerne får provision af selskaberne, og derved favoriserer et selskab frem for et andet, eller hvis de kun har samarbejdsaftaler med visse forsikringsselskaber. På den måde kan det godt blive en smule mudret," siger han.

Han understreger, at hvis der udelukkende er tale om, at hjemmesiderne formidler tilbud, så giver det ikke grund til panderynker.

"Forbrugerne skal bare huske at stille de spørgsmål, inden de benytter hjemmesiderne," siger han.

Ingen favorisering

Gratis. Sådan står der på IForsikrings hjemmeside. Sådan er det også for kunderne, da det er forsikringsselskaberne, som betaler for servicen.

"Forsikringsselskaberne er interesseret i denne service. De betaler jo i dyre domme for callcentre for at komme i kontakt med mulige kunder. Men på den her måde kommer de kun i kontakt med kunder, der rent faktisk er interesseret i et tilbud. Det betyder, at man ved hjælp af dette værktøj effektiviserer markedet," siger Nikolaj Bischoff.

Han forklarer, at IForsikring får betaling fra selskaberne, men det er et symbolsk beløb. Det er sådan, at IForsikring kan løbe rundt, men ifølge ham er der ikke tale om provision, da hjemmesiden udelukkende formidler kontakt mellem forbrugerne og forsikringsselskaberne.

"Det er et lettere værktøj til at gennemskue markedet. Vi fokuserer kun på at indhente selve tilbuddet, når vi har sluppet kunden på hjemmesiden, så tager forsikringsselskaberne over med rådgivning," siger han.