

## Kfz-Versicherung: Rund 8 Millionen Wechselwillige werden erwartet

**<strong>Zum 30. November haben die meisten Autofahrer in Deutschland wieder die Möglichkeit, ihre Kfz-Versicherung zu wechseln. Im September gibt bereits rund jeder fünfte (21 Prozent) Versicherungsnehmer an, zumindest gelegentlich über einen Wechsel der Kfz-Versicherung nachzudenken. Im August waren es noch 17 Prozent. </strong>**

**Zum 30. November haben die meisten Autofahrer in Deutschland wieder die Möglichkeit, ihre Kfz-Versicherung zu wechseln. Im September gibt bereits rund jeder fünfte (21 Prozent) Versicherungsnehmer an, zumindest gelegentlich über einen Wechsel der Kfz-Versicherung nachzudenken. Im August waren es noch 17 Prozent.**

Hochgerechnet ergibt dies aktuell rund acht Millionen Wechselwillige. Ob jedoch wirklich gewechselt wird, ist von unterschiedlichen Faktoren abhängig. Preisveränderungen, Werbedruck und Vertriebsaktivitäten von Agenturen und Maklerbüros spielen hierbei die größte Rolle. Dies sind die Ergebnisse der Studien „AdTracker Assekuranz“ und „Wechseltätigkeit in der Kfz-Versicherung“ des internationalen Marktforschungs- und Beratungsinstituts YouGov.

In der letzten Wechselwelle in 2013 stellte der Preis mit 55 Prozent zwar den wichtigsten Entscheidungsgrund dar, gute Leistungen und Beratung oder der gute Ruf des Unternehmens gehören aber ebenfalls zu den wichtigsten Abschlussgründen. Deswegen haben auch die Kfz-Versicherer-Marken einen starken Einfluss auf die mögliche Wahl im nächsten Wechselkarussell. Neben der Bekanntheit eines Anbieters sind auch Präferenz (Relevant Set) und erste Wahl einer Marke (First Choice) von entscheidendem Einfluss, um als Anbieter letztendlich den Zuschlag zu erhalten. Die höchste Präferenz unter den wechselwilligen Befragten erreichen HUK24, HUK-Coburg, WGV, DirectLine und DA Direkt. Da auch die Bekanntheit von HUK24 und HUK-Coburg deutlich höher als von anderen Marken ist, sind bei den Coburgern die Chancen auch dieses Jahr wieder am höchsten, ihre Marktanteile weiter auszubauen.

„Der Weg über Online-Vergleichsrechner, die immer häufiger als möglicher Abschlusspunkt beim Kfz-Versicherungswechsel genutzt werden, beeinflusst die Customer Journey erheblich. Denn hier entstehen Preiserwartungen und es schieben sich andere Marken ins Relevant Set der Suchenden“, gibt Dr. Oliver Gaedeke, Vorstand und Leiter der Finanzmarktforschung bei YouGov, zu bedenken. Tatsächlich ist Check24 mit 38 Prozent der bekannteste Online-Vergleichsrechner und belegt Rang 13 im Präferenz-Ranking. Eine Präsenz auf Vergleichsrechnerseiten ist für Kfz-Versicherer von Bedeutung, um auch genau von den Verbrauchern wahrgenommen zu werden, die beim Versicherungsvergleich nur online unterwegs sind.

Der YouGov AdTracker Assekuranz ist eine wöchentliche Repräsentativerhebung, für die Versicherungsentscheider und -mitentscheider in privaten Haushalten zu ungestützter und gestützter Werbeerinnerung und Markenbekanntheit, Relevant Set, First Choice, genereller Wechsel- oder Neukaufabschlussbereitschaft, konkreten Versicherungsprodukten, Vertrauen in Finanzkraft von bekannten Versicherermarken befragt werden. Weitere Zusatzfragen inkl. Ton- oder Bildmaterial sind möglich.

Grafikmaterial finden Sie unter:

[http://cdn.yougov.com/r/19/2014\\_09\\_Pressechart\\_AdTracker\\_Assekuranz.pdf](http://cdn.yougov.com/r/19/2014_09_Pressechart_AdTracker_Assekuranz.pdf)

Weitere Informationen zur Studie finden Sie unter:

<http://research.yougov.de/services/adtracker-assekuranz/>

**Pressekontakt:**

Nikolas Buckstegen  
- Manager PR -  
Telefon: 0221 / 420 61 - 444  
E-Mail: [presse@yougov.de](mailto:presse@yougov.de)

**Kontakt zur Studienleitung:**

Dr. Oliver Gaedeke  
- Vorstand und Leiter Finanzmarktforschung -  
Telefon: 0221 / 420 61 - 0  
E-Mail: [oliver.gaedeke@yougov.de](mailto:oliver.gaedeke@yougov.de)

**Unternehmen:**

YouGov Deutschland AG  
Gustav - Heinemann - Ufer 72  
50968 Köln

Internet: [www.yougov.de](http://www.yougov.de)

**Über YouGov Deutschland AG:**

YouGov ist ein im Jahr 2000 gegründetes, börsennotiertes Marktforschungsinstitut und einer der Pioniere im Einsatz von Online-Erhebungen zur Bereitstellung hochwertiger Daten in den Feldern Markt- und Sozialforschung. Neben dem Hauptsitz in London umfasst die weltweite YouGov-Gruppe u.a. Standorte in den USA, Skandinavien, Deutschland und dem Nahen Osten. YouGov ist ausgewiesener Spezialist für die Erforschung der Finanzdienstleistungs- und Versicherungsmärkte. Zahlreiche Unternehmen vertrauen seit vielen Jahren auf unsere Leistungen und unsere Erfahrung. YouGov liefert die relevanten Informationen rund um Marken, Produkte, Zielgruppen und Servicequalität und damit hochwertiges Entscheidungswissen für die Strategieentwicklung und die Optimierung von Marketing und Vertrieb. Individuelle Ad-Hoc-Studien werden ergänzt durch zahlreiche, zum Teil langjährige Monitorings im Privat- und Gewerbekundenmarkt, Image- und Werbetrackings, Vertriebspartnerbefragungen und kontinuierliche Studien zu Produktinnovationen. Wir verzahnen unsere fundierten wirtschaftspsychologischen Analysen zudem mit onlinebasiertem Realtime Research für tägliche Informationen „in Echtzeit“.

Weitere Informationen finden Sie unter [www.research.yougov.de](http://www.research.yougov.de)

