

Kfz-Versicherung: Anzahl der Wechselbereiten auf 2,9 Mio. gestiegen: Studie „Wechseltätigkeit in der Kfz-Versicherung 2014“

Bis zum 30. November konnten Autobesitzer in Deutschland regulär ihre bestehende Kfz-Versicherung schriftlich kündigen, um neue Verträge abzuschließen. Insgesamt 2,9 Millionen Deutsche hatten Anfang November die konkrete Absicht, ihre Kfz-Versicherungsverträge zum Stichtag zu wechseln. Damit steigt die Anzahl der wechselbereiten Kunden aller rund 44 Millionen privaten Kfz-Versicherungsnehmer im Vergleich zur Vorjahresmessung um 700.000 Personen. Demnach ist das Wechselpotenzial um 32 Prozent gestiegen. Dies zeigen die aktuellen Ergebnisse der zum siebten Mal in jährlicher Folge erscheinenden Studie „Wechseltätigkeit in der Kfz-Versicherung 2014“ des Kölner Marktforschungs- und Beratungsinstituts YouGov.

Bis zum 30. November konnten Autobesitzer in Deutschland regulär ihre bestehende Kfz-Versicherung schriftlich kündigen, um neue Verträge abzuschließen. Insgesamt 2,9 Millionen Deutsche hatten Anfang November die konkrete Absicht, ihre Kfz-Versicherungsverträge zum Stichtag zu wechseln. Damit steigt die Anzahl der wechselbereiten Kunden aller rund 44 Millionen privaten Kfz-Versicherungsnehmer im Vergleich zur Vorjahresmessung um 700.000 Personen. Demnach ist das Wechselpotenzial um 32 Prozent gestiegen. Dies zeigen die aktuellen Ergebnisse der zum siebten Mal in jährlicher Folge erscheinenden Studie [„Wechseltätigkeit in der Kfz-Versicherung 2014“](#) des Kölner Marktforschungs- und Beratungsinstituts YouGov.

Ob sich die grundsätzliche Wechselbereitschaft aber komplett auf die tatsächliche Wechselquote überträgt, ist von zahlreichen Faktoren abhängig. Als Ergebnis der ersten Befragungswelle konnte festgestellt werden, welche Treiber für den Vertragswechsel eine Rolle spielen können. Für drei Viertel der Wechselbereiten (72 Prozent) ist das häufigste Motiv für einen Wechsel allgemein Geld zu sparen. Bei einem Drittel (33 Prozent) ist es zum jährlichen Habitus geworden, ihren Kfz-Versicherungsvertrag jedes Jahr im November zu überprüfen. Immerhin 16 Prozent haben wahrgenommen, dass ihr aktueller Tarif teurer geworden ist und sie deswegen eine preisliche Alternative suchen.

Eine wichtige Impulssetzung ist nach wie vor die Werbung. Tatsächlich berichten mehr Kfz-Versicherte als noch im Vorjahr, dass sie Werbung von Anbietern von Kfz-Versicherungen wahrgenommen haben. Damit lässt sich auch vermuten, dass der Anteil der tatsächlichen Wechsler bis Ende November doch höher ausgefallen ist wie im Vorjahr.

In einer zweiten Erhebungswelle im Dezember werden alle Befragten einer Nachbefragung unterzogen, inwiefern sie ihre Wechselabsicht in die Tat umgesetzt haben beziehungsweise woran ein Wechsel doch noch gescheitert ist.

Die Studie [„Wechseltätigkeit in der Kfz-Versicherung 2014“](#) analysiert den Informations-, Entscheidungs- und Wechselprozess in seiner Gänze um gezielt Maßnahmen zu ergreifen und somit die Weichen für ein erfolgreiches Geschäft im kommenden Jahr zu stellen. Das diesjährige Highlight-Thema „Kundennutzen von Vergleichsrechnern“ erscheint in der zweiten Welle der Befragung Ende Januar 2015.

In der aktuellen Befragungswelle der Studie wurden 2.024 Entscheider und Mitentscheider in Versicherungsangelegenheiten vom 09.11. bis 15.11.2013 befragt, die mindestens eine Kfz-Versicherung besitzen. Dieselben Personen werden im Dezember 2014 wiederholt befragt, um die endgültigen Entscheidungen der Versicherungsnehmer zu erfassen.

In der Studie wurden folgende Kfz-Versicherer abgefragt: AachenMünchener, ADAC, AdmiralDirekt, Allianz, AllSecur, ASSTEL, AXA, CosmosDirekt, DA Direkt, DBV-Winterthur, DEVK, Direct Line, Ergo Direkt, Ergo Versicherung, Europa, Generali, Gothaer, Hannoversche, HDI / HDI direkt, HDI-Gerling, HUK24, HUK-Coburg, Itzehoer, KRAVAG, LVM, Nürnberger, Provinzial, R+V, SIGNAL IDUNA, SV SparkassenVersicherung, Versicherungskammer Bayern, VGH, VHV, Volkswagen-Versicherung, WGV, Württembergische und Zurich.

Pressekontakt:

Nikolas Buckstegen
- Manager PR -
Telefon: 0221 / 420 61 - 444
E-Mail: presse@yougov.de

Kontakt zur Studienleitung:

Katharina Päffgen
- Consultant -
Telefon: 0221 / 420 61 - 478
E-Mail: katharina.paeffgen@yougov.de

Unternehmen:

YouGov Deutschland AG
Gustav - Heinemann - Ufer 72
50968 Köln

Internet: 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, Vertriebspartner-befragungen 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

