

Kfz-Versicherung: Wechseltätigkeit um 17 Prozent gestiegen

Die Wechseltätigkeit der Kfz-Versicherungsnehmer ist zur Hauptfälligkeit am Jahresende 2014 höher ausgefallen als noch in 2013. Nach YouGov-Hochrechnungen wurden 2,18 Millionen Kfz-Versicherungsverträge von Privatkunden (2013: 1,87 Millionen) von einem Anbieter zum anderen gewechselt. Das ist eine Steigerung um rund 300.000 Vertragswechsel (17 Prozent). Bei durchschnittlich 1,2 gewechselten Verträgen sind dies rund 1,8 Millionen Privatkunden-Wechsler (2013: 1,5 Millionen). Dies zeigen die aktuellen Ergebnisse der zum siebten Mal in jährlicher Folge erscheinenden Studie „Wechseltätigkeit in der Kfz-Versicherung 2014“ des Marktforschungs- und Beratungsinstituts YouGov. In der ersten Befragungswelle der Studie wurden im November 2014 rund 2.000 wechselwillige Kfz-Halter befragt. Dieselben Personen wurden im Dezember 2014 wiederholt befragt, um die endgültigen Entscheidungen der Versicherungsnehmer zu erfassen.

Studie „Wechseltätigkeit in der Kfz-Versicherung 2014“

Die Wechseltätigkeit der Kfz-Versicherungsnehmer ist zur Hauptfälligkeit am Jahresende 2014 höher ausgefallen als noch in 2013. Nach YouGov-Hochrechnungen wurden 2,18 Millionen Kfz-Versicherungsverträge von Privatkunden (2013: 1,87 Millionen) von einem Anbieter zum anderen gewechselt. Das ist eine Steigerung um rund 300.000 Vertragswechsel (17 Prozent). Bei durchschnittlich 1,2 gewechselten Verträgen sind dies rund 1,8 Millionen Privatkunden-Wechsler (2013: 1,5 Millionen). Dies zeigen die aktuellen Ergebnisse der zum siebten Mal in jährlicher Folge erscheinenden Studie „Wechseltätigkeit in der Kfz-Versicherung 2014“ des Marktforschungs- und Beratungsinstituts YouGov. In der ersten Befragungswelle der Studie wurden im November 2014 rund 2.000 wechselwillige Kfz-Halter befragt. Dieselben Personen wurden im Dezember 2014 wiederholt befragt, um die endgültigen Entscheidungen der Versicherungsnehmer zu erfassen.

Wie die aktuelle Erhebung zeigt, wurden 2014 insgesamt mehr Versicherungsverträge über das Internet abgeschlossen als noch im Vorjahr. Der Online-Abschluss konnte sich um vier Prozentpunkte auf nunmehr 56 Prozent steigern. Dabei wird häufiger direkt über ein Vergleichsportal abgeschlossen als über die Internetseite der Versicherer. Ende 2013 waren diese beiden Kaufoptionen im Internet noch auf gleichem Niveau. CHECK24.de, FinanceScout24.de und verivox.de (genannt in alphabetischer Reihenfolge) werden bei der Suche nach Kfz-Versicherungen am häufigsten genutzt.

Bei den Versicherern mit den meisten Neuabschlüssen liefert sich der Allianz-Konzern mit den Marken Allianz und AllSecur ein Kopf-an-Kopf-Rennen mit dem HUK-Coburg-Konzern (Marken: HUK24 und HUK-Coburg). Beide Konzerne zusammen können für sich fast ein Drittel aller Wechsler zum Jahresende gewinnen. Rang 3 kann sich die Zurich-Gruppe (Marken: DA Direkt und ADAC Autoversicherung) sichern, gefolgt von Direct Line, AXA und DEVK. Als erfolgreichster Versicherer über den Maklervertrieb schafft es die VHV in die Top 10, gefolgt von der AachenMünchener. Weitere erfolgreiche Direktversicherer sind Europa, AdmiralDirekt und CosmosDirekt.

Wechsler kommen vermehrt von Direktversicherern

Laut Studie stammen die Wechsler fast genauso häufig von einem Direkt- wie von einem Außendienstversicherer. Mit 41 Prozent in 2014 kündigten deutlich mehr ihren Vertrag bei einem Direktanbieter als noch vor zwei Jahren (2012: 29 Prozent), während der Anteil der Wechsler von Außendienstversicherern von fast zwei Dritteln in 2012 (64 Prozent) auf etwa die Hälfte (47

Prozent) in diesem Jahr gesunken ist. Hauptsächlicher Gewinner im Neugeschäft sind jedoch weiterhin mit rund der Hälfte der Abschlüsse die Direktanbieter (53 Prozent).

„In diesem Jahr haben die Kunden wieder größere Preisunterschiede wahrgenommen und ließen sich deswegen häufiger zum Wechsel bewegen“, weiß Dr. Oliver Gaedeke, Vorstand und Leiter der Finanzmarktforschung bei YouGov.

Die große Bedeutung des Online-Kanals beim Versicherungsvergleich zeigt sich auch im diesjährigen Studienhighlight „Kundennutzen von Vergleichsportalen“. Insgesamt schreiben Kfz-Versicherungswechsler den Vergleichsportalen die höchste Bedeutung auf der Suche nach einem neuen Kfz-Versicherungsvertrag zu. Dabei sind besonders Erstwechslern Anbieter- oder Produktempfehlungen sowie Urteile anderer Kunden in der Vergleichsliste wichtig.

Insgesamt liefert die Studie u. a. wichtige Informationen zu Gründen gegen einen Versicherungsvergleich, zur Anzahl der eingeholten Angebote, zur Werbewahrnehmung und zeigt eine detaillierte Aufschlüsselung der Vertriebswegenutzung. Durch die Studie lassen sich der Informations-, Entscheidungs- und Wechselprozesse in ihrer Gänze analysieren, gezielt Maßnahmen ergreifen und somit die Weichen für ein erfolgreiches Geschäft im kommenden Jahr stellen.

Folgende Gesellschaften wurden u. a. 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.

Weitere Informationen zur Studie finden [HIER](#)

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

