

## Kfz-Versicherung: Wechseltätigkeit um 8 Prozent zurückgegangen - Studie „Wechseltätigkeit in der Kfz-Versicherung 2013“

**Die Wechselphase der Kfz-Versicherungsnehmer ist zur Hauptfälligkeit am Jahresende 2013 geringer ausgefallen als noch in 2012. Nach YouGov-Hochrechnungen wurden 1,87 Millionen Kfz-Versicherungsverträge von Privatkunden (2012: 2,04 Millionen) von einem Anbieter zum anderen gewechselt. Das ist ein Rückgang um rund 170.000 Vertragswechsel (8 Prozent).**

**Die Wechselphase der Kfz-Versicherungsnehmer ist zur Hauptfälligkeit am Jahresende 2013 geringer ausgefallen als noch in 2012. Nach YouGov-Hochrechnungen wurden 1,87 Millionen Kfz-Versicherungsverträge von Privatkunden (2012: 2,04 Millionen) von einem Anbieter zum anderen gewechselt. Das ist ein Rückgang um rund 170.000 Vertragswechsel (8 Prozent). Bei durchschnittlich 1,21 gewechselten Verträgen sind dies rund 1,5 Millionen Privatkunden-Wechsler (2012: 1,6 Millionen). Dies zeigen die aktuellen Ergebnisse der zum sechsten Mal in jährlicher Folge erscheinenden Studie „Wechseltätigkeit in der Kfz-Versicherung 2013“ des Marktforschungs- und Beratungsinstituts YouGov. In der ersten Befragungswelle der Studie wurden im November 2013 rund 2.000 wechselwillige Kfz-Halter befragt. Dieselben Personen wurden im Dezember 2013 wiederholt befragt, um die endgültigen Entscheidungen der Versicherungsnehmer zu erfassen.**

Die Versicherer mit den meisten Neuabschlüssen sind (in alphabetischer Reihenfolge) AllSecur, DA Direkt, Direct Line, HUK24 und HUK-Coburg. Durch den Abschluss eines neuen Vertrags sparten die Wechsler im Schnitt 119 Euro (2012: 130 Euro).

Von den zum Jahresende wechselbereiten Kfz-Versicherten, die in diesem Jahr sogar von 16,5 auf 18,2 Prozent zugenommen haben, liegt der Grund für einen letztendlichen Nichtwechsel hauptsächlich in dem Gefühl, beim jetzigen Versicherer gut aufgehoben zu sein. Deutlich gestiegen ist aber auch der Anteil derjenigen, die kein besseres Angebot finden konnten.

### **Die Schlacht zwischen Online- und Offline-Abschluss ist noch nicht entschieden**

Wie Customer Journey Analysen zeigen, haben sich die Wechsler im Schnitt 3,6 Angebote eingeholt. Im Vergleich zum Vorjahr waren es noch durchschnittlich 4,3. Vergleichsrechner und Direktversicherer als Online-Abschlusspunkt beanspruchen zusammen weiterhin etwas mehr als die Hälfte aller Käufe und teilen sich die Neukunden nun schon im zweiten Jahr fast gleich stark auf. „Vergleichsrechner werden inzwischen als Hauptinformationsplattform im Internet genutzt. Von hier aus finden viele Wechsler den Weg zu einem Direktabschluss bei einem Anbieter“, beschreibt Dr. Oliver Gaedeke, Vorstand und Leiter der Finanzmarktforschung, die Kaufströme.

Insgesamt konnten die Direktversicherer 19 Prozent der Wechsler für sich gewinnen, die Außendienst- bzw. Maklerversicherer mussten dagegen die entsprechende Anzahl an Kunden (hochgerechnet: 355.000) an Direktanbieter abgeben. Gleichzeitig haben Direktversicherer rund ein Drittel ihrer Kündiger an Außendienstversicherer wieder zurück verloren.

Die Customer Journey Analysen zeigen, inwieweit Vermittler, die einmal im Kontakt mit suchenden Kunden stehen, den Neuabschluss am effektivsten für sich gewinnen können. Weitere Detailanalysen der Untersuchung zeigen die typischen Such- und Entscheidungsmuster der Wechsler auf und wie Kfz-Versicherungsanbieter an den verschiedenen Kontaktpunkten das

Kundenverhalten am besten für sich beeinflussen können.

Weitere Informationen zur Studie finden Sie unter:

<http://research.yougov.de/services/wechseltatigkeit-der-kfz-versicherung/>

**Pressekontakt:**

Nikolas Buckstegen

- Manager PR -

Telefon: 0221 / 420 61 - 444

E-Mail: [presse@yougov.de](mailto:presse@yougov.de)

**Kontakt zur Studienleitung:**

Katharina Päffgen

- Consultant -

Telefon: 0221 / 420 61 - 478

E-Mail: [katharina.paeffgen@yougov.de](mailto:katharina.paeffgen@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, 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](http://www.research.yougov.de)

