



HEUTE UND MORGEN

MARKTFORSCHUNG ▶ BERATUNG

STUDIE

Vertrieb von Kfz-Versicherungen: Wissen und Wünsche der Kunden unter der Lupe

HEUTE UND MORGEN Studienreihe „Vertriebs-Insights“

Hintergrund und Zielsetzung der Studie

Der Markt der Kfz-Versicherung ist nach wie vor hart umkämpft. Jedes Jahr im Herbst werben die Kfz-Versicherer um neue Kunden und zahlreiche Verbraucher kündigen ihre Verträge bis Ende November, um ihren Anbieter zu wechseln.

Und auch wenn die Kfz-Sparte inzwischen wieder schwarze Zahlen schreibt und die Schaden-Kosten-Quoten in 2014 erstmalig seit vielen Jahren wieder unter 100% gesunken sind (Quelle: GDV), ist die Preissensitivität der Kunden nach wie vor ausgesprochen hoch.

Zielsetzung unserer Studie ist es daher, Ihnen umfassende Empfehlungen zur Optimierung von Marketing und Vertrieb an die Hand zu geben, um im alljährlichen Kampf um die Kunden zu bestehen:

- ▶ Wie kann man im Verkaufsgespräch punkten?
- ▶ Welche Leistungen außer dem Preis begeistern die Kunden und sollten im Verkaufsgespräch und der Vermarktung in den Vordergrund gestellt werden?
- ▶ Welche der zahlreichen unterschiedlichen am Markt befindlichen Arten von Rabatten und Vergünstigungen werden bevorzugt?
- ▶ Und wie ist es eigentlich um das Wissen der Kunden um ihre Absicherung bestellt?

- ▶ Welche „Wissenslücken“ bestehen bei den Kunden? Worüber muss der Vertrieb aufklären?
- ▶ Gibt es Leistungen, die vielen Kunden unbekannt sind und die gleichzeitig begeistern?

Auch das Wechselverhalten der Kunden nehmen wir in diesem Kontext näher unter die Lupe:

- ▶ Wann beginnen die Kunden zu vergleichen und nach alternativen Angeboten Ausschau zu halten?
- ▶ Wird nur aus Preisgründen gewechselt? Was spielt noch eine Rolle?
- ▶ Wird eine aktive Empfehlung günstiger Tarife vom Berater gewünscht?

Diesen und weiteren Fragen gehen wir mit der vorliegenden Studie nach. Insgesamt umfasst unser Bericht über 100 Seiten und geht über das HEUTE hinaus und gibt Ihnen Empfehlungen zum erfolgreichen Vertrieb von Kfz-Versicherungen für das MORGEN mit auf den Weg!

Mit besten Grüßen aus Köln

Ihr HEUTE UND MORGEN Team

Studiendesign im Überblick

Stichprobe

- ▶ 1.000 Personen im Alter von 18 bis 65 Jahren
- ▶ Nur Personen mit Führerschein, Kfz sowie Kfz-Versicherung im Haushalt
- ▶ Nur Kfz-Versicherungs-Entscheider/-Mitentscheider

Methode

- ▶ Online-Befragung
- ▶ Befragungsdauer: Ø 20 Minuten
- ▶ Befragungszeitraum: 18.08.2015 bis 27.08.2015

Inhalte



- ▶ **Produktkenntnis** (Fragen zum eigenen Produkt):
 - ▶ Kenntnis der Prämienhöhe und des Selbstbehalts
 - ▶ Kenntnis von Deckungssummen
 - ▶ Kenntnis von zentralen Leistungselementen
- ▶ **Absicherungswissen:**
 - ▶ Welche Schäden deckt die Haftpflichtversicherung ab?
 - ▶ Welche Schäden sichert die Teilkasko und welche Schäden die Vollkasko ab?
 - ▶ Welche Schäden werden nicht übernommen?
- ▶ **Präferenzen:**
 - ▶ Welche Schäden sollten abgedeckt sein? Welche Leistungen der Haftpflicht / Teilkasko / Vollkasko sind besonders wichtig?
 - ▶ Welche Arten von Rabatten und Vergünstigungen sind für die Kunden besonders attraktiv?

Auszug aus den Ergebnissen (I)

Nur 22% wissen, dass man auch Eigenschäden, die mit dem versicherten Fahrzeug verursacht werden, über eine Kfz-Haftpflicht abdecken kann. Nur 21% ist der Ausland-Schadenschutz bekannt.

Kenntnis von Leistungen – Haftpflicht

Bitte geben Sie an, ob Sie glauben, dass die Kfz-Versicherung den Schadenfall übernimmt und wenn ja, über welche Versicherung genau man diesen Schaden absichern kann.



(Angaben in Prozent; pro Person wurden 10 der 31 Items per Zufallsauswahl zugeteilt; n=158-355; *Anmerkung: Sämtliche Überschriften in fett wurde in der Befragung nicht angezeigt und ist im Bericht zur besseren Übersicht eingefügt.)

Vertriebs-Insights: Kfz-Versicherung

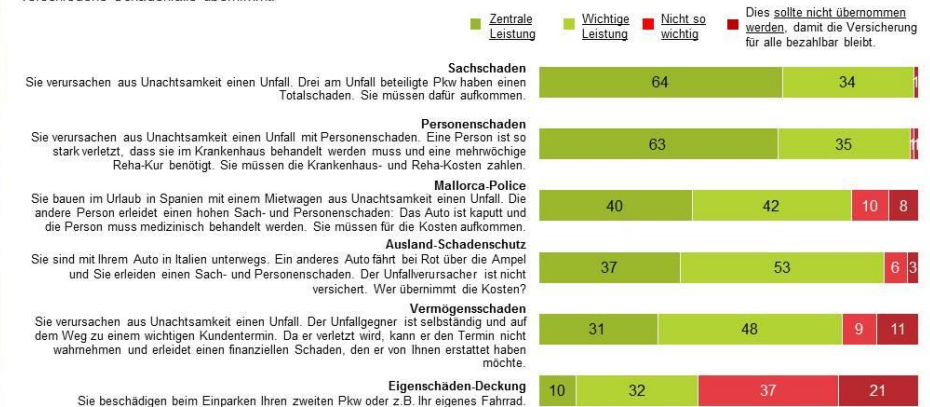
- Detaillierte Ergebnisse zum Verbraucher-Wissen darüber, welche Schäden über eine Kfz-Haftpflicht, Teilkasko und Vollkasko abgesichert werden können (Liste der untersuchten Schadenfälle / Leistungen: siehe nachfolgende Charts).

- Zudem erhalten Sie detaillierte Ergebnisse zur Relevanz der Leistungen bzw. Schäden. Durch den Abgleich mit den Ergebnissen zum Wissen lassen sich Leistungen identifizieren, die wichtig, aber nur wenig bekannt sind (z.B. Ausland-Schadenschutz in der Kfz-Haftpflicht).

Für 90% der Befragten ist der Auslands-Schadenschutz eine zentrale oder wichtige Leistung.

Relevanz von Leistungen – Haftpflicht

Im Folgenden interessiert uns, wie wichtig es Ihnen ist, dass eine Kfz-Haftpflicht-Versicherung verschiedene Schadenfälle übernimmt.



(Angaben in Prozent; pro Person wurden 50% der 11 Items per Zufallsauswahl zugeteilt; Ranking nach TopBox; n=227-524)

Vertriebs-Insights: Kfz-Versicherung

Auszug aus den Ergebnissen (II)

50% können nicht sagen, wie hoch die Deckungssumme ihrer Kfz-Haftpflicht ist. Personen, die angeben, die Deckungssumme zu kennen, nennen oftmals auffällig niedrige Beträge.

HEUTE UND MORGEN
MARKTFORSCHUNG • BERATUNG

Kenntnis der Deckungssumme für Personen-, Sach- und Vermögensschäden

Wissen Sie, bis zu welcher Höhe Ihre Kfz-Haftpflicht-Versicherung pauschal Personen-, Sach- und Vermögensschäden übernimmt?

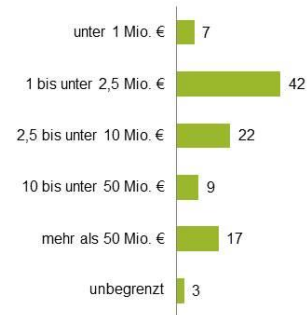


(Angaben in Prozent; n=1.000)

Vertriebs-Insights: Kfz-Versicherung

Höhe der Deckungssumme für Personen-, Sach- und Vermögensschäden

Wie hoch ist die Deckungssumme pauschal für Personen-, Sach- und Vermögensschäden bei Ihrer Haftpflicht-Versicherung?



(Angaben in Prozent; Filter: nur Personen, die (ungefähr) wissen, wie hoch ihre Deckungssumme ist, n=502)

- Kenntnis der eigenen Versicherungsausstattung:
Neben der pauschalen Deckungssumme für Personen-, Sach- und Vermögensschäden wurde die Kenntnis der Deckungssumme für Personenschäden, die Kenntnis der Prämienhöhe und des Selbstbehalts ...

- ...und die Kenntnis von zentralen Leistungsmerkmalen untersucht.

40% der Befragten sind sich nicht sicher, ob ihre Kfz-Versicherung einen Ausland-Schadenschutz enthält. 37% können nicht genau sagen, ob ein Fahrerschutz inkludiert ist.

HEUTE UND MORGEN
MARKTFORSCHUNG • BERATUNG

Kenntnis weiterer Produktmerkmale

Wissen Sie, ob Ihre Kfz-Versicherung die folgenden Leistungen enthält?

Ergebnisauszug

Ja, habe ich bei meiner Kfz-Versicherung mit versichert. Nein, habe ich bei meiner Kfz-Versicherung nicht versichert. Ich bin mir nicht sicher/weiß es nicht genau.

Ausland-Schadenschutz
Beispiel: Sie sind mit Ihrem Auto in Italien unterwegs. Ein anderes Auto fährt bei Rot über die Ampel und Sie erleiden einen Sach- und Personenschaden. Der Unfallverursacher ist nicht versichert.



Fahrerschutz-Versicherung:
Beispiel: Sie bauen einen Unfall, für den Sie die Schuld erhalten. Sie sind verletzt und müssen im Krankenhaus behandelt werden. Die Fahrerschutz-Versicherung erstattet Ihnen die Kosten.



Mallorca-Police
Beispiel: Sie bauen im Urlaub in Spanien mit einem Mietwagen aus Unachtsamkeit einen Unfall. Die andere Person erleidet einen hohen Sach- und Personenschaden. Das Auto ist kaputt und die Person muss medizinisch behandelt werden. Sie müssen für die Kosten aufkommen.



Rabatt-Schutz in der Kfz-Haftpflicht:
Bei z.B. 1 Schaden pro Jahr werden Sie nicht in eine ungünstigere Schadenfreiheits-Klasse zurückgestuft, die einen höheren Versicherungsbeitrag nach sich zieht. Ihr Beitrag bleibt also erhalten.



(Angaben in Prozent; n=1.000)

Vertriebs-Insights: Kfz-Versicherung

Auszug aus den Ergebnissen (III)

Der Treue-Rabatt wird von zahlreichen in der Studie untersuchten Rabatt-Arten mit Abstand am besten bewertet: 86% finden diesen attraktiv.

HEUTE UND MORGEN
MARKTFORSCHUNG • BERATUNG

Attraktivität unterschiedlicher Vergünstigungen und Rabatte

Abschließend interessiert uns noch, wie attraktiv die folgenden Vergünstigungen bei einer Kfz-Versicherung für Sie sind.

■ begeistert mich ■ spricht mich an ■ finde ich selbstverständlich ■ ist mir egal ■ finde ich negativ

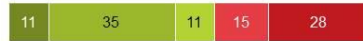


Ergebnisauszug

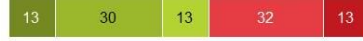
Treue-Rabatt: Wenn Sie mehr als 3 Jahre bei dem Unternehmen versichert sind, erhalten Sie 10% Rabatt.



Werkstattbindung: Wenn Sie sich bereits bei Abschluss des Vertrages für die Werkstattbindung entscheiden und Ihr Fahrzeug ausschließlich in einer DEKRA-geprüften Partnerwerkstatt der Versicherung reparieren lassen, erhalten Sie 15%igen Rabatt.



Öko-Rabatt: Wenn Sie ein besonders verbrauchs- und schadstoffarme Auto (Hybrid-, Elektro-Auto) fahren, erhalten Sie 10% Rabatt.



(Angaben in Prozent; Filter: nur Personen mit Teil- oder Vollkasko-Versicherung, Ranking nach Top2Box, n=956-997)

Vertriebs-Insights: Kfz-Versicherung

- Zusätzlich wurden diverse Rabatt-Optionen bzw. Arten von Vergünstigungen/Vorteilen (z.B. Werkstattbindung, Leistungs-Update-Garantie, Online-Abschluss-Rabatt, Alleinfahrer-Rabatt, Familien-Rabatt, Treue-Rabatt, Rabatt bei mehr-jähriger Bindung u.v.m.) auf ihre Attraktivität hin untersucht...

- ...und das Wechselverhalten (Zeitpunkt des Beginns der Informationssuche, genutzte Informationsquellen, Beratungsaffinität, Wechselgründe etc.) beleuchtet.

Die Mehrheit der Wechselwilligen beginnt im Oktober oder Anfang November, sich zu alternativen Angeboten zu informieren.

HEUTE UND MORGEN
MARKTFORSCHUNG • BERATUNG

Wechselverhalten: Beginn der Suche nach alternativen Angeboten

Sie haben angegeben, dass Sie zum Jahresende die Preise Ihrer Kfz-Versicherung mit anderen Angeboten vergleichen. Wann in etwa fangen Sie damit an, nach anderen Angeboten zu schauen und zu vergleichen? Zur Erinnerung: Der Stichtag für den Wechsel liegt immer Ende November.



(Angaben in Prozent; Filter: nur Personen, die jeweils zum Jahresende die Preise ihrer aktuellen Kfz-Versicherung mit anderen Angeboten vergleichen, n=598)

Vertriebs-Insights: Kfz-Versicherung

Untersuchte Leistungen/Schadenfälle auf einen Blick



Haftpflicht

- ▶ Personenschaden
- ▶ Sachschaden
- ▶ Sach- und Personenschaden
- ▶ Vermögensschaden
- ▶ Umweltschaden
- ▶ Mallorca-Police
- ▶ Eigenschäden-Deckung
- ▶ Fahrerschutz
- ▶ Ausland-Schadenschutz
- ▶ Rabatt-Schutz

Teilkasko

- ▶ Diebstahl
- ▶ Dachlawinen
- ▶ Sturm
- ▶ Hagel
- ▶ Brand
- ▶ Glasschäden und Glasbruch
- ▶ Schäden durch Haarwild
- ▶ Schäden durch Tiere aller Art
- ▶ Marderbiss
- ▶ Folgeschäden durch Marderbiss
- ▶ Diebstahl fest eingebauter Informations-/Unterhaltungssysteme
- ▶ Diebstahl von Sonderausstattungen
- ▶ Schlüsseldiebstahl
- ▶ Diebstahl in Europa
- ▶ Parkschaden-Schutz
- ▶ Verzicht auf grobe Fahrlässigkeit
- ▶ Kaufpreis-/Neuwertentschädigung
- ▶ Verzicht auf den Abzug „neu für alt“

Vollkasko

- ▶ Selbstverschuldete Unfälle
- ▶ Vandalismus: Beschädigung des Fahrzeugs
- ▶ Vandalismus: Abgebrochene Antenne
- ▶ Transport auf einer Fähre
- ▶ Rabatt-Schutz
- ▶ Verzicht auf grobe Fahrlässigkeit
- ▶ Kaufpreis-/Neuwertentschädigung
- ▶ Verzicht auf den Abzug „neu für alt“

Bestell-Fax für die Studie an: 0221 995005 29

Ihre Ansprechpartnerin: Dr. Michaela Brocke Tel: 0221-995005-11, michaela.brocke@heuteundmorgen.de

► Bestellung

Hiermit bestellen wir verbindlich die Studie

- ☐ „Vertrieb von Kfz-Versicherungen: Wissen und Wünsche der Kunden unter der Lupe“ zum Preis von **1.900 € zzgl. MwSt.**

► Empfänger und Rechnungsadresse

Name, Vorname:

Firma, Abteilung:

Straße:

PLZ, Ort:

Telefon:

E-Mail-Adresse
zur Versendung:

Ort, Datum, Unterschrift

Kurzprofil: HEUTE UND MORGEN

Kurzprofil

- ▶ Unabhängiges Full-Service-Marktforschungsinstitut
- ▶ Sitz im Herzen von Köln
- ▶ Gründung im Dezember 2009 durch vier Führungskräfte eines renommierten Kölner Marktforschungsinstitutes
- ▶ Insgesamt über 50 Jahre Marktforschungserfahrung durch die Gründer
- ▶ Mitgliedschaft beim 
- ▶ Zertifizierter Datenschutz über externen, TÜV-zertifizierten Datenschutzbeauftragten
- ▶ Partner und Lehraufträge an der

HOCHSCHULE
FRESENIUS
UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Fachhochschule
Dortmund
University of Applied Sciences and Arts

BSP
BusinessSCHOOL Potsdam

Unsere Grundsätze

HEUTE UND MORGEN steht für

- ▶ unseren Anspruch, über das Heute hinaus zu denken und unsere Kunden durch intelligente Marktforschung und strategische Beratung bestmöglich auf die Zukunft vorzubereiten
- ▶ und unsere Kunden dabei langfristig zu begleiten.
- ▶ Wir liefern unseren Kunden das Wissen, das sie benötigen, um die richtigen Entscheidungen für die Zukunft zu treffen.

Referenzen (Auszug)



Methoden & Forschungsbereiche

- ▶ Quantitative und qualitative Marktforschung
- ▶ Sämtliche Befragungsmethoden:
 - ▶ Quantitativ: Online-, CATI-, schriftliche und persönliche Befragungen
 - ▶ Qualitativ: qualitative Interviews (telefonisch und persönlich), Gruppendiskussionen, Kreativ-Workshops
- ▶ Marktforschungslösungen für alle marktrelevanten Fragestellungen:
 - ▶ Beziehungsmanagement (Kunden-, Vertriebspartner- und Mitarbeiterbefragungen)
 - ▶ Marken- und Kommunikationsforschung
 - ▶ Markt- und Zielgruppenanalysen
 - ▶ Produkt- und Preisforschung (Produkttests, Conjoint-Analysen, Marktpotenzialanalysen)

Weitere Studien von HEUTE UND MORGEN

Finanzmarkttrends

- ▶ greifen aktuelle Trends und Entwicklungen auf und stellen diese übersichtlich dar
- ▶ testen Innovationen und Ideen auf ihre Akzeptanz und Zukunftsfähigkeit für die Finanzdienstleistungsbranche



Aktuelle Ausgaben:

- Beitragskommunikation in der GKV
- Erfolgreiche Facebook-Strategien für Finanzdienstleister
- Kundenportale in der Assekuranz

- ▶ www.heuteundmorgen.de/Finanzmarkttrends.html

Zielgruppen im Finanzmarkt

- ▶ liefern ein tiefgehendes Verständnis der Wünsche und Erwartungen der Zielgruppe im Hinblick auf Finanzdienstleistungsprodukte
- ▶ entwickeln und evaluieren zielgruppenspezifische Konzepte, Services und Kommunikationsstrategien



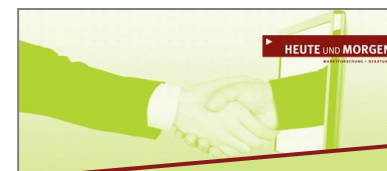
Aktuelle Ausgabe:

- Firmenkunden (unter 10 Mitarbeiter)
- Bereits erschienen:**
- Auszubildende & Studenten
 - Berufseinsteiger
 - Junge Familien
 - Beamte und ÖD
 - Existenzgründer
 - Silver Ager / Golden Ager

- ▶ www.heuteundmorgen.de/Zielgruppen.html

Customer Journey zu Finanzprodukten

- ▶ ergründen die Customer Journey des Kunden zu Finanzdienstleistungsprodukten
- ▶ zeigen Hürden und Stolpersteine auf der Reise zu einem Finanzprodukt auf



Aktuelle Ausgabe:

- Dschungel Internet: Vom Abschlusshemmer zum Abschlusstreiber

Bereits erschienen:

- Rechtsschutz
- Pflegezusatz
- Lebens-/Rentenversicherung
- GKV
- Hausrat
- BU
- Krankenzusatz

- ▶ www.heuteundmorgen.de/Customer-Journey.html

Klartext – Marktperspektiven aus Maklersicht

- ▶ gewähren einen dezierten Markteinblick in die Sicht der Makler auf relevante Produktwelten
- ▶ zeigen aktuelle Produktfavoriten und -wünsche seitens der unabhängigen Vermittler auf



Bereits erschienen:

- Klartext: Biometrie-Produkte
- Klartext: PKV-Produkte
- Klartext: Leben-Produkte
- Klartext: bKV

- ▶ www.heuteundmorgen.de/Maklerstudien.html