

Wechselaktivität bei Kfz-Versicherungen im Jahresendgeschäft 2022

Highlight: Sparverhalten und Nachhaltigkeit

Angebot zu einer Marktuntersuchung und Silent Monitoring von
Werbekontakten in sozialen Medien

Dr. Oliver Gaedeke & Niklas Geib

12. Jan. 2023

Bild: [Rudy and Peter Skitterians](#) auf [Pixabay](#)

Kfz-Versicherungsmarkt: Wechselaktivität im Jahresendgeschäft steigt wieder auf 1,8 Millionen Kfz-Versicherungsnehmer

Untersuchung zum Jahresendgeschäft im Kfz-Versicherungsmarkt

Die Wechselaktivität bei den rund 41 Mio. privaten Kfz-Versicherungsnehmern ist am Jahresende von 18 Prozent in 2021 auf 29 Prozent bis Ende November 2022 gestiegen. Nach drei Jahren des Rückgangs steigt die Wechselaktivität wieder etwa auf das Niveau von 2020. Auch die Anzahl der tatsächlichen Wechsler ist wieder von 1,3 Millionen Ende 2021 auf 1,8 Millionen Ende 2022 gestiegen. Damit haben 4,2 Prozent der Kfz-Versicherungsnehmer mit durchschnittlich 1,1 Vertragswechselln insgesamt rund zwei Millionen Verträge gewechselt. Trotz der höheren Wechselaktivität blieben die meisten Kunden (85%) dann doch ihrem bisherigen Anbieter treu. Das meiste Neugeschäft unter den Wechselln haben (in alphabetischer Reihenfolge) Allianz, AXA, HUK24, HUK-COBURG und LVM gewinnen können. Gemeinsam gewinnen diese Top5 fast die Hälfte aller Neuabschlüsse (44%).

Dies sind die Ergebnisse der Sirius Campus Marktuntersuchung „Wechselaktivität bei Kfz-Versicherungen im Jahresendgeschäft 2022“, die unter 2003 Kfz-Versicherungsnehmern ab 18 Jahren vom 1. bis zum 14. Dezember 2022 durchgeführt wurde.

Vermittlerempfehlung weiterhin wichtigster Treiber für Wechsel

Ansprachen von Vertretern, Maklern, Bankberatern oder über ein E-Mail-Alert von Vergleichsportalen bleiben wie bisher starke Treiber, damit bei einem Kfz-Versicherungskunden aus einer Wechselbereitschaft auch tatsächlich ein Kfz-Versicherungswechsel erfolgt. Mit 40 Prozent wird Geldsparen am häufigsten als Wechselmotiv genannt. Während dieses Motiv in den letzten Jahren noch ein Treiber für den tatsächlichen Wechsel war, kehrte sich die Wirkung in diesem Jahr sogar um: Personen mit einem Geldsparmotiv wechselten seltener als im Durchschnitt. Dagegen steigert die Wahrnehmung eines Beitragsanstiegs die Wechselquote. Tatsächlich ist der Beitragsanstieg mit 14 Prozent zum zweithäufigsten Wechselmotiv geworden (Vorjahr: 10%). „Der allgemeine Beitragsanstieg im Kfz-Versicherungsmarkt hat zwar die Wechselaktivität gesteigert, jedoch konnten seltener günstigere Angebote als in den Vorjahren, selbst bei Nutzung von Vergleichsportalen, gefunden werden. Versicherer haben in Zeiten der Inflation wenig Interesse an einem Preiswettbewerb“, kommentiert Dr. Oliver Gaedeke diese Entwicklung. So ist mit 34 Prozent unter den Wechselbereiten der häufigste Hinderungsgrund an einem Wechsel eine zu geringe Beitragsersparnis.

Bedeutung von Online-Kontakten nimmt zu

Kontakte im Internet zu neuen Anbietern, Anzeigen, Videos, News oder Ratgeberseiten haben in dieser Wechselphase an Einfluss auf das Wechselverhalten zugenommen. Nach den Daten eines Murmuras-Online-Monitorings von August bis November 2022 mit 470 Versicherungskunden hatten 19 Prozent Kontakt mit einer Kfz-Versicherungswerbung auf Facebook oder Instagram. Vor allem Mitte Oktober bis Mitte November haben diese Anbieter die meiste Kfz-Versicherungswerbung in diesen beiden sozialen Medien geschaltet (in alphabetischer Reihenfolge mit einer Reichweite über fünf Prozent): ADAC, Allianz, AXA, Pro Verbraucher (Makler), Verti und Zurich.

Chance Rückgewinnung von Kündigungsbereiten

Rund ein Drittel (36%) der Wechselaktiven suchen günstige Alternativen zu ihrer aktuellen Kfz-Versicherung, um mehr Verhandlungsdruck beim bisherigen Versicherer aufbauen zu können (Vorjahr: 24%). Tatsächlich schließen rund ein Viertel der Kündiger dann doch wieder eine Kfz-Versicherung bei ihrem bisherigen Anbieter ab. Vor allem Allianz, AXA, DEVK, HUK24 und VHV (in alphabetischer Reihenfolge) gelingt dies besonders gut. „Vor allem vertreterorientierte und vorsichtige Kunden scheuen einen Wechsel, da ihnen ein vertrauter Anbieter lieber ist. Versicherer mit einer kundenorientierten Kommunikation von Beitragsanpassungen und Beratungsangeboten für Tarifalternativen gelingt es, die Abwanderungsrate gering zu halten“, gibt Dr. Gaedeke zu bedenken. „Die Bedeutung der Brief- und Angebotsgestaltung außerhalb schlichter und meist schädlicher Rabattierungen wird noch zu wenig von Versicherern erkannt.“



Anzahl der Kfz-Versicherungswechsler steigt zum Jahresende wieder an

1. Untersuchung zum Wechselverhalten

Von den rund 41 Mio. Entscheidern- / Mitentscheidern für Kfz-Versicherungen waren 29 Prozent wechselaktiv. Davon haben 15 Prozent gewechselt bzw. 4,2 Prozent alle Kfz-Versicherungsnehmer

Wechselaktivität: Privater Kfz-Versicherungsmarkt



* Anzahl PKW mit privaten Besitzern, Kraftfahrtbundesamtbericht fz23_2022 (+200 Tsd. Pkws in 2021)

** bei rund 91% (Mit)Entscheidern und 64% mit einer Kfz-Versicherung (Quelle: Kundenmonitor Assekuranz 2022 und Hochrechnung für Altersgruppe 70+J)

Die Treiber für das Wechselverhalten werden zusätzlich über relevante Auswertungsgruppen wie Alter und Select Typen analysiert

Untersuchungsinhalte: Wechselaktivität

Treiber für das Wechselverhalten

- Zeitpunkt der Wechselaktivität
- Impulse
- Wechselmotive und Hauptmotiv
- Informationspunkte
- Beratungsorte für Angebote
- Anzahl genutzter Angebote
- Verhandlungen mit bisherigem Anbieter
- Abschlussort
- **Highlight: allgemeines und versicherungsspezifisches Sparverhalten im Kontext von Nachhaltigkeitsorientierung und nachhaltigen Angeboten**

Wechsel

Wechselabsicht

Treue

Entscheidungsprozess

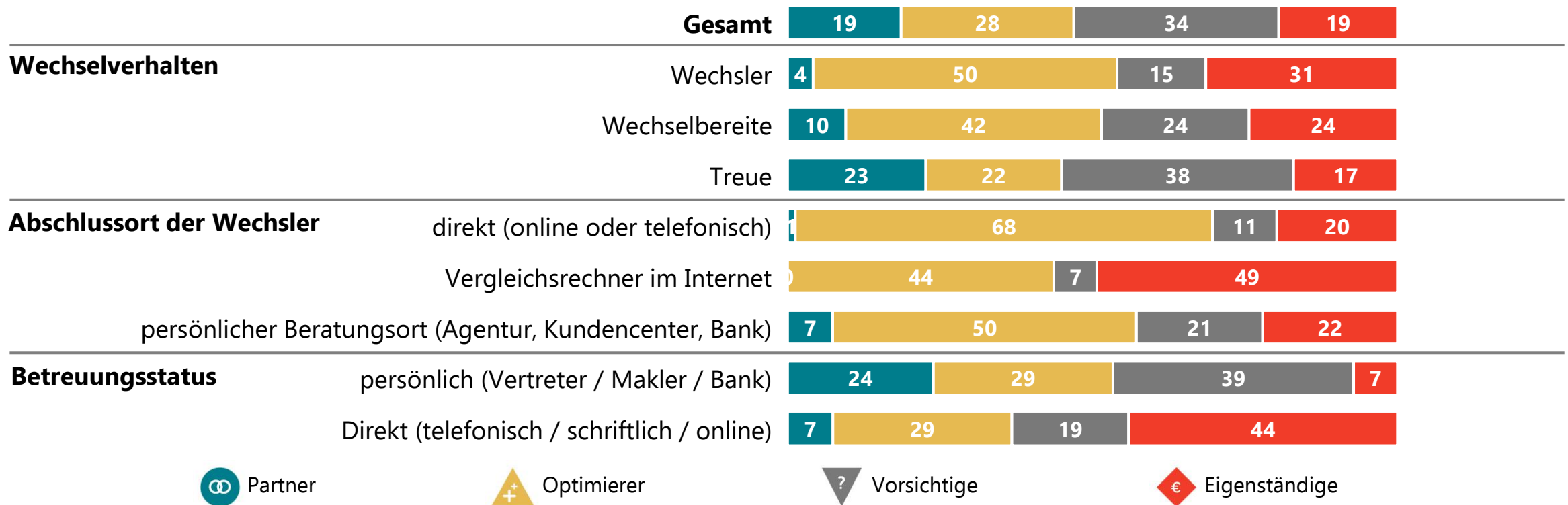
- Wechselverhalten
- Gründe für Wechsel / Treue
- Überzeugung / Kaufverstärker
- Vorteile und Leistungsumfang der neuen Kfz-Versicherung
- Gesparte Versicherungsprämie

Treiberanalyse für das Wechselverhalten und den Online-Abschluss

Optimierer und Eigenständige machen vier Fünftel aller Wechsler und zwei Drittel aller Wechselaktiven aus. Beim Abschluss bevorzugen Partner und Vorsichtige einen persönlichen Beratungsort

Wechselaktivität: Select Typen nach Wechselverhalten, Abschlussort und Betreuungsstatus

Zusatzbetrachtung: Welche Altersgruppen sind im Wechselgeschäft an den Abschlussorten zu erwarten



Basis für Wechselverhalten: alle (n=2003) für Gesamt, Basis für Abschlussort: Wechsler (n=451), Angaben in %

Kauf- und Wechselentscheidungen verlaufen entlang bestimmter Heuristiken, die in den Select Typen abgebildet sind

Untersuchungsdesign: Select Typen

jetzt auch in der **b4p** für weitere Markt- und Mediaanalysen

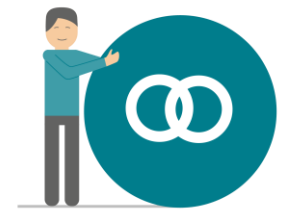
Eigenständige



„Wo finde ich das günstigste Angebot im Markt, um möglichst viel Geld bzw. Kosten zu sparen?“

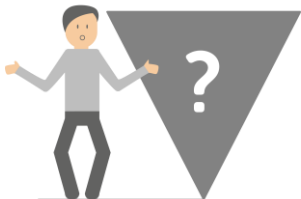
„Ist mein Vermittler bereit, sich für mich ins Zeug zu legen und eine partnerschaftliche Beziehung einzugehen?“

Partner



Eine passende Kommunikationsstrategie abgestimmt auf die vier **Select Typen** ist effektiver, da sich jeder Typ bedient und angesprochen fühlt. Die Kommunikation von Beitragsanpassungen hat einen erheblichen Einfluss auf die Wahrnehmung einer Preissteigerung und damit der Wechselaktivität.

Vorsichtige



„Wie kann ich sichergehen, dass ich nicht über den Tisch gezogen werde?“

„Was springt für mich dabei heraus?“

Optimierer



Mehr Informationen unter www.select-typen.de, jetzt auch in der b4p 2022 / mds-Online-Zählmaschine zur Mediaplanung

Wechselaktivität bei Kfz-Versicherungen im Jahresendgeschäft 2021

Gliederung der Untersuchung zum Wechselverhalten

#	Kapitel
1	Management Summary & Untersuchungsdesign
2	Wechselaktivität <ul style="list-style-type: none">▪ Wechselverhalten▪ Zielgruppen
3	Entscheidungsverhalten beim Kfz-Versicherungsabschluss <ul style="list-style-type: none">▪ Impulse und Motive▪ Beratungs- und Informationsorte▪ Entscheidungsgründe▪ Zeitpunkt der Wechselgedanken, Kündigung und des Neuabschluss▪ Jahresbeitragsbrief und Rabattangebote

Es wird eine gewichtete Marktstichprobe von 2.000 Kfz-Versicherungsnehmern, davon bis zu 500 Wechsler bzw. Kündiger erhoben

Untersuchungsdesign

Trenderhebung im September (n~2.000 Entscheider für Kfz-Versicherungsnehmer)	
<p>Entscheider / Mitentscheider für Kfz-Versicherung in privaten Haushalten n=1.500-1.600 Bev-rep-Ansprache im Online-Panel</p> <p>Inaktive, Wechselwillige, Kündiger und Wechsler anfallend 20 Minuten</p>	<p>Boost für Kündiger und Wechsler (Entscheider / Mitentscheider) ihrer Kfz-Versicherung in privaten Haushalten n=400-500 Screening im Online-Panel</p> <p>20 Minuten</p>
Erhebungszeitraum der Hauptbefragung 1. Dezember bis 12. Dezember	
Silent Monitoring September bis Dezember Silent Monitoring wird in einem Teilpanel von rund 500 Teilnehmern ab September durchgeführt. Bezieher der Silent Monitoring Option erhalten einen Zugang zu einem Murmuras Dashboard ab Zeitpunkt der Bestellung bis Ende Dezember 2022. Ferner wird für die Bezieher der Silent Monitoring Option ein monatlicher Report zu Werbekontakten zu Kfz-Versicherungen in den sozialen Medien als ppt-Bericht geliefert (Sep., Okt., Nov.).	



Das Sparverhalten nimmt in vielen Branchen zu (Zeitreihe zu 2022)

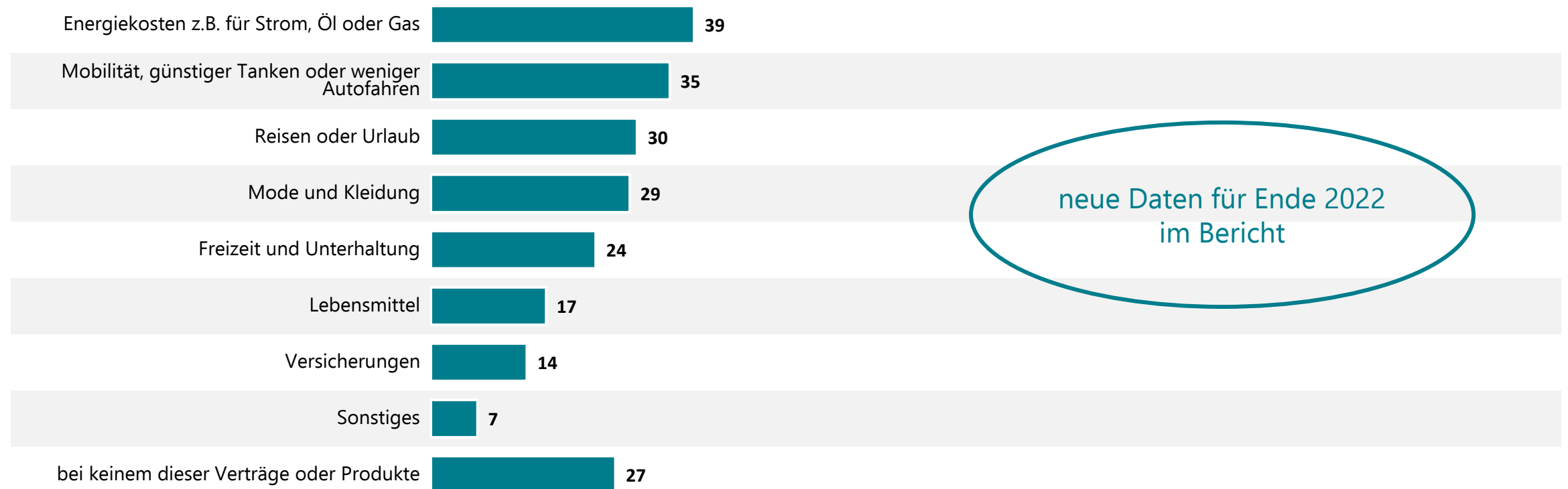
2. Highlight: Nachhaltigkeit und Sparverhalten beim (Kfz-)Versicherungsabschluss

In 2021 konnte kein Kompensationseffekt des Sparverhaltens in anderen Branchen festgestellt werden, im Gegenteil: Sparer in anderen Branchen waren etwas häufiger wechselbereit

Untersuchungsinhalt Highlight: Allgemeines Sparverhalten nach Gesamt und Wechselverhalten

Bei welchen dieser Verträge oder Produkte sparen Sie zurzeit oder planen in Zukunft Geld zu sparen?

Ergebnisse aus 2021



Angaben in %, Mehrfachantwort möglich, Basis: alle (n=1946), Ranking nach Gesamt, Erhebung 2021

Bisher gibt es nur wenige explizit nachhaltige Kfz-Versicherungen, aber dennoch habe sich einige Kunden dazu informiert

Untersuchungsinhalt Highlight: Nachhaltigkeitsangebote für Kfz-Versicherungen (Auszug)

Wir belohnen umweltbewusste Mobilität

DEVK



Jeder Beitrag zum Klimaschutz ist wertvoll. Deshalb honorieren wir das Umweltbewusstsein unserer Kunden mit besonders günstigen Tarifen und attraktiven Rabatten in der Autoversicherung:

- Fahrer von Elektrofahrzeugen erhalten einen Nachlass von 15 Prozent in der Kfz-Haftpflichtversicherung.
- Inhaber einer Jahreskarte für Bus und Bahn, eines JobTickets oder einer Bahn-Card bzw. BahnCard Comfort sparen ebenfalls beim Abschluss einer Kfz-Versicherung.

Gothaer

Unterstützen Sie die Klimaneutralität

Mitmachen und CO2-Fußabdruck kompensieren!

Egal, für welche Antriebsart Sie sich bei Ihren PKW entscheiden, Verbrennungsmotoren verursachen CO₂-Emissionen. Die Menge dieser Emissionen können Sie durch die Wahl Ihres PKW und durch Ihre Fahrweise reduzieren, dennoch - einen CO₂-Fußabdruck hinterlassen Sie durch den Betrieb Ihres Autos immer.

Mit ClimatePartner haben wir einen Partner gefunden, über den Sie die Möglichkeit haben, Ihren CO₂-Fußabdruck auszugleichen. Dies können Sie tun, in dem Sie dort **zertifizierte internationale Klimaschutzprojekte unterstützen**. Diese Projekte sparen nachweislich Emissionen von Treibhausgasen ein oder binden sie im Boden.

Mitmachen und CO₂-Fußabdruck kompensieren!

AdmiralDirekt

Über uns Kontakt Ratgeber

Kfz-Versicherungen Rechtsschutzversicherung Schaden melden

Angebot berechnen



Die nachhaltige Kfz-Versicherung!

bessergrün PRODUKTE PROJEKTE ÜBER UNS UNSER KONZEPT VERTRIEBSPARTNER 02203 500 2225

Startseite > Produkte > Kfz-Versicherung

KFZ-VERSICHERUNG

Sie möchten Ihr Auto grün versichern? Dann sind Sie hier richtig. Unsere Versicherungspartner, die Itzehoer Versicherungen und die Direktvertriebsmarke AdmiralDirekt bieten Ihnen Autoversicherungen mit nachhaltigem Mehrwert: Pro Vertrag pflanzen wir einen Baum und legen alle Beiträge zu 100 % in nachhaltige Kapitalanlagen an.

grün versichert

Unser Konzept Für Kunden Für Makler Blog

Versicherungen

Nachhaltig und ökonomisch

Wir bieten Ihnen die Möglichkeit an, Versicherungen abzuschließen, bei denen Ihre Versicherungsbeträge nicht in Anlageformen fließen, in die Sie privat auch nicht investieren würden. Sie erhalten unsere nachhaltigen „grün versichert“ Versicherungsprodukte bei Ihrem Makler, oder direkt bei uns.

nachhaltige Kfz-Versicherung

jetzt den Kfz-Wechseltarif über **wefox insurance** rechnen und sichern!

Itzehoer

Produkte Services Karriere Unternehmen Presse Aktuelles

Auto versichert, Baum gepflanzt

Mit Ihrer Kfz-Versicherung können Sie jetzt einen Beitrag zu mehr Nachhaltigkeit leisten. Seit 2019 bieten die Itzehoer Versicherungen als Partner von bessergrün den Kfz-Schutz mit nachhaltigen Mehrwerten an.

Sparverhalten und Nachhaltigkeitsorientierung muss nicht unbedingt ein Widerspruch sein

Untersuchungsinhalte Highlight: Sparverhalten und Nachhaltigkeit

Sparverhalten

- **Wahrnehmung** und subjektive **Betroffenheit** durch die gestiegene **Inflation** und speziell der Energiepreise
- Absichten bzw. tatsächliches **Verhalten beim Sparen** (Zeitreihe)
- konkrete **Sparverhalten bei der Mobilität**, z. B. mehr ÖPNV-Nutzung, langsamer Fahren, etc.
- **Sparverhalten bei Versicherungen** und speziell bei der Kfz-Versicherung
 - Wechsel vs. Leistungsreduktion / höherer Selbstbehalt
 - Nachfrage / Verhandlung beim aktuellen Anbieter
 - Bündelung von Versicherungen, um Bündelnachlass zu erhalten

Nachhaltigkeit

- aktive **Suche nach nachhaltigen Angeboten**
- **Kenntnisse** über mögliche Nachhaltigkeitskonzepte von Kfz-Versicherungen
- **Wahrnehmung von nachhaltigen Angeboten** bei der Suche
- Hinweis bzw. Fragen zum Wunsch nach nachhaltigen Angeboten bei der Anfrage / Angebotsrechnung gemäß Vermittlerrichtlinie
- Berücksichtigung und **Auswahl** von nachhaltigen Kfz-Versicherungen beim Wechsel
- **Preisbereitschaft** für Nachhaltige Angebote

Nachhaltigkeit und Sparverhalten beim Kfz-Versicherungsabschluss

Gliederung der zwei Highlights der Untersuchung in 2022

#	Kapitel	Seite
1	Management Summary	
3	Informationsverhalten und Nutzung zur Nachhaltigkeit bei Kfz-Versicherungen	
4	Allgemeines und versicherungsspezifisches Sparverhalten im Rahmen der Inflation	



Werbeaktivität in den sozialen Medien wird immer wichtiger, aber wie gut sind wir im Vergleich zu anderen Anbietern?

3. Silent Monitoring von Werbekontakten in sozialen Medien (Murmuras)

Über Silent Monitoring

Durch die neue Technologie „Silent Monitoring“ werden Konsum- und Werberelevante Nutzungsdaten aus Handy-Apps wie Facebook, Instagram oder TikTok erfasst.

Hieraus zeigt sich u.a.:

- Welche App- und Online Trends zeichnen sich für meine Zielgruppen ab?
- Wie erfolgreich sind meine Werbeanzeigen und wie gut ist mein Branding?
- Wen bewerben meine Wettbewerber in den sozialen Netzwerken und sind sie erfolgreicher als ich?

Neben umfassenden Analysen und Präsentationen erhalten Unternehmen Zugang zu einem Dashboard, wo sie individuelle Deep Dive Analysen durchführen können. Die Daten werden stets DSGVO-konform und auf deutschen Servern verarbeitet.



SILENT MONITORING TEIL I

Competitive Intelligence

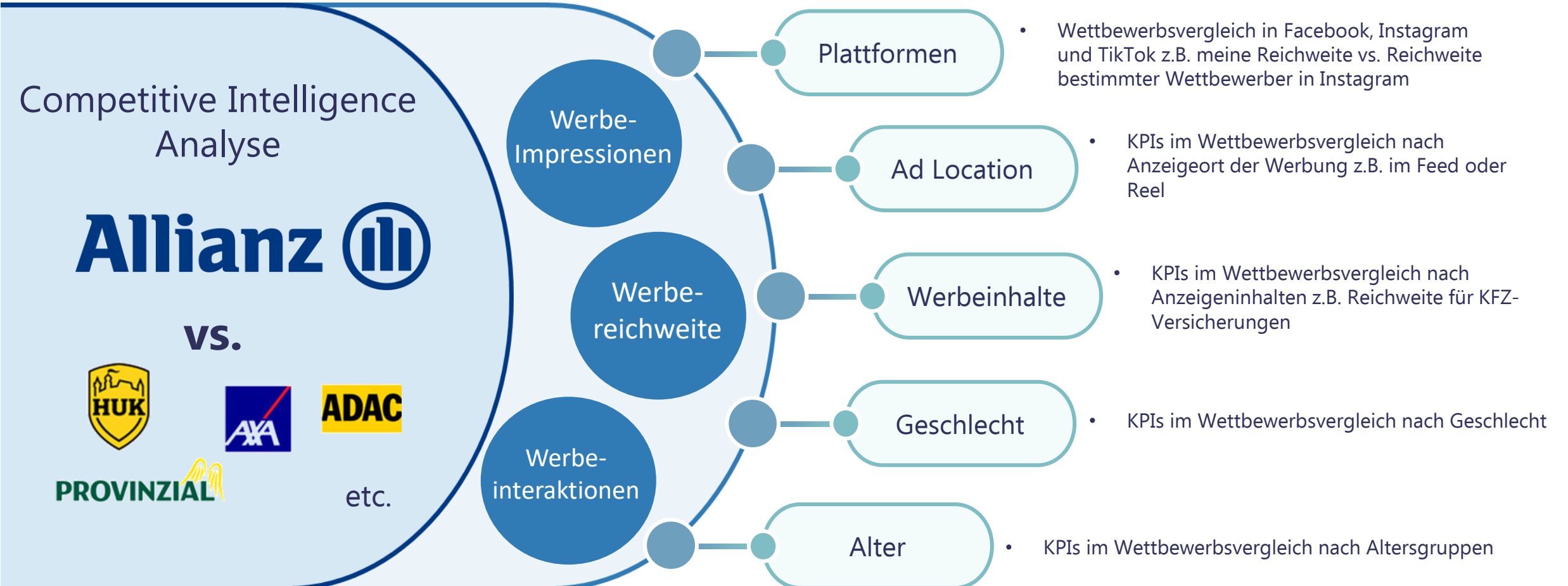


Markt

KPIs

Dimensionen

Beschreibung



In diesem Bericht werden nur die Silent Monitoring Daten von den mobile Apps von Facebook und Instagram verwendet

Untersuchungsdesign

- Die Nutzungsdauer von mobilen Endgeräten übersteigt die PC-Nutzung jedoch bereits um ein Vielfaches. Damit ist die Erreichbarkeit der Online-Werbung auf mobilen Endgeräten wesentlich höher.
- Mit unseren Partnerunternehmen **Murmuras** bietet Sirius Campus ein Silent Monitoring auf mobilen Android-Endgeräten als zusätzliche Erhebungsquelle an. Hiermit können u.a. folgende Parameter ermittelt werden:
 1. Kontakte zu allgemeiner und spezifischer Kfz-Versicherungs-Werbung
 - Häufigkeit der eingeblendeten Versicherungs-Werbung in genutzten Apps auf mobilen Endgeräten
 - Versicherer und zum Teil auch Inhalte von Werbung
 2. Nutzerreaktionen
 - Likes, Shares, Comments, Clicks-leading-to-browser in ausgewählten Apps
 - Klicks auf Werbeanzeigen
- In dieser Datenauswertung wird nur die **Erfassung von Werbung bei Facebook und bei Instagram** berücksichtigt. Weitere Werbekontakte können im Online-Dashboard von Murmuras analysiert werden.
- Die Daten sind auf Basis einer parallelen Panel-Befragung der teilnehmenden User gewichtet.
- **Insgesamt liegen 470 Personen dieser Stichprobe zugrunde, davon sind 285 Kfz-Versicherungsnehmer.**

Datenerfassung in den sozialen Netzwerken

- ✓ Facebook Ads
- ✓ Instagram Ads
- ✓ Tiktok Ads
- ✓ Google Searches & Webseiten-Besuche

Wechselaktivität bei Kfz-Versicherungen im Jahresendgeschäft 2022

Silent Monitoring Untersuchung

Gliederung

#	Kapitel
1	Management Summary & Untersuchungsdesign
2	Reichweite von Werbung in Soziale Medien
3	Werbekontakte einzelner Versicherungsmarken



Profitieren von Market Insights auf unterschiedlichen Ebenen

4. Flexibles Angebot

Bestellung der Marktuntersuchung „Kfz-Versicherungs- Jahresendgeschäft 2022“ – alle Angebote mit Management Summary und Tabellenbände

Bitte als Scan an info@siriuscampus.de

Mit dem Ankreuzen bestelle ich verbindlich die folgende Ergebnislieferung der oben genannten Untersuchung

Wählen Sie die für Sie passende Variante aus

Market Profile

- ✓ **Untersuchung zum Wechselverhalten**

4.300 €

Market Potential

- ✓ Untersuchung zum Wechselverhalten
- ✓ **Highlight „Sparen & Nachhaltigkeit“**

4.900 €

Market Potential + Silent Monitoring

- ✓ Untersuchung zum Wechselverhalten
- ✓ **Zusatzanalyse Werbung in Facebook und Instagram (Silent Monitoring)**

4.900 €

Market Potential PLUS

- ✓ Untersuchung zum Wechselverhalten
- ✓ **Highlight „Sparen & Nachhaltigkeit“**
- ✓ **Zusatzanalyse Werbung in Facebook und Instagram (Silent Monitoring)**

5.900 €

bitte ankreuzen Hiermit akzeptieren wir die Angebotsbedingungen auf der folgenden Seiten.

Name, Vorname:	E-Mail:
Abteilung / Position:	Tel.:
Unternehmen:	Stempel:
Straße, Nr.:	Datum:
PLZ Ort:	Unterschrift:

Alle Preise verstehen sich zzgl. der ges. MwSt. (Leistungen wie zuvor beschrieben)

Angebotsbedingungen für Mehrbezieher-Untersuchungen

Angebotsbedingungen

- Bei weniger als vier Bestellern behält sich Sirius Campus vor, die Untersuchung zu einem späteren Zeitpunkt durchzuführen.
- Die Preise für die vorgestellte Marktuntersuchung beziehen sich nur auf die dargestellten Leistungen und dazugehörigen Bedingungen. Änderungen der Leistungen erfordern eine textliche Vertragsanpassung inkl. angepasster Leistungsbeschreibung und angepasstem Investitionsumfang für den Auftraggeber.
- Die Rechte am konzeptionellen und methodischen Vorgehen inkl. spezifischer Analysekonzepte und Nutzung existierender Kunden-, Berater- oder Vermittlertypen liegen und verbleiben unbefristet bei der Sirius Campus GmbH.
- Es gelten die gesetzlichen Bestimmungen für Gewährleistungen im Rahmen der projektbezogenen Leistungen für Beratung und Forschung. Die Sirius Campus GmbH haftet nicht für die Umsetzung von Handlungsempfehlungen durch den Auftraggeber für wirtschaftliche oder andere Zwecke des Unternehmens und möglicher Folgeschäden.
- Diese Marktuntersuchung sowie alle einzelnen Untersuchungsergebnisse sind Eigentum der Sirius Campus GmbH.
- Den Beziehern ist nur eine unternehmensinterne Verwendung der Untersuchungsergebnisse gestattet. Die Weitergabe an Dritte ist nicht gestattet.
 - Einzelne Ergebnisse aus dem Bericht dürfen ohne Rücksprache mit Sirius Campus den Außendienstmitarbeitern (Ausschließlichkeitsvertrieb) des eigenen Unternehmens zur Verfügung gestellt werden. Dies gilt auch z. B. für Vertriebsmitarbeiter in kooperierenden Sparkassen. Dabei wird nicht die komplette Marktuntersuchung weitergeleitet, sondern nur Auszüge oder Einzelergebnisse.
- Veröffentlichungen in der Presse sind nicht ohne Zustimmung durch Sirius Campus möglich.
- Alle Investitionen (Preise) verstehen sich zzgl. der gesetzlichen Umsatzsteuer. 60% des Auftrags werden mit der Bestellung in Rechnung gestellt, den Restbetrag zzgl. möglicher Reisekosten und Zusatzbestellungen mit Projektabschluss. Wenn nicht anders vermerkt werden Reisekosten Bahnfahrt 2. Klasse, Economy Flugreisen und PKW mit 0,40 € / km in vollem Umfang mit der Abschlussrechnung in Rechnung gestellt. Die Rechnungen sind innerhalb von 14 Tagen nach Zustellung fällig. Abzüge oder Skonti werden nicht gewährt.



5. Kontakt

Das Projektteam

Kontakt

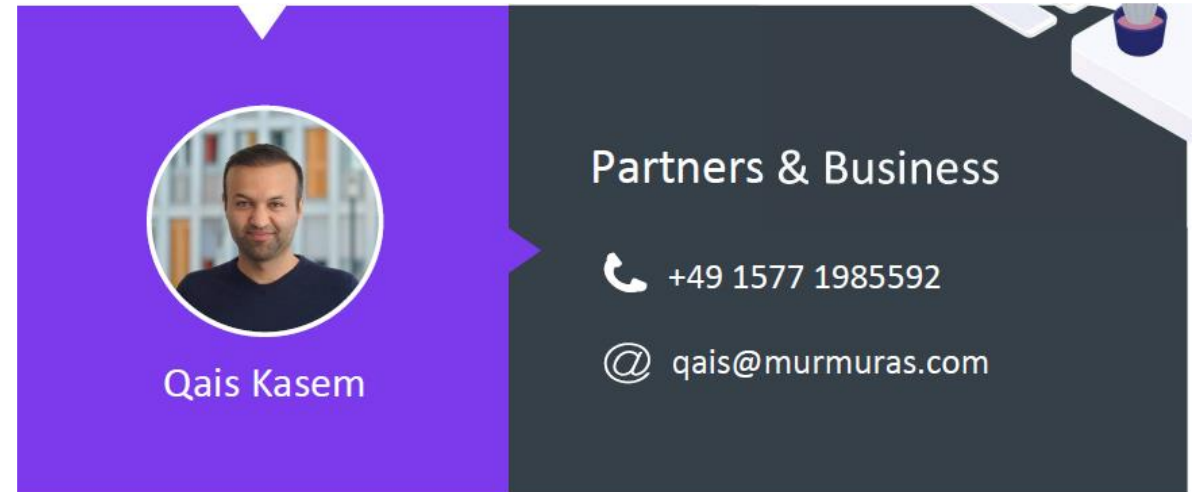


Dr. Oliver Gaedeke

Geschäftsführer

Oliver.Gaedeke@siriuscampus.de

Direkt: +49 152 38 24 66 40





sirius
campus

Verkaufst du noch oder gestaltest
du schon den Entscheidungsprozess
deiner Kunden?

Sirius Campus GmbH | Im Klapperhof 33c | 50670 Köln

info@siriuscampus.de | +49 221 42 330 200 | www.siriuscampus.de

Geschäftsführer: Christoph Müller & Dr. Oliver Gaedeke | Sitz der Gesellschaft: Köln | Handelsregister: HRB 94315 | Amtsgericht Köln