

Wechselaktivität bei Kfz-Versicherungen im Jahresendgeschäft 2023

Highlight: Jahresbeitragsbrief und Mobilitätsgarantie

Angebot zu einer Marktuntersuchung

Dr. Oliver Gaedeke & Rena Kloppers

Jan. 2024

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

Kfz-Versicherungsmarkt: Wechselaktivität im Jahresendgeschäft steigt wegen Beitragssteigerungen auf 2,1 Millionen Kfz-Versicherungsnehmer

Untersuchung zum Jahresendgeschäft im Kfz-Versicherungsmarkt

2,1 Mio. Kfz-Versicherungsnehmer haben zum Jahresende 2023 im Durchschnitt 1,1 Verträge gekündigt und bei einem neuen Kfz-Versicherungsanbieter abgeschlossen. Mit insgesamt rund 2,3 Mio. Vertragswechsellern ist im Vergleich zum Vorjahr ein Wachstum der Wechselaktivität von rund 20 Prozent zu verzeichnen (2022: 1,9 Mio.). Bei durchschnittlich 640 Euro Jahresbeitrag sind insgesamt rund 1,47 Mrd. Euro im Kfz-Versicherungsmarkt bewegt worden. Drei Viertel der Kfz-Versicherungswechsler (73%) konnten im Durchschnitt 145 Euro durch den Vertragsabschluss bei einem neuen Anbieter sparen. Unter den Wechsellern sind überdurchschnittlich häufig 31- bis 50-Jährige sowie Versicherungskunden, die durch eine hohe Suchaktivität, intensive Angebotsvergleiche und geringer Markenbindung ihre Vertragsbeziehungen regelmäßig optimieren. Während diese Optimierer im Gesamtmarkt weniger als ein Drittel (30%) ausmachen, sind es unter den Wechsellern fast die Hälfte (46%).

Das meiste Neugeschäft unter den Wechsellern haben (in alphabetischer Reihenfolge) Allianz, Allianz Direct, HUK24, HUK-COBURG und LVM erzielen können. Gemeinsam gewinnen diese fünf Anbieter mehr als ein Drittel aller Neuabschlüsse (36%). Weitere Anbieter mit überdurchschnittlich viel Neugeschäft sind (in alphabetischer Reihenfolge für Rang 6 bis 10): ADAC Versicherungen, AXA, Debeka, DEVK und HDI.

Dies sind die Ergebnisse der Sirius Campus Marktuntersuchung „Wechselaktivität bei Kfz-Versicherungen im Jahresendgeschäft 2023“, die unter 2031 Kfz-Versicherungsnehmern ab 18 Jahren vom 1. bis zum 10. Dezember 2023 durchgeführt wurde.

Beitragsbrief weckte Wechselaktivität

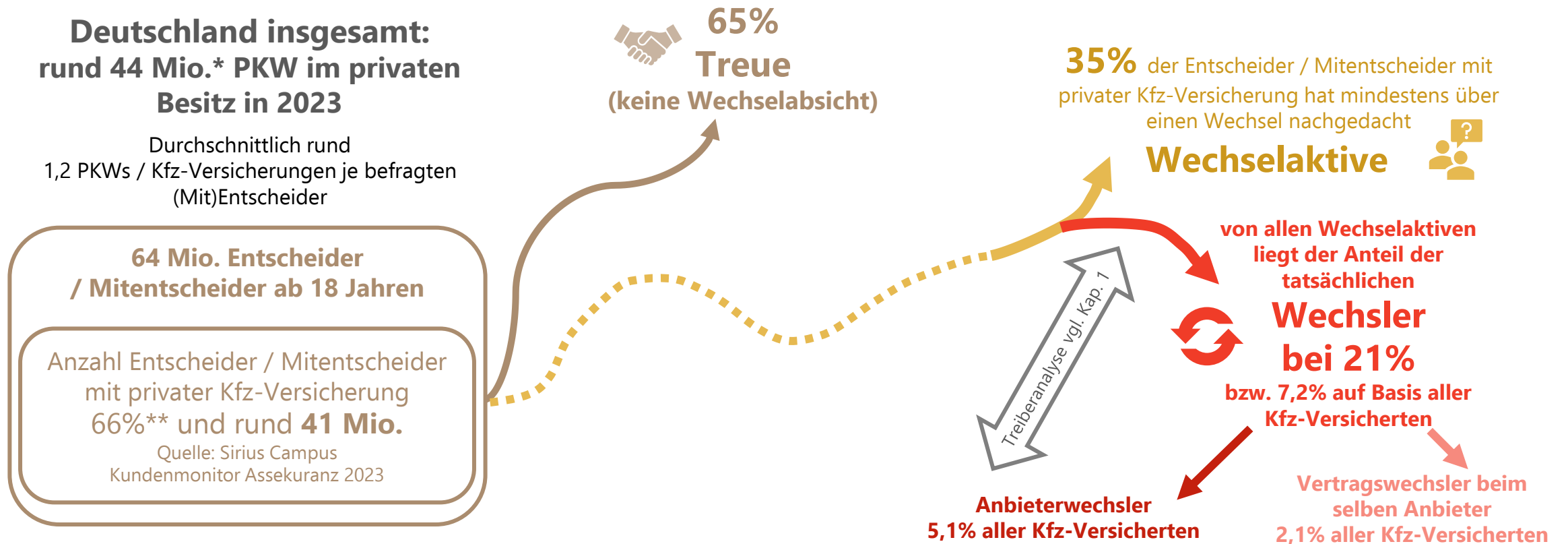
Nach wie vor bleiben Ansprachen von Vertretern, Maklern, Bankberatern oder Vergleichsportalen ein starker, aber seltener Treiber für den Anbieterwechsel. Nur rund zwei Prozent der Kfz-Versicherungsnehmer werden von einem Vermittler angesprochen. Dagegen haben fast ein Zehntel (9%) aller Kfz-Versicherungsnehmer ihren Jahresbeitragsbrief als Impuls für ihre Wechselaktivität angegeben. Unter den Wechselaktiven hat sich die Wahrnehmung eines Beitragsanstieg von 26 Prozent Ende 2021 auf 41 Prozent Ende 2023 erheblich gesteigert und befindet sich nunmehr auf Rang zwei der Wechselmotive. Nach wie vor ist Geldsparen mit 67 Prozent Nennungen unter den Wechselaktiven das primäre Wechselmotiv (2021: 70%). Durch die gestiegene Inflation berichten mit 35 Prozent der Wechselbereiten deutlich mehr in diesem Jahr, kein besseres Angebot gefunden zu haben (2021: 27%). „Die Gestaltung des Jahresbeitragsbriefes hat einen klaren Einfluss auf die Wechselaktivität der Kunden. Denn ganz bestimmte Informationen aus dem Brief steuern die Aufmerksamkeit und können unter Wirkung von Behavioral Economics Effekten die Wechselaktivität erheblich reduzieren“, kommentiert Dr. Oliver Gaedeke, Gründer und Geschäftsführer der Sirius Campus GmbH.

Produktleistungen sind auch Wechsellern wichtig

Konstant zwei Fünftel (38%) der Wechsler sparen durch den Nachlass bei jährlicher Zahlung. Ein Viertel (23%) der Wechsler nutzt einen Schadenservice mit Werkstattbindung und ein Zehntel (11%) hat die zusätzliche Sparmöglichkeit durch einen Telematik-Tarif gewählt. Dagegen achten zwei Fünftel (38%) auf eine hohe Absicherung bei Teilkaskoschäden. Auch die freie Werkstattwahl haben ein Drittel der Wechsler (32%), ein Schadenfreiheitsrabatt-Retter ein Viertel (24%) und einen Schutzbrief ein Fünftel (20%) für ihren neuen Vertrag gewählt. „Kfz-Versicherungswechsler wollen zwar Geld sparen, aber sie wollen auch eine gute Absicherung. Nur eine kundenorientierte Produktgestaltung mit Fokus auf die relevanten Leistungen für einzelne Zielgruppen ermöglicht ein erfolgreiches Neugeschäft während der Kfz-Wechselphase“, gibt Dr. Oliver Gaedeke zu bedenken.

Von den rund 41 Mio. Entscheidern- / Mitentscheidern für Kfz-Versicherungen waren 35 Prozent wechselaktiv. Davon haben 21 Prozent gewechselt bzw. 7,2 Prozent alle Kfz-Versicherungsnehmer

Wechselaktivität: Privater Kfz-Versicherungsmarkt



* Anzahl PKW mit privaten Besitzern, Kraftfahrtbundesamtbericht fz23_2023

** bei rund 91% (Mit)Entscheidern und 64% mit einer Kfz-Versicherung (Quelle: Kundenmonitor Assekuranz 2023 und Hochrechnung für Altersgruppe 70+J)

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

Wechselaktivität: Analyse mit den Select Typen

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

Eigenständige



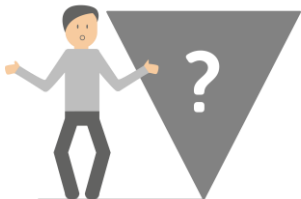
„Wo finde ich das günstigste Angebot im Markt, um möglichst viel Geld bzw. Kosten zu sparen?“

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

Partner



Vorsichtige



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

„Was springt für mich dabei heraus?“

Optimierer



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

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

Wechselaktivität: Untersuchungsinhalte

Treiber für das Wechselverhalten

- Zeitpunkt der Wechselaktivität
- Impulse
- Wechselmotive und Hauptmotiv
- Informationspunkte
- Beratungsorte für Angebote
- Anzahl genutzter Angebote
- Verhandlungen mit bisherigem Anbieter
- Abschlussort

Wechsel

Wechselbereite

Treue

Entscheidungsprozess

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

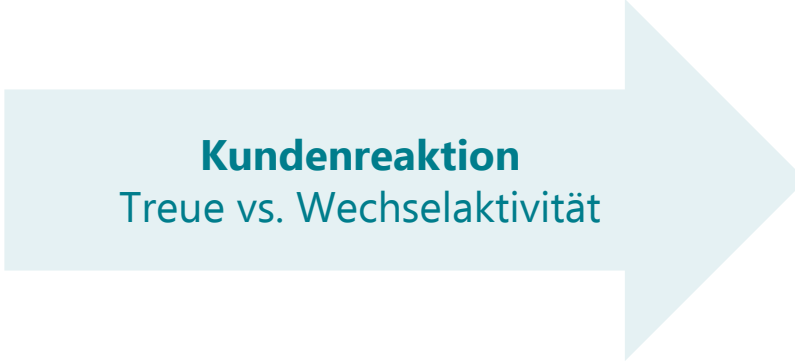
Treiberanalyse für das Wechselverhalten und den Online-Abschluss

Auf Basis einer empirischen Untersuchung über 10 Briefvarianten lassen sich sehr konkrete Empfehlungen für die Briefkommunikation von Preissteigerungen geben

Highlight: Gestaltungstest des Jahresbeitragsbriefes

Informationen / Briefgestaltung

- Höhe der Preissteigerung
- Art der Begründung der Preissteigerung
- Darstellung von Produktleistungen
- Aufzeigen von Sparmöglichkeiten
- Umfang der Information / Textlänge
- Siegel und Auszeichnungen
- Darstellung von Rabatten



Kundenreaktion
Treue vs. Wechselaktivität

Wirkung

- mentale Aktivierung
- Fokussierung der Aufmerksamkeit
- Stärkung der Default-Haltung
- Framing
- Decoy Effekt: Vereinfachung einer möglichen Entscheidung
- ...

2021 könnten sich 17 Prozent der Kfz-Versicherungsnehmer sich beim Kauf eines neuen Fahrzeuges den Abschluss eines Mobilitätsgarantie-Angebotes vorstellen – wie sieht es 2023 aus?

Highlight Mobilitätsgarantie

Wiederholungsmessung

- Im Jahr **2021** wurden Fragen zur Kfz-Versicherung der Zukunft rund um das Thema **Mobilitätsgarantie** untersucht.
- In diesem Jahr werden einige Fragen aus dem Highlight 2021 erneut und weiterer Fragen zu den Erwartungen an die Kfz-Versicherung der Zukunft gestellt.

Themenbereiche

- **E-Mobilität**
- **Finanzierungsangebote**, z. B. Flatrate Inspektion während Garantiezeit
- **monatlich wählbare Leistungen**, z. B. weiteren Fahrer mitversichern
- **Mobilitätsgarantien**, diverse Assistancen
- **innovative Zusatzleistungen**, z. B. Cyber-Risiken, Benzinpreisschutz
- **Mobilität in der Zukunft**, z. B. autonomes Fahren

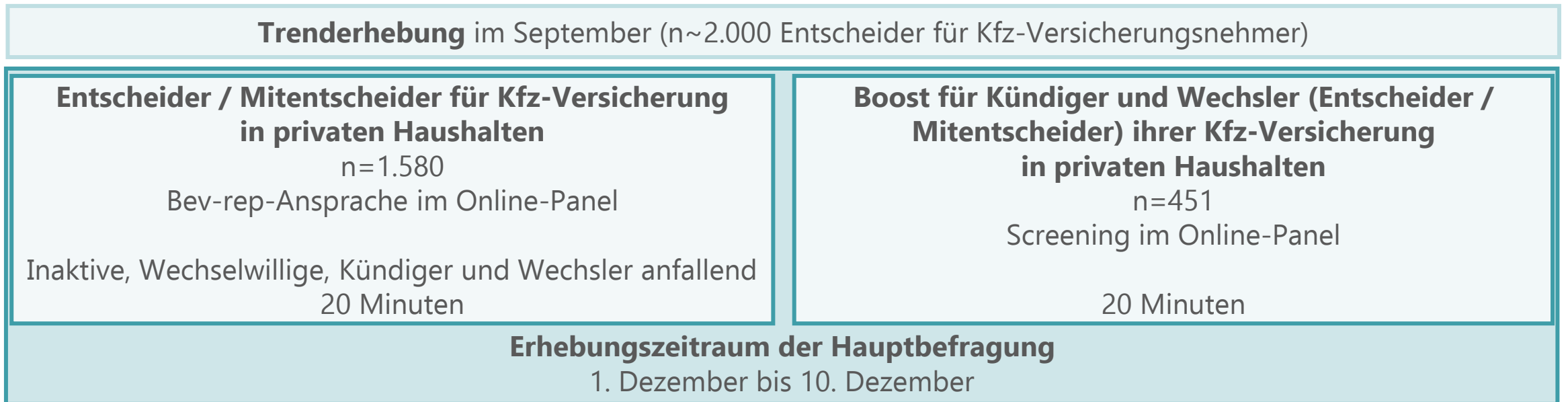
Einblick Ergebnisse 2021

17 Prozent könnten sich den Abschluss von **Mobilitätsgarantie-Angeboten** vorstellen
(Top2Box „bestimmt“ + „wahrscheinlich“)

10 Prozent der Kfz-Versicherungsnehmer finden **Mobilitätsgarantie-Angebote** besonders attraktiv
= 4,1 Mio. Versicherungsnehmer

Es wurde eine gewichtete Marktstichprobe von über 2.000 Kfz-Versicherungsnehmern, davon 451 Wechsler bzw. Kündiger erhoben

Untersuchungsdesign



Wechselaktivität bei Kfz-Versicherungen im Jahresendgeschäft 2023

Gliederung des Hauptberichts

- | # | Kapitel |
|---|--|
| 1 | Management Summary & Untersuchungsdesign |
| 2 | Wechselaktivität |
| 3 | Entscheidungsverhalten beim Kfz-Versicherungsabschluss <ul style="list-style-type: none">▪ Impulse und Motive▪ Beratungs- und Informationsorte▪ Entscheidungsgründe▪ Jahresbeitragsbrief und Rabattangebote |
| 4 | Untersuchungsdesign |

Bestellung der Marktuntersuchung „Kfz-Versicherungs- Jahresendgeschäft 2023“

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

- ✓ **Tabellenband und Bericht zum Wechselverhalten**

4.200 €

Market Potential

- ✓ Tabellenband und Bericht zum Wechselverhalten
- ✓ **Highlight „Jahresbeitragsbrief und Mobilitätsgarantie“**
- ✓ **Teilnahme an Online-Konferenz zum Jahresbeitragsbrief an 26. Feb. inkl.**

5.300 €

Market Potential PLUS

- ✓ Trendanalyse September
- ✓ Untersuchung zum Wechselverhalten
- ✓ Highlight „Jahresbeitragsbrief und Mobilitätsgarantie“
- ✓ Teilnahme an Online-Konferenz zum Jahresbeitragsbrief an 26. Feb. inkl.
- ✓ **individueller Ergebnis-Workshop und Bewertung des eigenen Jahresbeitragsbriefes**

6.900 €



Hiermit akzeptieren wir die Angebotsbedingungen auf der folgenden Seite.

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

- Die Preise für die vorgestellte Marktuntersuchung beziehen sich nur auf die dargestellten Leistungen und dazugehörenden 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.



Bei Fragen spricht uns gerne an

Kontakt und über Sirius Campus



Das Projektteam

Kontakt



Dr. Oliver Gaedeke

Geschäftsführer

Oliver.Gaedeke@siriuscampus.de

Direkt: +49 152 38 24 66 40



Rena Kloppers

Consultant

Rena.Kloppers@siriuscampus.de

Direkt: +49 152 38 246 498

Entscheidungsprozesse mit Behavioral Economics optimieren und Erfolge ernten

Über Sirius Campus

Wirksame Angebote entwickeln



Kunden entschieden machen



Aufmerksamkeitsstarke Ansprache gestalten



Kauf- und Preisbereitschaft steigern



Absatz und Ertrag steigern





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