

Wechselaktivität bei Kfz-Versicherungen im Jahresendgeschäft 2025

Fokus: Briefkommunikation der Beitragsanpassung und Wirksamkeit von Vorteilsangeboten für Neukunden

Prämien steigen, aber Wechselverhalten bleibt geringer als erwartet, dank fehlender Alternativen, guter Kommunikation und Beratungsqualität der Vertreter

Hintergrund und Zielsetzung

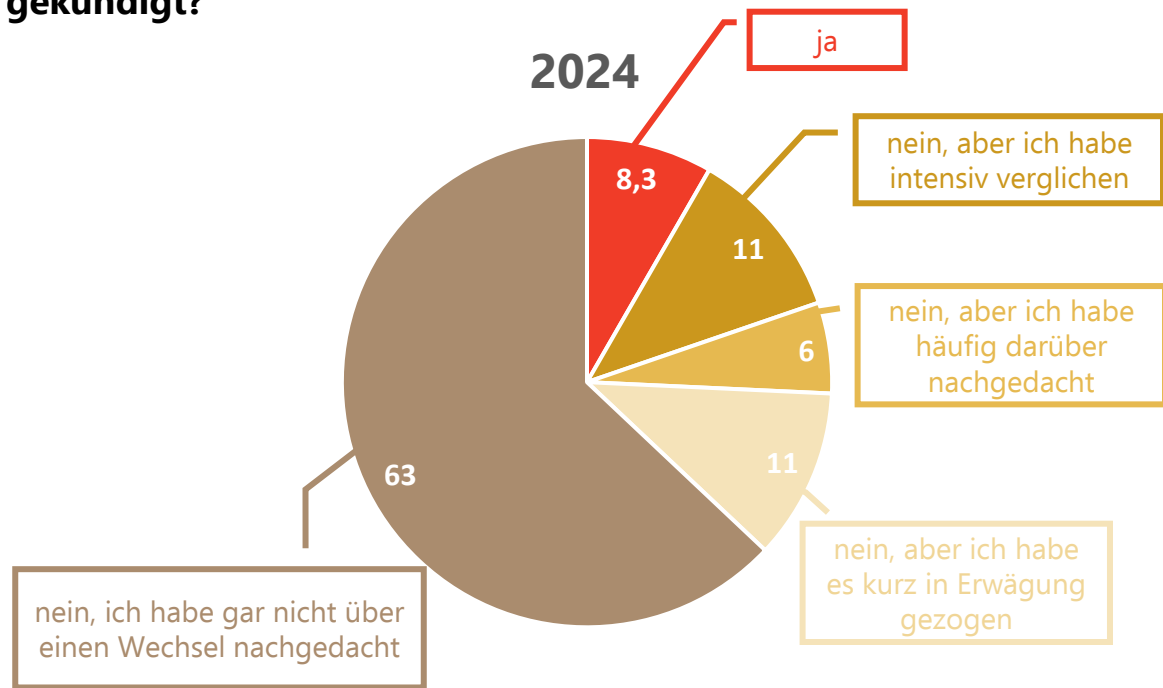
- Der volumenstarke Kfz-Versicherungsmarkt bleibt umworben, wenn auch viele Anbieter nun erst einmal die Wirtschaftlichkeit ihrer Tarife im Blick haben. Denn weiterhin steigende Reparaturkosten haben bereits die 2025er-Tarife teilweise mit bis zu 50 Prozent Beitragssteigerung belegt. Und auch dieses Jahr kann weiter von **Beitragsanpassungen** als von verbraucherfreundlichen Preiskämpfen ausgegangen werden.
- Die **Kommunikation von Beitragsanpassungen** sind deswegen weiterhin ein wichtiger Hebel, die Kündigungsquote gering zu halten und höhere Preise für ein auskömmliches Geschäft durchzusetzen. Laut der letzten Erhebung unter Kfz-Versicherungsnehmer lesen 82 Prozent ihren Jahresbeitragsbrief. Auch Ausschließlichkeitsvertreter* berichten, dass sich im letzten Jahr ihre Kunden wegen Beitragssteigerungen am häufigsten wegen der Kfz-Versicherung bei ihnen gemeldet haben. Laut Vertreterbefragung richteten 16 Prozent aller Ausschließlichkeitskunden eine Beratungsanfrage an ihre Agentur. Meist konnte durch Tarifanpassungen eine Kündigung verhindert werden. Aber nicht alle Kunden gehen zum Vertreter und lassen sich beraten. Nach Einschätzung von Vertretern aus 22 Gesellschaften haben sechs Prozent eine Versicherung wegen einer Beitragsanpassung zum Jahresende 2024 gekündigt.
- Die **Briefgestaltung und Kommunikation von Beitragsanpassungen** sowie die Hinführung zu möglichen Beratungsorten für eine Tarifanpassung sind deswegen weiterhin zentrale Hebel für die Kundenbindung. Dies wollen wir in diesem Jahr zusätzlich untersuchen.
- Weiterhin werfen wir einen Blick auf **Vorteilsangebote einer Kfz-Versicherung** für Neukunden. Dabei wird es nicht nur um Boni / Incentives gehen, sondern auch um psychologische Sicherheitsversprechen. Denn eine Wechselhürde für viele Kunden ist die Unsicherheit, die mit einem neuen Anbieter verbunden werden.
- Schließlich wollen wir in unserer **Kernuntersuchung zum Wechselverhalten und zur Customer Journey** unsere Hochrechnung auf die Hauptfälligkeit zum Jahresende fokussieren. Dies sollte eine bessere Schätzung unserer Wechselquote liefern.

Quelle: Sirius Campus Erfolgsfaktoren im Ausschließlichkeitsvertrieb 2025

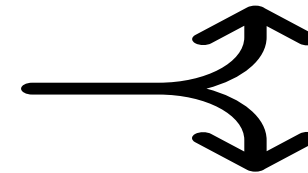
Wechselaktivität in der Kfz-Versicherungssparte zum Jahresende 2024

Wechselaktivität: Messung und Differenzierung

Haben Sie in diesem Jahr zum Stichtag 30.11. eine Ihrer Kfz-Versicherungen zum 01.01.2025 gewechselt oder zumindest schon gekündigt?



**Wechsler zur Hauptfälligkeit
Ende 2025**



**Wechsler zur unterjährigen Fälligkeit
zum Zeitpunkt des
Vertragsabschlusses**

Basis: Angaben in %, alle, je Welle n~2.000, Angaben in %, Schätzfehler rund +/-1 Prozentpunkte auf dem 95%igen Sicherheitsniveau

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

Wechsel

Wechselbereite

Treue

Entscheidungsprozess

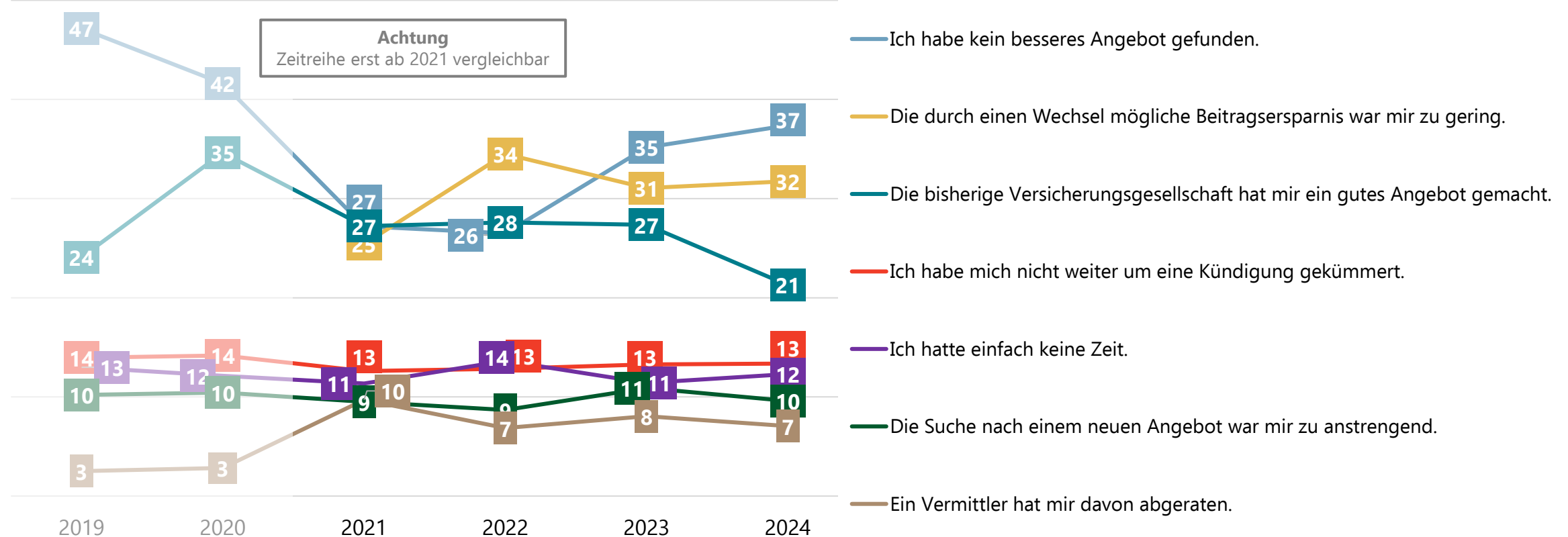
- Wechselverhalten
- Gründe für Wechsel / Treue
- Überzeugung / Kaufverstärker
- Vorteile und Leistungsumfang der neuen Kfz-Versicherung
- gesparte Versicherungsprämie
- Abschlussort

Treiberanalyse für das Wechselverhalten und den Online-Abschluss

In Treiber- und Trendanalysen wird der Frage nachgegangen, welche Motive, Informationsorte und Suchinhalte den größten Einfluss auf das Wechselverhalten (Treue vs. Wechsel) haben

Entscheidungsverhalten: Trendanalyse Gründe gegen Wechsel

Warum haben Sie sich schlussendlich doch gegen eine Kündigung der Kfz-Versicherung für Ihren [AUTO] entschieden?
(Filter: Wechselbereite)

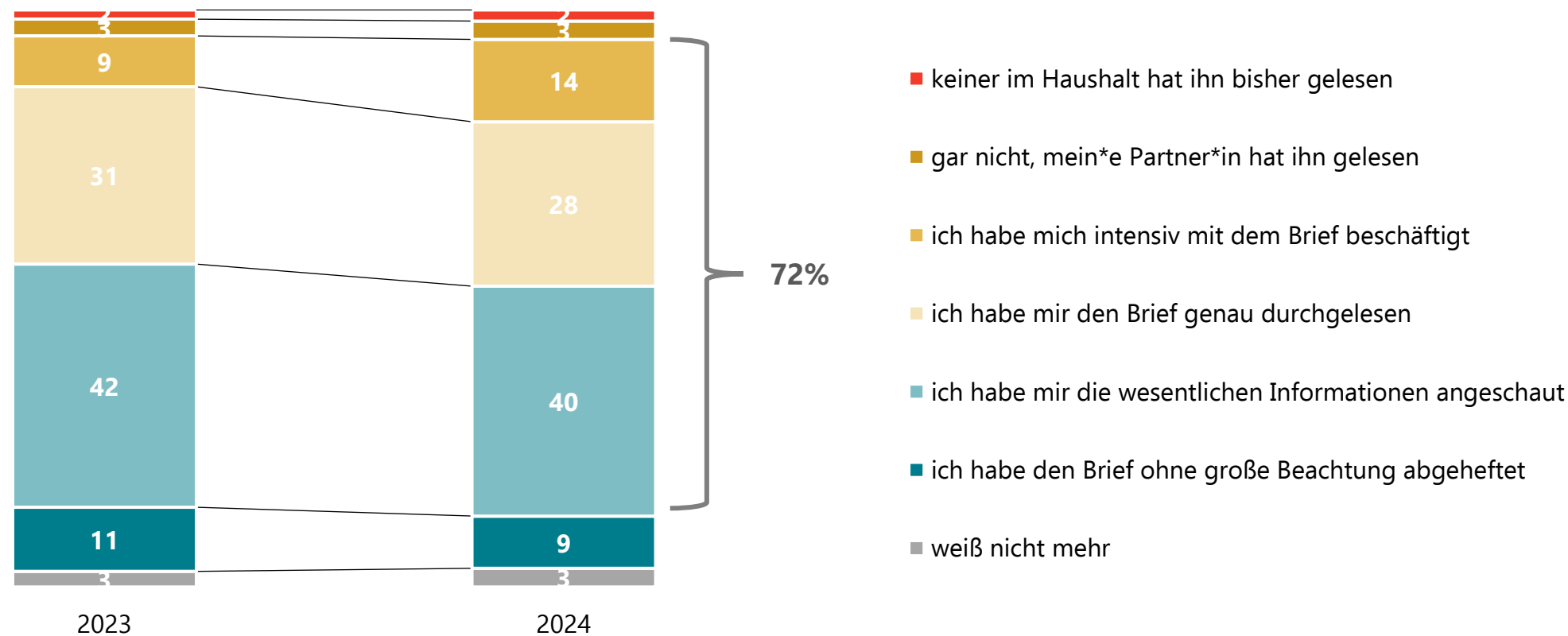


Basis: n=797, Angaben in %, Mehrfachnennung möglich

Der Jahresbeitragsbrief wurde in 2025 von 82 Prozent der Kfz-Versicherungsnehmer mehr oder weniger genau gelesen

Highlight 1: optimale Gestaltung des Jahresbeitragsbriefes

Wie genau haben Sie den Jahresbeitragsbrief Ihrer Kfz-Versicherung für den [AUTO] gelesen?



Basis: n=2006, Angaben in %

Brieftest: Untersuchung von unterschiedlichen Einflussfaktoren gegen eine neutrale Briefgestaltung (Baseline)

Highlight 1: optimale Gestaltung des Jahresbeitragsbriefes



Kontaktaufnahme

Aufforderung zur Kontaktaufnahme beim Vermittler / in der Zentrale / im Online-Kundenprotal / keine



Fokussierung auf Produktleistungen

Aufzählung diverse Basisleistungen einer Teil- und Vollkasko-Versicherung (ja / nein)

Stichprobe / Methode

Monadischer Test von ca. 10 Briefvarianten mit unterschiedlichen Treatments, davon eine neutrale Baseline, je n~100-200
Gefilterte Briefgestaltung nach Teil- und Vollkasko

Wechselaktivität nach Lesen des Testbriefes



Distraction

z. B. Hinweise zur Nutzung des Online-Kundenportals: Warnung vor Pfishing, gefälschte Internetseiten und Angebote



Argumentation

Begründung der Beitragsanpassung durch steigende Preise

Sparvorschläge
Tipps fürs Beitragssparen



Default Aktivierung

Reduktion des Bearbeitungsaufwands beim Brieflesen mit Aufforderung zum Abheften

Die Attraktivität unterschiedlicher Vorteilsangebot für den Wechsel

Highlight 2: Wirksamkeit von Vorteilsangeboten für Neukunden

Sicherheiten / Garantien

- Rabatt-Retter im ersten Jahr kostenfrei
- Preisgarantie für 2 Jahre
- tägliche Kündigungsmöglichkeit
- ...

Messung der Attraktivität für einen Anbieterwechsel

Incentives

- 50 Euro Bündelrabatt bei Abschluss einer weiteren Kfz-Versicherung
- Einkaufsgutschein bei amazon
- 1000 km zusätzliche Fahrleistung kostenfrei versichert
- ...

versicherungsferne Mehrwerte

- Persönlichkeitsberatung: Test und persönliche Beratung (1h)
- Aufnahme in Newsletter mit attraktiven Angeboten für Urlaube, Musikkonzerte, Freizeitveranstaltungen
- ...

versicherungsnahe Mehrwerte

- kostenfreies Dazubuchen von 30 Tagen bis zu zwei Fahrer unter 25 Jahre
- kostenfreies Fahrtraining (2h)
- Schutzbrief ein Jahr kostenfrei
- Kreditkartenabschluss inkl. einer Jahresgebühr
- ...

Stichprobe / Methode

Test von ca. 15 unterschiedlichen
Vorteilsargumente in einer Max-Diff-Analyse

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

Wechselaktivität: Analyse mit den Select Typen

Eigenständige



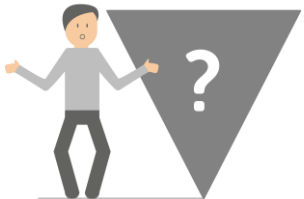
„Wo finde ich das günstigste Angebot im Markt, um möglichst viel Geld bzw. Kosten zu sparen?“

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

Partner

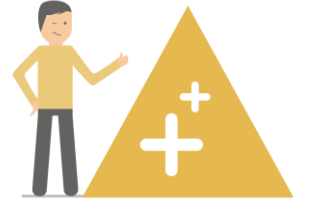


Vorsichtige



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

Optimierer

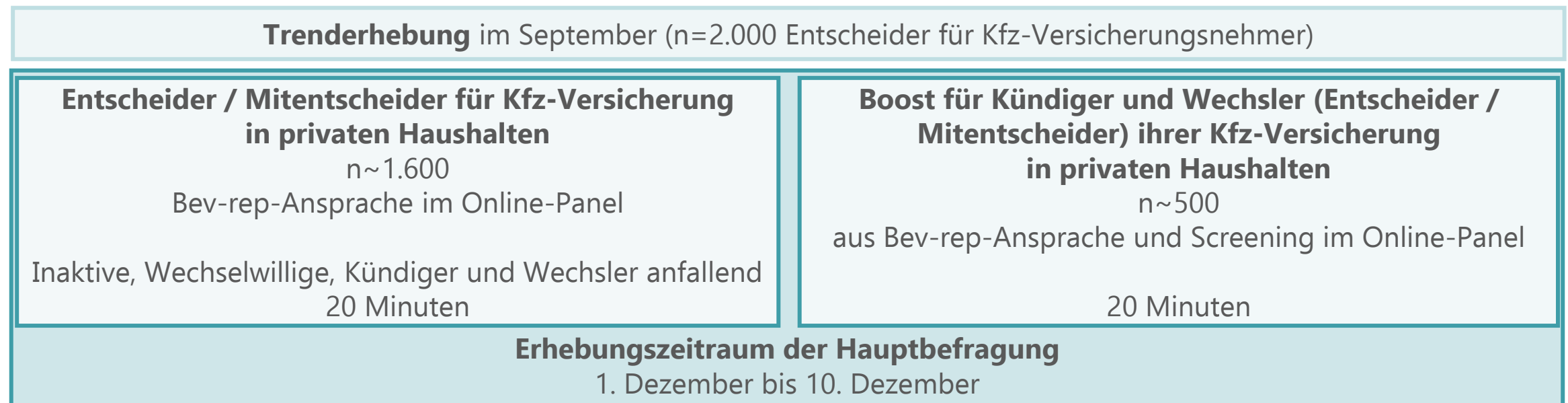


Eine passende Preiskommunikation abgestimmt auf die vier **Select Typen** ist effektiver, da sich jeder Typ bedient und angesprochen fühlt. Die Kommunikation von Beitragserhöhungen hat einen erheblichen Einfluss auf die Wahrnehmung einer Preissteigerung und damit der Wechselaktivität.

Mehr Informationen unter www.select-typen.de

Die Trenderhebung findet im September und die Erhebung zum Wechselverhalten findet in den ersten zwei Dezemberwochen statt

Untersuchungsdesign



Trendbericht Ende Oktober und Hauptbericht zum Wechselverhalten bis Ende Dezember

Projektplan



wichtige Termine

- Bestellung von exklusiven Zusatzfragen in Trenderhebung bis zum **05.09.**
- Tabellenanalyse der Trenderhebung bis **Ende Oktober**
- Bestellung bis zum **03.11.** für Mitgestaltung des Fragebogens
- Bestellung von exklusiven Zusatzfragen in der Hauptbefragung im Dezember bis zum **10.11.**
- Bericht zum Wechselgeschäft bis zum **30.12.** (Teilleistungsrechnung über 4.200 € zzgl. MwSt. bis Ende dieses Jahres)
- Highlight-Berichte bis zum **31.01. im Folgejahr** und Teilleistungsrechnungen für Highlights im Januar

Bestellung der Marktuntersuchung „Wechselaktivität bei Kfz-Versicherungen im Jahresendgeschäft 2025“

Bitte als Scan an info@siriuscampus.de

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

Wählt die für euch passende Variante aus

Market Profile

- ✓ Bericht zum Wechselverhalten:
Wechselaktivität und Treiber zum
Versicherungswechsel

☐ 4.200 €

Market Potential

- ✓ Bericht zum Wechselverhalten:
Wechselaktivität und Treiber zum
Versicherungswechsel
- + Auswahl von einem Highlight
 - ☐ optimale Jahresbeitragsbriefgestaltung
oder
 - ☐ Wirksamkeit von Vorteilsangeboten für
Neukunden

☐ 5.400 €

Market Potential PLUS

- ✓ Bericht zum Wechselverhalten:
Wechselaktivität und Treiber zum
Versicherungswechsel
- + beide Highlights
- ✓ optimale Jahresbeitragsbriefgestaltung
und
- ✓ Wirksamkeit von Vorteilsangeboten für
Neukunden

☐ 6.400 €



- ☐ Wir möchten ___ exklusive Zusatzfrage für je 500 Euro zzgl. der ges. MwSt. buchen (für Trend- und Haupterhebung möglich).
- ☐ 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.

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

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



www.siriuscampus.de und www.select-typen.de



sirius
campus

Motivation entsteht durch Vorstellungen über das Erreichbare

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