

Pressemitteilung 10. November 2008 - psychonomics AG, Köln

KFZ-VERSICHERUNG: „BÄUMCHEN WECHSEL DICH“

Absatzpotential-Index ASSDEX erreicht neuen Höchststand

Köln, 10. November 2008. Auch in diesem Herbst ist das Rennen um die Gunst der Kfz-Versicherten in der Assekuranz wieder voll entbrannt. Aus gutem Grund und für die besten Wettbewerber mit hohen Erfolgsaussichten, wie die aktuelle Studie „Wechseltätigkeit in der Kfz-Versicherung 2008“ des Marktforschungs- und Beratungsinstituts psychonomics AG zeigt. Denn 19 Prozent (8,4 Mio.) aller Kfz-Versicherten denken zumindest gelegentlich über einen Versicherungswechsel nach, immerhin sieben Prozent (2,9 Mio.) planen einen solchen noch in diesem Jahr oder haben den Wechsel bereits vollzogen. Mehr als 1.000 generell wechselbereite Versicherungskunden ab 18 Jahren wurden repräsentativ zu ihren kurzfristigen Wechselintentionen und ihrem Entscheidungsverhalten befragt. Hauptargument im Kfz-Versicherungs-Wechselspiel ist für die meisten Kunden demnach der Preis (67%), für Qualitätsargumente ist hingegen nur rund jeder fünfte Versicherte zugänglich.

Wer als Versicherer nicht „mitläuft“ in dem mittlerweile traditionsreichen jährlichen Wechselspiel, riskiert in punkto Neukundengeschäft leer auszugehen und darüber hinaus wackelige Bestandskunden zu verlieren.

„Auch wenn wie in den Vorjahren nur ein Teil der Versicherten ihr Wechselvorhaben tatsächlich in die Tat umsetzen wird, ergibt sich ein konkretes Potenzial von mehreren 100.000 Kfz-Neuverträgen“, so Christoph Müller, Experte für Versicherungsmarktforschung der psychonomics AG.

Internet als Treiber

Als Wechseltreiber, Informationskanal und Vertriebsweg spielt das Internet eine zentrale Rolle in der Kfz-Versicherung: Für jeden dritten Wechselbereiten (33%) kommt der Anstoß zum Versicherungswechsel unmittelbar aus dem Internet; zudem wollen sich viele Wechselbereite vor ihrer Entscheidung auf den Internetseiten der Versicherer (27%) und auf allgemeinen Vergleichsseiten (25%) informieren. Tarifrechner einzelner Kfz-Versicherer werden derzeit am häufigsten von HUK24, ADAC, AXA und CosmosDirekt genutzt. Die bekanntesten Vergleichsseiten unter den das Internet nutzenden Kfz-Wechselwilligen sind aktuell www.guenstiger.de, www.financescout24.de, www.tarifcheck24.com und www.geld.de.

Auch als direkter Vertriebsweg kommt dem Internet eine kaum mehr wegzudenkende Bedeutung zu: Mehr als die Hälfte der Wechselbereiten will eine neue Kfz-Police online abschließen, zweitwichtigster Vertriebskanal in der Kfz-Sparte ist immer noch der klassische Vertreter, mit Abstand gefolgt von den unabhängigen Maklern und weiteren Vertriebswegen. Unter den Kunden, die kürzlich bereits gewechselt haben, liegen das Internet und der klassische Vertreter derzeit noch gleichauf.

Das Spiel „Bäumchen wechsel dich“ endet übrigens - so die Spielanleitung - erst wenn niemand mehr Lust hat, zu laufen. Davon ist in diesem Jahr aber nicht auszugehen, der Markt ist noch in großer Bewegung.

Insgesamt bietet die 40-seitige Studie „Wechseltätigkeit in der Kfz-Versicherung 2008“, die im Dezember mit einer Nachbefragung der tatsächlichen Wechsler und der Nichtwechsler, die sich derzeit noch wechselbereit zeigen, fortgesetzt wird, Versicherungen und Agenturen konkrete Grundlagen für ihre Vertriebsstrategien in den letzten „Wechselwochen“.

Weitere Studieninfo: www.psychonomics.de/trade/productview/205/6/

ABSATZPOTENZIAL-INDEX „ASSDEX“ AUF NEUEM HÖCHSTSTAND

Für den gesamten Versicherungsmarkt zeigt die aktuelle Ausgabe des von psychonomics seit 2007 vierteljährlich ermittelten „Assekuranz Absatzpotenzial-Index“ ASSDEX, dass die Bereitschaft der Bundesbürger, Versicherungen abzuschließen, gegenüber dem Vorquartal deutlich zugenommen hat, moderater auch im Jahresvergleich. Derzeit bewegt sich der ASSDEX mit 58 Indexpunkten auf einem neuen Höchststand und damit acht Punkte über dem Vorquartal (50) und zwei Punkte über dem Vergleichszeitraum des Vorjahres (56).

KFZ, SUH UND ALTERSVORSORGE ANZIEHEND – KRANKEN/PFLEGE UND RECHTSSCHUTZ SCHWACH

Zum Anstieg des Gesamt-Absatzpotenzials für die Assekuranz im vierten Quartal 2008 trägt nicht nur die Kfz-Sparte bei, in der das kurzfristige Abschlussinteresse mit 2,9 Mio. potentiellen Neuverträgen sogar über dem Vorjahr (2,7 Mio.) liegt. Auch die Sparten SUH (Q3/2008: 1,4 Mio. potenzielle Neuverträge; Q4/2008: 1,9 Mio.) und Altersvorsorge (Q3/2008: 0,3 Mio.; Q4/2008: 0,8 Mio.) können erkennbar zulegen – sowohl im Vergleich zum Vorquartal als auch im Vergleich zum 4. Quartal 2007. Demgegenüber ist die konkrete Abschlussintention in den Sparten Kranken und Pflege (Q3/2008: 0,5 Mio.; Q4/2008: 0,4 Mio.) sowie Rechtsschutz (Q3/2008: 0,4 Mio.; Q4/2008: 0,3 Mio.) im Vergleich zum 3. Quartal wie auch zum Vorjahreswert gesunken.

Einen deutlichen Nachfrageschub auf Produktebene erfahren beispielsweise Private Rentenversicherungen, Risiko-Lebensversicherungen und Berufsunfähigkeitsversicherungen. Einbußen gegenüber dem dritten Quartal müssen unter anderem fondsgebundene Leben- und Rentenversicherungen hinnehmen.

„Das vierte Quartal verspricht für die Versicherer einiges an Neugeschäftsmöglichkeiten, nicht nur in der Kfz-Sparte. Durch entsprechende Vertriebsmaßnahmen sollte die Abschlussbereitschaft der Kunden gezielt abgeholt werden.“, kommentiert Studienleiter Christoph Müller.

Zur Ermittlung des ASSDEX befragt psychonomics zu Beginn jeden Quartals 1.500 private Versicherungskunden ab 18 Jahren repräsentativ zu ihrer generellen Abschlussbereitschaft und zur kurzfristigen Abschlussintention im laufenden Quartal sowie nach ihren Anbieter- und Produktpräferenzen – differenziert nach sechs Versicherungssparten und 18 Produktgruppen.

Die komplette 60-seitige Studie „ASSDEX – Assekuranz Absatzpotenzial-Index“ (Ausgabe IV/2008) mit den ausführlichen Differenzierungen des Absatzpotenzials nach Sparten, Produkten und Anbietern kann über die psychonomics AG bezogen werden. Die kommende Ausgabe für das erste Quartal 2009 erscheint im Januar 2009.

Weitere Studieninfo: www.psychonomics.de/assekuranz-absatzpotenzial-index.pdf

Studienleiter: Christoph Müller – T: +49 (0)221 42061-328 –
E-Mail: christoph.mueller@psychonomics.de

PRESSEKONTAKT

Kommunikations- und Pressebüro
Ansgar Metz
Haselbergstraße 19
50937 Köln
T +49 (0)177-295 3800
E-Mail: ansgar.metz@email.de