

deutsche internet versicherung ag

Frühjahrs-Kurzstudie 2006: So wählen die Autofahrer ihre Kfz-Versicherung aus



Frühjahrs-Kurzstudie 2006: deutsche internet versicherung ag

Titel: So wählen die Autofahrer ihre Kfz-Versicherung aus

Agenda

- I. Die Kurzstudie: Themenschwerpunkt**
- II. Rahmenbedingungen der Kurzstudie**
- III. Graphische Darstellung der Studienergebnisse**
- IV. Zusammenfassung der Ergebnisse**
- V. Kontaktmöglichkeiten**

I. Die Kurzstudie: Themenschwerpunkt

In der vorliegenden Kurzstudie soll heraus gestellt werden, nach welchen Kriterien die Autofahrer ihre Kfz-Versicherung auswählen. Die Umfrage wurde in zwei Bereiche aufgeteilt:

Welche Leistungen sind den Befragten bei der Kfz-Versicherung besonders wichtig?

Nach welchen Kriterien suchen die Befragten – neben den Leistungen – ihre Kfz-Versicherung aus?

Der erste Teil der Studie soll verdeutlichen, welche Leistungen für den Kunden von erhöhter Bedeutung sind. Die Aufteilung der Antworten nach Alter und weiteren demographischen Daten erlaubt es, die Bedürfnisse einzelner Gruppen genauer zu erkennen.

Im Folgenden geht die Studie – neben den Leistungen – auf weitere grundlegende Kriterien für die Wahl der optimalen Kfz-Versicherung ein. Hier zeigt sich: Das immer noch überragende Merkmal für Deutschlands Autofahrer ist die Beitragshöhe. Dennoch erscheint es darüber hinaus lohnenswert, den Blick nicht ausschließlich auf den Beitrag zu werfen: Auch weitere Kriterien können das Bild der optimalen Kfz-Versicherung aus Kundensicht in Zukunft formen und beeinflussen. So erfreut sich auch das Medium Internet großer Beliebtheit: Knapp jedem fünften Befragten ist es wichtig, seine Kfz-Versicherung online abzuschließen.

Dortmund, den 11.04.2006

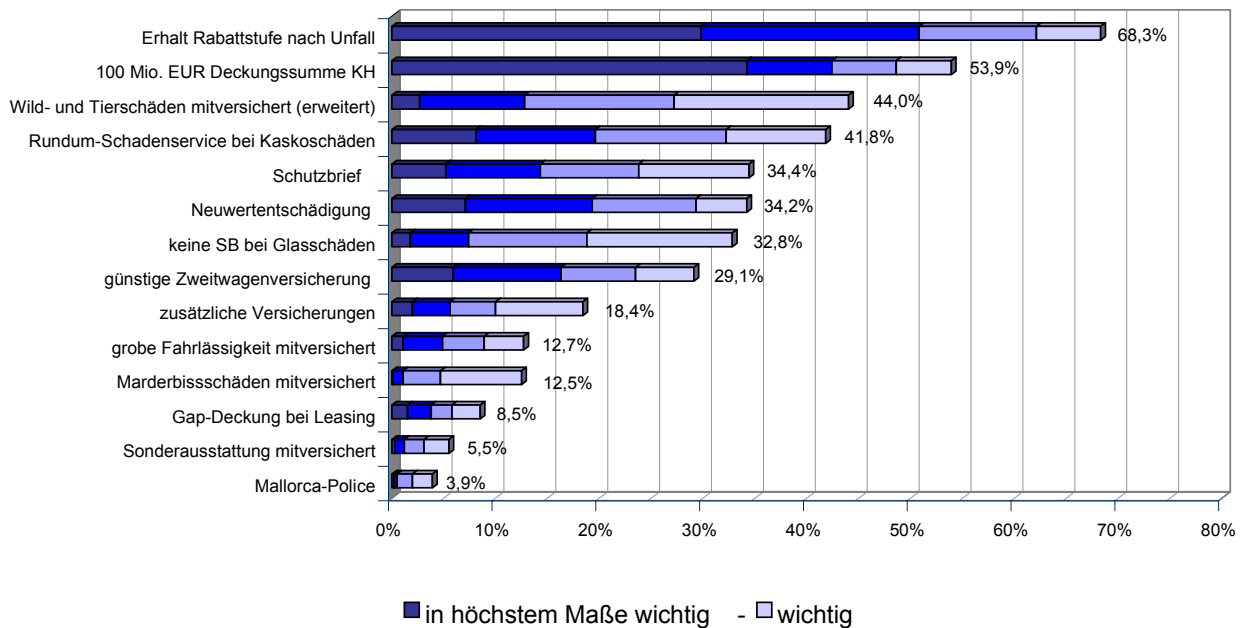
deutsche internet versicherung ag

II. Rahmenbedingungen der Kurzstudie

- **Grundgesamtheit:** Frauen und Männer ab 18 Jahre
- **Auswahlverfahren:**
 - repräsentative Online-Befragung in Kooperation mit ciao!
 - keine offenen Fragen, bei den Antworten Vergabe von Rängen möglich
- **Stichprobe:** 1.000 Befragte
- **Verteilung:** 50 % Frauen, 50 % Männer
- **Zeitraum:** Mitte März 2006
- **Zentrale Fragen:**
 - Relevante Leistungen bei der Kfz-Versicherung aus Verbrauchersicht
 - Welche Kriterien beeinflussen den Kunden bei der Suche nach der geeigneten Kfz-Versicherung?
- **Auftraggeber:** deutsche internet versicherung ag
Ruhrallee 92
44139 Dortmund
www.deutscheinternet.de
www.deutscheinternetversicherung.de
presse@deutscheinternetversicherung.de
kontakt@deutscheinternetversicherung.de
- **Umfragepartner:** Ciao GmbH
Leopoldstrasse 236
80807 München

III. Graphische Darstellung der Studienergebnisse

Abbildung 1: Welche Leistungen sind Ihnen bei einer Kfz-Versicherung besonders wichtig?



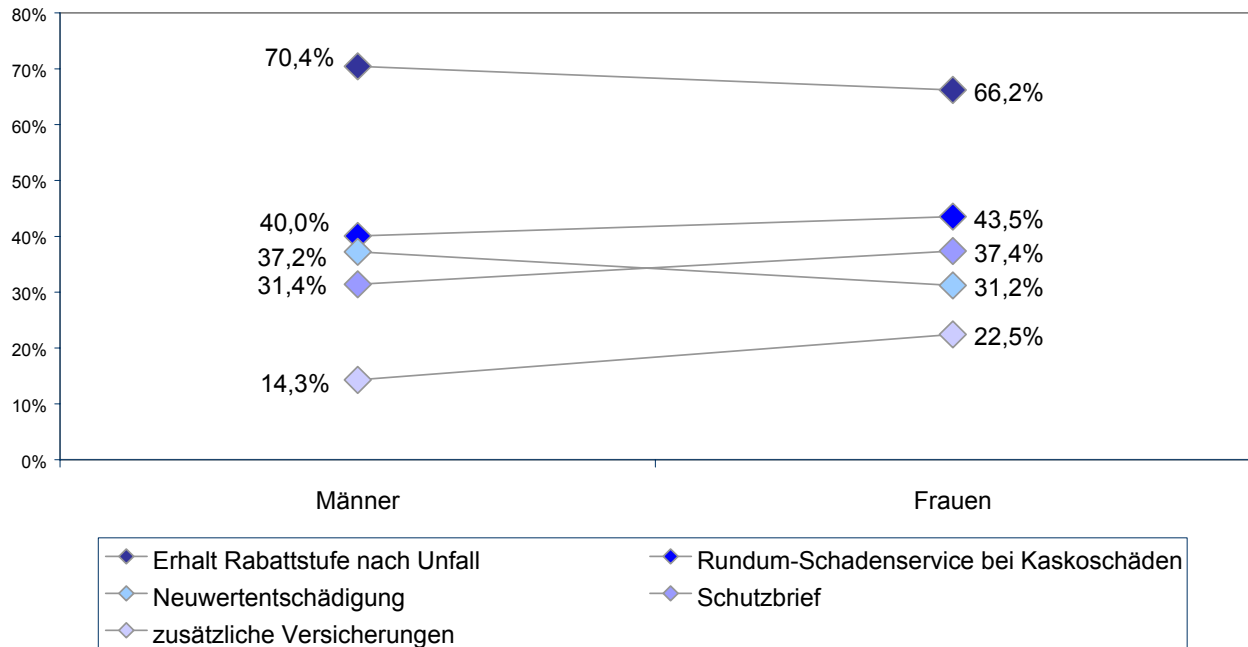
Die wichtigsten Leistungen aus Sicht der Kunden

Der Schadenfreiheitsrabatt ist neben Typ- und Regionalklassen das ausschlaggebende Merkmal für die Beitragshöhe in der Kfz-Versicherung. Dessen ist sich der Autofahrer auch bewusst. Für rund 70 % besitzt dessen Erhalt – auch nach einem Schaden – die höchste Priorität.

Die zweitwichtigste Leistung mit 54 % ist die 100. Mio. Euro Deckungssumme in der Kraftfahrthaftpflicht-Versicherung, die auch bei größeren Unfällen gegen das Risiko immenser Schadenersatzansprüche absichert.

Weitere wichtige Leistungen:

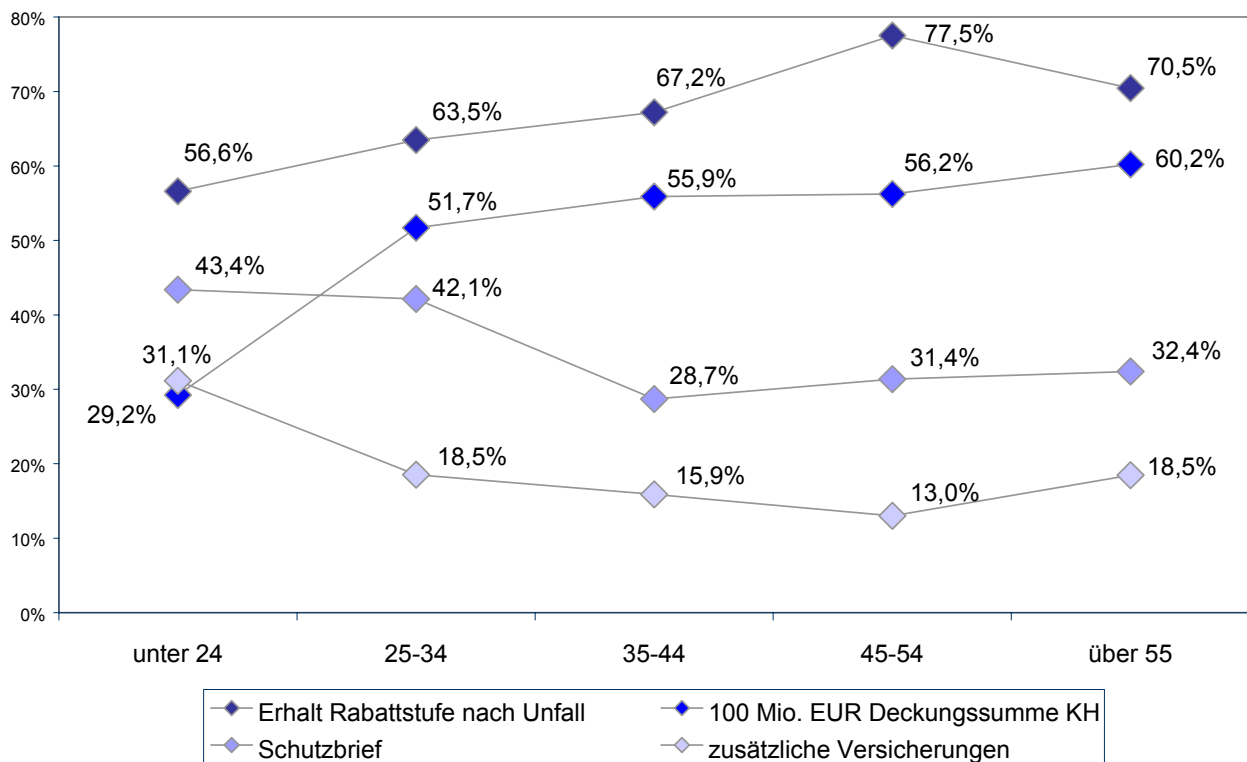
- erweiterter Schutz bei Schäden durch Tiere (44 %)
- Rundum-Schadenservice bei Kasko-Unfällen (42 %)
- Schutzbrief (34 %)

Abbildung 2: Vergleich – Leistungsvorlieben nach Geschlecht


Vergleich: Frauen und Männer

Frauen legen mehr Wert auf den Rundum-Schutz. Dies zeigt sich in ihrer Bewertung der verschiedenen Leistungen. So besitzen der Rundum-Schadenservice, der Schutzbrief und zusätzliche Versicherungen (z.B. Auslandsreise-Krankenversicherung, Fahrerunfallversicherung, Verkehrsrechtsschutz) beim weiblichen Geschlecht höhere Priorität (s. Abbildung 2).

Weniger die Betreuung im, sondern die Minimierung finanzieller Folgen nach einem Schadenfall ist den Männern wichtig. Daher sehen Sie den Rabattretter und die Neuwertentschädigung im Vergleich zu den Frauen häufiger als wichtig an.

Abbildung 3: Vergleich – Leistungspräferenzen nach Alter

Abbildung 4: Schadenhäufigkeit nach Alter

Alter VN	Schadenhäufigkeit*
18-25	123
26-30	90
31-35	77
36-40	72
41-45	83
46-50	82
51-55	81
56-60	78
61-65	76
66-70	76
71-75	91
76-80	95
über 80	97

*Schadenhäufigkeit: Anzahl der Schäden pro 1.000 versicherter Risiken im Jahr 2004.

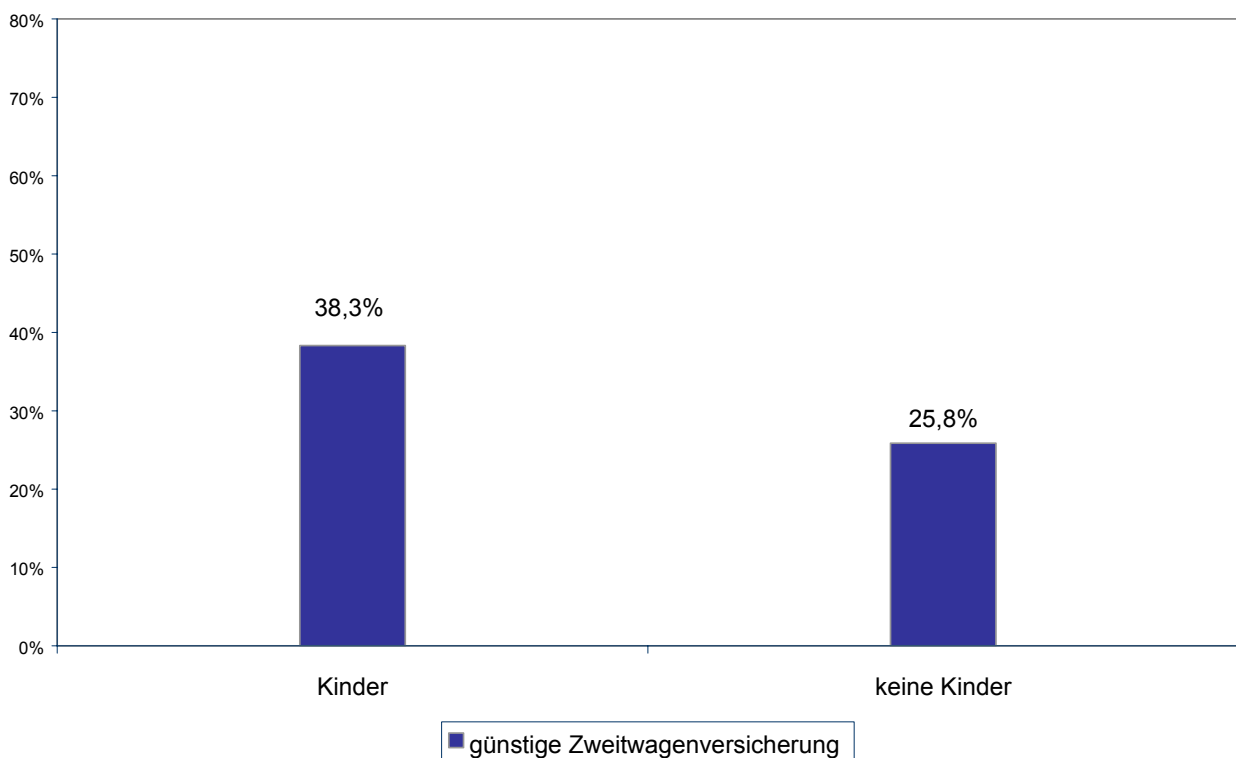
Ausgewertet wurden rund 200.000 Versicherungsverhältnisse in der Auto-Haftpflichtversicherung.

Vergleich: Junge und ältere Fahrer

Bei den unter 24-jährigen legen „nur“ 29% besonderen Wert auf eine erhöhte Deckungssumme in der Kraftfahrt-haftpflicht-Versicherung (s. Abbildung 3). Diese Einschätzung erscheint verwunderlich, ist es doch genau die Gruppe der jüngeren Autofahrer, die eine höhere Schadenanfälligkeit aufweist (s. Abbildung 4). Auch das Thema Rabatt- retter ist für sie noch kein großes Thema.

Ansonsten zeigt sich bei den jungen Fahrern ein ähnliches Rundum-Schutzbedürfnis wie bei den Frauen, was sich in der hohen Beliebtheit der zusätzlichen Versicherungen und des Schutzbriefs zeigt. Ältere Fahrer messen letzterem weniger Bedeutung zu. Es kann angenommen werden, dass sie häufig noch durch eine langjährige Automobil- clubmitgliedschaft abgesichert sind.

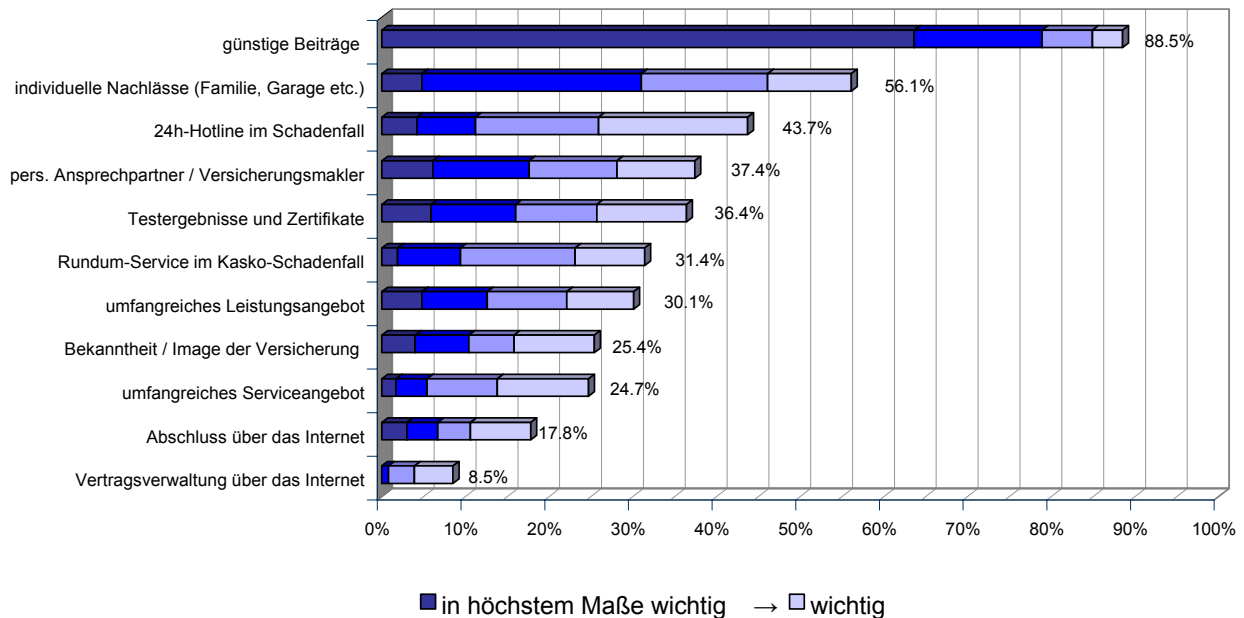
Abbildung 5: Vergleich – Leistungspräferenzen nach Familiensituation



Vergleich: Familiensituationen

In Abbildung 5 und anhand der Betrachtung des Familienstandes zeigt sich, dass insbesondere verheiratete Väter und Mütter höheren Wert auf günstige Zweitwagentarife legen als kinderlose, ledige Befragte. Hier zeigt sich, dass das Interesse an der Anschaffung bzw. der Trend zum Zweitwagen bei Familien hoch ist.

Abbildung 6: Nach welchen Kriterien suchen Sie sich Ihre Kfz-Versicherung aus?



Die wichtigsten Kriterien bei der Wahl der Kfz-Versicherung

Unter den Befragten besteht Einigkeit: Die Beitragshöhe ist und bleibt das entscheidende Kriterium bei der Wahl der Kfz-Versicherung. Für rund 90 % aller Befragten besitzen günstige Konditionen die höchste Priorität.

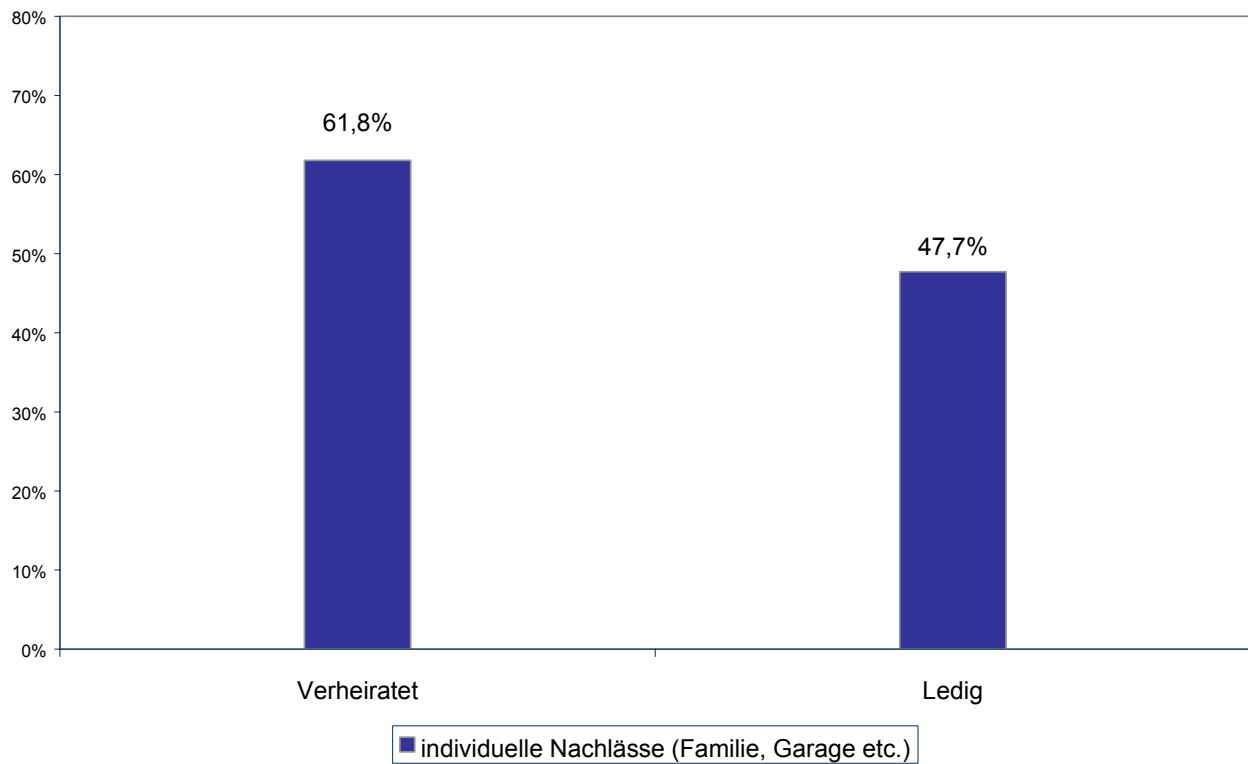
Nicht verwunderlich ist daher, dass individuelle, auf die jeweilige Lebenssituation passende Nachlässe mit 56 % als zweitwichtigstes Kriterium benannt wurden: Nachlässe wie Familien-, Garagen- oder Wenigfahrrabatte senken die Beiträge und nehmen somit direkten Einfluss auf das Kriterium Beitragshöhe.

Neben den günstigen Beiträgen möchten die Befragten aber nicht am Service sparen. Der Kunde sucht eine preiswerte Kfz-Versicherung mit hohem Serviceniveau in allen Bereichen:

- Rundum-Service im Schadenfall (Erreichbarkeit Schadenhotline, Ersatzwagen)
- Beste Testergebnisse und Zertifikate
- Umfangreiches Leistungsangebot (s. auch Abbildung 1)

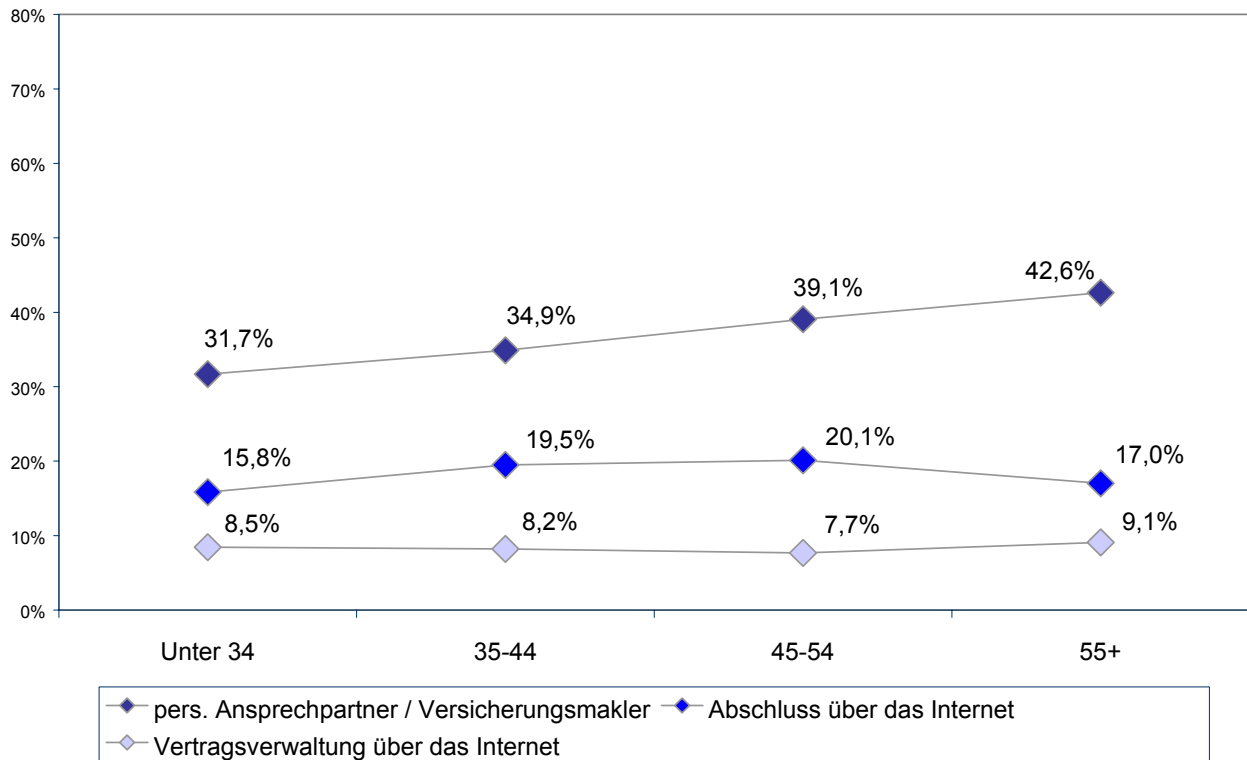
Die optimale Kfz-Versicherung aus Sicht der Kunden muss hauptsächlich günstig, aber auch im Schadenfall durch guten Service und permanente Erreichbarkeit gekennzeichnet sein.

Abbildung 7: Vergleich – Wichtigkeit der Nachlässe hinsichtlich Familienstand



Wichtigkeit individueller Nachlässe hinsichtlich des Familienstandes

Auffällig hierbei ist, dass vor allem Verheiratete den individuellen Nachlassmöglichkeiten mehr Wichtigkeit einräumen als die ledigen Befragten (s. Abbildung 7). Dies kann darin begründet sein, dass Verheiratete in der Regel mehr in den Genuss solcher Rabatte kommen (Familien, Eigenheim, Garage) als Ledige.

Abbildung 8: Vergleich der Vertriebswege

Der Vertriebsweg: Internet oder klassischer Vertrieb

Der Vertriebsweg entscheidet darüber, wie sich der Kunde über die Kfz-Versicherung informiert. Die vorliegende Studie zeigt, dass der klassische Vertriebsweg mit dem persönlichem Versicherungsvertreter oder Makler zwar immer noch favorisiert wird, jedoch erfreut sich das Internet großer Beliebtheit – und zwar in allen Altersklassen: Dabei sind die potenziellen Online-Nutzer nicht auf eine Altersklasse beschränkt. Jungen und älteren Befragten sind Abschluss und Vertragsverwaltung über das Internet beinahe in gleichem Maße wichtig. Der Kontakt mit dem Versicherungsvertreter dagegen hat für die Älteren noch eine höhere Bedeutung.

IV. Zusammenfassung der Ergebnisse

Bundesweite Studie: So wählen die deutschen Autofahrer ihre Kfz-Versicherung aus

Für fast 90% der Autofahrer sind günstige Tarife entscheidend bei der Wahl der Kfz-Versicherung

Eine bundesweit repräsentative Studie der deutsche internet versicherung ag unter 1.000 Befragten bestätigt den allgemeinen Trend in der Kfz-Versicherung: Die Beitragshöhe ist das überragende Kriterium bei der Suche nach einer geeigneten Kfz-Versicherung. 89% aller Befragten gaben dieses Votum bei der Umfrage ab. Auf Rang zwei folgen mit 56% die individuellen Nachlässe, beispielsweise für Familien, Wenigfahrer oder Garagenbesitzer – also ein weiterer, maßgeblicher Faktor, der die Beitragshöhe erheblich beeinflussen kann.

Auch das Medium Internet erfreut sich großer Beliebtheit: Knapp jedem Fünften ist es wichtig, seine Kfz-Versicherung online abzuschließen. Gerade Online-Versicherer bieten meist besonders günstige Konditionen.

„Das Produkt Kfz-Versicherung kann optimal online angeboten werden. Durch unseren detaillierten Tarifrechner lassen sich alle beitragsrelevanten Merkmale sehr schnell erfassen und somit sämtliche für den Kunden denkbaren Nachlässe einbeziehen.“, erklärt Falko Struve, Vorstand des Online-Kfz-Versicherers deutsche internet versicherung. „Der Kunde hat alle individuellen Prämienvorteile, muss aber keinen Nachteil hinnehmen – auch nicht beim Service.“

Denn der ist den Befragten im Schadenfall besonders wichtig: So ist die 24-Stunden-Hotline im Schadenfall für 44% ein wichtiges Entscheidungskriterium. Falko Struve: „Permanente Erreichbarkeit und Auskunftsfähigkeit ist heute ein Muss.“ Das Nachsehen hat der Versicherungsvertreter vor Ort: Lediglich 37% der Befragten schätzen den Kontakt zum persönlichen Ansprechpartner.

Objektivität verdrängt Bekanntheit

Die Studie macht eine weitere Tendenz unter den Autofahrern deutlich: Die Befragten gehen bei der Wahl der Kfz-Versicherung bewusster vor. Das zeigen die in den letzten Jahren immer relevanter werdenden Versicherungsvergleiche in den Fachzeitschriften. Sie sind mit 36% Nennung weitaus bedeutsamer als die Bekanntheit der eigentlichen Versicherungsgesellschaft, die nur für 25% entscheidungsrelevant sind.

Gefragt nach den Leistungen, die den Befragten bei ihrer Autoversicherung wichtig sind, ergab sich folgendes Bild: Für 68% besitzt der so genannte Rabattretter besondere Priorität. Die zweitwichtigste Leistung mit 54% ist die 100. Mio. Euro Deckungssumme in der Kraftfahrthaftpflicht-Versicherung, die auch bei größeren Unfällen gegen das Risiko immenser Schadenersatzansprüche absichert. Auf den folgenden Plätzen sind der Wunsch nach erweitertem Schutz bei Schäden durch Tiere (44%), der Rundum-Schadenservice bei Kasko-Unfällen (42%) und der Schutzbrief (34%) platziert.

In ihrer Gesamtheit verdeutlicht die Studie die Haltung der deutschen Autofahrer: Die optimale Kfz-Versicherung ist günstig, bietet individuelle Nachlässe – und ein guter Schadenservice rundet das Bild ab.

Die deutschlandweit repräsentative Online-Umfrage mit 1.000 Befragten wurde Mitte März 2006 in Kooperation mit Ciao!, einer Greenfield-Online Tochterunternehmung, durchgeführt.

V. Kontaktmöglichkeiten

Haben Sie noch Fragen zu der vorliegenden Kurzstudie? Dann schreiben Sie uns einfach oder rufen Sie uns an. Wir freuen uns auf Ihre Reaktionen:

deutsche internet versicherung ag
Ruhrallee 92
44139 Dortmund

E-Mail: presse@deutscheinternetversicherung.de

Alles über die deutsche internet versicherung ag finden Sie auch auf unserer Homepage unter:

 www.deutscheinternetversicherung.de

 www.deutscheinternet.de