

Nutzung und optimale Gestaltung von
Jahresbeitragsrechnung im Fokus

sirius
campus

Wirkung der Jahresbeitragsrechnung im Kfz-Versicherungs-Jahresendgeschäft 2020

Marktuntersuchung zum Wechselverhalten und Wirkung von
Jahresbeitragsrechnungen auf Basis von Behavioral Economics Ansätzen

Dr. Oliver Gaedeke & Gerden Ibrahim

Januar 2021

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

1,9 Millionen Kunden nutzen die Chance zum Wechsel ihrer Kfz-Versicherung und sparen insgesamt 250 Millionen Euro

Jeder Zwanzigste (4,7%) der rund 40 Millionen privaten Kfz-Versicherungsnehmer hat zum Jahresende mindestens eine Kfz-Versicherung gewechselt. Wie bereits im letzten Jahr ist damit die Wechselaktivität nochmals um rund 200.000 Kündiger gefallen. Fast ein Drittel der Kündiger (30%) schließt nach der Kündigung jedoch einen neuen Vertrag bei ihrem bisherigen Versicherer ab. Die meisten Neukunden konnten AXA, Allianz, HUK-Coburg, HUK24 und Verti (in alphabetischer Reihenfolge) gewinnen. Im Durchschnitt sparen die Vertrags- und Anbieterwechsler 132 EUR jährlich. Dies bedeutet für die gesamte Kfz-Versicherungssparte einen wechselbedingten Beitragsschwund von rund 250 Mio. EUR. Die größten Einsparungen konnten Wechsler in einer persönlichen Beratung bei Vertretern (197 EUR Jahresprämie) und in Kundencentern (186 EUR) erzielen. Vergleichsportale (96 EUR) und Makler (73 EUR) erzielen deutlich weniger Beitragseinsparungen für die Kunden. Sparkassen (110 EUR), telefonisch direkt (135 EUR) und online direkt bei einer Gesellschaft (125 EUR) bieten den Wechslern einen durchschnittlichen Sparvorteil. Dies sind die Ergebnisse der Sirius Campus Marktuntersuchung „Nutzung des Jahresbeitragsbriefes im Kfz-Jahresendgeschäft 2020“ auf Basis einer repräsentativen Befragung mit 1982 Online-Interviews unter privaten Kfz-Versicherungsnehmern im Zeitraum vom 1. bis zum 18. Dez. 2020.

Online-Abschlüsse nehmen weiter zu, aber Vermittler sind die wirksamsten Impulse

In der Summe schließen etwas weniger als die Hälfte aller Wechsler (44 Prozent) ihre neue Kfz-Versicherung im Rahmen einer persönlichen Beratung, also bei unabhängigen Versicherungsmaklern, Vertretern, Beratern in Kundencentern oder Sparkassen bzw. Banken, ab. Mit insgesamt 54 Prozent nutzen etwas mehr Wechsler Vergleichsrechner oder den direkten Online- oder Telefonkontakt zu einem Versicherer. Insbesondere auf Kosten der Versicherungsmakler haben in diesem Jahr die Online-Abschlüsse, hauptsächlich direkt bei den Versicherungsgesellschaften, im Vorjahresvergleich um rund 10 Prozentpunkte zugenommen. Unter den Vergleichsportalen kann sich Check24 mit 18 Prozent (Vorjahr: 15%) der Nutzer für eine Angebotsberechnung während der Wechselphase weiter von Verivox (3%, Vorjahr: 4%) absetzen. „Der sanfte Lockdown im November 2020 hat die Wechselaktivität insgesamt und die Beratungshäufigkeit bei einem persönlichen Vermittler ausgebremst. Jedoch war auch das Sparpotenzial in diesem Jahr um durchschnittlich 40 EUR des Jahresbeitrags geringer, da mehr Kunden ein besseres Angebot ihrer aktuellen Gesellschaft erhalten haben“, interpretiert Dr. Oliver Gaedeke, Gründer und Geschäftsführer der Sirius Campus GmbH, die Ergebnisse.

Kunden offenbaren ihre Heuristiken in der Angebotsanfrage

Nur ein Drittel der Wechsler (31%) wählen einen Tarif mit dem absolut niedrigsten Preis aus einer Reihe von Angeboten. Für die Mehrheit sind Qualitätsaspekte wie z. B. Absicherungsumfang (30%), freie Werkstattwahl (24%) oder Schadenfreiheits-Rabattreiter (22%) der wichtigste Entscheidungsgrund, nachdem ein deutlich niedrigerer Preis zum bisherigen Vertrag erkannt wird. Jedoch erklären diese Durchschnittswerte das unterschiedliche Abschlussverhalten hinsichtlich der Wahl des Beratungs- und Abschlussortes oder dem Interesse für Beratungen zu weiteren Produkten kaum. Nur die Betrachtung mit den [Select Typen](#), die nach unterschiedlichen Heuristiken der Kunden beim Versicherungsabschluss differenziert, liefert wichtige Hinweise für Marketing und Vertrieb. Danach unterschieden sich bereits die beiden wechselaktivsten Typen, der Eigenständige und der Optimierer, erheblich voneinander. Der Eigenständige hat die stärkste Eigeninitiative, ein starkes Sparmotiv und wählt deswegen am liebsten das Angebot mit dem absolut niedrigsten Preis, fast immer über einen Online- oder Vergleichsabschluss. Der Optimierer sowie die seltener wechselnden Partner und Vorsichtigen achten stärker auf Qualitätsaspekte und versuchen über jährliche Zahlungen oder Werkstattbindung zu sparen. Der Optimierer erkennt für sich häufiger als andere besondere Vorteile im Rabattreiter und Telematik-Tarif. Partner und Vorsichtige sind sehr vermittler- und bündelorientiert, so dass ihre Wechselaktivität erst bei deutlicher Preissteigerung häufig wegen SF-Klassen-Rückstufungen, erwacht. „Ob in der Kundenberatung oder im Online-Dialog, die wesentlichen Motive und Anlässe für ein Wechselinteresse lassen sich recht einfach ermitteln. Damit kann der Select Typ bestimmt, und eine passende Beratung und Angebotslegung für einen erfolgreicherer Vertrieb gestaltet werden“, verdeutlicht Dr. Oliver Gaedeke.

Pressemitteilung vom 12.01.2021

Die Kfz-Versicherungssparte verliert rund 250 Mio. EUR durch einen Vertrags- oder Anbieterwechsel



Wechselaktivitäten in der Kfz-Versicherung Ende 2020



Wirksamste Wechseltreiber

Vermittleransprache

Beitragsanstieg

Eigeninitiative

 Ende 2020 hat die Wechselaktivität im Vorjahresvergleich (2019) weiter abgenommen

18 Prozent Wechselbereite (20%)

4,7 Prozent Wechsler (5,2%)

das sind ca. 1,9 Mio. Wechsler (2,1 Mio.)

Basis: 40 Mio. private Kfz-Versicherungsnehmer

Direktabschlüsse inkl. Vergleicher dominieren mit 54 Prozent knapp



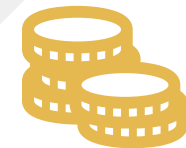
44 Prozent bei Vertretern, Maklern, Bankberatern und in Kundencentern



31 Prozent tel. oder online **direkt** bei Versicherern



23 Prozent bei Vergleichen, davon 77% bei CHECK24

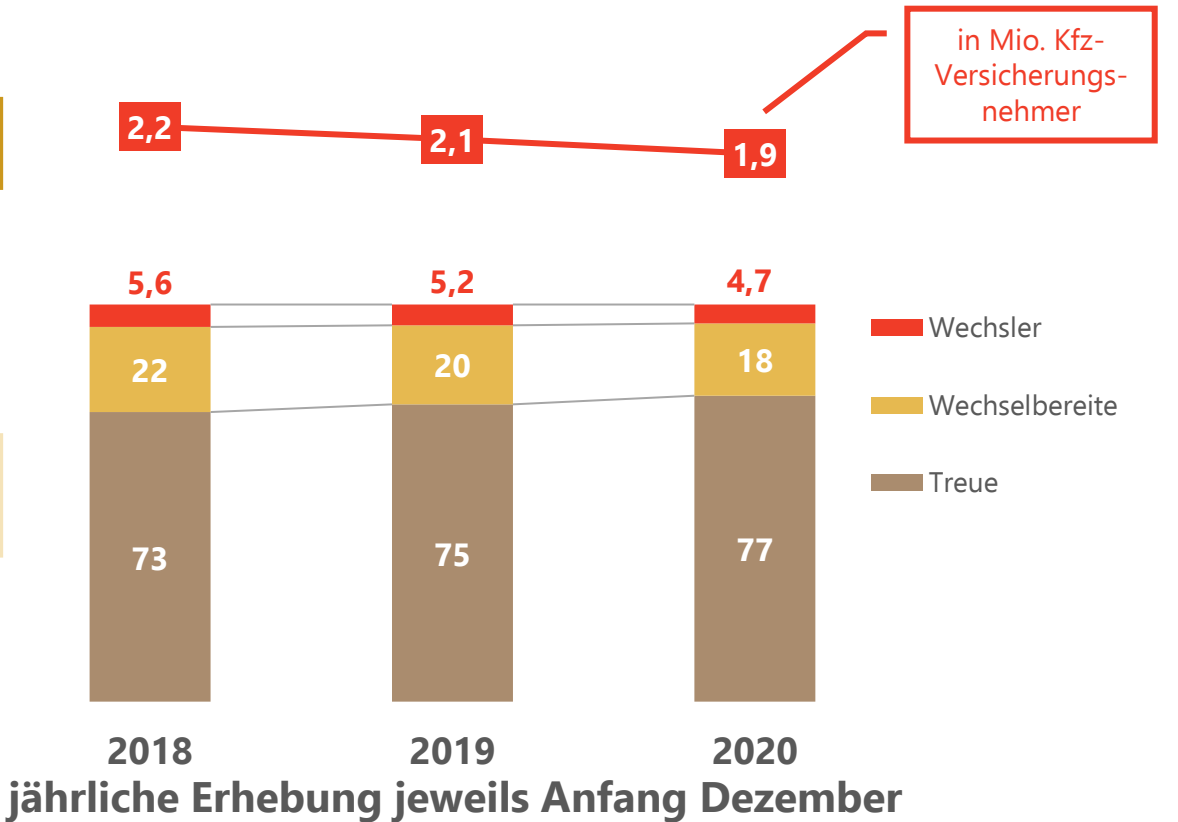
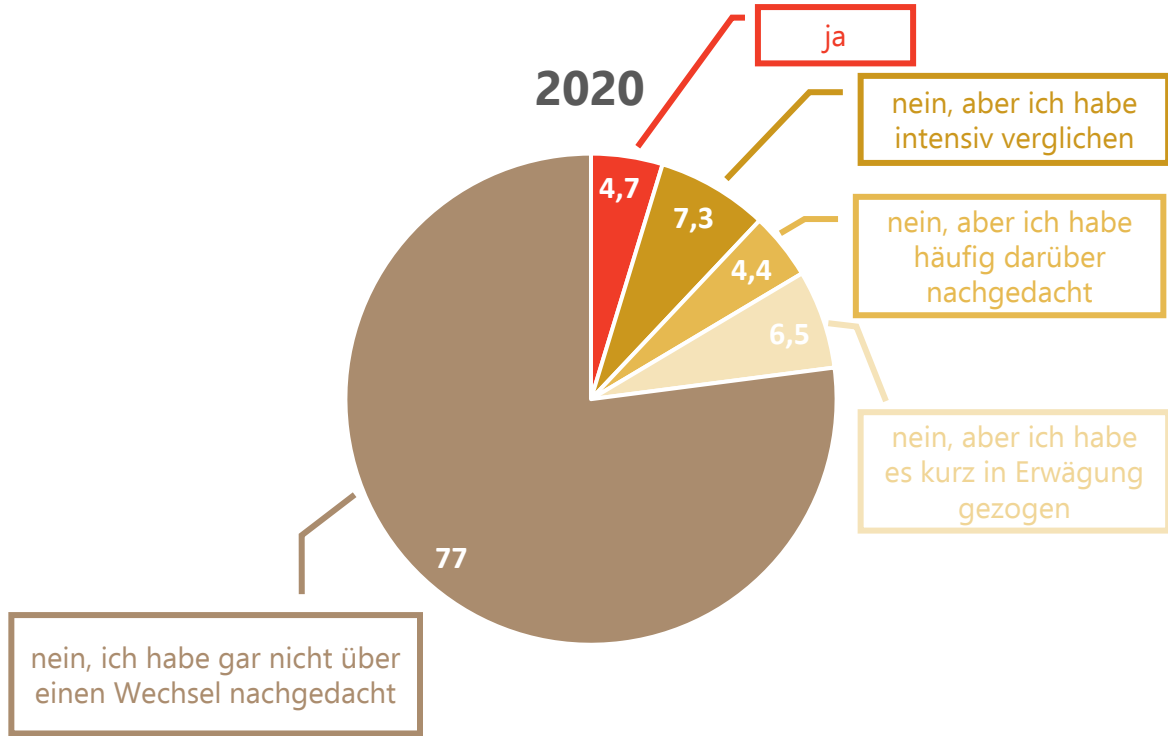


Wechsler sparen durchschnittlich **132 EUR** im Jahr. Über alle Wechsler sind das in der Summe **250 Mio. EUR**



Die Wechselaktivität im Kfz-Versicherungsmarkt nimmt weiter ab

Haben Sie in diesem Jahr zum Stichtag 30.11. eine Ihrer Kfz-Versicherungen zum 01.01. nächsten Jahres gewechselt oder zumindest schon gekündigt?



Die Entscheidungsstile sagen viel über die Produkt- und Serviceerwartungen und die potenzielle Preisbereitschaft

Select Typen im Kfz-Wechselgeschäft



Eigenständige



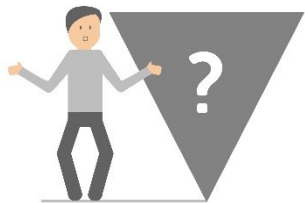
„Mit einem Kfz-Versicherungswechsel kann ich viel Geld sparen. Deswegen prüfe ich meine Verträge jährlich. Ich suche eigentlich nur im Internet bei Direktanbietern oder Vergleichen. Dort wähle ich das aller günstigste Angebot.“

„Ich kündige meist auch, um Verhandlungsdruck aufzubauen. Häufig bewegen sich die Vermittler dann auch. Wenn nicht, lasse ich mich bei fairen Angeboten auch von neuen Vermittlern und ihren Betreuungsqualitäten überzeugen.“

Partner



Vorsichtige



„Ich kündige nur, wenn es deutliche Preissteigerungen gibt. Am liebsten ist mir ein faires Angebot, das mir von einem Vermittler empfohlen wird. Bei den Angeboten im Internet befürchte ich etwas falsch zu machen.“

„Ich schaue mich immer um, ob ich meine Versicherungen besser an meinem Bedarf ausrichten kann. Besonderheiten wie Rabatttreter, Werkstattbindung oder Rabatttreter finde ich bei der Kfz-Versicherung besonders gut.“

Optimierer



Mehr Informationen unter www.select-typen.de



Untersuchung bei rund 2000 privaten Kfz-Versicherungsnehmern

Untersuchungsdesign, Leistungen und Bestellformular für
Marktuntersuchung

Es wird eine gewichtete Marktstichprobe von 1982 Kfz-Versicherungsnehmern, davon 462 Wechsler erhoben

Untersuchungsdesign

Entscheider / Mitentscheider für Kfz-Versicherung in privaten Haushalten

n=1792

Bev-rep-Ansprache im Online-Panel

Inaktive, Wechselbereite, Kündiger und Wechsler anfallend

Dauer: 15-20 Minuten

Erhebungszeitraum: 1.-18. Dez. 2020

Boost für Kündiger und Wechsler (Entscheider / Mitentscheider) ihrer Kfz-Versicherung in privaten Haushalten

n=190

Screening im Online-Panel

Dauer: 15-20 Minuten

Erhebungszeitraum: 1.-18. Dez. 2020

Gewichtungsparameter für Online-Stichprobe

Für die Gewichtung wurden folgende Merkmale genutzt: Alter, Geschlecht, Anzahl der Kfz-Versicherungsverträge und weiterer versicherungsmarktspezifischer Kennzahlen

Jahresbeitragsbrief-KFZ-Jahresendgeschäft 2020

Gliederung Teil I: Wechselgeschäft

#	Kapitel	Seite
1	Management Summary	3
2	Wechselaktivität <ul style="list-style-type: none">▪ Wechselverhalten▪ Zielgruppen	11
3	Entscheidungsverhalten beim Kfz-Versicherungsabschluss <ul style="list-style-type: none">▪ Motive und Impulse▪ Beratungs- und Informationspunkte▪ Entscheidungsgründe▪ Zeitpunkt der Wechselgedanken, Kündigung und des Neuabschluss▪ Ungewollte und gewollte Rabattangebote	27
4	Untersuchungsdesign	68
5	Über Sirius Campus	

Jahresbeitragsbrief-KFZ-Jahresendgeschäft 2020

Gliederung Teil II: Wirkung des Jahresbeitragsbriefes

#	Kapitel	Seite
1	Management Summary	3
2	Customer Experience mit Jahresbeitragsbrief <ul style="list-style-type: none">▪ Nutzung▪ Beurteilung des Jahresbeitragsbriefes	11
3	Optimale Briefgestaltung bei Beitragserhöhungen <ul style="list-style-type: none">▪ Wirkungstest▪ Zielgruppeneffekte	36
4	Untersuchungsdesign	48
5	Über Sirius Campus	52

Beurteilung von 22 VUs
über 14 Kriterien

Bestellung der Marktuntersuchung „Wirkung der Jahresbeitragsrechnung im Kfz-Versicherungs-Jahresendgeschäft 2020“

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

Churn Prevention

- Kundenbindung mit Jahresbeitragsbrief sichern
- ppt-Bericht, Tabelle, Management-Summary

2.500 €

Market Profile

- Wechselverhalten verstehen und vorhersagen
- ppt-Bericht, Tabelle, Management-Summary

3.900 €

Market Profile & Churn Prevention

- Kundenbindung mit Jahresbeitragsbrief sichern
- Wechselverhalten verstehen und vorhersagen
- ppt-Bericht, Tabelle, Management-Summary

5.900 €

Zusatzoptionen frei wählbar

bei Bedarf ankreuzen

- Wir bestellen zusätzlich einen Ergebnisworkshop ca. 2h mit Aufbereitung unternehmensspezifischer Fragestellungen (Durchführung online oder offline möglich): je nach Aufwand 1.200 bis 2.200 €

bitte ankreuzen

- Hiermit akzeptieren wir die Angebotsbedingungen auf der folgenden Seite.

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

Alle Preise verstehen sich zzgl. der ges. MwSt. und möglicher Reisekosten für Präsentationen

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.

Allgemeine Angebotsbedingungen

Angebotsbedingungen

- Die Investitionen (Preise) für das vorgeschlagene Projekt beziehen sich nur auf die dargestellten Leistungen und dazugehörigen Bedingungen, wie z. B. Leistungen und Material- sowie Datenbereitstellungen durch den Auftraggeber sowie Annahmen zu Inzidenzen der Zielgruppen. Änderungen der Leistungen erfordern eine textliche Vertragsanpassung inkl. angepasster Leistungsbeschreibung und angepasstem Investitionsumfang. Entsprechendes gilt auch für den zeitlichen Projektplan.
- Die Rechte am konzeptionellen und methodischen Vorgehen inkl. spezifischer Analysekonzepte und Nutzung existierender Kunden-, Berater- oder Vermittlertypen in diesem Beratungs- und Forschungsprojekt liegen und verbleiben ab der Angebotslegung unbefristet bei der Sirius Campus GmbH. Die Rechte an spezifischen Ergebnissen und Handlungsempfehlungen aus dem Beratungs- und Forschungsprojekt gehen mit der Berichtlegung in das Eigentum des Auftraggebers über.
- 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 Handlungsempfehlung aus dem Beratungs- und Forschungsprojekt durch den Auftraggeber für wirtschaftliche oder andere Zwecke des Unternehmens und möglicher Folgeschäden.
- Bei Bereitstellung von Kundenkontakten wird eine Datenauftragsvereinbarung geschlossen. Der Auftraggeber ist dafür verantwortlich, dass datenschutzkonforme Einwilligungen der bereitgestellten Personendaten für die in diesem Angebot geplanten Befragungen vorliegen.
- 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 mehreren Angeboten ist jeweils das Angebot mit dem jüngsten Datum gültig.
- Das Angebot ist urheberrechtlich geschützt und darf nicht an Dritte weitergegeben werden.
- Sirius Campus arbeitet nur für Organisationen, Unternehmen und Institutionen, die sich an ethische und ökologische Standards halten.



Entscheidungsprozess verstehen und gestalten

Über Sirius Campus

Entscheidungsprozesse mit Behavioral Economics optimieren und Erfolge ernten

Über Sirius Campus

Developing Preferences



Making Decisions



Set up Attention



Value Pricing



Optimizing Earnings



Deine Ansprechpartner

Kontakt



Gerden Ibrahim

Consultant

Gerden.Ibrahim@siriuscampus.de

Direkt: +49 152 38 24 66 45



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