Versicherungsvertrieb über den Automobilhandel 2019 Marktpotenziale und Strategien

puls Studie bei Autokäufern in Deutschland zum Thema Kfz-Versicherung

von

puls Marktforschung GmbH

Dr. Konrad Weßner

November 2019

Studienteaser

Die Studie beantwortet u. a. folgende Fragen:

1. Wie hoch ist die Wechselbereitschaft der Kfz-Versicherung im Zuge der Autoanschaffung?	Kundenpotenzial für Autohäuser
2. Wer wechselt tatsächlich? Wer bleibt seiner Kfz-Versicherung treu?	Charakteristika
3. Wo schließen Autokäufer ihre Kfz-Versicherung ab?	Vertriebswege
4. Wie werden die einzelnen Verkaufswege von Kfz-Versicherungen bewertet? Verbesserungsvorschläge?	Autohäuser vs. andere Wege
5. Welche Kriterien sind für Autokäufer beim Abschluss von Kfz-Versicherungen wichtig?	Kundenanforderungen
6. Welchen Informations- und Beratungsbedarf haben Autokäufer zum Abschluss von Kfz-Versicherungen?	Beratung
7. Wo werden Unfallschäden behoben?	Schadensteuerung

Nutzen Sie diese puls Studie als Grundlage besserer Entscheidungen und Strategien im Kfz-Versicherungsgeschäft!

Studiendesign

- **Zielgruppe**
  Autofahrer / Personen, die eine Autoanschaffung planen oder in den vergangenen 12 Monaten getätigt haben.

- **Stichprobe**
  n=1.044

- **Erhebungsmethode**
  Online

- **Befragungszeitraum**
  Oktober 2019

- **Konzeption, Durchführung und Empfehlungen**
  puls Marktforschung GmbH Schwaig b. Nürnberg

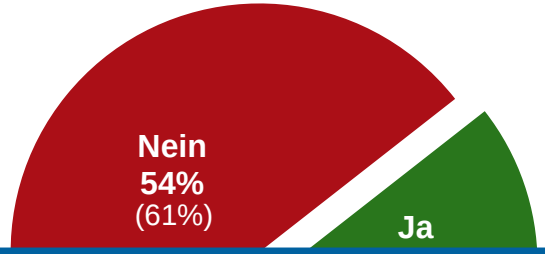
Jeder … plant im Zuge des Autokaufs den Wechsel der Kfz-Versicherung – vor allem … .

Wechsel des Kfz-Versicherungsanbieters – vor dem Autokauf

Planen Sie Ihren aktuellen Kfz-Versicherungsanbieter im Zuge des aktuellen Autokaufs zu wechseln?

✓ Autobesitzer vor dem Autokauf

Planen Sie zu wechseln? (Intender)



Geschlecht		Alter			Fahrzeug	
♀	♂	≤30J.	31-50J.	>50J.	NW	GW

puls Marktforschung GmbH

In Klammern: Werte aus 2017

Basis: n=526 (Autobesitzer vor dem Autokauf)

Für … sind Vertreter und Autohäuser beim Abschluss der Kfz-Versicherung besonders wichtig.

Abschlussort der aktuellen Kfz-Versicherung – nach Geschlecht, Alter & Einkommen

Wo haben Sie die Kfz-Versicherung für Ihr Fahrzeug abgeschlossen?

✓ Autokäufer

	Gesamt	GESCHLECHT		ALTER			FAHRZEUG	
				≤ 30 J.	31-50 J.	> 50 J.	NW	GW
Beim Versicherungsvertreter	**38%**							38%
Über das Internet (direkt beim Versicherer)	**34%**							36%
Beim Versicherungsmakler	**13%**							15%
Im Autohaus / Beim Autohändler	**6%**							3%

puls Marktforschung GmbH

Basis: n=485 (Autokäufer)

V. a. Jüngere und Neuwagenkäufer können sich einen Abschluss beim Autoverkäufer vorstellen.

Potenziale für den Kfz-Versicherungsabschluss über den Automobilhandel

Wo können Sie sich vorstellen, Ihr Auto (ein passendes Kfz-Versicherungsangebot vorausgesetzt) zu versichern? (Mehrfachnennungen möglich!)

✓ Nur Personen, die im Zuge Ihres Autokaufs bereits ein Autohaus besucht haben / planen ein Autohaus zu besuchen.

		GESCHLECHT		ALTER			FAHRZEUG	
	Gesamt			**≤ 30 J.**	**31-50 J.**	**> 50 J.**	**NW**	**GW**
Direkt im Autohaus, über den **Autoverkäufer**	**37%**	38%	36%	42%	40%	27%	42%	28%
Direkt im Autohaus, über einen **Versicherungs-spezialisten /-vertreter**								31%
Direkt über die **Website** des Autohauses								15%
Telefonisch, über einen Versicherungsanbieter, der durch das Autohaus vermittelt wird								7%
Den Abschluss der Kfz-Versicherung über und im Autohaus kann ich mir **nicht** vorstellen								48%

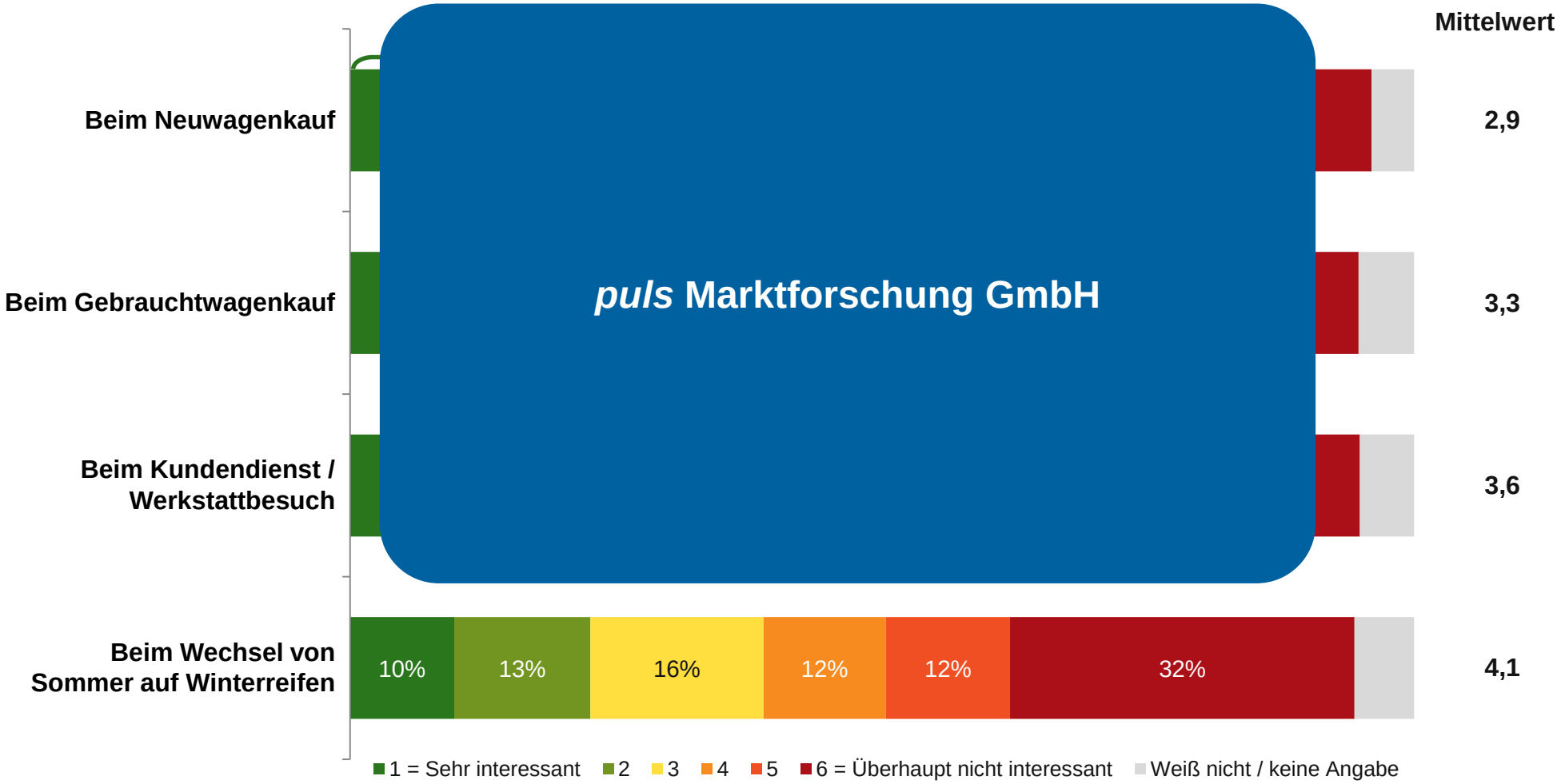
puls Marktforschung GmbH

Basis: n=699 (Personen, die im Zuge Ihres Autokaufs bereits ein Autohaus besucht haben / planen ein Autohaus zu besuchen.)

… Prozent sind beim Neuwagenkauf (sehr) interessiert an einem Gespräch zum Thema Kfz-Versicherungen.

Interesse an einem Gespräch zum Thema Kfz-Versicherungen

Wie interessant finden Sie grundsätzlich die folgenden Anlässe in der Werkstatt / beim Händler für ein Informations-/ Beratungsgespräch zum Thema Kfz-Versicherungen, wenn ein attraktives Angebot vorliegt?



puls Marktforschung GmbH

Basis: n=1.044

Bestellformular
„Versicherungsvertrieb über den Automobilhandel “

Hiermit bestelle ich verbindlich folgendes Paket:

☐ **Studie inkl. Key-Learnings und Maßnahmenvorschlägen**
(als PDF-Version; nicht zur Vervielfältigung)

€ 599,- zzgl. MwSt.

☐ **Markenspezifische Auswertungen**

Auf Anfrage

☐ **Maßnahmenworkshop (2 Stunden)**
- Ein Exemplar der Studie als PDF (nicht zur Vervielfältigung)
- Präsentation durch Dr. Konrad Weßner
- Anreicherung durch weitere *puls* Studien
- Gemeinsame Ableitung individueller Maßnahmen

€ 1.500,- zzgl. MwSt.
Reisekosten werden separat berechnet

Firma: _____
Name: _____
Anschrift: _____
_____
E-Mail: _____
Telefon: _____

Schicken Sie Ihre Bestellung bitte an folgende Faxnummer +49 (0)911 / 95 35 404 oder per E-Mail an: wessner@*puls*-marktforschung.de

© Alle Rechte, insbesondere der Weiterleitung an Dritte oder der Übersetzung, vorbehalten! Alle Texte und Grafiken der Studie sind urheberrechtlich geschützt. Eine Übernahme für private Zwecke ist unter deutlicher Quellenangabe gestattet. Die Übernahme und Nutzung der Daten zu anderen Zwecken bedarf der schriftlichen Zustimmung der *puls* Marktforschung GmbH.

puls Studien

Thema	Erscheinungsdatum	Preis
Kauf von Autoteilen im Internet	Jul. 2019	€ 599,-
Social Media und Automobilmarketing 2019	Jun. 2019	€ 599,-
puls Händlerradar (Markenreports zur Zusammenarbeit zwischen Automarken und Händlern mit Benchmarkvergleichen)	Mai 2019	€ 7.900,-
Autoanschaffung im Wandel (in Koop. mit Google)	Mrz. 2019	€ 599,-
“Which car do I use today?” (Marktpotenziale von Auto-Abos)	Feb. 2019	€ 599,-
Was Sie über „Ihre“ Automarke wissen sollten - Autokäufer*puls* Markenreports 2019	Jan. 2019	€ 7.900,-
So ticken Kaufinteressenten von Elektroautos	Okt. 2018	€ 599,-
Connect me – After Sales für das Auto der Zukunft	Sep. 2018	€ 599,-
Auto und Autokauf der Zukunft	Jun. 2018	€ 599,-
Marken von morgen brauchen Gesichter – Studie zum Influencer Marketing	Okt. 2017	€ 599,-
Automobilverkäufer 4.0	Apr. 2017	€ 599,-

Aktuelle puls Studien Automotive

puls über puls

Gründungsjahr:	1992
Feste Mitarbeiter:	18
Firmensitz:	Schwaig bei Nürnberg
Telefonstudio im eigenen Haus	
Kerngeschäft:	Integrierte Marktforschung und Empfehlungen für bessere Entscheidungen und Strategien (Schwerpunkte: Automotive & Finance)
Unser Leistungsversprechen:	*For Better Decisions*
Aktive Mitgliedschaften:	adm BVM Korporatives Mitglied im BVM „Berufsverband Deutscher Markt- und Sozialforschen“ DGOF

Laufende Projekte von puls in der Automobilbranche

Autohaus Online-Panel
Händler-Panel bei 1.600 Entscheidern in Autohäusern

***puls*Schlag**
Monatliche Erhebung der Konjunktur- und Verkaufserwartungen der Autohäuser
(Seit 2000 in Kooperation mit der Fachzeitschrift AUTOHAUS)

***puls* HändlerRadar / AUTOHAUS BankenMonitor / AUTOHAUS VersicherungsMonitor**
Jährliche Messungen der Händlerzufriedenheit mit Herstellern/Importeuren, Autobanken und Versicherungen.

Autokäufer*puls* / Autoflotten*puls*
Markenübergreifende Befragung von monatlich 1.000 Autokäufern und 1.500 Autoflottenkunden (2x jährlich).

Automotive WebScreening / Google Trends
Analyse der Kundenbewertungen im Web 2.0 sowie der Google-Suchanfragen zu Automobilherstellern, Fahrzeugen, Autohäusern etc.

Aktuelle Referenzen

puls Marktforschung GmbH

Röthenbacher Straße 2
90571 Schwaig bei Nürnberg

Telefon 0911-9535 420
Fax 0911-9535 404

wessner@puls-marktforschung.de
www.puls-marktforschung.de

Geschäftsführer: Dr. Konrad Weßner · UstIDNr.: DE 133 554 286 · UstNr.: 241/135/41 284 · Amtsgericht Nürnberg · HRB 11034