

Großes Kundeninteresse – Mangelnde Kundenzufriedenheit

puls Studie zum Versicherungsverkauf über Autohäuser

von
puls Marktforschung GmbH
Dr. Konrad Weißner
4. Dezember 2019

Jeder Fünfte plant im Zuge der Autoanschaffung den Wechsel der Kfz-Versicherung, jeder Dritte wechselt tatsächlich.



Wechsel des Kfz-Versicherungsanbieters – vor/ nach der Autoanschaffung

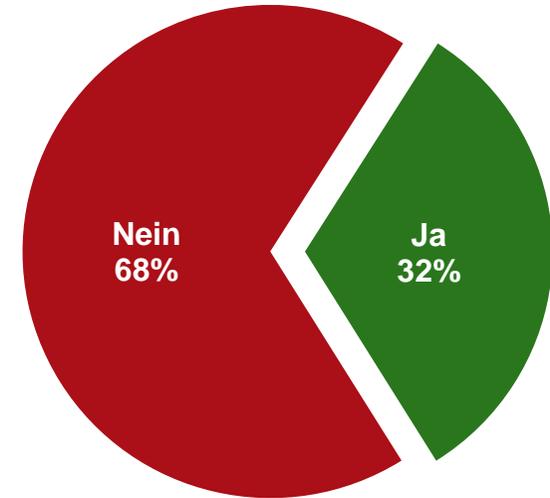
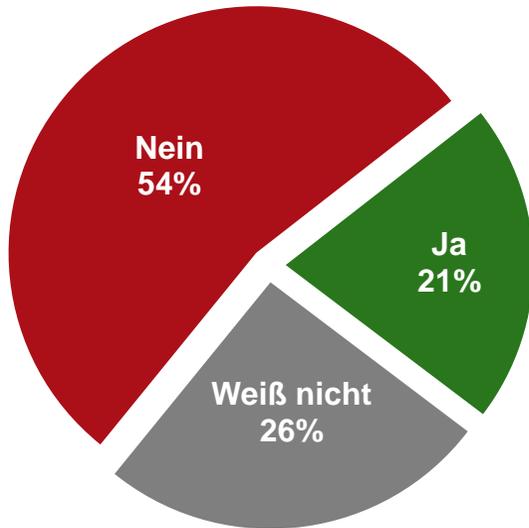
Planen Sie Ihren aktuellen Kfz-Versicherungsanbieter im Zuge des aktuellen Autokaufs zu wechseln?
Haben Sie Ihre Kfz-Versicherung im Zuge des gerade zurückliegenden Autokaufs gewechselt?

✓ Auto-Interessenten

✓ Autokäufer

Planen Sie zu wechseln? (Intender)

Haben Sie gewechselt? (Buyer)

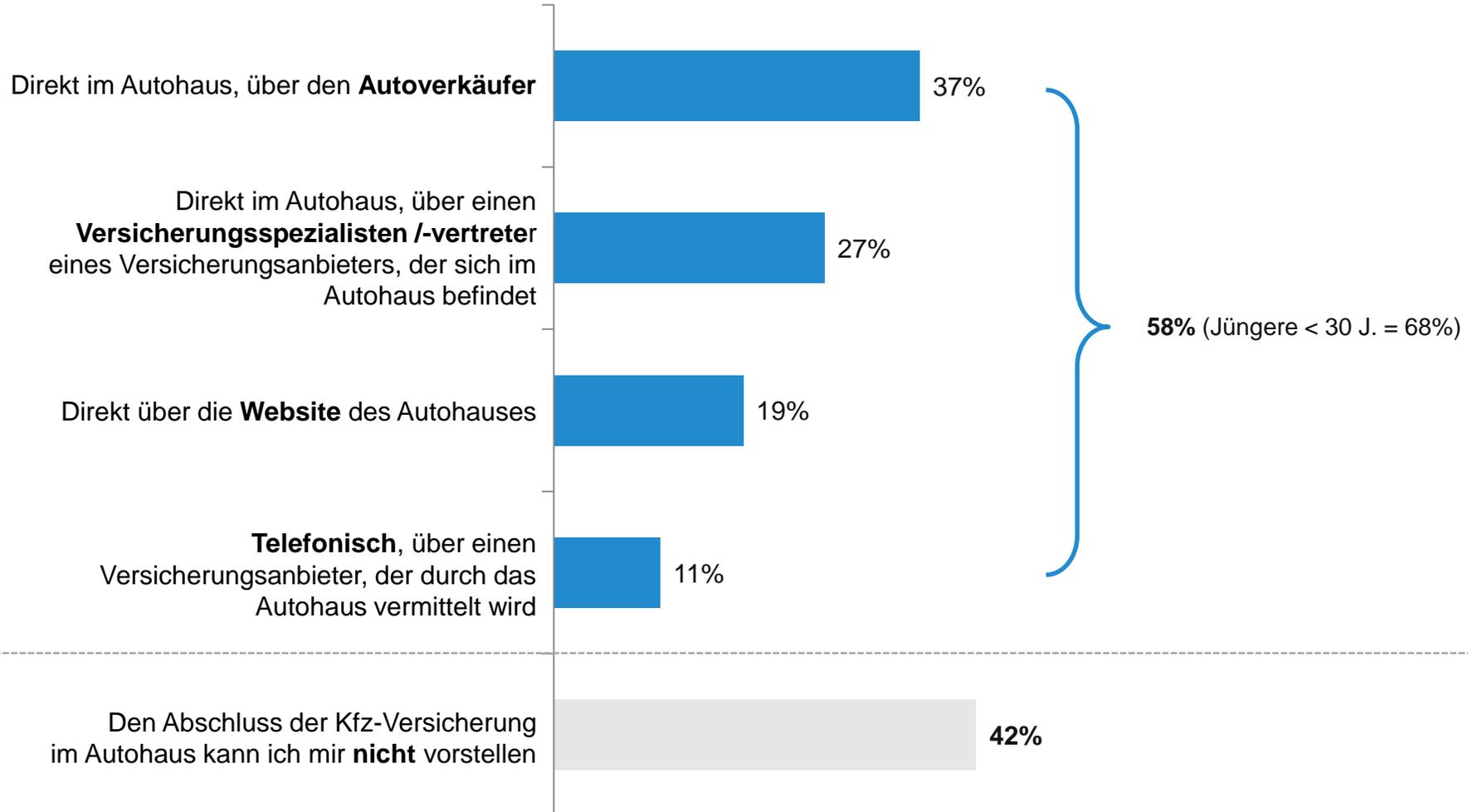


58 Prozent können sich den Abschluss einer Kfz-Versicherung über das Autohaus vorstellen.



Potenziale für den Kfz-Versicherungsabschluss über den Automobilhandel

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

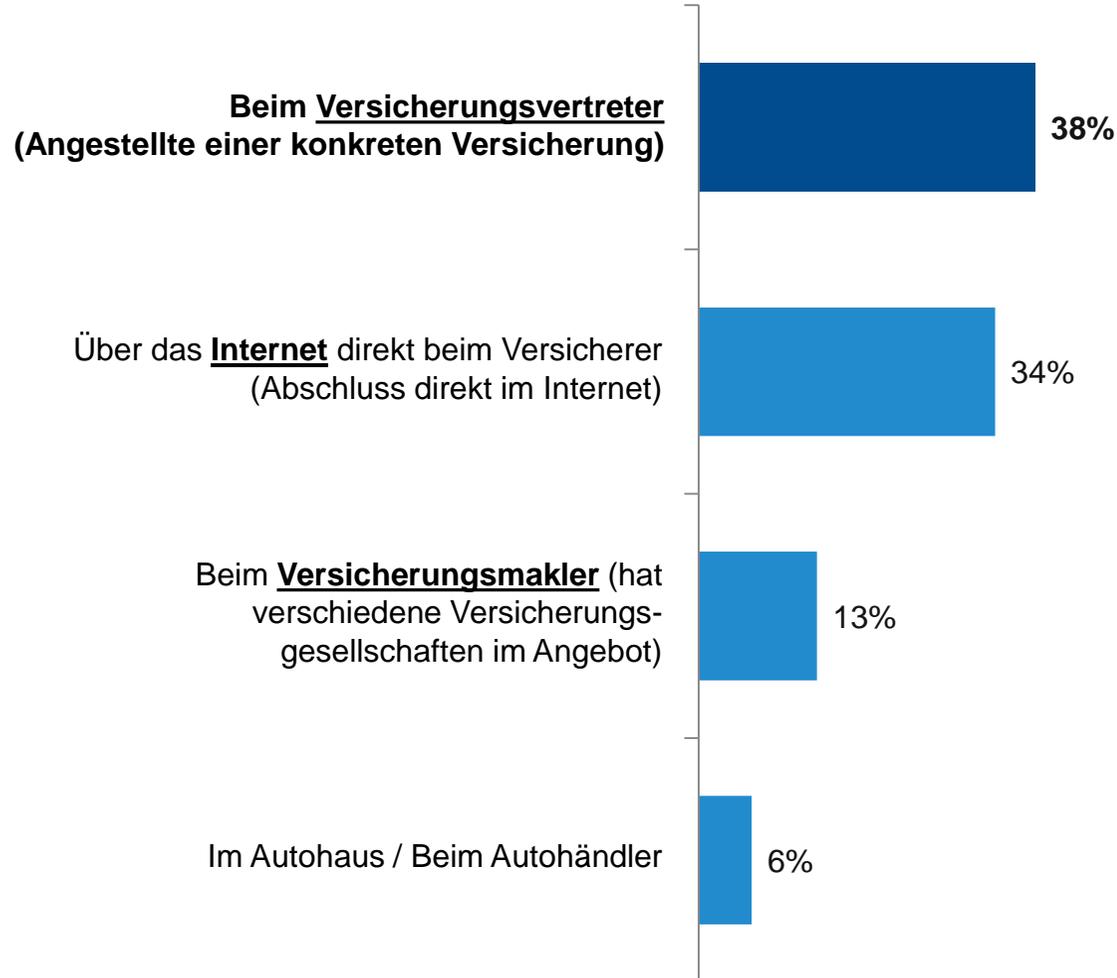


Nur 6 Prozent der Autokäufer schließen ihre Kfz-Versicherung im Autohaus ab.



Abschlussort der aktuellen Kfz-Versicherung

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

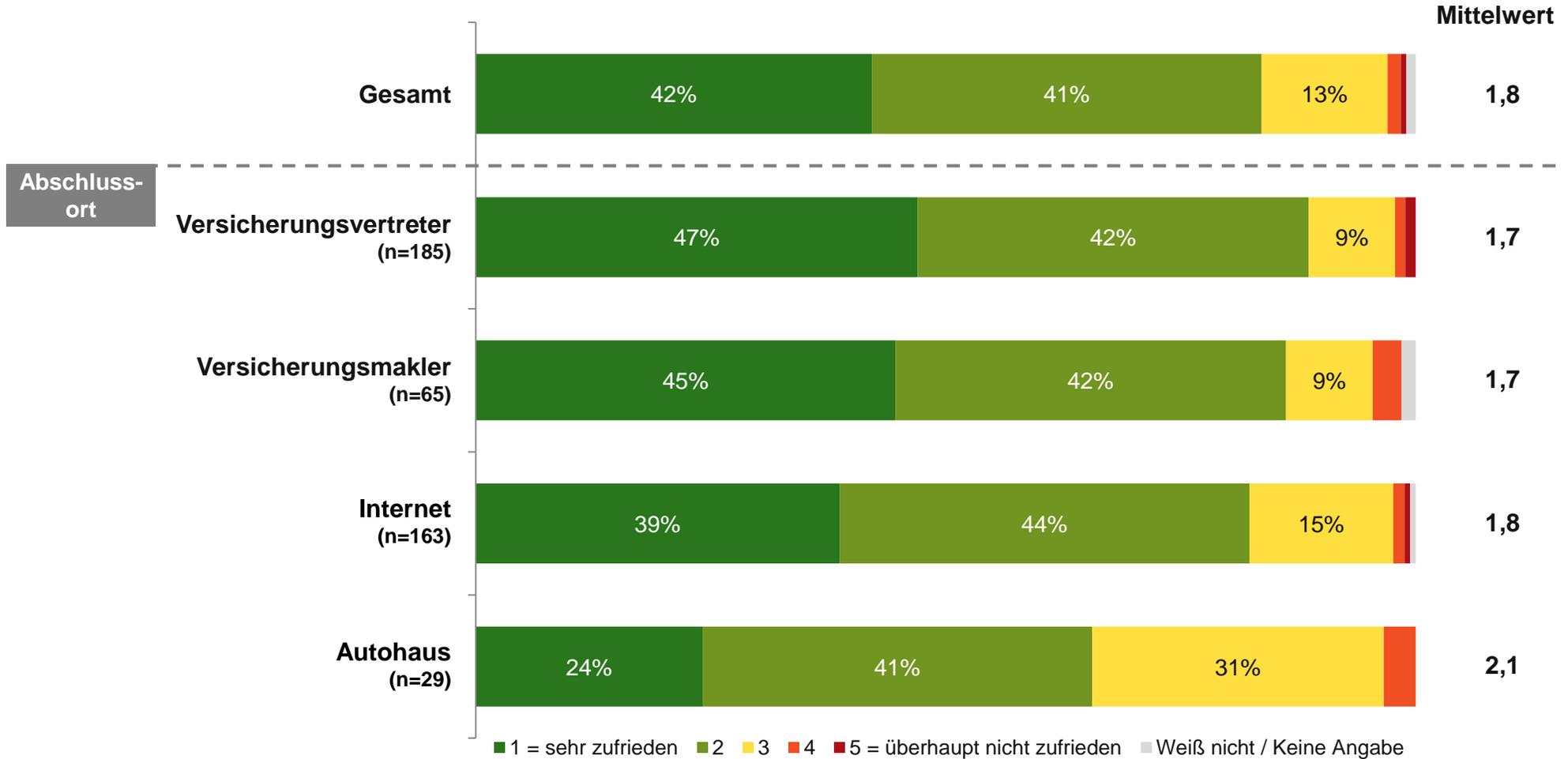


Autokäufer sind mit dem Versicherungsabschluss im Autohaus am wenigsten zufrieden.



Zufriedenheit mit Suche und Abschluss der Kfz-Versicherung – nach Abschlussort

Wie zufrieden sind Sie mit Ihrem gesamten Prozess rund um die Suche und den Abschluss der Kfz-Versicherung gewesen / mit Ihrem bisherigen Prozess rund um die Suche und des Abschlusses der Kfz-Versicherung?



Vor allem Frauen und GW-Käufer erwarten ein gutes Preis-/Leistungsverhältnis.

Entscheidungskriterien bei der Wahl der Kfz-Versicherung – nach Geschlecht, Alter & Fahrzeug

Was sind für Sie persönlich die wichtigsten Entscheidungskriterien bei der Wahl einer Kfz-Versicherung?
(Mehrfachnennungen möglich!)

	Gesamt	GESCHLECHT		ALTER			FAHRZEUG	
				≤ 30 J.	31-50 J.	> 50 J.	NW	GW
Gutes Preis-/ Leistungsverhältnis des Kfz-Versicherungsanbieters	77%	86%	74%	77%	76%	79%	72%	83%
Günstigste Prämie	50%	43%	52%	40%	53%	58%	50%	50%
Einfacher und bequemer Vertragsabschluss	46%	52%	43%	46%	42%	49%	43%	49%
Freie Wahl der Werkstatt im Schadenfall	41%	49%	38%	44%	40%	37%	38%	43%
Gutes Image der Kfz-Versicherung	32%	34%	32%	36%	27%	33%	31%	34%
Erreichbarkeit eines AP der Kfz-Versicherung 24 / 7	25%	27%	24%	28%	26%	19%	25%	24%
Bestandteil von Finanzierung / Leasing	7%	9%	7%	10%	8%	5%	10%	4%
Autokauf und Kfz-Versicherung aus einer Hand	7%	10%	6%	10%	5%	5%	10%	3%

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:



Korporatives Mitglied im BVM
„Berufverband Deutscher Markt- und Sozialforscher“





Autohaus » Panel

Autohaus Online-Panel

Händler-Panel bei 1.600 Entscheidern in Autohäusern



AUTOHAUS

pulsSchlag

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



Banken
Monitor 2019

puls Händlerradar/ AUTOHAUS BankenMonitor/ AUTOHAUS VersicherungsMonitor

Jährliche Messungen der Händlerzufriedenheit mit Herstellern/Importeuren, Autobanken und Versicherungen.



Autokäuferpuls

Autokäuferpuls/ Autoflottenpuls

Markenübergreifende Befragung von monatlich 1.000 Autokäufern und 1.500 Autoflottenkunden (2x jährlich).



http://

Automotive WebScreening/ Google Trends

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



For Better Decisions – Seit über 25 Jahren konzentriert sich die *puls* Marktforschung darauf, den Markterfolg von Unternehmen durch umsetzungsorientierte Marktforschung abzusichern.

An der Durchführung von kundenindividuellen Marktforschungsstudien arbeiten 18 hochqualifizierte Mitarbeiter. Dabei gibt es bei *puls* kein Marktforschungsprojekt ohne Maßnahmenempfehlungen zur Optimierung der Kundenbindung und Marktausschöpfung.

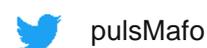
Leitlinie der Arbeit bei *puls* ist das Leistungsversprechen „*For Better Decisions*“. Eine stetig wachsende Anzahl nationaler und internationaler Unternehmen sind von dem von *puls* entwickelten Konzept der Markennavigation überzeugt. Global Player wie Santander, Mercedes-Benz, Consorsbank, GORE-TEX, Quirin Privatbank, mobile.de, TÜV Süd oder STABILO sichern ihr weiteres Wachstum durch maßgeschneiderte Marktforschung von *puls* ebenso ab wie mittelständische Unternehmen.

puls Marktforschung GmbH

Röthenbacher Straße 2
90571 Schwaig bei Nürnberg

Telefon 0911 9535-400
Fax 0911 9535-404

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



Ihr Ansprechpartner



Dr. Konrad Weßner
Geschäftsführer

puls Marktforschung GmbH
Röthenbacher Straße 2
90571 Schwaig b. Nürnberg

Telefon: + 49 911 9535-400 | Fax -404
E-Mail: wessner@puls-marktforschung.de
Internet: www.puls-marktforschung.de

