

Kfz-Versicherungsvertrieb über den Automobilhandel Marktpotenziale und Perspektiven

Auszug - puls Studie Januar 2015

puls Marktforschung GmbH
Röthenbacher Straße 2
90571 Schwaig bei Nürnberg
www.puls-marktforschung.de

A.	Hintergrund, Studiendesign und Stichprobenstruktur	Seite 2
B.	Expertenkommentar Dr. Konrad Weißner	Seite 7
C.	Status Quo Kfz-Versicherung	Seite 9
D.	Informationsverhalten / Customer Journey	Seite 16
E.	Vertriebskanal Autohandel	Seite 25
F.	Generelle Abschlusspotenziale Herstellerversicherung	Seite 37
G.	Produkteigenschaften / -anforderungen	Seite 46
H.	Kfz-Versicherungswechsel	Seite 54
I.	Kundensegmentierung	Seite 62
J.	Fazit und Maßnahmenvorschläge	Seite 66

Die Studie beantwortet u. a. folgende Fragen



- Wie lässt sich die Customer Journey der Kfz-Versicherungskunden beschreiben?**
- Wie, wo und wann kann der Versicherer / Händler Einfluss nehmen?**
- Wie ist die Akzeptanz vom Kfz-Versicherungsvertrieb über den Automobilhandel bei Endkunden?**
- Wie ist die Akzeptanz von Herstellerversicherungen?**
- Welche Produkthanforderungen haben Endkunden?**
- Welche Produkteigenschaften werden bevorzugt?**
- Welches Vertriebskonzept kann den Handel unterstützen?**
- Wie muss der Automobilverkäufer seine Kunden ansprechen?**

Stichprobe

Insgesamt Befragung von 1.860 Personen (netto)

davon

a) $n = 1.001$ Autokäufer, die den Kauf eines Fahrzeugs planen bzw. vor kurzem ein Fahrzeug gekauft haben

b) $n = 859$ Autobesitzer (Repräsentativ-Befragung)

Erhebungsmethode

Autokäufer: Online-Befragung über den *puls* AutokäuferMonitor

Autobesitzer: Online-Befragung (bevölkerungsrepräsentativ)

Interviewdauer

Autokäufer: ca. 10 Minuten

Autobesitzer: ca. 5 Minuten

Befragungszeitraum

November 2014

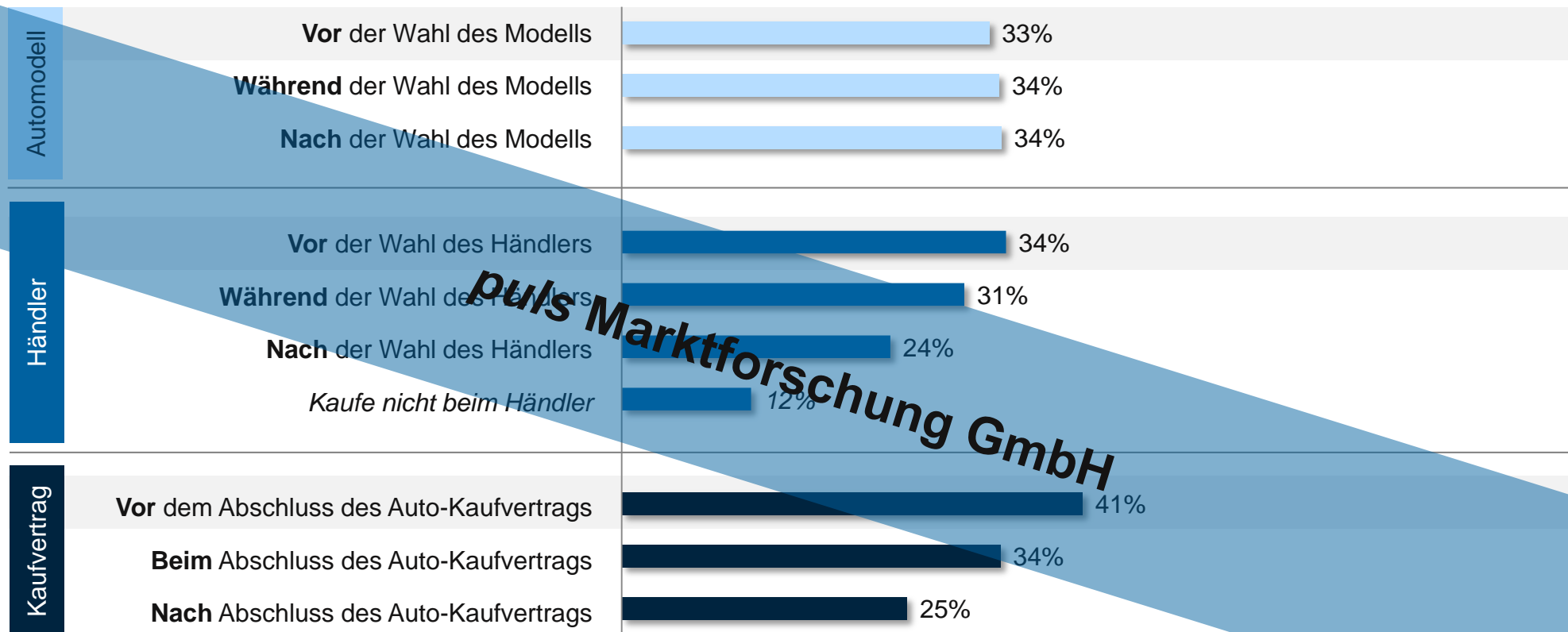
Erhebung, Analyse und Interpretation

puls Marktforschung GmbH, Nürnberg

Jeder Dritte informiert sich vor der Wahl des Modells, des Händlers und vor dem Kaufvertrag über Kfz-Versicherungen.

Informationsverhalten im Zuge des aktuellen Autokaufs zum Thema Kfz-Versicherung

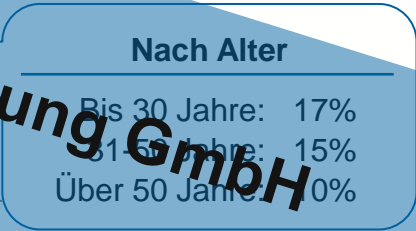
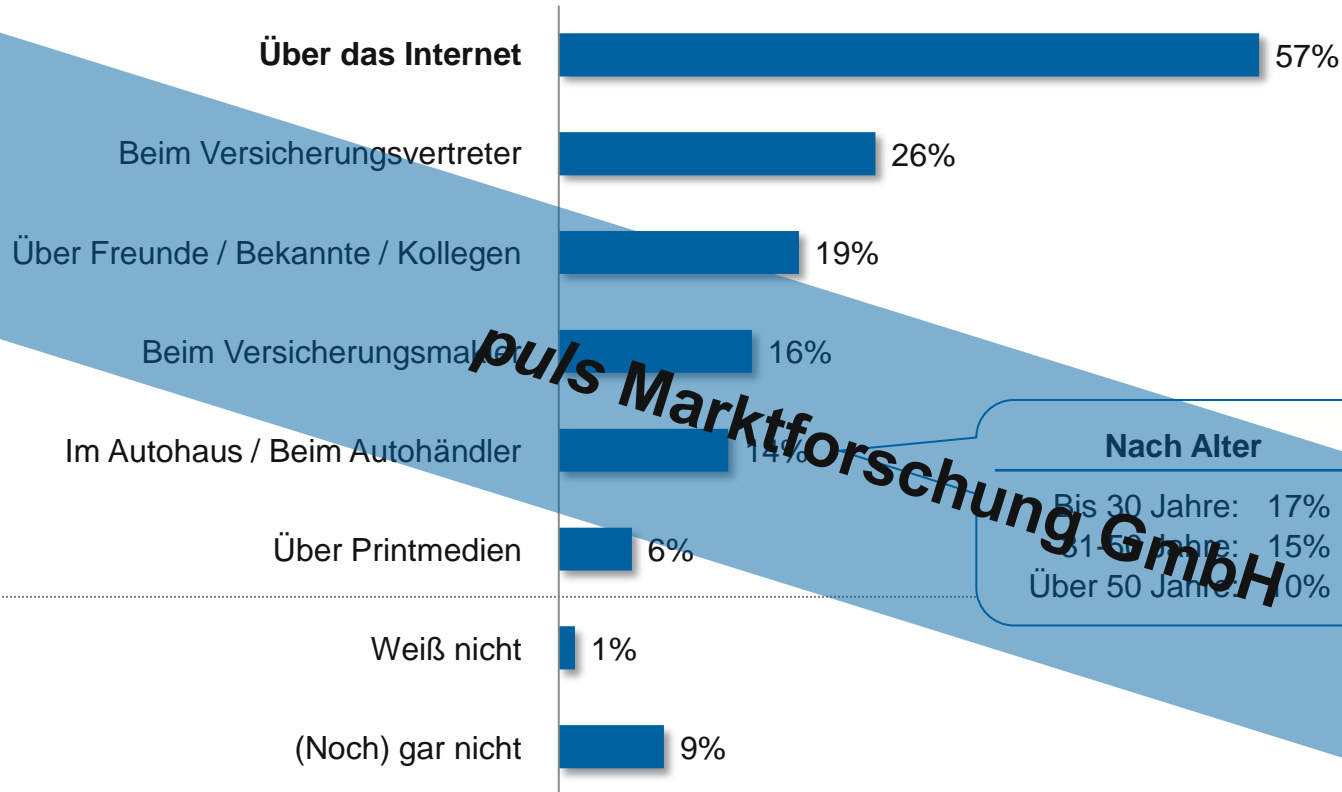
Q5: Wann denken Sie / haben Sie im Zuge des aktuellen Autokaufs über das Thema Kfz-Versicherung Ihres Neu- oder Gebrauchtwagens nachgedacht? Vor, während oder nach der Auswahl des Modells, des Händlers, Abschluss des konkreten Kaufvertrags?



57% informieren sich über ihre Kfz-Versicherung für ihr neues Auto im Internet ...

Informationskanal Kfz-Versicherungen

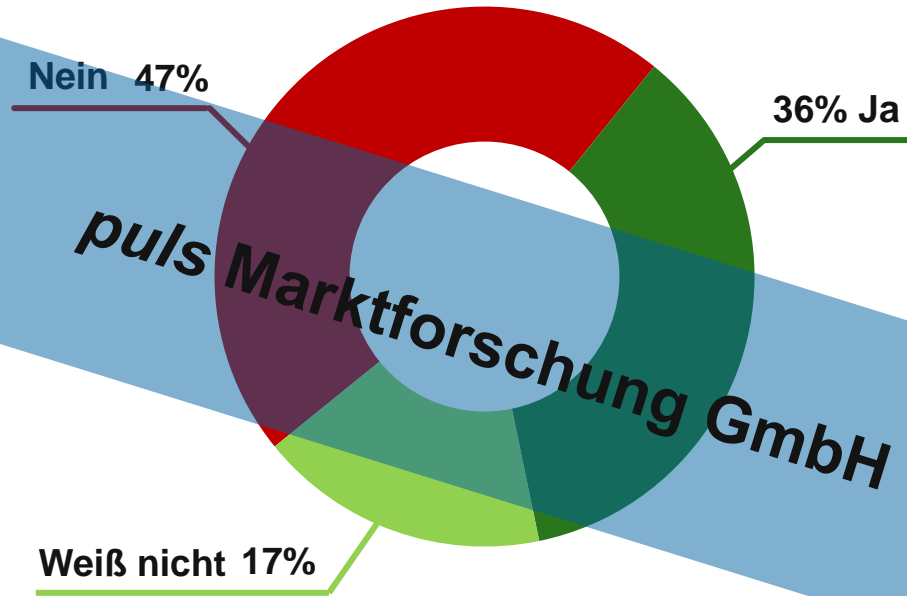
Q6: Wo haben Sie sich (bisher bereits) über Ihre Kfz-Versicherung für Ihr (neues) Auto informiert?



36% möchten durch den Händler zu Kfz-Versicherungen informiert werden.

Wunsch nach Informationen zum Thema Kfz-Versicherung beim Händlerbesuch

Q13: Würden Sie gerne beim Besuch eines Händlers zum Thema Kfz-Versicherung für Ihr Auto informiert werden?

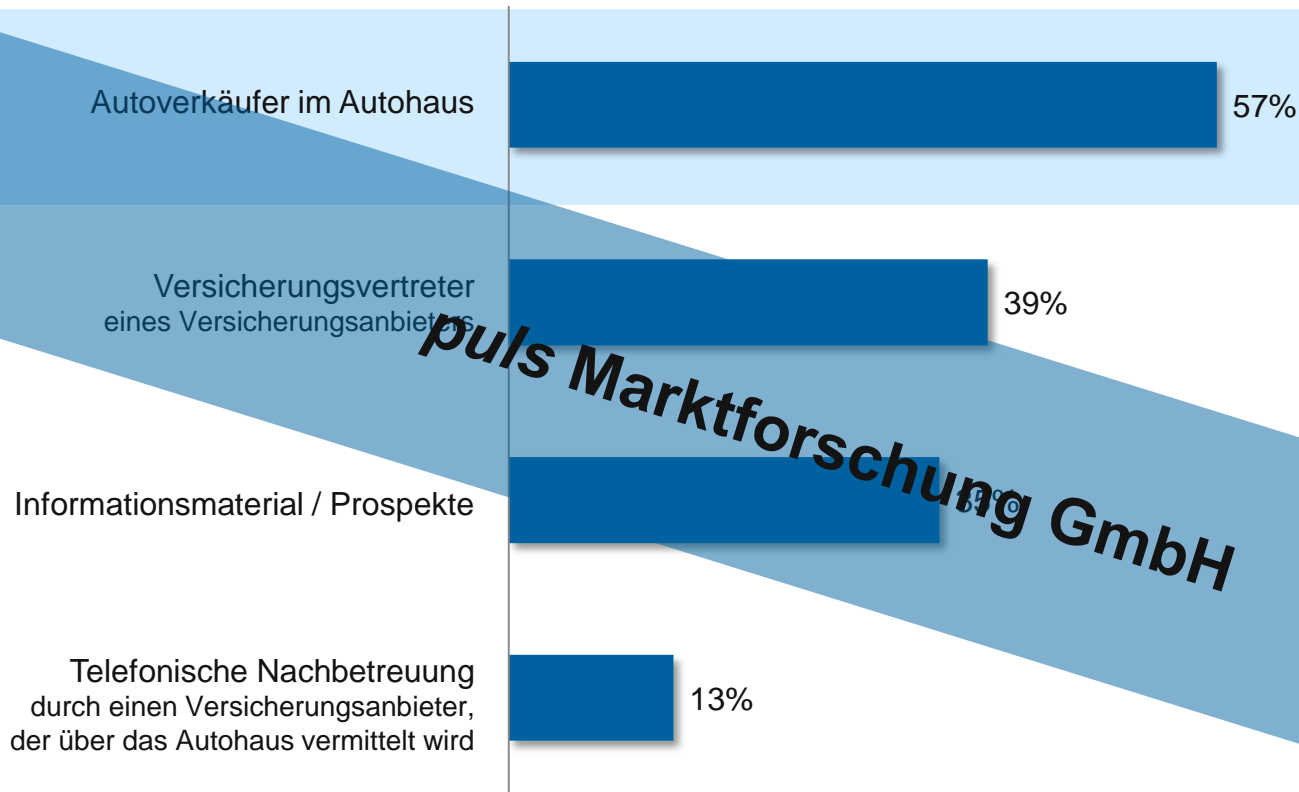


57% möchten durch den Autoverkäufer im Autohaus über Kfz-Versicherungen informiert werden.

Gewünschte Informationsmöglichkeit im Autohaus

Q14: Wie bzw. durch wen möchten Sie informiert werden? (Mehrfachnennung möglich)

✓ Autokäufer, die durch den Händler zu Kfz-Versicherungen informiert werden möchten



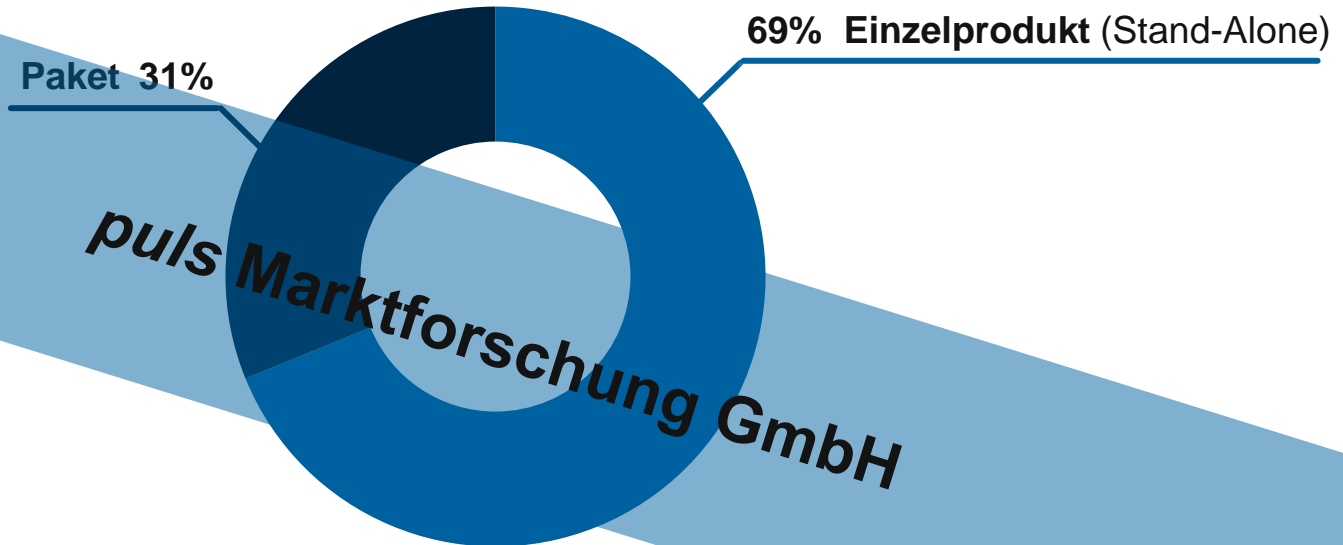
puls Marktforschung GmbH



Die Mehrheit bevorzugt die Kfz-Versicherung als Einzelprodukt ohne zusätzliche Finanzierungsangebote.

Produkt – Bevorzugtes Kfz-Versicherungsangebot (Stand-Alone vs. Paket)

Q19: Bevorzugen Sie die Kfz-Versicherung für Ihr Fahrzeug eher als....



67% bevorzugen bei ihrer Kfz-Versicherung flexible Tarife, die sich anpassen.

Produkt – Tarifgestaltung

Q20: Wenn es um die Tarifgestaltung der Kfz-Versicherung geht: Bevorzugen Sie ...

Konstante Beiträge,
die unverändert bleiben **33%**

Flexible Tarife,
67% die sich anpassen

puls Marktforschung GmbH



Die richtige Kundenansprache für den erfolgreichen Kfz-Versicherungsvertrieb

Alter	Preisklasse des Fahrzeugs	Kundenansprache		
		Bis 10.000 €	10.001 bis 25.000 €	Mehr als 25.000 €
Über 50 Jahre	Bis 10.000 €	<p>12% des Gesamtmarktes</p> <ul style="list-style-type: none"> - Einzelprodukt - Freie Wahl der Werkstatt als Argument 	<p>13% des Gesamtmarktes</p> <ul style="list-style-type: none"> - Einzelprodukt - Ansprache im Autohaus durch den Automobilverkäufer 	<p>7% des Gesamtmarktes</p> <ul style="list-style-type: none"> - Einzelprodukt - Konstante Beiträge - Gut vorinformierte Kunden
	10.001 bis 25.000 €	<p>7% des Gesamtmarktes</p> <ul style="list-style-type: none"> - Aufklärung zur Herstellerversicherung 	<p>14% des Gesamtmarktes</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ansprache im Autohaus durch den Automobilverkäufer - Herstellerversicherung als Argument 	<p>13% des Gesamtmarktes</p> <ul style="list-style-type: none"> - Aktive Ansprache im Autohaus - Herstellerversicherung als Argument
	Mehr als 25.000 €	<p>14% des Gesamtmarktes</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ansprache im Autohaus durch den Versicherungsspezialisten - Einzelprodukt - Freie Wahl der Werkstatt als Argument 	<p>11% des Gesamtmarktes</p> <ul style="list-style-type: none"> - Aktive Ansprache im Autohaus durch den Versicherungsspezialisten - Aufklärung zur Herstellerversicherung - Kfz-Versicherung als Paket mit anderen FD-Leistungen 	<p>5% des Gesamtmarktes</p> <ul style="list-style-type: none"> - Aktive Ansprache im Autohaus durch den Automobilverkäufer - Herstellerversicherung als Argument - Kfz-Versicherung als Paket mit anderen FD-Leistungen - Freie Werkstattwahl weniger wichtig
31 bis 50 Jahre	Bis 10.000 €	<p>7% des Gesamtmarktes</p> <ul style="list-style-type: none"> - Aufklärung zur Herstellerversicherung 	<p>14% des Gesamtmarktes</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ansprache im Autohaus durch den Automobilverkäufer - Herstellerversicherung als Argument 	<p>13% des Gesamtmarktes</p> <ul style="list-style-type: none"> - Aktive Ansprache im Autohaus - Herstellerversicherung als Argument
31 bis 50 Jahre	10.001 bis 25.000 €	<p>7% des Gesamtmarktes</p> <ul style="list-style-type: none"> - Aufklärung zur Herstellerversicherung 	<p>14% des Gesamtmarktes</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ansprache im Autohaus durch den Automobilverkäufer - Herstellerversicherung als Argument 	<p>13% des Gesamtmarktes</p> <ul style="list-style-type: none"> - Aktive Ansprache im Autohaus - Herstellerversicherung als Argument
31 bis 50 Jahre	Mehr als 25.000 €	<p>7% des Gesamtmarktes</p> <ul style="list-style-type: none"> - Aufklärung zur Herstellerversicherung 	<p>14% des Gesamtmarktes</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ansprache im Autohaus durch den Automobilverkäufer - Herstellerversicherung als Argument 	<p>13% des Gesamtmarktes</p> <ul style="list-style-type: none"> - Aktive Ansprache im Autohaus - Herstellerversicherung als Argument
Bis 30 Jahre	Bis 10.000 €	<p>14% des Gesamtmarktes</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ansprache im Autohaus durch den Versicherungsspezialisten - Einzelprodukt - Freie Wahl der Werkstatt als Argument 	<p>11% des Gesamtmarktes</p> <ul style="list-style-type: none"> - Aktive Ansprache im Autohaus durch den Versicherungsspezialisten - Aufklärung zur Herstellerversicherung - Kfz-Versicherung als Paket mit anderen FD-Leistungen 	<p>5% des Gesamtmarktes</p> <ul style="list-style-type: none"> - Aktive Ansprache im Autohaus durch den Automobilverkäufer - Herstellerversicherung als Argument - Kfz-Versicherung als Paket mit anderen FD-Leistungen - Freie Werkstattwahl weniger wichtig
Bis 30 Jahre	10.001 bis 25.000 €	<p>14% des Gesamtmarktes</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ansprache im Autohaus durch den Versicherungsspezialisten - Einzelprodukt - Freie Wahl der Werkstatt als Argument 	<p>11% des Gesamtmarktes</p> <ul style="list-style-type: none"> - Aktive Ansprache im Autohaus durch den Versicherungsspezialisten - Aufklärung zur Herstellerversicherung - Kfz-Versicherung als Paket mit anderen FD-Leistungen 	<p>5% des Gesamtmarktes</p> <ul style="list-style-type: none"> - Aktive Ansprache im Autohaus durch den Automobilverkäufer - Herstellerversicherung als Argument - Kfz-Versicherung als Paket mit anderen FD-Leistungen - Freie Werkstattwahl weniger wichtig
Bis 30 Jahre	Mehr als 25.000 €	<p>14% des Gesamtmarktes</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ansprache im Autohaus durch den Versicherungsspezialisten - Einzelprodukt - Freie Wahl der Werkstatt als Argument 	<p>11% des Gesamtmarktes</p> <ul style="list-style-type: none"> - Aktive Ansprache im Autohaus durch den Versicherungsspezialisten - Aufklärung zur Herstellerversicherung - Kfz-Versicherung als Paket mit anderen FD-Leistungen 	<p>5% des Gesamtmarktes</p> <ul style="list-style-type: none"> - Aktive Ansprache im Autohaus durch den Automobilverkäufer - Herstellerversicherung als Argument - Kfz-Versicherung als Paket mit anderen FD-Leistungen - Freie Werkstattwahl weniger wichtig

puls Marktforschung GmbH

I. Kundensegmentierung



Hiermit bestelle ich verbindlich folgendes Paket:

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> Eine pdf-Version (nicht zur Vervielfältigung) – Umfang: ca. 60 - 70 Seiten: | € 599,- zzgl. MwSt. – |
| <input type="checkbox"/> Markenspezifische Auswertungen – je Marke: | € 500,- zzgl. MwSt. – |
| <input type="checkbox"/> Persönlicher Workshop in Länge von 1,5 bis 2,0 Stunden: | € 1.499,- zzgl. MwSt. –
Reisekosten werden separat berechnet |
| <ul style="list-style-type: none">- Ein Exemplar der Studie als pdf (nicht zur Vervielfältigung)- Integration ausgewählter markenspezifischer Analysen- Präsentation durch Niklas Haupt- Anreicherung durch weitere <i>puls</i> Studien | |
| <input type="checkbox"/> Erstellen der Trainingsunterlagen: | € 750,- zzgl. MwSt. – |
| <ul style="list-style-type: none">- Ein Exemplar der Studie als pdf (nicht zur Vervielfältigung) – Umfang: ca. 60 - 70 Seiten:- Händlerversion (ausgewählte 10-15 Folien in Absprache) zur Weiterleitung an den eigenen Handel | |
| <input type="checkbox"/> Händler-Webinar: | € 990,- zzgl. MwSt. – |
| <ul style="list-style-type: none">- Vorstellung und Diskussion der Ergebnisse inkl. Terminvereinbarung | |

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:
haupt@puls-marktforschung.de



Gründungsjahr:	1992
Feste Mitarbeiter:	20
Mitarbeiter Telefonstudio:	140
Firmensitz:	Schwaig bei Nürnberg

Kerngeschäft: Quantitative und qualitative Marktforschung

Ziel: *For Better Decisions*
Effiziente Marktforschung und
Empfehlungen für bessere Entscheidungen
und Strategien.

Aktive Mitgliedschaften:





Autohaus » Panel

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



AUTOHAUS
pulsSchlag

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



Banken
Monitor
2014

SchwacheMarkenMonitor/ 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.

Thema	Erscheinungsdatum	Preis
Kfz-Versicherungsvertrieb über den Automobilhandel	Jan 2015	€ 599,-
Marken erlebbar machen	Nov 2014	€ 299,-
Tuning trends - Marktpotenziale und Strategien im Tuning- und Zubehörgeschäft	Okt 2014	€ 599,-
Wahrnehmung und Management von Rückrufaktionen in der Automobilbranche	Okt 2014	€ 299,-
Mobilitätsfinanzierung 3.0	Jun 2014	€ 299,-
Marktchancen von Elektroautos: Lifestyle? Gewissen? Geldbeutel?	Mrz 2014	€ 299,-
Autokäufer 3.0 – Automobilvertrieb 3.0	Mrz 2014	€ 299,-
Facebook goes Automotive Sales	Jan 2014	€ 299,-
Marktpotenziale von SUVs	Nov 2013	€ 299,-
Kunden 3.0 – Marketing 3.0	Okt 2013	€ 299,-
Connected Cars und Google Glass: Wie das Internet Einzug in das Auto hält	Sep 2013	€ 599,-
Der Konfiguratorcheck: Auf der Suche nach dem idealen Fahrzeug	Aug 2013	€ 299,-
Werdende und junge Eltern als Kundensegment der Automobilbranche	Mai 2013	€ 299,-





Niklas Haupt | Partner

puls Marktforschung GmbH

E-Mail: haupt@puls-marktforschung.de
Internet: www.puls-marktforschung.de



Yuwon Song | Consultant

puls Marktforschung GmbH

E-Mail: song@puls-marktforschung.de
Internet: www.puls-marktforschung.de