

Kfz-Wechselbereitschaft leicht rückläufig

In Deutschland haben circa 41 Mio. Menschen eine Kfz-Versicherung. Der 2. Dezember war in diesem Jahr der Stichtag für einen möglichen Wechsel. Insgesamt erklärten im Jahr 2019 rund zwei von zehn (22 Prozent) der Kfz-Versicherten eine Wechselabsicht. So lautet das Ergebnis der Studie „Wechseltätigkeit in der Kfz-Versicherung 2019“ des internationalen Marktforschungs- und Beratungsinstituts YouGov.

Weniger Wechsel als 2018

Die Studie zeigt, dass die Zahl der Wechselbereiten im Vergleich zum Vorjahr von 23 Prozent auf 22 Prozent gesunken ist. 6 Prozent aller Kfz-Versicherten beabsichtigten dabei als konkret Wechselbereite zum Befragungszeitpunkt im November noch in diesem Jahr einen Wechsel, 2018 waren es 8 Prozent. Demgegenüber steht ein Anstieg der generell Wechselbereiten: Waren es 2018 noch 15 Prozent, stieg die Zahl in 2019 auf 16 Prozent.

Mehrheit der Wechselbereiten schließen bei einem Außendienstversicherer ab

72 Prozent der Wechselbereiten haben ihre Kfz-Versicherung bei Außendienstversicherern, wie der [HUK COBURG](#) (15 Prozent) oder der [Allianz](#) (12 Prozent) abgeschlossen. Die [VHV](#) und [DEVK](#) kommen jeweils auf 8 Prozent der wechselbereiten Kfz-Versicherten. Im Vergleich zum Vorjahr ist der Anteil der außendienstversicherten Wechselbereiten gleichgeblieben.

Werbewahrnehmung und Internet-Vergleichsseiten forcieren den Entscheidungsprozess

Vergleichsseiten im Internet sind auch in diesem Jahr wieder die wichtigsten Anstoßgeber für Wechselwillige in der Kfz-Versicherung. 23 Prozent der Befragten wurden durch Vergleichsseiten angeregt, sich mit einem Versicherungswechsel auseinanderzusetzen.

Bekannte und Verwandte (14 Prozent) sowie Vertreter (6 Prozent) folgen mit weitem Abstand. Die Werbewahrnehmung für Kfz-Versicherungen steigt kontinuierlich: Während 2017 lediglich 42 Prozent der Befragten angaben, sich an Werbung für Kfz-Versicherungen erinnern zu können, erreicht dieser Wert 2019 mit 51 Prozent einen neuen Höchstwert. Das Fernsehen bleibt mit 47 Prozent das wichtigste Werbe-Medium (2018: 44 Prozent).

Zunehmend mehr Kfz-Versicherte nehmen Werbung im Internet oder Radio wahr: 28 Prozent können sich an Internet-Werbung für Kfz-Versicherungen erinnern (2018: 22 Prozent), 16 Prozent an Radiowerbung (2018: 10 Prozent).

Am häufigsten erinnern sich Befragte 2019 an Werbung der HUK-Coburg (39 Prozent), Allianz (34 Prozent) und der ADAC Versicherung (26 Prozent), welche mit deutlichem Zuwachs (+9 Prozentpunkte zu 2018) unter den Top 3 landet. Unter den Vergleichsportalen bleibt auch dieses Jahr vor allem wieder Werbung von [Check24](#) und [Verivox](#) im Gedächtnis.

Werner Grimmer, Studienleiter Custom Research fasst zusammen:



Zur Studie

In der aktuellen Befragungswelle der Studie wurden 2.035 Kfz-Versicherungsbesitzer ab 18 Jahren in Deutschland vom 15. und 25. November 2019 befragt, die über Wechselbereitschaft in der Kfz-Versicherung verfügen. Die Ergebnisse sind gewichtet und repräsentativ für die deutsche Bevölkerung ab 18 Jahren. Dieselben Personen werden im Dezember 2018 wiederholt befragt, um die endgültigen Entscheidungen der Versicherungsnehmer zu erfassen.

Versicherungs- und Finanznachrichten

expertenReport



<https://www.experten.de/id/4918402/kfz-wechselbereitschaft-leicht-ruecklaeufig/>