



## Studie: Konditionenpolitik bei Kfz-Versicherern

**Auf dem Kfz-Versicherungsmarkt herrschen hohe Preisunterschiede und er ist gekennzeichnet durch eine hohe Austauschbarkeit der Produkte, insbesondere bei den Haftpflichtversicherungen. Das sind die Ergebnisse der "Marketing-Mix-Analyse Kfz-Versicherung 2018" von research tools.**

### Transparenz durch Vergleichsportale und Beitragsrechner

Vor allem über Vergleichsportale und Beitragsrechner findet die Preistransparenz statt. Alle untersuchten Anbieter demonstrieren Preistransparenz über Vergleichsportale, wo die Versicherer im Durchschnitt auf 62 Prozent der 20 analysierten Portale vertreten sind. Zudem stellen alle zehn Versicherer auf ihrer Website einen Beitragsrechner zur Verfügung. Vor der Preisermittlung sind zunächst mit 21 bis 28 Items umfangreiche Angaben zu leisten, so dass die Preistransparenz nicht unmittelbar gegeben ist.

### Große Unterschiede bei den Versicherungsbeiträgen

Bei den errechneten Versicherungsbeiträgen treten prägnante Unterschiede hervor. Der teuerste Tarif kostet im Schnitt weit mehr als das Doppelte des günstigsten. Die ermittelten Beiträge zeigen, dass die Versicherungsgesellschaften keine stringente Konditionenpolitik verfolgen. Je nach zugrunde gelegtem Nutzerprofil treten sie teils preisgünstig, teils hochpreisig auf. Die HUK-Coburg kann sich als häufig günstigster

Anbieter profilieren, gefolgt von WGV und DEVK. Die größte Preisspanne hatte der ADAC.

### Hohe mediale Präsenz der Kfz-Versicherer

Neben der monetären Differenzierung fällt die starke Fokussierung der Kfz-Versicherer auf mediale Kommunikation auf. Im Kalenderjahr 2017 summieren sich deren Werbeausgaben auf über 50 Millionen Euro.

Fernsehen ist das Top-Werbemedium. Auf den zweiten Platz mit einem eindrucksvollen Anteil von zwölf Prozent schafft es das Medium Radio, über welches Autofahrer gezielt erreicht werden können. Über Social-Media-Kanäle veröffentlichen die Versicherer allerlei praktische Informationen. 109 kfz-relevante Postings innerhalb von zwölf Monaten belegen dies. Exemplarisch hervorzuheben aufgrund einer hohen Anzahl an Meldungen ist das Facebookprofil von Verti sowie der Twitterauftritt und der YouTube-Kanal der HUK-Coburg.

Ergebnisse der Marketing-Mix-Analyse Kfz-Versicherung 2018 im Überblick

### Über die Studie

Die "Marketing-Mix-Analyse Kfz-Versicherung 2018" von research tools gibt Einblick in das Marketingverhalten der

zehn berücksichtigten Anbieter [ADAC](#), [AXA](#), [CosmosDirekt](#), [DA Direkt](#), [DEVK](#), [HDI](#), [HUK-Coburg](#), [Verti](#), [VHV](#), [WGV](#).  
Analysiert wurden die vier Marketing-Ps Product, Price, Place, Promotion.

Bilder: (1) © Karin & Uwe Annas / fotolia.com (2) © research tools

Versicherungs- und Finanznachrichten

# expertenReport



<https://www.experten.de/id/4944451/studie-konditionenpolitik-bei-kfz-versicherern/>