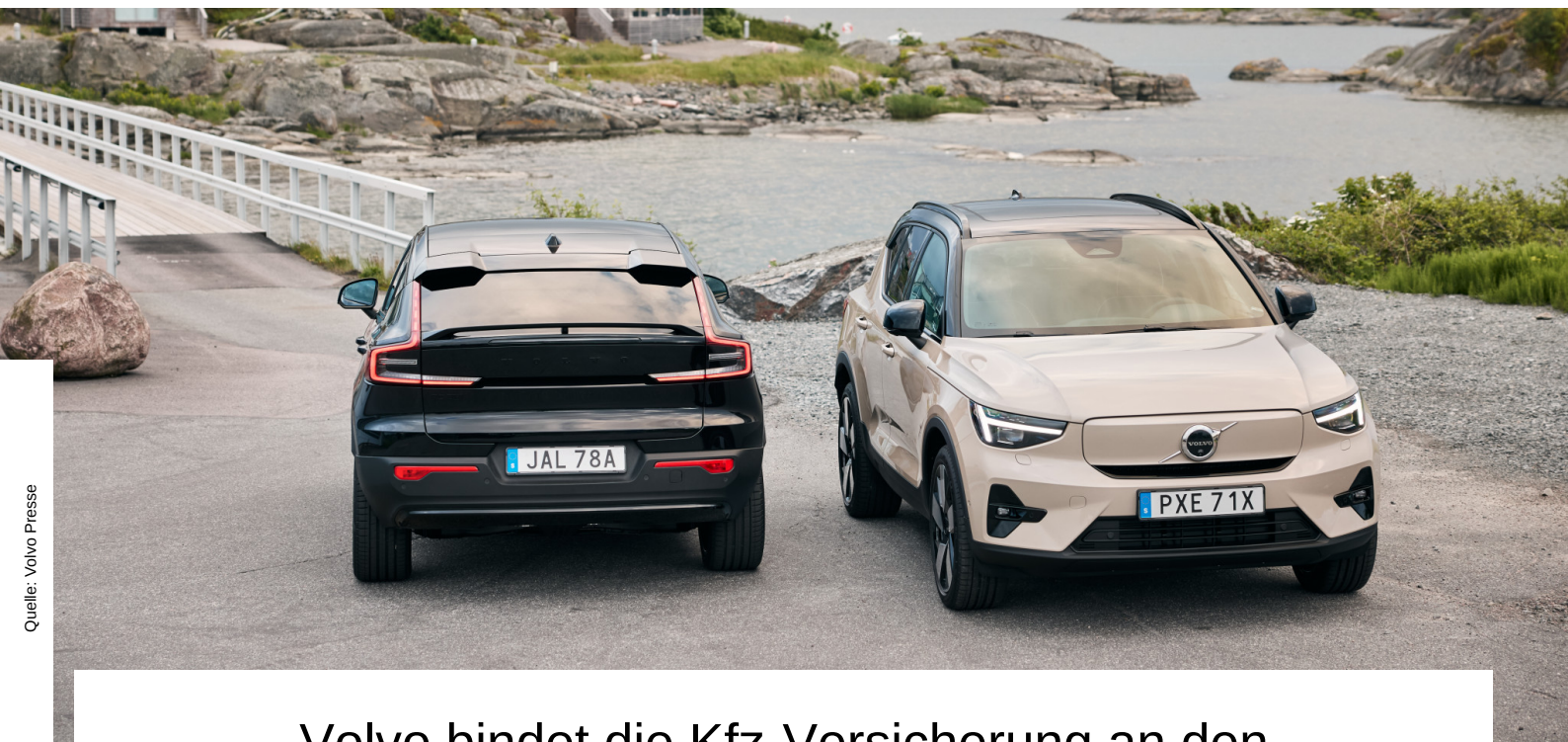




Quelle: Volvo Presse

Volvo bindet die Kfz-Versicherung an den Fahrzeugverkauf – eine Entwicklung mit Signalwirkung

Dirk Stein

Volvo erweitert sein Angebot für Gebrauchtwagenkäufer und bietet mit „GW Protect“ künftig eine Kfz-Versicherung direkt über seine Partnerbetriebe an. Das gemeinsam mit der KRAVAG entwickelte Produkt richtet sich an Käufer von mindestens 15 Monate alten Volvo-Gebrauchtwagen und umfasst unter anderem einen erweiterten Versicherungsschutz für Elektro- und Hybridfahrzeuge. Ergänzt wird das Angebot durch eine verlängerte Hochvoltbatterie-Garantie für elektrifizierte Gebrauchtwagen.

Embedded Insurance nimmt weiter Fahrt auf

Die Meldung ist weniger wegen des konkreten Produkts bemerkenswert als wegen des dahinterliegenden Trends. Hersteller treiben das Konzept der Embedded Insurance konsequent voran und integrieren Versicherungen unmittelbar in den Kaufprozess. Für den Kunden verschmelzen Fahrzeug, Finanzierung, Garantie und Versicherung zu einem Gesamtpaket.

Aus Vertriebsicht ist das nachvollziehbar. Wer den Kunden am Point of Sale erreicht, reduziert die Wahrscheinlichkeit, dass anschließend noch ein Marktvergleich erfolgt. Genau darin liegt die strategische Bedeutung solcher Angebote.

Exklusivität ersetzt keinen Marktüberblick

Unstrittig ist, dass Herstellerlösungen auf die eigenen Fahrzeuge zugeschnitten sein können. Auch spezielle

Deckungserweiterungen, etwa für Hochvoltbatterien, sind grundsätzlich ein sinnvoller Ansatz. Dennoch bleibt es bei einer wesentlichen Einschränkung: Es handelt sich um die Lösung eines einzelnen Versicherers.

Für Makler ist das keine neue Erkenntnis. Die Qualität einer Kfz-Versicherung entscheidet sich nicht an einzelnen Leistungsbausteinen, sondern am Zusammenspiel aus Bedingungen, Beiträgen und den individuellen Anforderungen des Kunden. Ein exklusives Herstellerprodukt kann deshalb durchaus passend sein – muss es aber nicht.

Die eigentliche Herausforderung liegt im Vertriebsmodell

Die größere Herausforderung für den unabhängigen Vertrieb ist weniger das Produkt als dessen Platzierung. Hersteller schaffen es zunehmend, Versicherungen dort zu verkaufen, wo die Kaufentscheidung ohnehin getroffen wird. Damit

verschiebt sich der Abschlusszeitpunkt immer weiter nach vorne.

Für Makler bedeutet das, dass die Beratung zur Kfz-Versicherung früher ansetzen muss. Wer erst kontaktiert wird, nachdem Fahrzeug und Versicherung bereits gemeinsam abgeschlossen wurden, befindet sich häufig in einer reaktiven Position. Volvo folgt mit „GW Protect“ einem Trend, der sich seit Jahren abzeichnet. Die Grenzen zwischen Automobilhersteller und Versicherungsvertrieb verschwimmen zunehmend. Für den Maklermarkt ist das weniger eine Überraschung als vielmehr die Bestätigung, dass unabhängige Beratung ihren Wert künftig noch stärker über den objektiven Marktvergleich und die Einordnung von Herstellerangeboten definieren muss. Denn auch wenn Embedded Insurance an Bedeutung gewinnt, ersetzt ein exklusives Angebot keinen umfassenden Blick auf den Versicherungsmarkt.

Versicherungs- und Finanznachrichten

expertenReport



<https://www.experten.de/id/4950937/Volvo-bindet-die-Kfz-Versicherung-an-den-Fahrzeugverkauf---eine-Entwicklung-mit-Signalwirkung/>