

Herausgeber:

Pressesprecher: Michael Knaup
Tel.: 0221 757-1801
Fax: 0221 757-2229
E-Mail: michael.knaup@devk.de
www.devk.de
www.facebook.com/devk

PRESSEMITTEILUNG

Köln, 30.10.2012

Trend: Autofahrer suchen im Social Web Rat zum Versicherungswechsel

73 Prozent der Deutschen informieren sich online über Prämien und Produkte der Kfz-Versicherer, 61 Prozent schließen ihren neuen Versicherungsvertrag voraussichtlich auch im Internet ab. Laut „DEVK Kfz-Wechselkompass 2012“ gewinnen außerdem soziale Netzwerke an Bedeutung: 39 Prozent der Befragten sagen, dass Meinungsäußerungen in Foren und Blogs Einfluss auf ihre Versichererwahl haben.

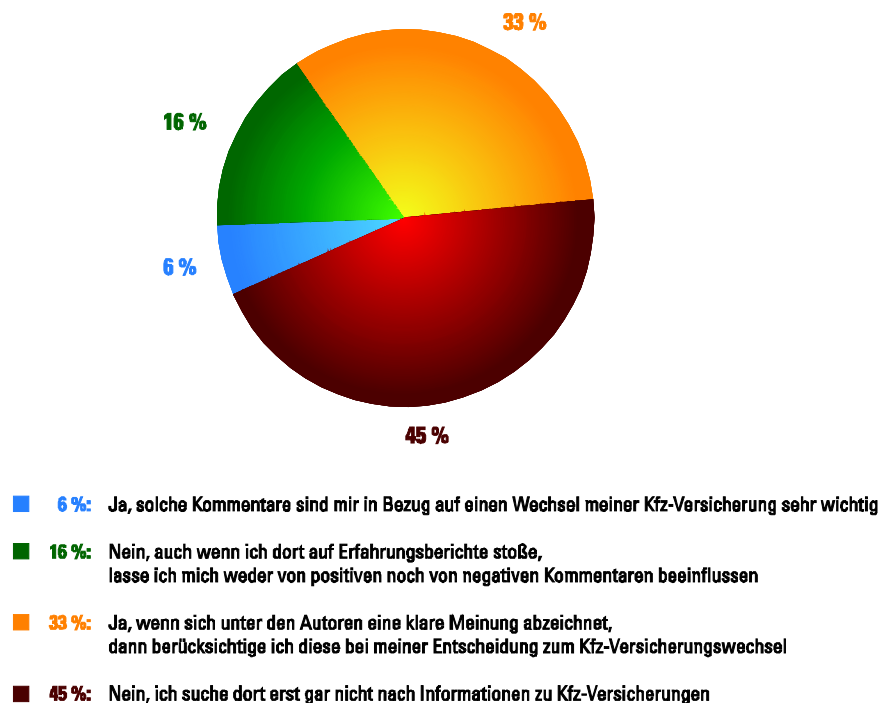
Autofahrer, die ihre Kfz-Versicherung zum Jahresende wechseln wollen, informieren sich vorzugsweise online (73 Prozent). Das ist das Ergebnis des „DEVK Kfz-Wechselkompass 2012“. In der Regel nutzen die Kunden neben dem Internet noch mindestens eine weitere Informationsquelle. So wenden sich über die Hälfte der Befragten auch direkt an Versicherer – entweder, indem sie den Vermittler ihres Vertrauens ansprechen (30 Prozent) oder indem sie gezielt bei einer Versicherung nachfragen (23 Prozent). Etwa genauso viele suchen Rat bei Verbraucherzeitschriften (27 Prozent) oder Freunden, Bekannten und Verwandten (25 Prozent).

Fast 40 Prozent berücksichtigen das Image der Kfz-Versicherer im Social Web

Bei der Online-Recherche nutzen 85 Prozent derjenigen, die sich vorab im Internet über Kfz-Versicherungen informiert haben, Vergleichsportale wie check24 und financescout24. Stark gefragt sind auch Verbraucherseiten (50 Prozent) und die Homepages der Versicherer (49 Prozent). Gleichzeitig hat der Meinungs austausch im Social Web zunehmend Einfluss auf die Entscheidung, wo man sein Auto künftig versichern will. Zwar suchen 45 Prozent dort erst gar nicht nach Informationen zu Kfz-Versicherungen und immerhin 16 Prozent behaupten, dass sie sich weder von positiven noch von negativen Erfahrungs-

berichten beeinflussen lassen. Doch schon 33 Prozent geben zu, dass sie sich beeinflussen lassen, wenn sich unter den Autoren eine klare Meinung abzeichnet. Und 6 Prozent sagen sogar, dass ihnen solche Kommentare in Bezug auf den Wechsel der Kfz-Versicherung sehr wichtig sind. Die Anbieter reagieren: Wie die DEVK ist der Großteil deutscher Versicherer inzwischen auf Facebook, Twitter & Co. vertreten.

In vielen sozialen Netzwerken findet ein reger Austausch über Kfz-Versicherer und deren Angebote statt. Dabei äußern sich Verbraucher sowohl positiv als auch negativ. Haben solche Meinungsäußerungen Einfluss auf Ihre Abschlussentscheidung?



n = 1.007 wechselwillige Kfz-Versicherungsnehmer aus n = 2.759 Befragte

© DEVK Versicherungen 2012

Daten zur Methodik des DEVK Kfz-Wechselkompass 2012:

Grundgesamtheit: 2.759 Autobesitzer, davon 1.007 Personen wechselwillig
Befragungsart: repräsentative Online-Befragung
Befragungszeitraum: 13. bis 28. September 2012
Befragung durchgeführt von: YouGov im Auftrag der DEVK Versicherungen

Den DEVK Versicherungen vertrauen bundesweit rund 4 Millionen Kunden mit 13,4 Millionen Risiken in allen Versicherungssparten. Dass sie besonders treue Kunden sind, hängt nicht zuletzt von der persönlichen Nähe ab: rund 1.250 Geschäftsstellen, gut 2.250 hauptberufliche Vertriebspartner und rund 3.400 nebenberufliche Vermittler sprechen für sich. Langjähriger Kooperations- und Vertriebspartner sind zudem die Sparda-Banken. Nach der Anzahl der Verträge ist die DEVK Deutschlands viertgrößter Hausrat-, fünftgrößter Pkw- und siebtgrößter Haftpflichtversicherer.

Kontakt: DEVK Versicherungen, Maschamay Poßkel, Riehler Straße 190, 50735 Köln,
Tel. 0221 757-1802, E-Mail: maschamay.possekel@devk.de