Institut für Versicherungswissenschaften, Leipzig GmbH
Gesellschaft zur Förderung von Forschung und Praxis

Internetvergleichsportale – Empirische Studie zur Transparenz und zu den Geschäftsmodellen

Prof. Dr. Fred Wagner, Dr. Florian Elert, Sabine Schmidt

Inhalt

1. Zielsetzung der Studie 2
2. Forschungs- und Erhebungsdesign 2
3. Teilnehmer 2
4. Auswertung der Preisdimension 3
5. Auswertung der Leistungsdimension 4

Kontakt:

Institut für Versicherungswissenschaften, Leipzig GmbH
Gesellschaft zur Förderung von Forschung und Praxis
Gottschedstraße 12, 04109 Leipzig
Telefon: + 49 (0) 341 355 305 0, Mail: studien@ifvw.de , www.ifvw-studien.de

1. Zielsetzung der Studie

Ziel der Studie war es, einerseits zu untersuchen, welche Internetvergleichsportale die günstigsten Kfz-Versicherungstarife anbieten. Andererseits sollte analysiert werden, in welchem Umfang die angezeigten Versicherungstarife vordefinierte Kundenwünsche berücksichtigen. Zudem sollte die Untersuchung überprüfen, ob ein nachweisbarer Zusammenhang zwischen der Preishöhe der angebotenen Tarife und dem Grad der Kundenwunscherfüllung besteht.

2. Forschungs- und Erhebungsdesign

Für die empirische Erhebung wurden in einem ersten Schritt 15 fiktive Versicherungsnehmer konzipiert. Hierzu wurde auf verschiedene Datenquellen, wie z.B. das Statistische Bundesamt, das Kraftfahrbundesamt und der Gesamtverband der deutschen Versicherungswirtschaft, zurückgegriffen. Basierend auf diesen Datenquellen und unter Rückgriff auf Plausibilitätsannahmen wurden die für die Erhebung erforderlichen Kundenmerkmale und -wünsche definiert. Um sicherzustellen, dass sämtliche Merkmale, die von den jeweiligen Portalen abgefragt werden, für jeden Kunden vordefiniert sind, umfassten die Datensätze bis zu 100 Angaben je Kunde. Aufgrund der Vielzahl unterschiedlicher Versicherungsnehmer im deutschen Kfz-Markt wurde nicht das Ziel verfolgt, mit den 15 Versicherungsnehmern das gesamte Kundenspektrum in der Kfz-Versicherung abzubilden. Vielmehr wurden Versicherungsnehmer definiert, die häufig in Deutschland anzutreffen sind und somit auch reale Kundenbedarfssituationen widerspiegeln.

In einem zweiten Schritt wurden für die 15 Versicherungsnehmer auf 7 ausgewählten Vergleichsportalen zeitgleich am 17. November 2010 Vergleichsrechnungen für die Kfz-Versicherung durchgeführt. Im weiteren Untersuchungsverlauf wurden in einem dritten Schritt die angezeigten Ergebnisse hinsichtlich der Preis- und Leistungsdimension analysiert und ausgewertet, wobei stets nur die ersten drei („besten“, d.h. preisgünstigsten) angezeigten Tarife je Versicherungsnehmer auf jedem Portal in die Auswertung einflossen. Die Ergebnisse der Studie basieren folglich auf der Auswertung von 315 Kfz-Versicherungstarifen[1].

3. Teilnehmer

Folgende sieben Portale (in alphabetischer Reihenfolge) wurden im Rahmen der Studie untersucht:

- Aspect Online AG
- Check24 Vergleichsportal Versicherungen AG
- FinanceScout24 GmbH
- FSS online AG
- GELD.de GmbH
- ino24 clever versichert GmbH
- TopTarif Internet GmbH

[1] Die 315 angebotenen Kfz-Tarife auf den 7 Portalen stellen keine 315 unterschiedlichen Tarife dar. Über die 315 Angebote gibt es eine Vielzahl von Doppelungen über die Vergleichsportale hinweg.

4. Auswertung der Preisdimension

Bei der Preisauswertung wurden – wie zuvor erwähnt – immer die ersten drei günstigsten Tarife pro Portal und pro eingegebenem Versicherungsnehmer in die Auswertung einbezogen. Somit sind insgesamt 315 Tarife in diesen Teil der Auswertungen eingeflossen. Zur besseren Vergleichbarkeit der Portale wurde der Durchschnittspreis der drei günstigsten Tarife pro Portal und pro Versicherungsnehmer als Grundlage für die Preisauswertung herangezogen.[2]

	Portal 1	Portal 2	Portal 3	Portal 4	Portal 5	Portal 6	Portal 7
1. Platz	4	4	2	1	1	2	2
2. Platz	4	2	3	1	3	1	0
3. Platz	2	3	2	3	2	2	1
4. Platz	3	1	3	3	1	1	3
5. Platz	1	3	0	3	3	2	3
6. Platz	1	1	4	3	2	3	2
7. Platz	0	1	1	1	3	4	4
Scoring	79	71	63	56	55	50	48

Abbildung 1: Anzahl der erreichten Plätze der Portale auf Grundlage des Durchschnitts der drei günstigsten Preise

Abbildung 1 spiegelt die Platzierungen wieder, die die Portale bei einem Vergleich der drei günstigsten Tarife über die 15 Versicherungsnehmer erzielt haben. Es fällt auf, dass Portal 1 und 2 in 8 bzw. 6 von 15 Fällen die günstigsten oder zweitgünstigsten Durchschnittspreise über die drei günstigsten Angebote je Kunde erzielt haben. Es handelt sich von daher also um Portale mit besonders „günstigen“ Preisangeboten. Beide Portale weisen auch mit relativ großem Abstand den höchsten Scorewert[3] unter den sieben Portalen auf. Dennoch belegen selbst diese beiden Portale zumindest bei einem Versicherungsnehmer den letzten bzw. vorletzten Platz. Die anderen fünf Portale stellen zwar seltener für die Musterkunden das günstigste Portal dar, jedoch ist mindestens jedes Portal einmal genauso günstig wie – oder günstiger als alle anderen Portale. Als Kernaussage kann festgehalten werden, dass sich die Anzahl der Preisführerschaften bei einzelnen Portalen unterscheidet. Es existiert jedoch kein Portal, das für alle Musterkunden immer das Günstigste ist.

Abbildung 2 bildet die Preisspanne zwischen dem Durschnitt der drei preislich besten Angebote auf dem günstigsten Portal und dem Durschnitt der drei preislich besten Angebote auf dem teuersten Portal ab. So erhält z.B. beim günstigsten Portal Versicherungsnehmer 1 einen Durchschnittspreis von 541,59 Euro bzw. beim teuersten Portal einen Durchschnittspreis von 633,21 Euro. Dies entspricht einer Preisdifferenz von 91,62 Euro bzw. von 16,92 %. Die größte Preisdifferenz im Vergleich des günstigsten zu dem teuersten Portal gab es mit 28,76 % bei Versicherungsnehmer 10. Über alle 15 Versicherungsnehmer liegt der durchschnittliche prozentuale Unterschied bei 18,92 %.

[2] Beispiel: Versicherungsnehmer 1 hat bei Portal 3 den Tarif von VU A zum Preis von 391,95 Euro, den Tarif von VU B zum Preis von 401,95 Euro und den Tarif von VU C zum Preis 405,92 Euro als die drei günstigsten Tarife in der Ergebnisliste angezeigt bekommen. Somit ergibt sich ein Durchschnittspreis von 399,94 Euro.

[3] Berechnung Scorewert: Anzahl 1. Plätze x 7 Punkte + Anzahl 2. Plätze x 6 Punkte + … + Anzahl 7. Plätze x 1 Punkt (max. Scorewert: 105)

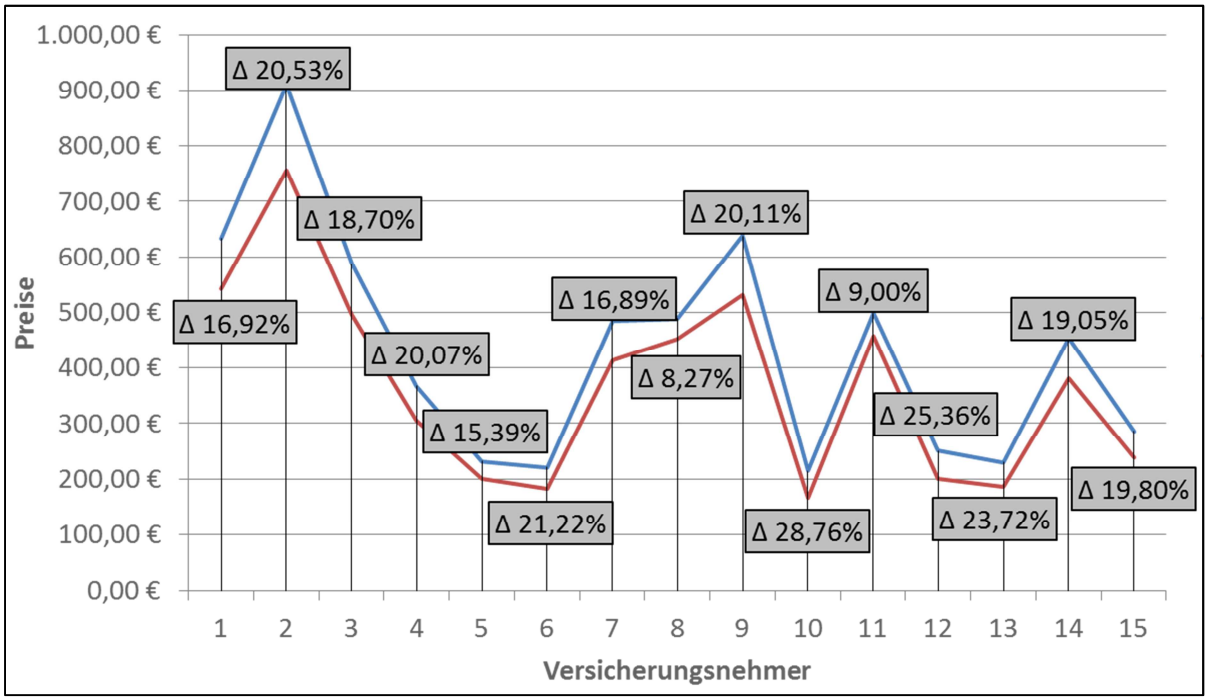

Abbildung 2: Preiskorridor über alle 7 Portale auf Grundlage des Durchschnitts der drei günstigsten Preise

5. Auswertung der Leistungsdimension

Die ersten drei Angebote je Versicherungsnehmer und Portal wurden auch hinsichtlich der Erfüllung vordefinierter Kundenwünsche überprüft. Dabei wurde in der Auswertung unterschieden, ob bestimmte Leistungskriterien/Kundenwünsche erfüllt, nicht erfüllt (Negativabweichung) oder übererfüllt (Positivabweichung) wurden. Bei einem Portal war die Erfüllung der Kundenwünsche nicht explizit überprüfbar. In diesen Teil der Auswertung sind daher nur 270 Tarife eingeflossen. Für nachfolgende Leistungskriterien wurde für jeden der 15 Versicherungsnehmer ausgewertet, ob seine vordefinierten Wünsche explizit bei den vorgeschlagenen Tarifen Berücksichtigung fanden.

- Selbstbehalt in der Teil-/Vollkasko,
- Deckungssumme Kfz-Haftpflichtversicherung,
- Verzicht auf die Einrede grober Fahrlässigkeit,
- Werkstattbindung,
- Zusammenstoß mit Tieren aller Art,
- Rabattretter,
- Mallorca-Police,
- erweiterte Neuwertentschädigung und
- Schutzbrief.

Abbildung 3 zeigt in absoluten Zahlen die Fälle von Über- und Untererfüllungen pro Leistungsmerkmal über die sechs auswertbaren Portale und über alle 15 Versicherungsnehmer.[4]

[4] Die maximale Anzahl von Übererfüllungen oder Untererfüllungen pro Leistungsmerkmal beträgt 270 (15 Kunden * 3 einbezogene Tarife * 6 Portale = 270).

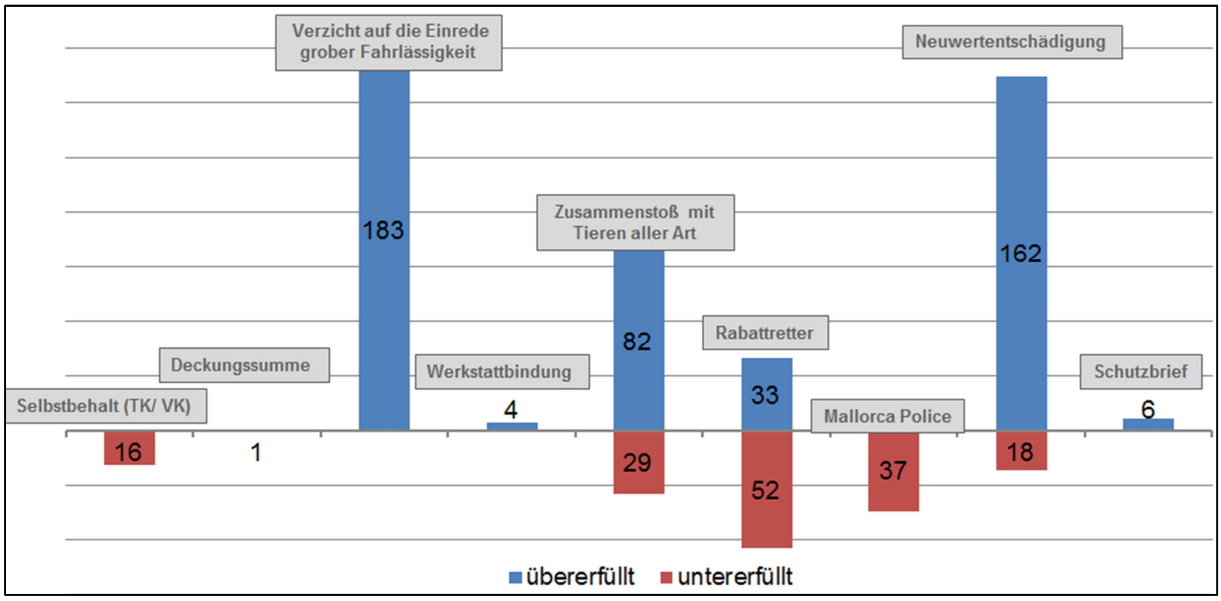

Abbildung 3: Anzahl Leistungsabweichungen nach Merkmalen

In Summe kam es über alle Leistungsmerkmale hinweg (Selbstbehalt, Deckungssumme etc.) zu 470 Übererfüllungen. Auffällig häufig waren Übererfüllungen beim Verzicht auf die Einrede grober Fahrlässigkeit, der erweiterten Neuwertentschädigung und bei Zusammenstoß mit Tieren aller Art zu beobachten. Den Musterkunden wurden unter Berücksichtigung der jeweils drei günstigsten Tarife in 183 Fällen Tarife angezeigt, die den Verzicht auf die Einrede grober Fahrlässigkeit mitversichern, obwohl der Kunde dies nicht gewünscht hat. In 162 Fällen war dies auch bei der Neuwertentschädigung und in 82 Fällen beim Zusammenstoß mit Tieren aller Art der Fall. Eine Erklärung für diese Vielzahl von (positiven) Abweichungen vom Kundenwunsch kann in der Produktgestaltung begründet sein. Bei einer Vielzahl von Tarifen scheinen bestimmte Leistungsmerkmale stets inkludiert zu sein und die Portale bzw. Kunden haben nicht die Möglichkeit, wie bei einem Bausteinprinzip, die einzelnen Leistungskomponenten hinzuzufügen bzw. abzuwählen.

Untererfüllungen bzw. Negativabweichungen von den Kundenwünschen traten insgesamt in 152 Fällen auf. Somit kam es weniger häufig zu negativen Abweichungen als zu positiven Abweichungen von den Kundenwünschen. Am häufigsten wurden die Kundenwünsche beim Rabattretter nicht berücksichtigt. In 52 Angeboten war der Rabattretter nicht inkludiert, obwohl es der Versicherungsnehmer gewünscht hatte.

Gegen den Selbstbehalt wurde insgesamt in 16 Fällen negativ abgewichen, d.h. dass unter den drei günstigsten Tarifen 16 Angebote angezeigt wurden, die einen höheren Selbstbehalt enthielten als der Musterkunde im Eingabeprozess festgelegt hatte. Bspw. wollte ein Kunde in der Teilkaskoversicherung einen Selbstbehalt von 0 Euro, hat aber in der Ergebnisliste unter den ersten drei Angeboten dennoch Tarife angezeigt bekommen, die einen Selbstbehalt von 150 Euro enthielten.

Die Verteilung der 470 Positivabweichungen und 152 Negativabweichungen auf die einzelnen Portale zeigt Abbildung 4 auf.

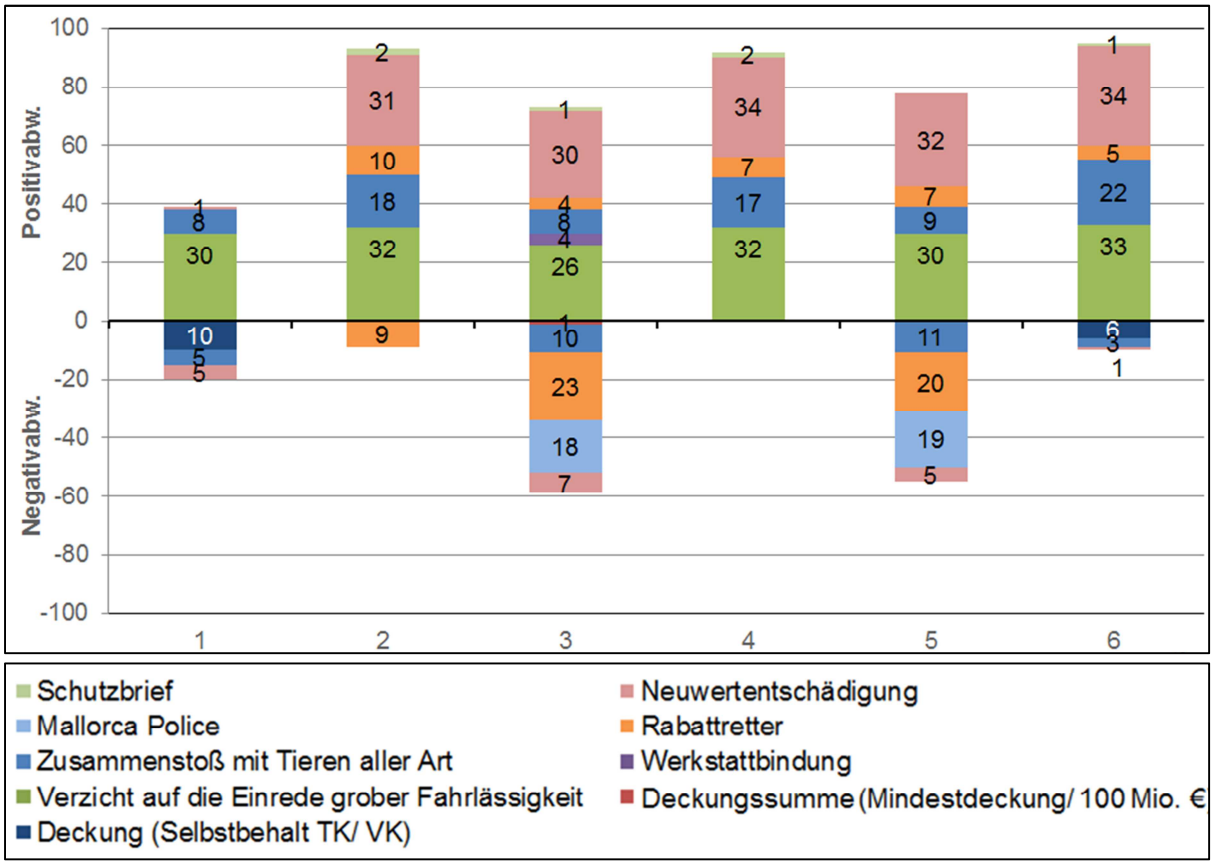

Abbildung 4: Anzahl Leistungsabweichungen pro Portal

Es wird ersichtlich, dass kein Portal die Kundenwünsche zu 100 % trifft bzw. durch die ersten drei angezeigten Tarife abbilden kann. Alle Portale weichen zumindest positiv von den Kundenwünschen ab. Besonders häufig wird von dem Verzicht auf die Einrede grober Fahrlässigkeit und der erweiterten Neuwertentschädigung positiv abgewichen. Bis auf Portal 1[5] weichen alle Portale bei diesen beiden Merkmalen in etwa der gleichen Häufigkeit positiv ab. In Summe erreichen die Positivabweichungen eine Spanne von insgesamt 39 bei Portal 1 bis 95 bei Portal 6.

Bei den negativen Abweichungen von den Kundenwünschen ergibt sich ein differenzierteres Bild. Portal 4 weicht nie negativ von den Kundenwünschen ab. Hingegen untererfüllen Portal 3 und Portal 5 in insgesamt 59 bzw. 55 Fällen den Kundenwunsch. Häufige Abweichungen sind bei diesen Portalen beim Rabattretter, der Mallorca-Police, dem Zusammenstoß mit Tieren aller Art und der erweiterten Neuwertentschädigung zu beobachten. Portal 1, 2 und 6 weichen dagegen in deutlich weniger Fällen ab. Auffallend ist, dass Portal 1 und 6 als Einzige beim Kriterium Selbstbehalt negativ abweichen. Die Abweichungen bei Portal 3 beschränken sich allein auf das Leistungskriterium Rabattretter. Die maximale Spanne der Anzahl der Negativabweichungen zwischen den Portalen liegt bei 0 bei Portal 4 und bei 59 bei Portal 3.

[5] Die erweiterte Neuwertentschädigung war bei Portal 1 bei einer Vielzahl von Fällen nicht auswertbar.

Abbildung 5 zeigt zusätzlich, welche Leistungsmerkmale von den Portalen im Eingabeprozess von den Kunden abgefragt bzw. nicht abgefragt wurden. Die Merkmale mit den schraffierten Flächen wurden von den Portalen nicht abgefragt, d.h. der Kunde konnte seinen Wunsch im Rahmen der Abfrage gar nicht äußern.

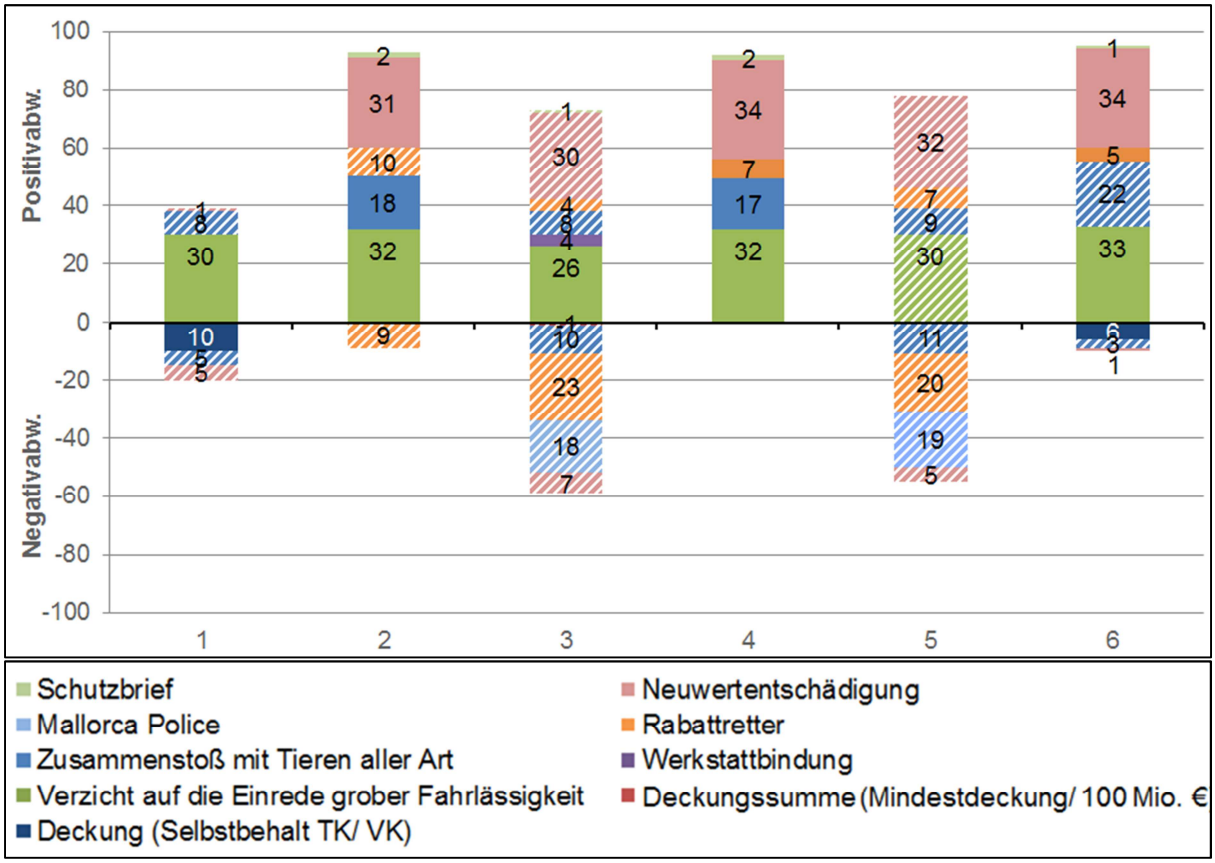

Abbildung 5: Anzahl Leistungsabweichungen pro Portal inkl. abgefragter und nicht-abgefragter Leistungsmerkmale

Ein Vielzahl von insbesondere negativen Abweichungen v.a. bei Portal 3 und Portal 5 lassen sich somit durch die Nichtabfrage dieser Leistungswünsche erklären. Ein Kerntreiber für die Abweichungen ist folglich, dass bestimmte Kundenwünsche nicht im Eingabeprozess durch die Portale abgefragt werden. Es gibt jedoch auch Fälle, bei denen der Versicherungsnehmer seinen Wunsch geäußert hat, es aber trotzdem zu positiven Abweichungen bzw. zu negativen Abweichungen kommt. Ein möglicher Hintergrund für diese Abweichungen kann – wie bereits angeführt – in der Produktpolitik der Versicherer liegen, wenn z.B. bestimmte Tarifmerkmale immer im Tarif inkludiert sind. Anzumerken ist, dass bei negativen Abweichungen, trotz erfolgter Abfrage, diese Abweichung dem Kunden stets (z.B. durch ein Ausrufungszeichen) anzeigt wird. Positive Abweichungen bei bestimmten Leistungsmerkmalen trotz expliziter Abfrage werden dagegen nicht immer von allen Portalen kenntlich gemacht.

Werden in die Auswertung zusätzlich die Durchschnittspreise der Portale über die jeweils drei günstigsten Angebote über alle 15 Versicherungsnehmer einbezogen, wird ersichtlich, dass jene Portale Preisführer sind, die am häufigsten negativ abweichen. Die Portale, die die Kundenwünsche stärker berücksichtigen, gehören demzufolge eher zu den teureren Anbietern im Preisvergleich über alle sechs Portale. Der Durchschnittspreis über alle drei günstigsten Angebote und über alle 15 Testkunden reicht von 385,14 Euro bei Portal 3 bis zu 408,45 Euro bei Portal 2, was einer absoluten Differenz von 23,31 Euro bzw. einem prozentualen Unterschied von 5,7 % entspricht.

Abbildung 6 zeigt den Zusammenhang zwischen der Anzahl positiver sowie negativer Abweichungen und dem Preis auf.

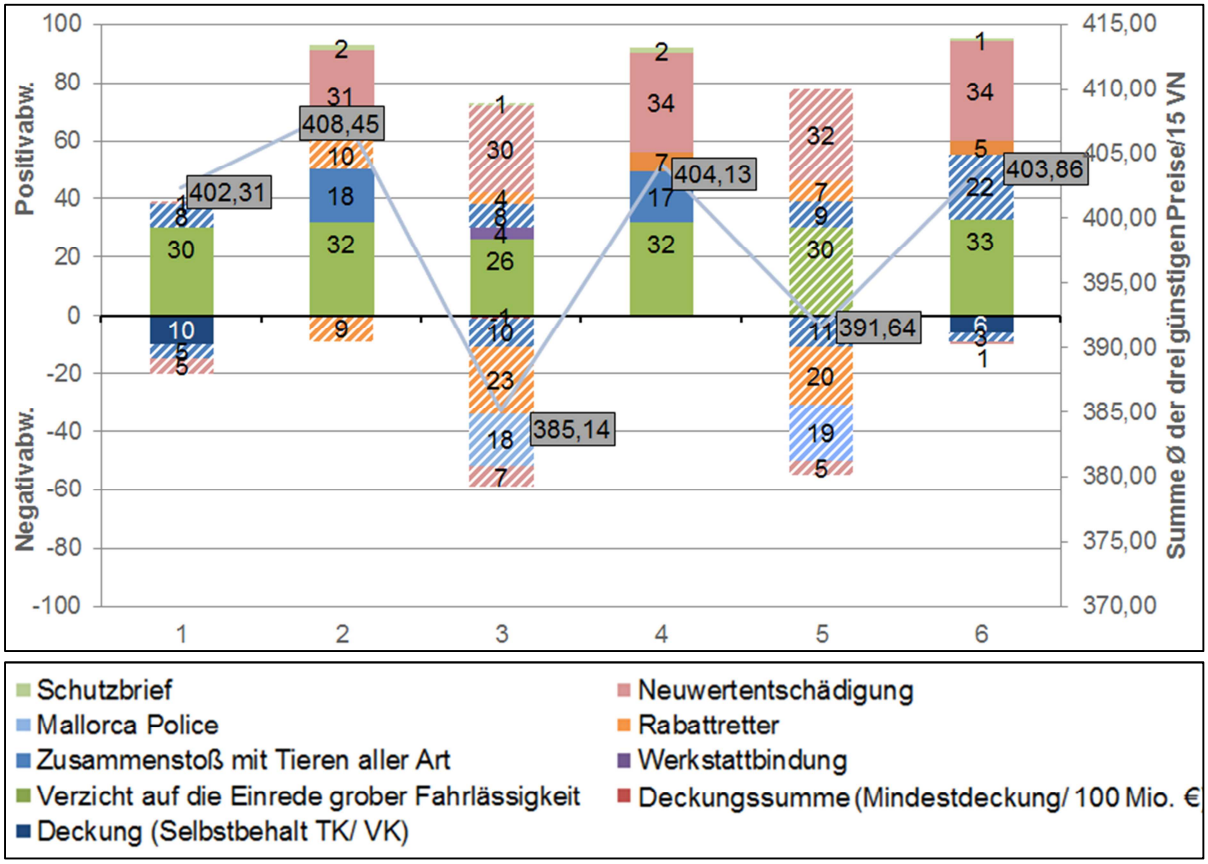

Abbildung 6: Anzahl Leistungsabweichungen pro Portal inkl. Preisniveau

Wird in die Auswertung zudem die minimale und maximale Anzahl abgefragter Tarifmerkmale[6] einbezogen, wird ersichtlich, dass die Portale 3, 5 und 6 die wenigsten Tarifmerkmale abfragen und die Portale 1, 2 und 4 insbesondere bei der maximalen Anzahl abgefragter Merkmale deutlich höher liegen. Auffallend ist ferner, dass Portal 3 und 5 am häufigsten gegen die Kundenwünsche verstoßen. Portal 6, das eine ähnliche Anzahl an Tarifmerkmalen abfragt, weist dagegen deutlich weniger negative Abweichungen auf. Somit scheint ersichtlich, dass nicht zwingend die Anzahl der abgefragten Tarifmerkmale ein Indikator für die Güte eines Portals ist, sondern vielmehr über die Kundenwunscherfüllung entschieden wird, ob die „richtigen" Fragen im Eingabeprozess enthalten sind. Ebenfalls auffallend ist, dass eine hohe Anzahl von abgefragten Merkmalen nicht zwingend verhindert, dass Kundenwünsche übererfüllt werden.

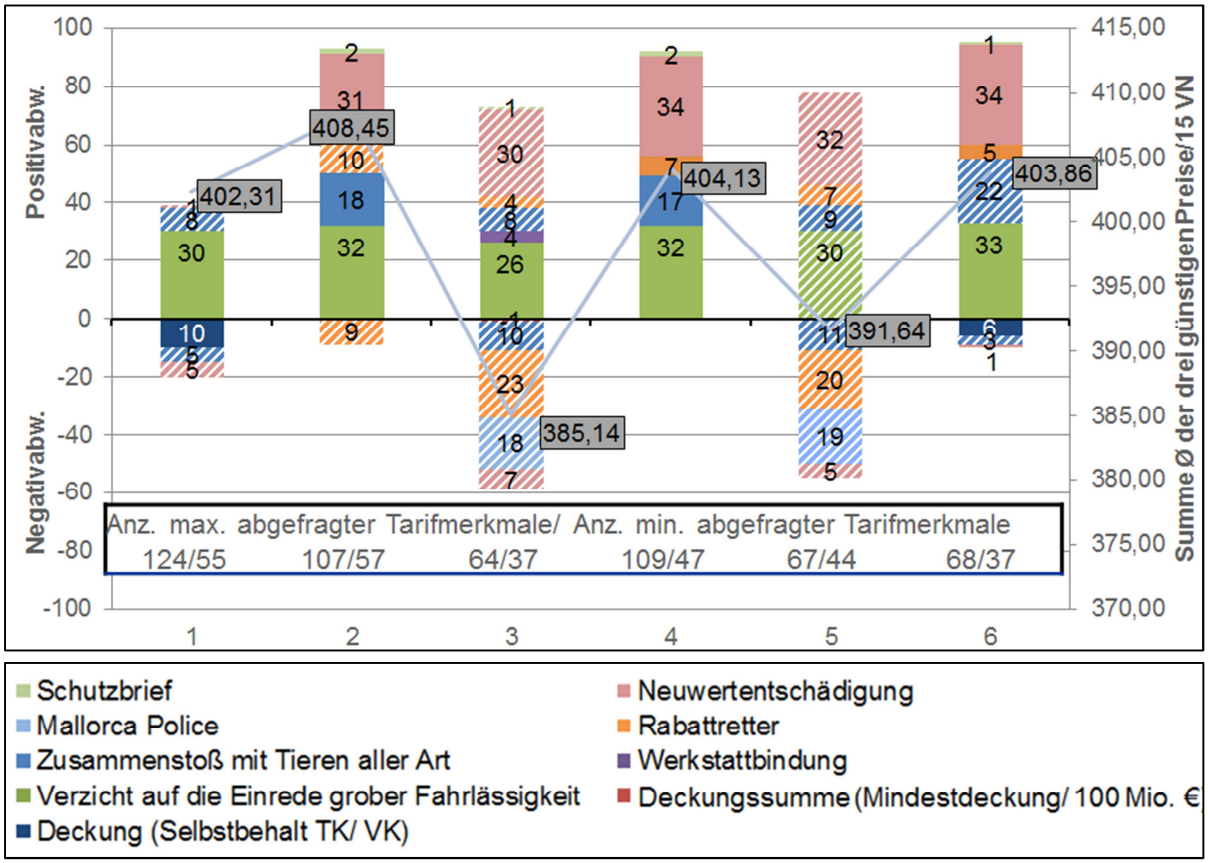

Abbildung 7: Anzahl Leistungsabweichungen pro Portal inkl. Preisniveau und maximale/minimale Anzahl abgefragter Tarifmerkmale

[6] Hierbei wurden generell die Eingabefelder der sechs Portale gezählt, ohne Berücksichtigung unserer 15 definierten Versicherungsnehmer. Der Unterschied zwischen minimaler und maximaler Anzahl abgefragter Tarifmerkmale ergibt sich aufgrund unterschiedlicher Risikomerkmale der Versicherungsnehmer (z.B. Alleinfahrer vs. mehrere Fahrer) sowie durch die Abfragelogik der Portale.