


Internetvergleichsportale – Empirische Studie zur Transparenz und zu den Geschäftsmodellen



Pressekonferenz am 05. Juli 2011
in Köln

Inhalte

1. Zielsetzung
2. Forschungs- und Erhebungsdesign
3. Teilnehmer
4. Preisdimension
5. Leistungsdimension
6. Geschäftsmodelle der Vergleichsportale – Ausgewählte Ergebnisse der Vor-Ort-Interviews
7. Quellenverzeichnis

Inhalte

1. **Zielsetzung**
2. Forschungs- und Erhebungsdesign
3. Teilnehmer
4. Preisdimension
5. Leistungsdimension
6. Geschäftsmodelle der Vergleichsportale – Ausgewählte Ergebnisse der Vor-Ort-Interviews
7. Quellenverzeichnis

1. Zielsetzung

- Überprüfung, welche Kfz-Internetvergleichsportale die günstigsten Kfz-Versicherungstarife anbieten
- Detaillierte Analyse und Auswertung der angezeigten Tarife auf den Internetvergleichsportalen hinsichtlich der Erfüllung, Übererfüllung und Nicht-Erfüllung der vordefinierten Kundenwünsche
- Überprüfung des Zusammenhangs zwischen Preis- und Leistungsorientierung
- Erfassung der aktuellen und zukünftigen Ausrichtung der Geschäftsmodelle der Internetvergleichsportale

Inhalte

1. Zielsetzung
2. **Forschungs- und Erhebungsdesign**
3. Teilnehmer
4. Preisdimension
5. Leistungsdimension
6. Geschäftsmodelle der Vergleichsportale – Ausgewählte Ergebnisse der Vor-Ort-Interviews
7. Quellenverzeichnis

2. Forschungs- und Erhebungsdesign

1. Konzeption von 15 Versicherungsnehmern, die reale Kundenbedarfe in Deutschland abbilden sollen:
 - Rückgriff auf verschiedene Datenquellen (z.B. Statische Bundesamt, Kraftfahrtbundesamt, GDV)
 - Definition von bis zu 100 Kriterien für einen Versicherungsnehmer, u.a. Deckungsumfang inkl. SB, Fahrzeugtyp, SFK, mitversicherte Personen, jährliche Kilometerleistung, Wohnort, Berufsgruppe, Alter, Familienstand, Stellplatz etc.
2. für diese 15 Versicherungsnehmer wurden auf 7 Portalen Kfz-Vergleichsrechnungen durchgeführt
3. die Erhebung hat am 17.11.2010 stattgefunden
4. im Anschluss an die Erhebung wurde eine Preis- und Leistungsauswertung vorgenommen
5. zusätzlich zu dieser Feldstudie wurden Interviews mit den Vorständen/Geschäftsführern der untersuchten Portale geführt

Inhalte

1. Zielsetzung
2. Forschungs- und Erhebungsdesign
- 3. Teilnehmer**
4. Preisdimension
5. Leistungsdimension
6. Geschäftsmodelle der Vergleichsportale – Ausgewählte Ergebnisse der Vor-Ort-Interviews
7. Quellenverzeichnis

3. Teilnehmer



Inhalte

1. Zielsetzung
2. Forschungs- und Erhebungsdesign
3. Teilnehmer
4. **Preisdimension**
5. Leistungsdimension
6. Geschäftsmodelle der Vergleichsportale – Ausgewählte Ergebnisse der Vor-Ort-Interviews
7. Quellenverzeichnis

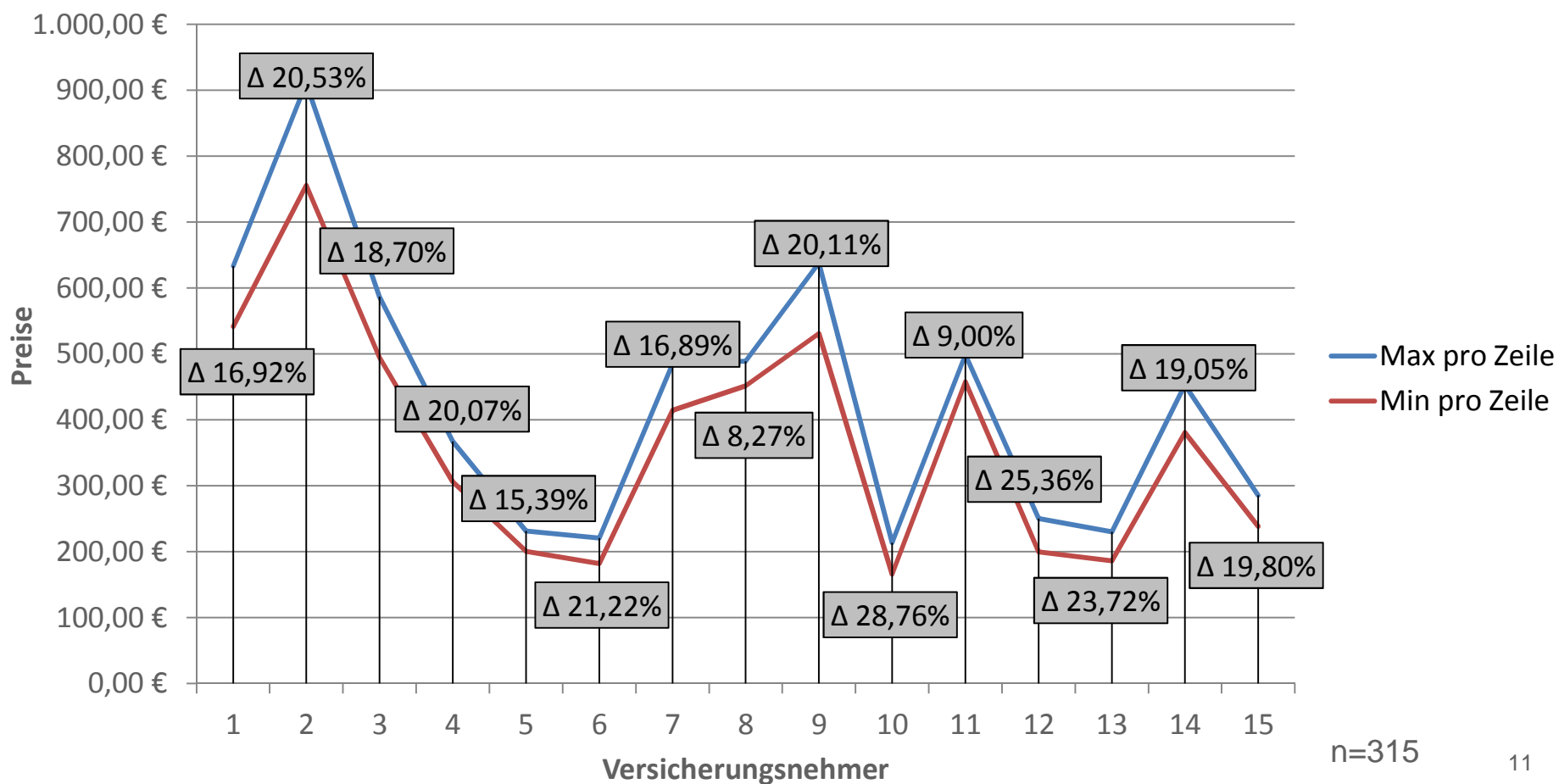
4. Preisdimension

**Anzahl der erreichten Plätze der Portale
 – auf Grundlage des Ø der drei günstigsten Preise –**

	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

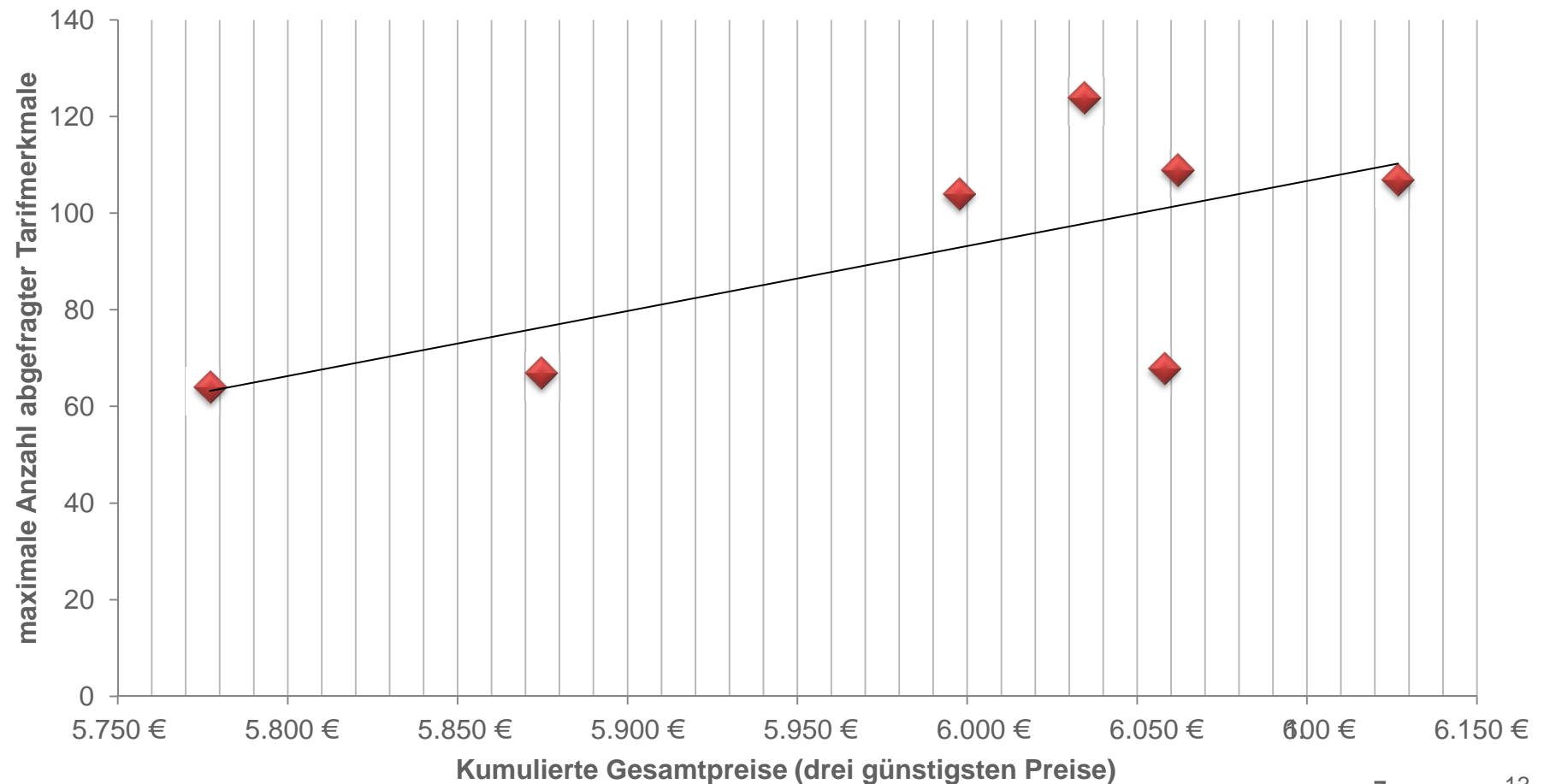
4. Preisdimension

Preiskorridor über alle 7 Portale
 – auf Grundlage des Ø der drei günstigsten Preise –



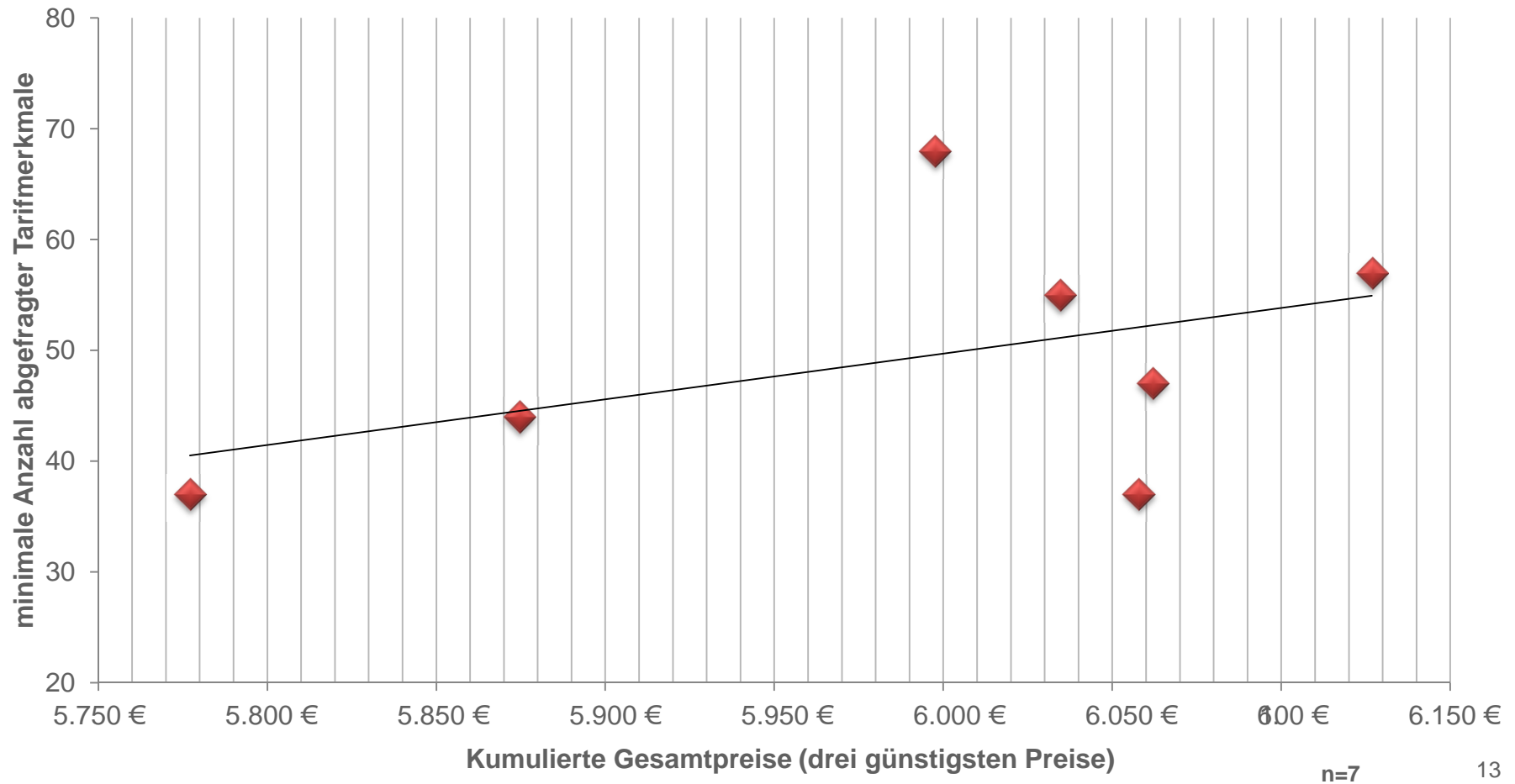
4. Preisdimension

Zusammenhang zwischen Preis und max. Anzahl abgefragter Tarifmerkmale
– auf Grundlage des \bar{x} der drei günstigsten Preise –



4. Preisdimension

Zusammenhang zwischen Preis und min. Anzahl abgefragter Tarifmerkmale
 – auf Grundlage des Ø der drei günstigsten Preise –



Inhalte

1. Zielsetzung
2. Forschungs- und Erhebungsdesign
3. Teilnehmer
4. Preisdimension
- 5. Leistungsdimension**
6. Geschäftsmodelle der Vergleichsportale – Ausgewählte Ergebnisse der Vor-Ort-Interviews
7. Quellenverzeichnis

5. Leistungsdimension

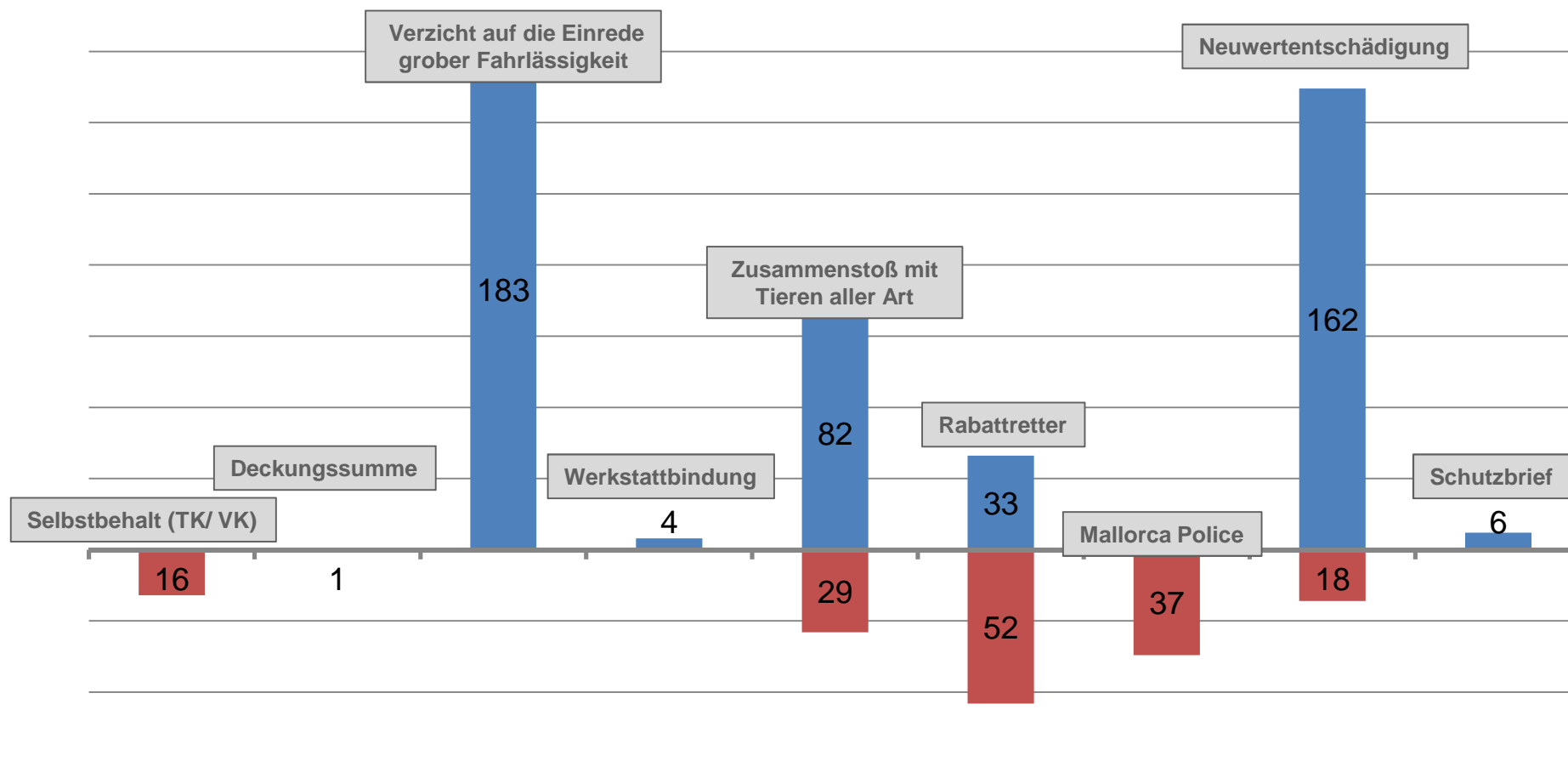
Um die Leistungsdimension zu überprüfen, wurden die ersten drei Angebote der Portale* auf die Erfüllung folgender 9 Leistungskriterien überprüft:

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

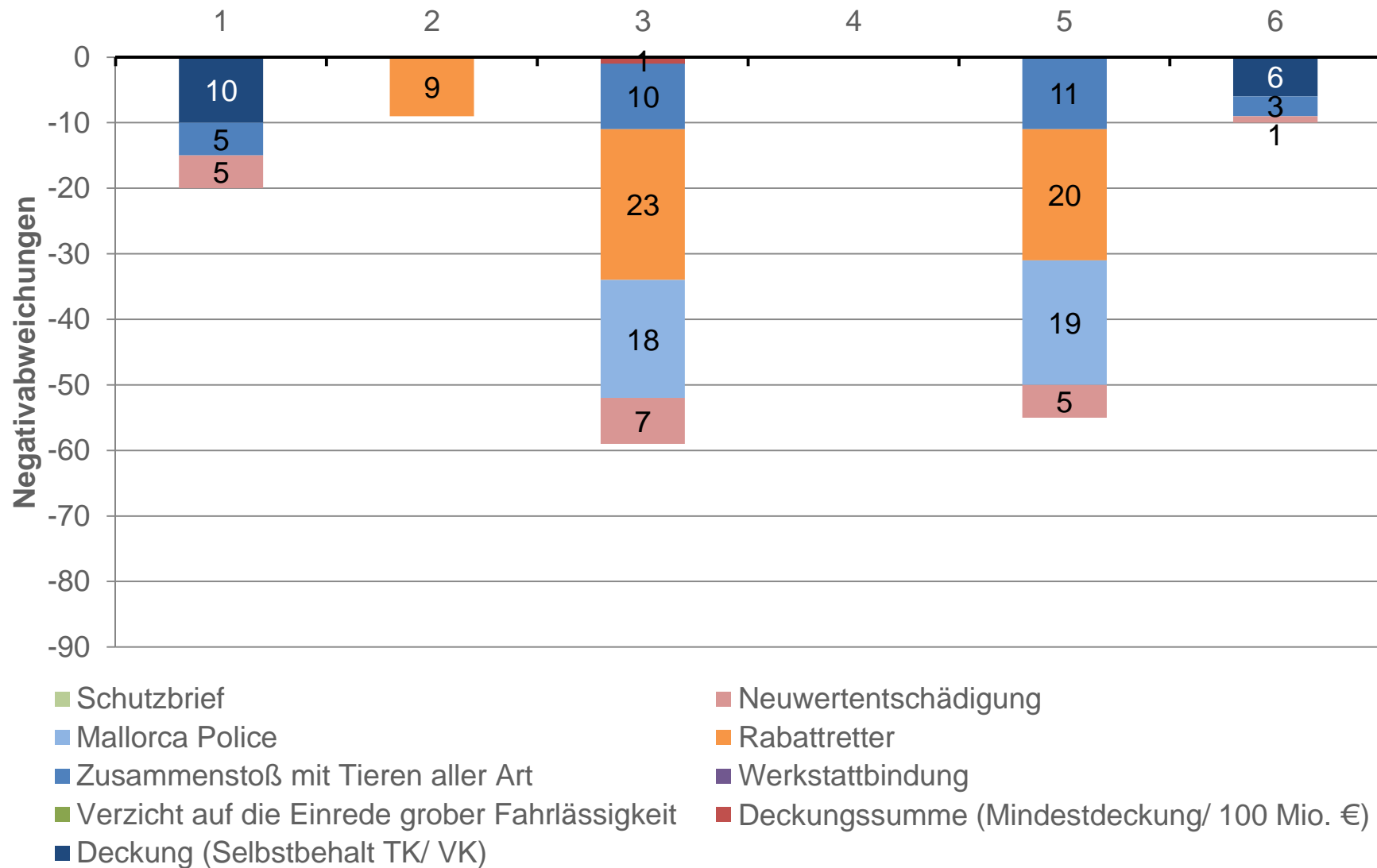
*FSS-Online konnte bei der Leistungsauswertungen nicht herangezogen werden, aufgrund der fehlenden Darstellung der Tarifdetails zum Erhebungszeitpunkt

5. Leistungsdimension – Kriteriensicht

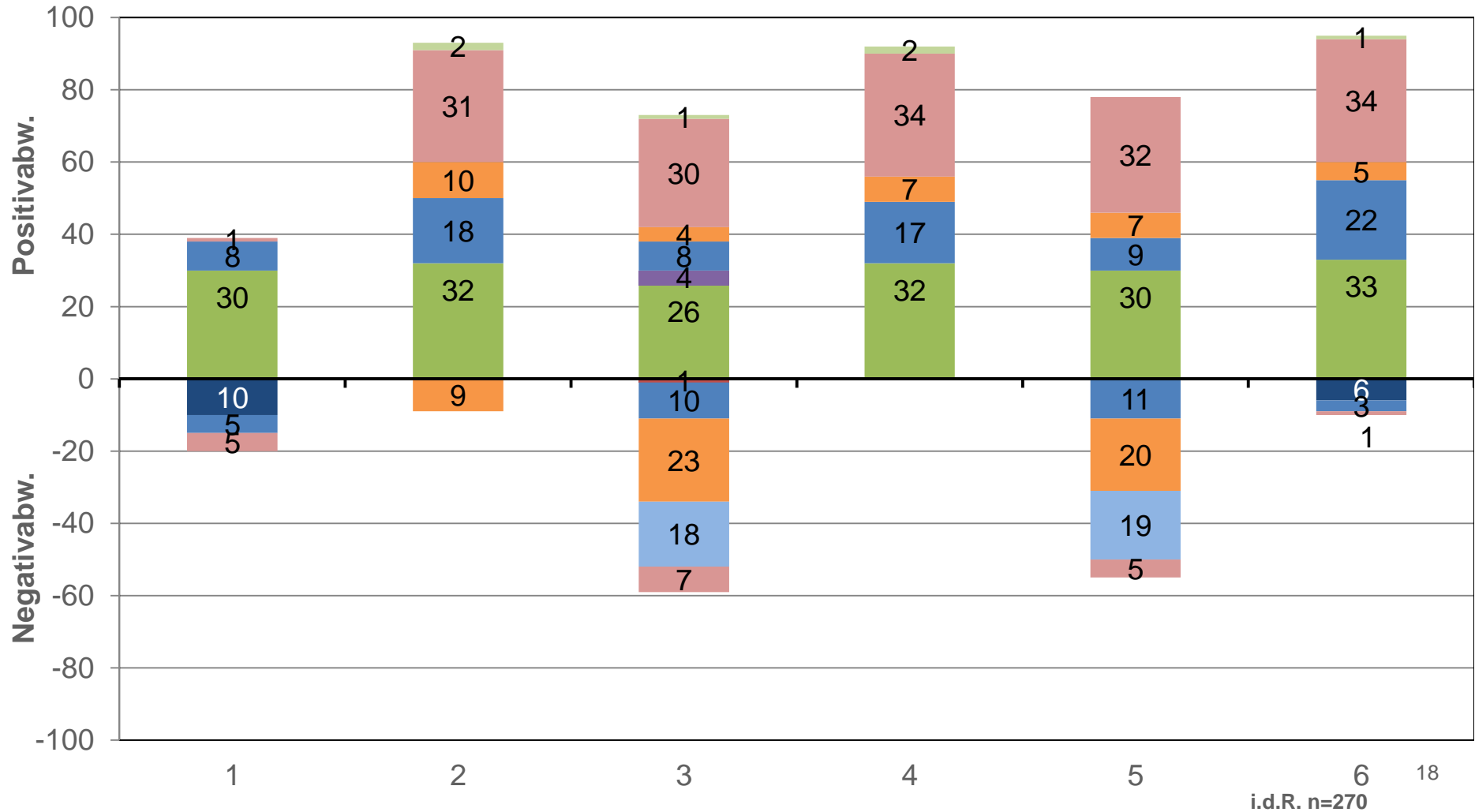
Anzahl Leistungsabweichungen nach Merkmalen



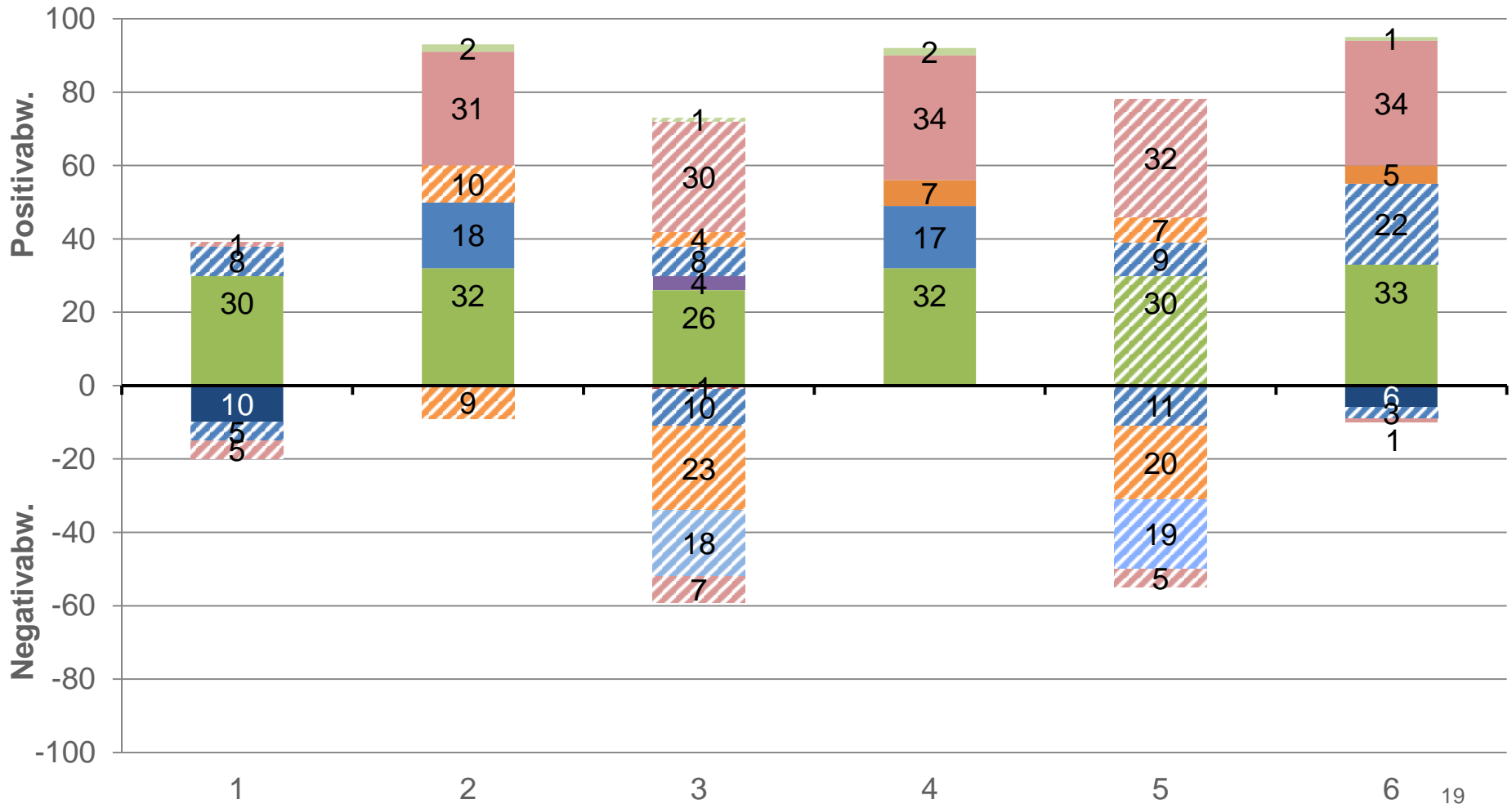
5. Leistungsdimension – Portalsicht



- Schutzbrief
- Neuwertentschädigung
- Mallorca Police
- Rabattretter
- Zusammenstoß mit Tieren aller Art
- Werkstattbindung
- Verzicht auf die Einrede grober Fahrlässigkeit
- Deckungssumme (Mindestdeckung/ 100 Mio. €)
- Deckung (Selbstbehalt TK/ VK)



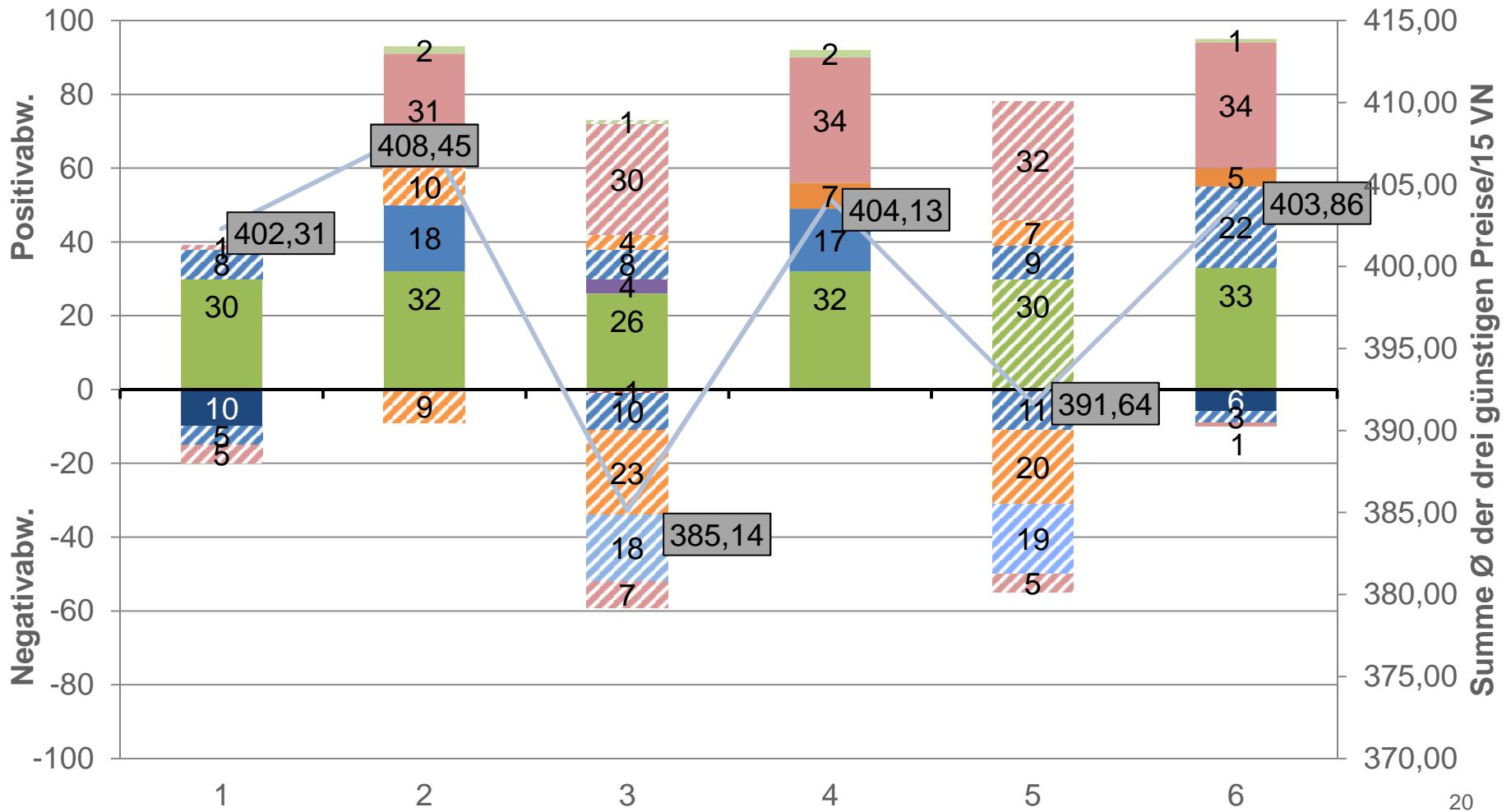
- Schutzbrief
 - Mallorca Police
 - Zusammenstoß mit Tieren aller Art
 - Verzicht auf die Einrede grober Fahrlässigkeit
 - Deckung (Selbstbehalt TK/ VK)
- Neuwertentschädigung
 - Rabattretter
 - Werkstattbindung
 - Deckungssumme (Mindestdeckung/ 100 Mio. €)



Die schraffierten Flächen zeigen die Leistungsmerkmale an, die durch die Portale nicht abgefragt wurden.

i.d.R. n=270

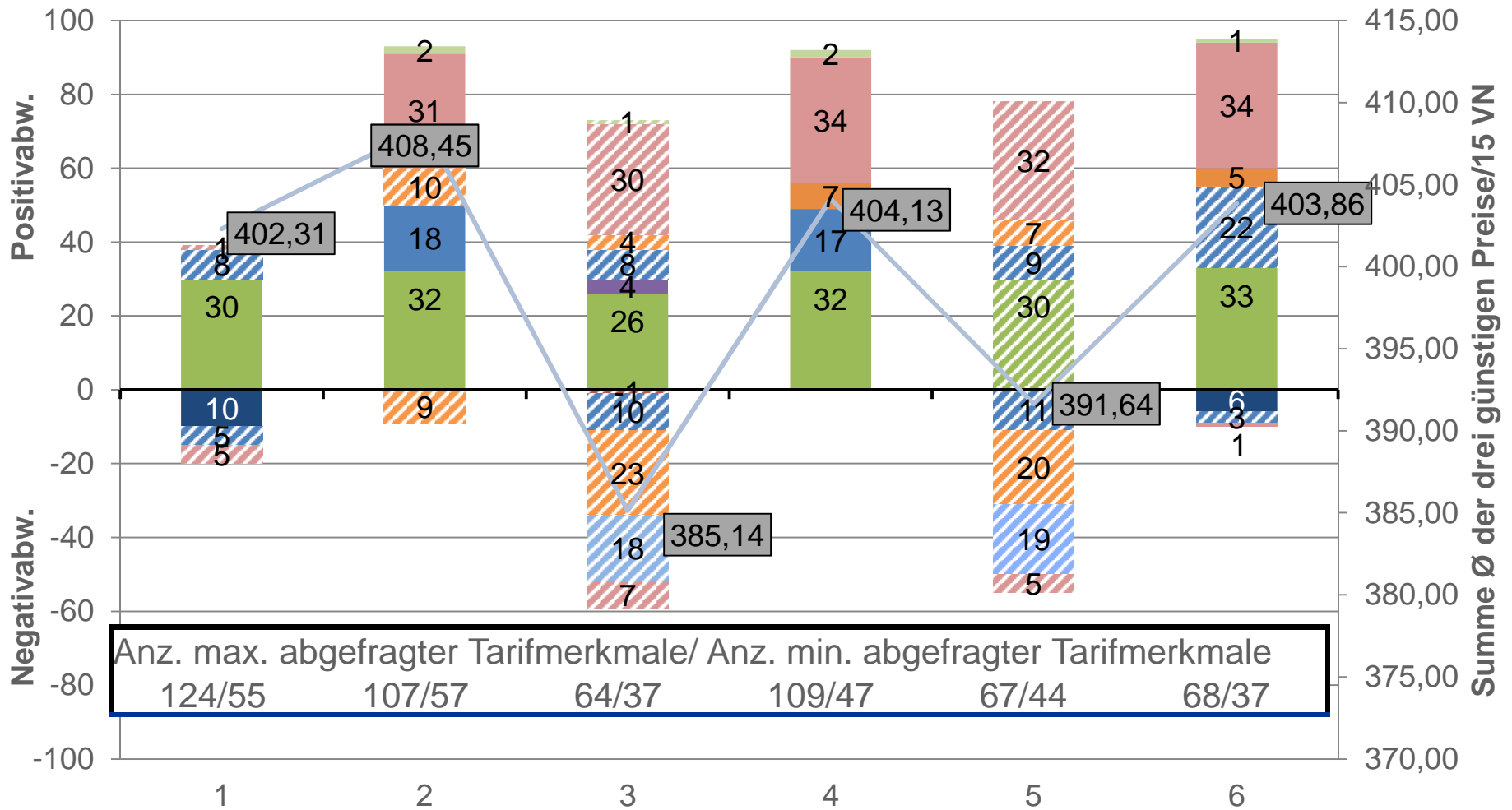
- Schutzbrief
 - Mallorca Police
 - Zusammenstoß mit Tieren aller Art
 - Verzicht auf die Einrede grober Fahrlässigkeit
 - Deckung (Selbstbehalt TK/ VK)
- Neuwertentschädigung
 - Rabattretter
 - Werkstattbindung
 - Deckungssumme (Mindestdeckung/ 100 Mio. €)



Die schraffierten Flächen zeigen die Leistungsmerkmale an, die durch die Portale nicht abgefragt wurden.

i.d.R. n=270

- Schutzbrief
- Neuwertentschädigung
- Mallorca Police
- Rabattretter
- Zusammenstoß mit Tieren aller Art
- Werkstattbindung
- Verzicht auf die Einrede grober Fahrlässigkeit
- Deckungssumme (Mindestdeckung/ 100 Mio. €)
- Deckung (Selbstbehalt TK/ VK)



Die schraffierten Flächen zeigen die Leistungsmerkmale an, die durch die Portale nicht abgefragt wurden.

i.d.R. n=270

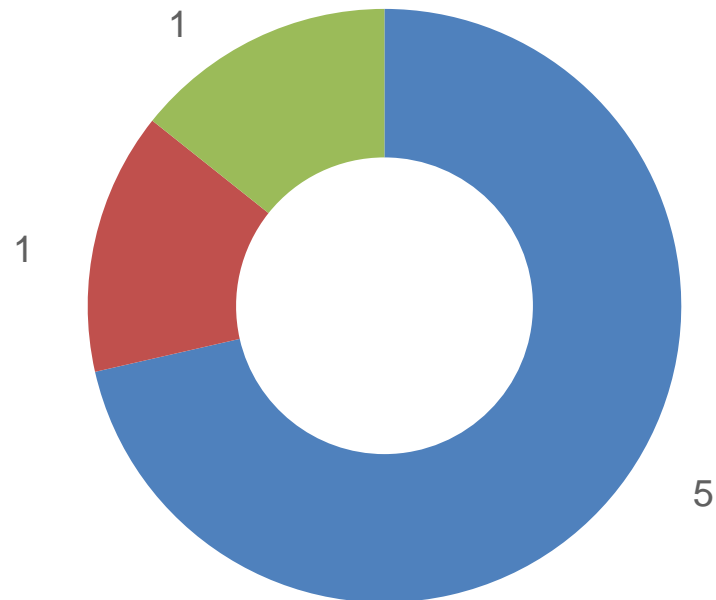
Inhalte

1. Zielsetzung
2. Forschungs- und Erhebungsdesign
3. Teilnehmer
4. Preisdimension
5. Leistungsdimension
6. **Geschäftsmodelle der Vergleichsportale – Ausgewählte Ergebnisse der Vor-Ort-Interviews**
7. Quellenverzeichnis

6. Ergebnisse der Vor-Ort-Interviews

Teil A: Allgemeine Angaben
Angaben zum Unternehmen

Vermittlerstatus



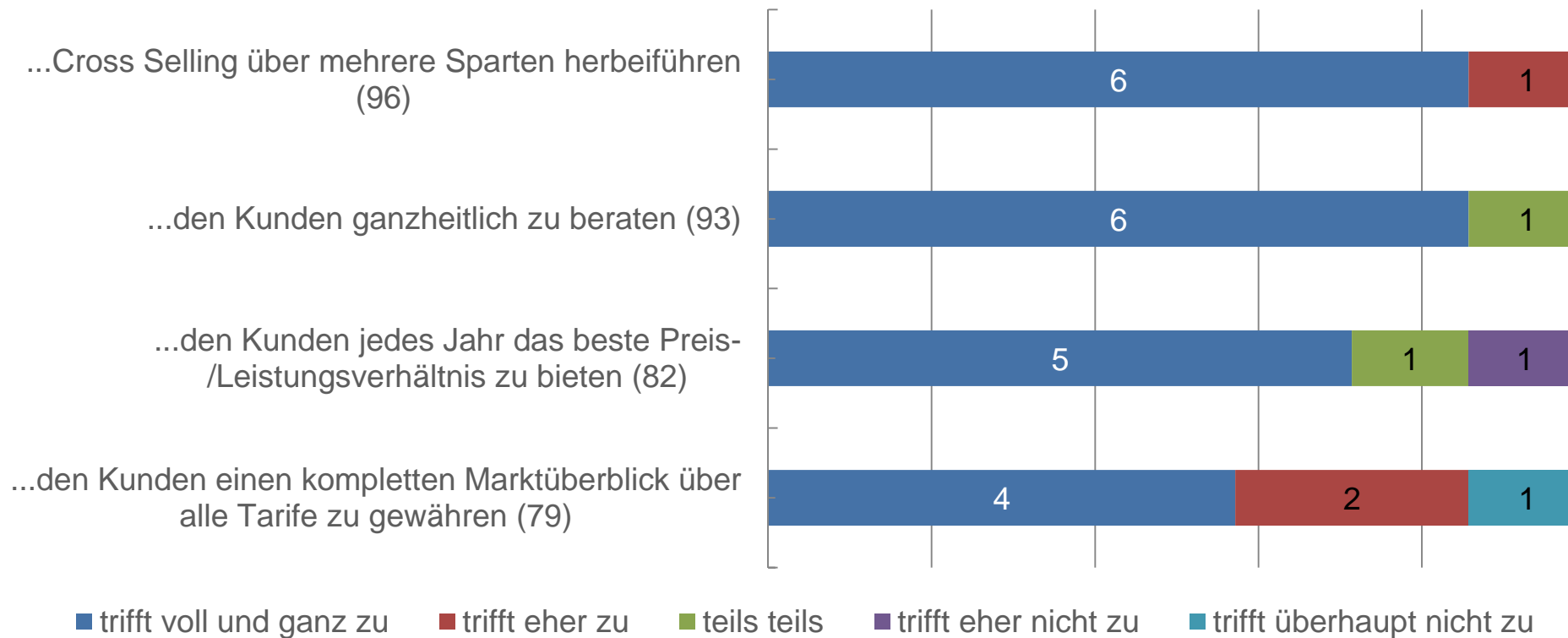
- Versicherungsmakler
- reiner Informationsdienstleister
- Echter Mehrfachvermittler

n=7

6. Ergebnisse der Vor-Ort-Interviews

Teil B: Angaben zum Geschäftsmodell
 Unternehmensphilosophie

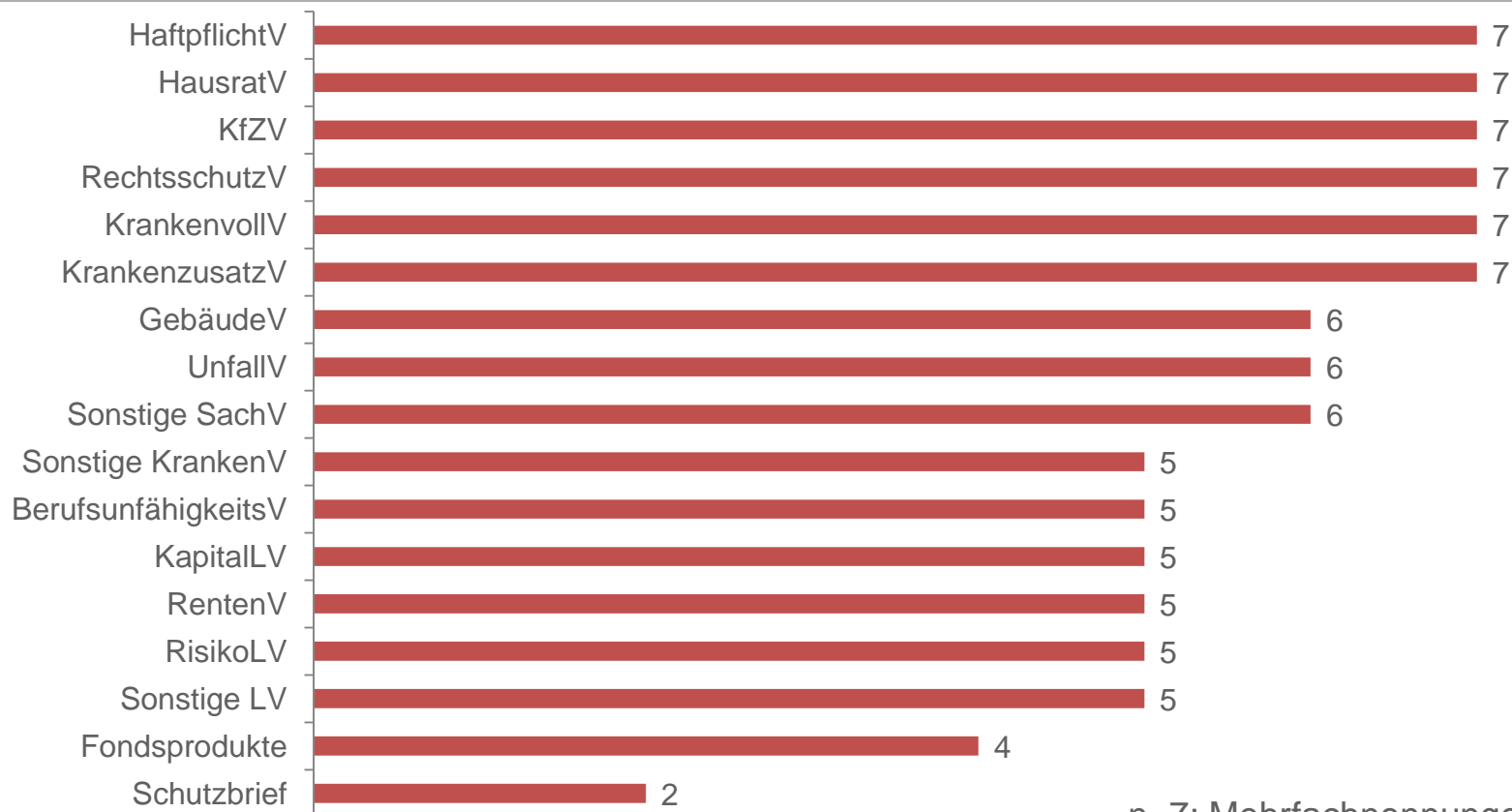
Unser Ziel ist,...



6. Ergebnisse der Vor-Ort-Interviews

Teil B: Angaben zum Geschäftsmodell
 Produkte und Serviceleistungen

Für welche Versicherungsprodukte bieten Sie Vergleichsrechnungen an?

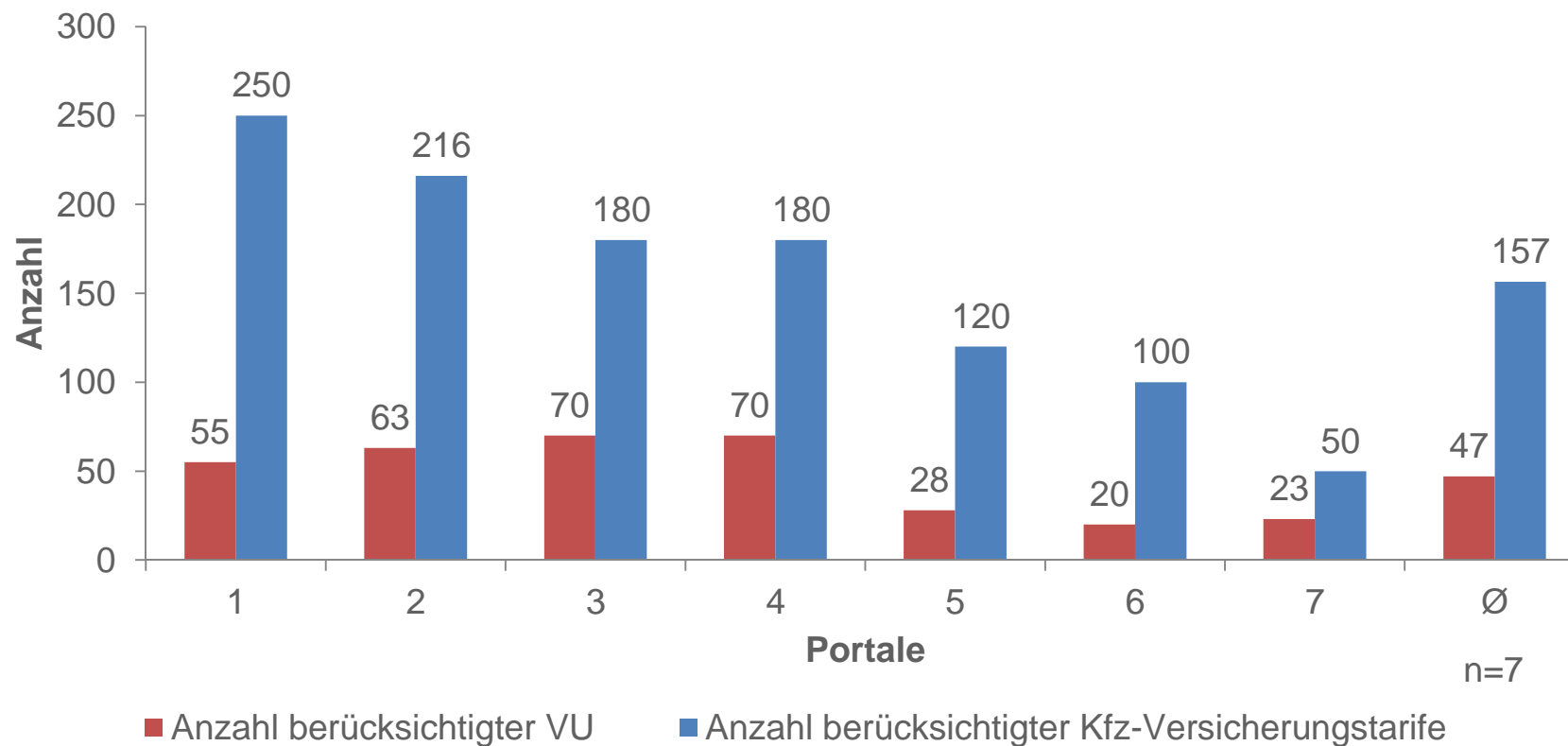


n=7; Mehrfachnennungen möglich 25

6. Ergebnisse der Vor-Ort-Interviews

Teil B: Angaben zum Geschäftsmodell
 Produkte und Serviceleistungen

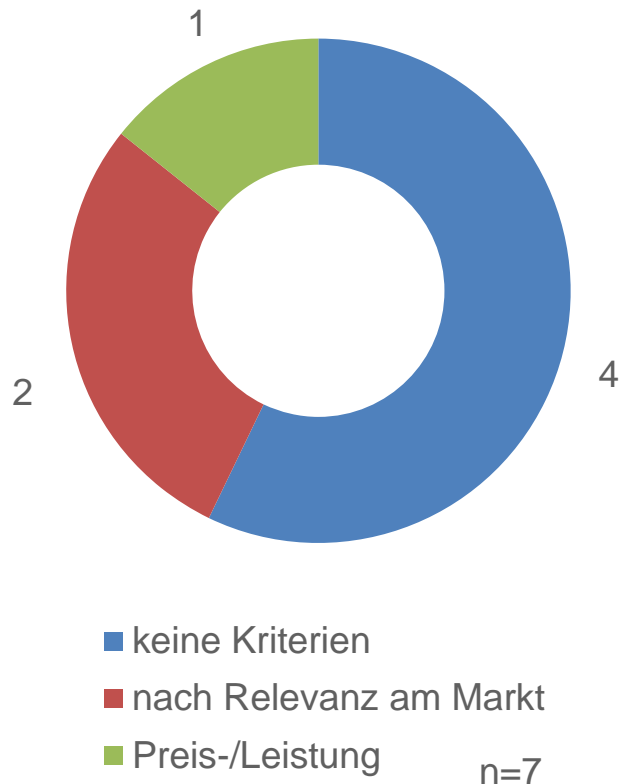
Wie viele Unternehmen und Kfz-Versicherungstarife berücksichtigen Sie bei den Vergleichsrechnungen?



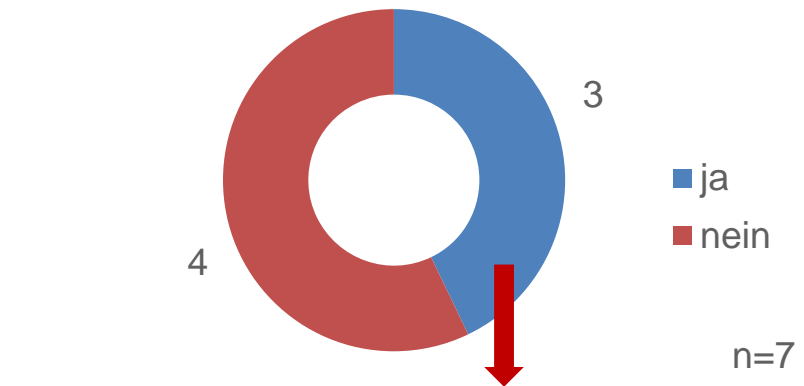
6. Ergebnisse der Vor-Ort-Interviews

Teil B: Angaben zum Geschäftsmodell
Produkte und Serviceleistungen

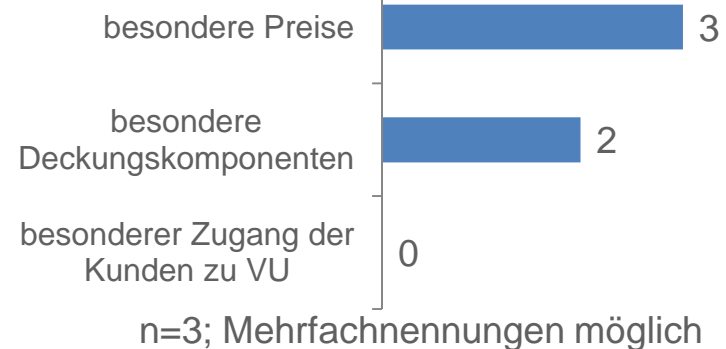
Nach welchen Kriterien sind die Versicherer in
Ihrem Vergleichsportal ausgewählt?



Haben Sie in Ihrer Stellung als Anbieter eines
Vergleichsportals die Möglichkeit, besondere
Konditionen bei Kfz-Versicherungen
anzubieten? Wenn ja, in welcher Art?



Besondere Konditionen für Kunden:



6. Ergebnisse der Vor-Ort-Interviews

Teil C: Herausforderungen und Trends
 Marktentwicklung

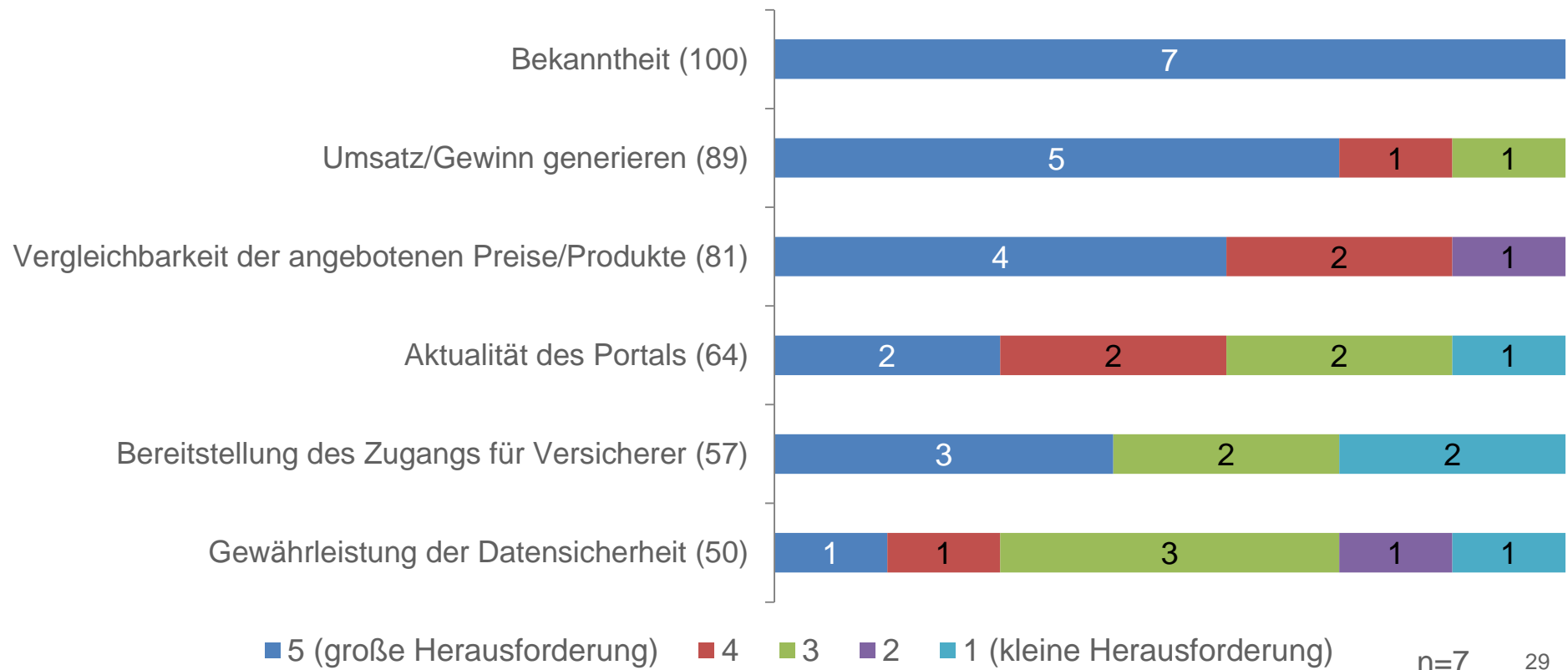
Wie groß ist der Markt für Vergleichsportale aktuell und welche Größenordnung erwarten Sie in den nächsten drei Jahren (Schätzungen)?

	aktuell	in den nächsten drei Jahren
Anzahl Vergleichsportalunternehmen	Ø 9 (n=5)	Ø 10 (n=5); Mehrheit hat „konstant“ angegeben
Umsatz mit Kfz-Versicherungen (in Mio. Euro)	Ø 49,7 (n=4)	Ø 79,3 (n=2)
vermittelte Kfz-Versicherungen (Stück)	Ø 640.000 (n=5)	Ø 1.000.000 (n=3)

6. Ergebnisse der Vor-Ort-Interviews

Teil C: Herausforderungen und Trends
 Erfolgsfaktoren

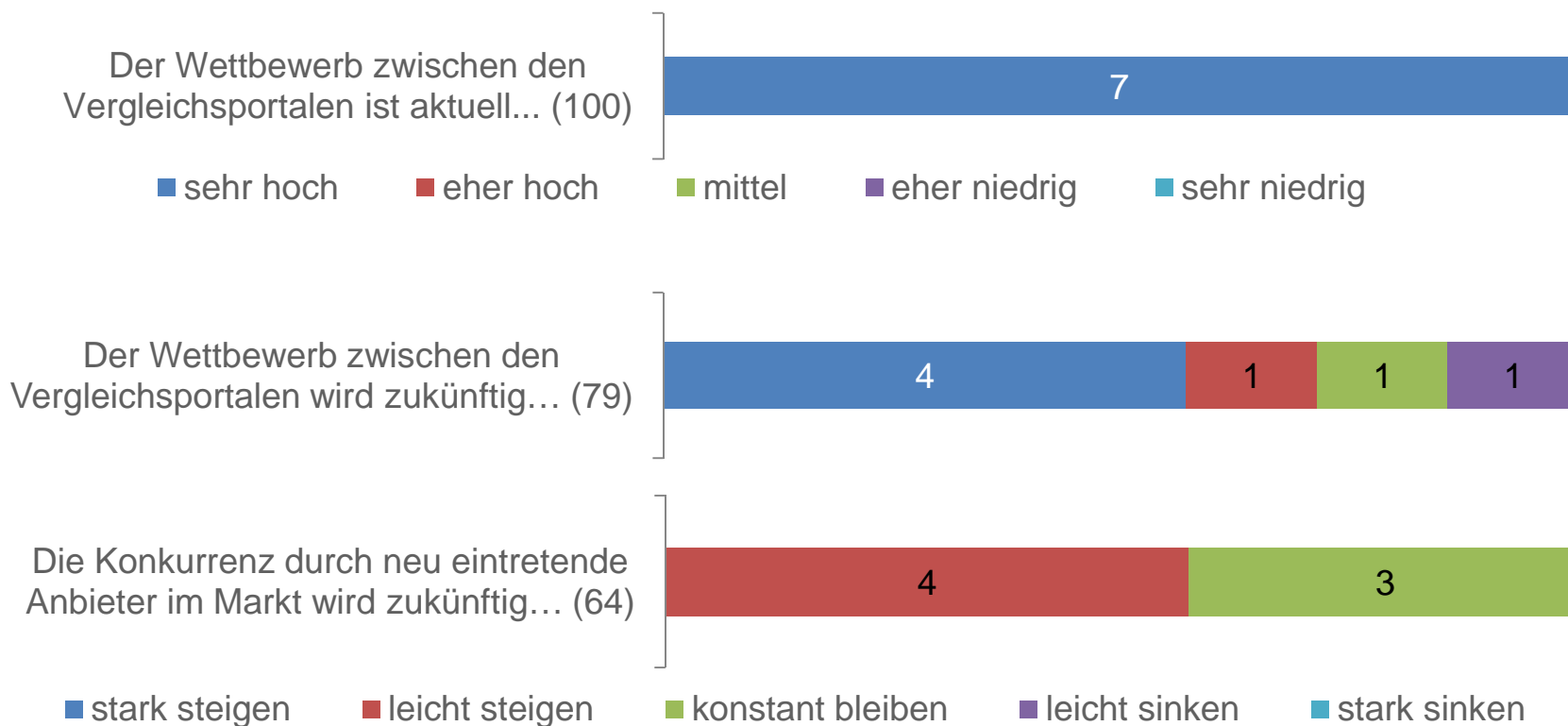
Welche Herausforderungen sehen Sie als Anbieter eines Vergleichsportals im Bereich der Kfz-Versicherung?



6. Ergebnisse der Vor-Ort-Interviews

Teil C: Herausforderungen und Trends Wettbewerb

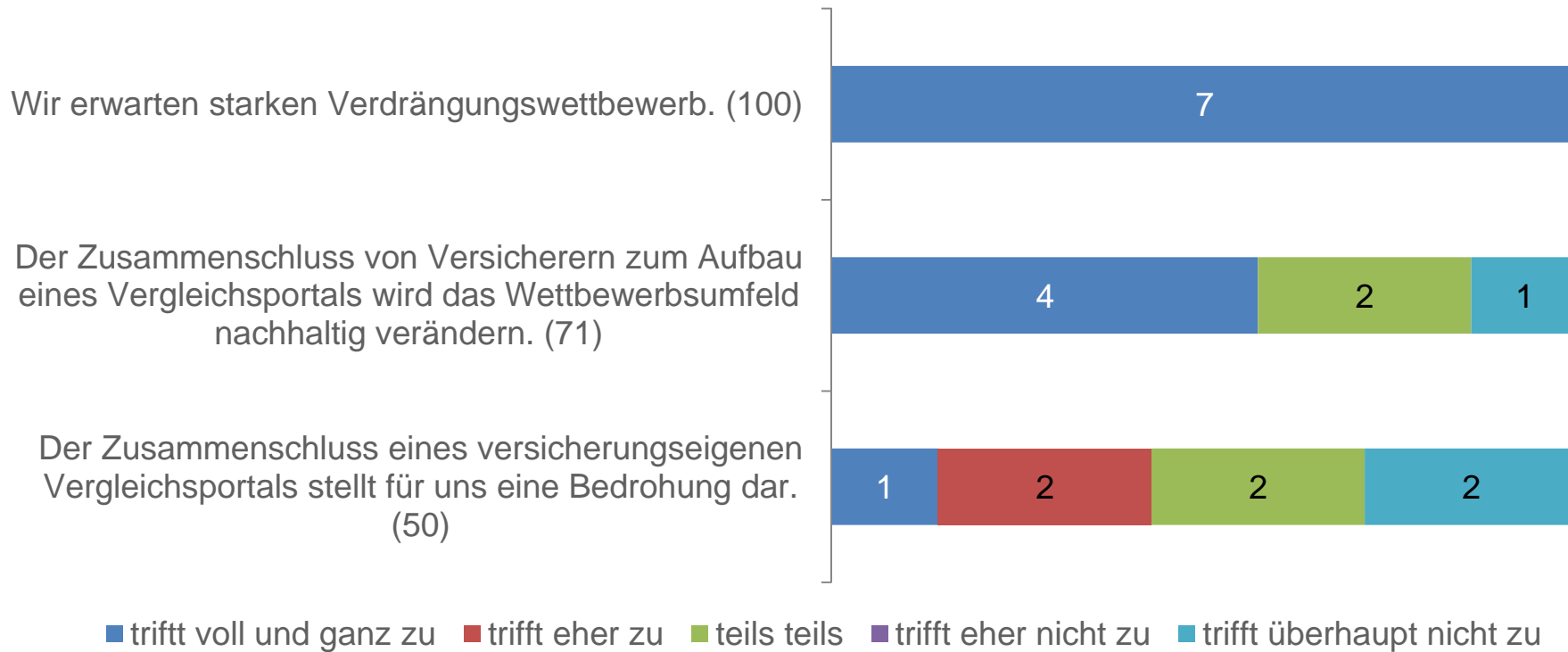
Bitte beurteilen Sie folgende Aussagen.



6. Ergebnisse der Vor-Ort-Interviews

Teil C: Herausforderungen und Trends
 Wettbewerb

Bitte beurteilen Sie folgende Aussagen.

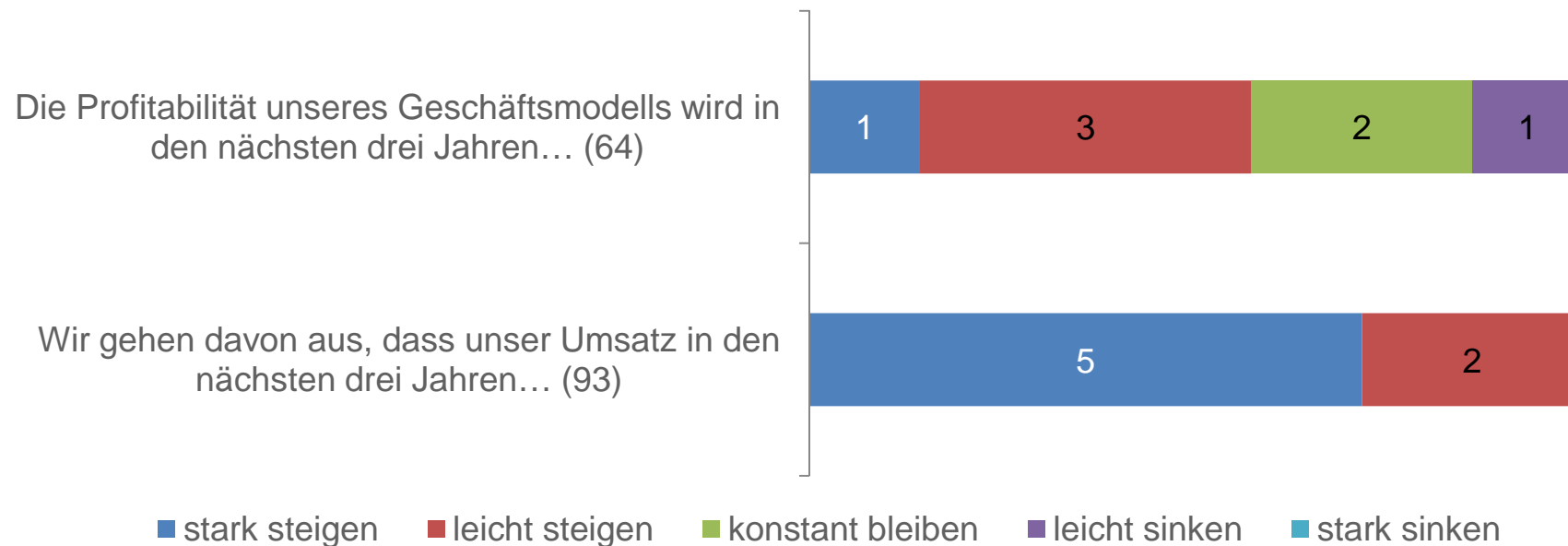


n=7

6. Ergebnisse der Vor-Ort-Interviews

Teil C: Herausforderungen und Trends
 Eigene Geschäftsentwicklung

Bitte beurteilen Sie folgende Aussagen.



Inhalte

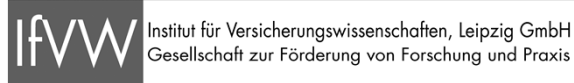
1. Zielsetzung
2. Forschungs- und Erhebungsdesign
3. Teilnehmer
4. Preisdimension
5. Leistungsdimension
6. Geschäftsmodelle der Vergleichsportale – Ausgewählte Ergebnisse der Vor-Ort-Interviews
7. **Quellenverzeichnis**

7. Quellenverzeichnis

– zur Konzeption der 15 Versicherungsnehmer –

- AXA Konzern: AXA Verkehrssicherheitsbericht 2009
- Deutsche Internetversicherung: Frühjahrskurzstudie: So wählen die Autofahrer ihre Kfz-Versicherung aus
- Gesamtverband der deutschen Versicherungswirtschaft: Kfz-Haftpflichtversicherung in Zahlen
- Gesamtverband der deutschen Versicherungswirtschaft: Statistisches Jahrbuch 2010
- Gesamtverband der deutschen Versicherungswirtschaft: Teilkasko in Zahlen
- Gesamtverband der deutschen Versicherungswirtschaft: Vollkasko in Zahlen
- Kraftfahrtbundesamt: Fahrzeugzulassungen – Bestand nach Fahrzeugklasse
- Kraftfahrtbundesamt: Fahrzeugzulassungen – Bestand nach Halter
- Kraftfahrtbundesamt: Fahrerlaubnisse – Fahrerlaubnisbestand im zentralen Fahrerlaubnisregister
- Statistisches Bundesamt: GENESIS Datenbank
- Statistisches Bundesamt: Regionalatlas
- Statistisches Bundesamt: Statistisches Jahrbuch 2010

Diese Präsentation enthält ausschließlich allgemeine Informationen, die nicht geeignet sind, den besonderen Umständen eines Einzelfalles gerecht zu werden. Sie hat nicht den Sinn, Grundlage für wirtschaftliche oder sonstige Entscheidungen jedweder Art zu sein. Sie stellt keine Beratung, Auskunft oder ein rechtsverbindliches Angebot dar und ist auch nicht geeignet, eine persönliche Beratung zu ersetzen. Sollte jemand Entscheidungen jedweder Art auf Inhalte dieser Präsentation oder Teile davon stützen, handelt dieser ausschließlich auf eigenes Risiko. Institut für Versicherungswissenschaften, Leipzig GmbH Gesellschaft zur Förderung von Forschung und Praxis übernimmt keinerlei Garantie oder Gewährleistung noch haftet sie in irgendeiner anderen Weise für den Inhalt dieser Präsentation. Aus diesem Grunde empfehlen wir stets, eine persönliche Beratung einzuholen.



Gottschedstraße 12
04109 Leipzig

Telefon +49 (0) 341 355305-77
Telefax +49 (0) 341 355305-99

Email studien@ifvw.de
Internet www.ifvw-leipzig.de