

Kfz-Versicherungen sind Männersache **Studie offenbart große Unterschiede zur Wechselwilligkeit** **Für Mehrheit ist Leistung wichtiger als Preis**

Wiesbaden, 2. November 2005; Die Versicherer erleben einen heißen Herbst: Der Preiskampf bei der Kfz-Versicherung ist brutal. Fast 50 Prozent der Autofahrer erwägen bis zum 30.11. einen Wechsel. Und darum kümmern sich in erster Linie Männer. Zumindest wissen diese hier wesentlich besser Bescheid als Frauen: 70 Prozent der Herren wissen, wann und unter welchen Bedingungen sie ihre Kfz-Versicherung wechseln können, bei den Damen sind es nur knapp 46 Prozent. Umgekehrt haben wesentlich mehr Frauen (51%) als Männer (29 %) bei diesem Punkt gar keine Ahnung. Dies ergab eine Studie der DBV-Winterthur Versicherungen in Zusammenarbeit mit TNS-Infratest zur Einstellung deutscher Autofahrer zur Kfz-Versicherung.

Von großer Treue kann bei der Kfz-Versicherung keine Rede sein: Fast 43 Prozent der befragten Autofahrer hat in den letzten zehn Jahren ihre Kfz-Versicherung mindestens einmal gewechselt. Dies gilt vor allem für die mittleren Jahrgänge von 30 bis 49 Jahren während die Senioren ihrem Versicherer noch die größte Treue entgegenbringen (78,5% haben in den letzten 10 Jahren nicht gewechselt). Von den Wechslern hat wiederum knapp 60 Prozent einmal, 20 Prozent zweimal, 13 Prozent dreimal und 15 Prozent sogar viermal oder öfter den Versicherer gewechselt. Am häufigsten wechseln Jüngere während die fortgeschritteneren Jahrgänge in der Regel ihrem Versicherer treu bleiben.

Strategisch wird der Wechsel von den wenigsten angegangen. Nur 12 Prozent (mehr Männer als Frauen) geben an, dass sie sich jedes Jahr gezielt informieren, wo es den günstigsten Tarif gibt, um dann dort hin zu wechseln. Je niedriger das Einkommen, desto höher die gezielte Wechselfreudigkeit. Grundsätzlich sind die meisten (88,6 %) mit ihrer Kfz-Versicherung zufrieden. Dies gilt vor allem für Senioren und Besserverdienende.

Nur 40 Prozent ist es zu umständlich und zeitraubend, den günstigsten Tarif rauszusuchen. 60 Prozent sehen das nicht als Hindernis und verneinen auch ganz klar die Aussage, die Umstände eines Wechsels würden nicht lohnen, weil die Preise ohnehin überall gleich sein. Dieser Aussage stimmen vor allem Frauen (40%), Jüngere (36%) und Senioren (60%) zu. DBV-Winterthur-Studie zufolge sind Männer tendenziell wechselwilliger als Frauen. Jüngere (bis 29) und Ältere (ab 60) sind nicht so wechselbereit und -willig wie die mittleren Altersgruppen. Der Studie zufolge liegt das an der Bequemlichkeit dieser Altersgruppen, sich mit der Materie zu beschäftigen.

Überraschend ist jedoch das Ergebnis, dass für die deutschen Autofahrer der Preis gar nicht das Entscheidende ist: Für 70 Prozent steht Leistungsumfang und Service im Vordergrund. Dies gilt vor allem für die Senioren (78%) während die Jüngeren (62%) sich noch am ehesten die Geizist-Geil-Mentalität zu Eigen gemacht haben. Überraschend auch: Je höher der Bildungsgrad,

desto wichtiger ist der Preis. Auch Schülern, Studenten, Arbeitslosen, Arbeitern und Selbstständigen ist der Preis tendenziell wichtiger.

Für die Studie hat TNS Infratest im Auftrag der DBV-Winterthur im September 2005 eine repräsentative Umfrage unter 505 Autofahrerinnen und -fahrern ab 18 Jahren durchgeführt.

Anfragen

DBV-Winterthur, Unternehmenskommunikation, Dr. Mathias Oldhaver,
Telefon (+49) 0611/363-2593, Mobil (+49) 0172-67 10 816

Die Presseinformation der DBV-Winterthur ist im Internet verfügbar:

<http://www.dbv-winterthur.de>

DBV-Winterthur Versicherungen

Die DBV-Winterthur ist eine große Versicherungsgruppe mit über 130-jähriger Erfahrung auf dem deutschen Markt. Die Kennzahlen: 4.475 Mitarbeiter, rund 3,6 Millionen Versicherte und Beiträge von rund 3,5 Milliarden Euro (Stand: 31.12.2004). Das Beitragsaufkommen liegt zu 50 Prozent in der Lebens-, zu 27 Prozent in der Kranken- und zu 23 Prozent in der Schadenversicherung. Hauptsitz der DBV-Winterthur ist Wiesbaden, ein Direktionsbetrieb besteht in München, Servicezentren gibt es außerdem in Berlin, Hamburg, Offenbach und Köln. Das Unternehmen bietet Versicherungsprodukte in den Sparten Lebens-, Kranken- und Schadenversicherung an, darüber hinaus auch Finanzierungen sowie Geldanlagen.

Sie ist heute eine der führenden Versicherungsgruppen in Deutschland und international in die schweizerische Winterthur Group und damit auch in die Credit Suisse Group eingebunden.

Winterthur Group

Die Winterthur Group ist eine führende Schweizer Versicherungsgesellschaft mit Hauptsitz in Winterthur. Das Angebot der international tätigen Gruppe umfasst eine breite Palette von Personen-, Sach- und Haftpflichtversicherungslösungen sowie massgeschneiderte Lebensversicherungs- und Pensionskassenlösungen für Privat- und Unternehmenskunden. Rund 19,500 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter arbeiten weltweit bei der Winterthur Group. Das Unternehmen erzielte im ersten Halbjahr 2005 ein Geschäftsvolumen von total 17,4 Milliarden CHF und verwaltete per 30. Juni 2005 Vermögen von 149,9 Milliarden CHF.

Credit Suisse Group

Die Credit Suisse Group ist ein führendes global tätiges Finanzdienstleistungs-Unternehmen mit Hauptsitz in Zürich. Sie bietet Privatkunden sowie kleineren und mittelgrossen Firmen umfassende Finanzberatung, Bankprodukte sowie Vorsorge- und Versicherungslösungen der Winterthur an. Im Bereich Investment Banking unterstützt sie globale Institutionen und Unternehmen, staatliche Körperschaften und Privatkunden als Finanzmarkt-Intermediär. Die Credit Suisse Group Namenaktien (CSGN) sind in der Schweiz sowie als American Depositary Shares (CSR) in New York kotiert. Die Gruppe beschäftigt weltweit rund 60 000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Per 30. Juni 2005 verwaltete sie Vermögen in der Höhe von 1 341,2 Mrd. CHF.