



Die Preisverleihung fand bei Carbon in Eigeltingen statt.

**AUTOHAUS VERSICHERUNGSMONITOR 2021/2022**

# Toyota erneut vorne

Informationen und Anregungen für ein erfolgreiches Versicherungsgeschäft liefert der AUTOHAUS VersicherungsMonitor. Am 27. April wurden die Hersteller und Assekuranzen mit dem besten Händlerurteil ausgezeichnet.

**G**erade in Zeiten knapper Ware sind vor allem zwei Strategien für die Autohäuser von großer Bedeutung: Zusatzgeschäfte und Kundenloyalisierung. Beide Themen bedient die Autoversiche-

rung. Doch von Ausnahmen abgesehen, fehlt es hier oft an Vertriebsdruck. Denn auch in der aktuellen Erhebungswelle des AUTOHAUS VersicherungsMonitors haben AUTOHAUS und puls Marktfor-

schung festgestellt, dass sich die Chancen des Versicherungsgeschäfts noch nicht bei allen Händlern herumgesprochen haben. Im Gegenteil: Der Anteil der nicht aktiven Händler legt von 18 Prozent in 2020 auf 26 Prozent in 2021 zu. Somit betreibt aktuell jeder vierte Automobilhändler kein aktives Versicherungsgeschäft.

Mit dem VersicherungsMonitor hat AUTOHAUS gemeinsam mit der Carbon AG auch wieder die Zufriedenheit des Handels mit seiner Herstellerversicherung gemessen. „Die Studie liefert die Basis, um das Versicherungsgeschäft als wichtiges Kundenbindungsinstrument zu forcieren und das Servicegeschäft im Autohaus insgesamt abzusichern“, betont Ralph M. Meunzel, Chefredakteur AUTOHAUS. „Mit der seit 2009 existierenden Befra-

gung leisten wir einen wichtigen Beitrag zur Optimierung der Zusammenarbeit zwischen Handel und Assekuranzen.“

**Penetrationsrate gestiegen**

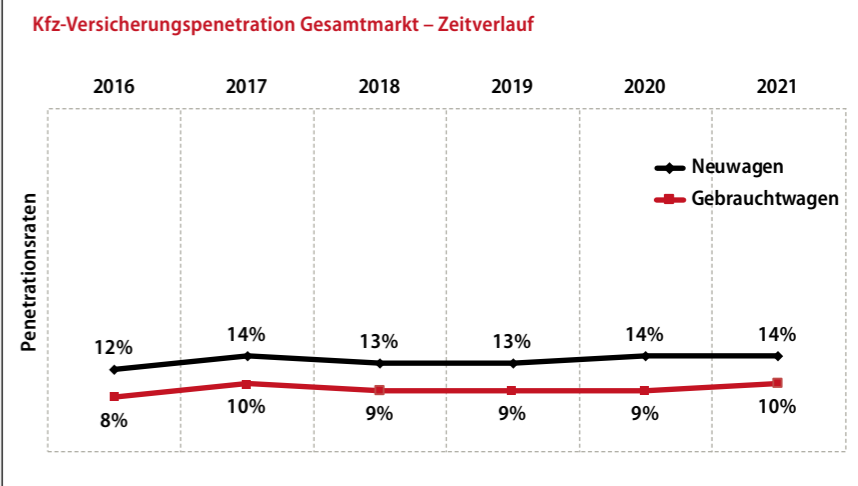
Insgesamt stellt die Analyse laut Dr. Konrad Weißner, Geschäftsführer der puls Marktforschung, eine Seitwärtsbewegung bei der Händlerzufriedenheit mit den Versicherungspartnern fest. „Positiv fällt auf, dass die Penetrationsrate der über den Automobilhandel vermittelten Kfz-Versicherungspolice im Gesamtmarkt bei Gebrauchtwagen leicht von neun auf zehn Prozent zulegt, während sich diese Kennzahl im Neuwagenverkauf stabil bei 14 Prozent einpendelt. Bemerkenswert ist auch, dass die Anteile der Herstellerversicherungen beim Neuwagenverkauf von 60 auf aktuell 70 Prozent und im Gebrauchtwagenverkauf von 51 auf 60 Prozent deutlich zulegen.“

Dies ist laut den Ergebnissen des AUTOHAUS VersicherungsMonitors hauptsächlich darauf zurückzuführen, dass sich die Herstellerversicherungen vor allem bei der Außendienstbetreuung und Schadenabwicklung deutlich verbessern. Gleichzeitig sinkt aber die Händlerzufriedenheit mit der Verkaufunterstützung und Verkaufsförderung.

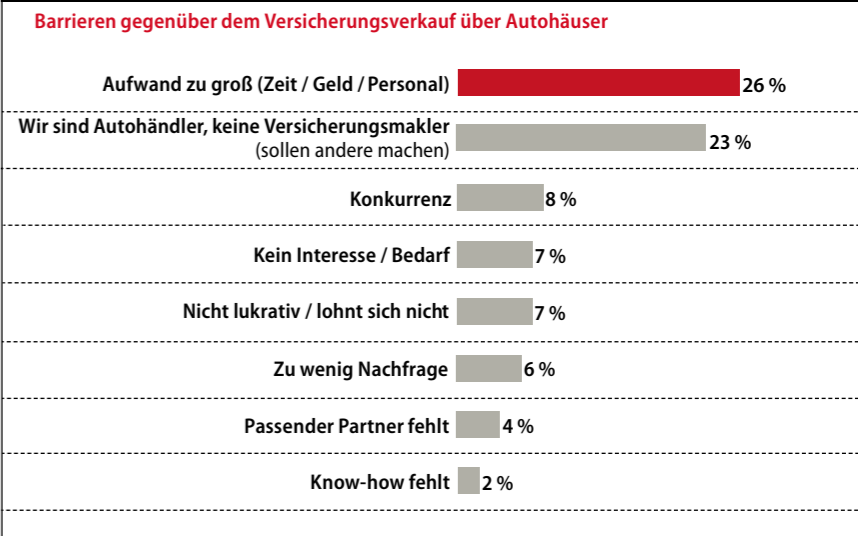
**Vier Siegerpaare**

Ralph M. Meunzel ehrte am 27. April am Carbon Firmensitz in Eigeltingen die Sieger der diesjährigen Händlerzufriedenheitswertung. Gewinner ist zum elften Mal in Folge Toyota. Der Toyota Versicherungs-

**PENETRATIONSRATE**



**WAS HÄLT DIE HÄNDLER AB?**



Über den ersten Platz im Gesamtranking und in der Kategorie „Große Importfabrikate“ freuten sich Udo Jüngling (Geschäftsführer Toyota Versicherung; I.) und Martin Spangenberg (Hauptbevollmächtigter Aioi Nissay Dowa Insurance Company of Europe, Niederlassung Deutschland).



Den Pokal des diesjährigen AUTOHAUS VersicherungsMonitor für die „Deutschen Volumenfabrikaten“ nahmen in Eigeltingen Simone Jäger (Leiterin Vertriebskooperationen, Ford Bank) und Frank Müller (Leiter Marketing, FHD) entgegen.



Bei den „Deutschen Premiumfabrikaten“ setzt sich das Duo Porsche/HDI an die Spitze: Carsten Kock (Leiter Bereich Automotive und Belegschaften, HDI Vertrieb Deutschland; I.) und Andreas Popp (Director Market & Product Development, Porsche Financial Services).

Fotos: Peter Steinhilf und Ralph M. Meunzel



Ralph M. Meunzel (Chefredakteur AUTOHAUS), Siegbert Müller (Gründer Carbon), Edeltraut Holle (Geschäftsführerin Carbon) und Walter K. Pfauntsch (Chefredakteur AUTOHAUS SchadenBusiness) mit den Pokalen des diesjährigen AUTOHAUS VersicherungsMonitors.

dienst erhielt mit seinem hauseigenen Risikoträger Aioi Nissay Dowa Insurance Europe abermals die Bestnote. Wie bei der vorangegangenen Erhebung reicht ein Wert von 1,69 souverän zu Platz eins im Gesamtranking sowie in der Kategorie „Großen Importfabrikate“. Laut der Händlerbefragung gewinnt Toyota in diesem Jahr 19 von 19 Einzelkriterien über alle Hersteller hinweg – das zeigt die Ausnahmestellung des Rekordsiegers in dem Wettbewerb.

Mehr Bewegung gibt es in den anderen Wertungskategorien: Bei den „Deutschen Volumenfabrikaten“ holen sich die Ford Bank und ihr Partner Allianz den Titel von der Volkswagen Autoversicherung zurück. Die Note von 2,30 (Vorjahr 2,72) bringt in der Gesamtwertung Platz sieben

– eine deutliche Verbesserung gegenüber 2020/21.

Bei den „Deutschen Premiumfabrikaten“ setzt sich das Duo Porsche/HDI (Note 2,20) an die Spitze. Seine Stärken sehen die Markenhändler vor allem im Außendienst sowie in der Werkstattbindung/-auslastung durch eigene Versicherungskunden. Vorjahressieger Audi (2,23) muss sich knapp geschlagen geben. Die Wertung der „Kleinen Importfabrikate“ sichern sich erneut Volvo und Allianz. Ihre Note liegt mit 1,91 leicht schwächer als im Vorjahr (1,89), dennoch fahren die Kooperationspartner den zweiten Platz insgesamt ein.

Mehr zum AUTOHAUS VersicherungsMonitor lesen Sie in AUTOHAUS SchadenBusiness 2/2022, das mit AUTOHAUS 11/2022 am 7. Juni erscheint. *rp.se*