

## Beitragssteigerungen bei Versicherungen: Wie die Kunden reagieren und welche Handlungsmöglichkeiten die Versicherer haben



News

© Pixabay

**Beitragserhöhungen bei Versicherungsprodukten stellen die Stabilität der Kundenbeziehungen vor eine erhebliche Belastungsprobe. In Zeiten steigender Verbraucherpreise trifft dies private Haushalte besonders stark. Viele Kunden reagieren verärgert auf höhere Prämien, was die Gesamtzufriedenheit mit den Anbietern schwächt und nicht selten auch zu Gegenmaßnahmen führt. Je nach Sparte kündigen oder wechseln zwischen 4 und 15 Prozent der Versicherungsnehmer unmittelbar nach Beitragserhöhungen ihre Verträge. Weitere Kunden ziehen Kündigungen zu einem späteren Zeitpunkt in Betracht oder reduzieren den Leistungsumfang ihrer Policen.**

Umso wichtiger ist es für Versicherer, Anpassungen nachvollziehbar und empathisch zu kommunizieren. Insbesondere preissensiblen Zielgruppen sollten zudem alternative Lösungen angeboten werden, die zur Kostendämpfung beitragen können.

Das zeigt die aktuelle Studie «Beitragsanpassungen in der Assekuranz – Kundenreaktionen und Handlungsspielräume für Versicherer» des Marktforschungs- und Beratungsinstituts HEUTE UND MORGEN. 1.500 Versicherungskunden im Alter zwischen 18 und 70 Jahren – die in letzter Zeit unmittelbar von Beitragserhöhungen betroffen waren – wurden online zu ihrem Erleben und ihrem Umgang damit befragt. Differenziert wurde dabei nach den vier Sparten: Kfz-Versicherung, private Krankenvollversicherung (PKV), Wohngebäudeversicherung sowie Tier-OP-Versicherung / Tierkrankenversicherung.

### **Treiber von Vertragskündigungen nach Beitragserhöhungen**

Die unmittelbare Kündigungsneigung im Anschluss an Beitragssteigerungen ist produktübergreifend besonders hoch bei Versicherungskunden, die ihre Verträge anonym bzw. unpersönlich online abgeschlossen haben. Verstärkt ist dies bei Kfz-Versicherungen und Tierversicherungen der Fall. Die Kündigungsquoten nach Beitragserhöhungen liegen in diesen Sparten mit jeweils 15 Prozent an der Spitze (zum Vergleich: Wohngebäudeversicherungen: 7 Prozent; private Krankenvollversicherung: 4 Prozent). Auf den ersten Blick erscheinen diese Werte moderat, sind angesichts der typischen Trägheit im Versicherungsmarkt und spartenspezifischer Wechselhürden aber als beachtlich einzustufen. Zumal weitere Kunden Kündigungen oder Leistungsreduktionen erst mittelfristig planen. Besonders abwanderungsgefährdet zeigen sich generell auch Kundengruppen, die insgesamt ein ausgeprägtes Sparverhalten zeigen und sich bei der Wahl von Versicherungsprodukten als besonders preissensibel erweisen.

Darüber hinaus gilt: Je stärker die Beitragsanpassung subjektiv als hoch (bzw. zu hoch) empfunden wird, desto höher die Wahrscheinlichkeit der Kündigung. Als Daumenregel kann dienen: Ab einer Erhöhung von über 10 Prozent nimmt die Unzufriedenheit und Wechselneigung der Kunden deutlich zu.



## Risiko von Domino-Effekten bei Kündigungen

Bei Mehrfachverträgen mit einzelnen Versicherern – die in den untersuchten Sparten jeweils bei rund 40 bis 60 Prozent der Kunden vorliegen – können Beitragssteigerungen in einzelnen Verträgen auch Kettenreaktionen auslösen. Das bedeutet, dass die gesamte Versicherungsausstattung beim Anbieter infrage gestellt wird und im schlimmsten Fall komplett gekündigt wird. Je nach Sparte tritt dies in 4 bis 12 Prozent der Fälle mit Mehrfachverträgen auf.

## Persönlicher Kontakt stärkt Kundenbindung

Reduziert wird die Kündigungsneigung nach Beitragssteigerungen unter anderem durch den persönlichen oder telefonischen Vertragsabschluss. Dieser Faktor hat zugleich das größte Dämpfungspotenzial: Produktübergreifend sinkt die Wahrscheinlichkeit einer Kündigung nach einer Beitragsanpassung damit um 54 Prozent.

## Zahlreiche Handlungsoptionen für die Versicherer

Trotz vielfältiger Risiken von Beitragssteigerungen für die Kundenzufriedenheit und Kundenbindung sind die Versicherer den negativen Kundenreaktionen nicht schutzlos ausgeliefert. Sie verfügen über zahlreiche Handlungs- und Gestaltungsspielräume, die zielgruppen- und spartenspezifisch genutzt werden können. Hierzu zählen:

- Transparente und nachvollziehbare Begründungen für Beitragsanpassungen, da diese von Kunden mitunter noch als unverständlich oder unglaubwürdig wahrgenommen werden
- Differenzierte Zielgruppenansprachen, die Preis- oder Leistungsfokussierung berücksichtigen
- Anpassung von Produkt- und Vertriebsstrategien (u. a. Erleichterung dynamischer
- Vertragsanpassungen, Fokus auf persönlichen Kontakt stärken)
- Entwicklung flexibler, spartenspezifischer Alternativen zu Beitragserhöhungen, die dem Kunden alternativ zu einer Erhöhung angeboten werden können und Kündigungen vorbeugen.

Im Bereich Kfz-Versicherung sowie private Krankenvollversicherung sind aktuell beispielsweise etwa 60 Prozent der Kunden bereit, zu einer reinen Online-Betreuung zu wechseln, um den bisherigen Beitrag beizubehalten. Rund ein Viertel der Kunden akzeptiert dafür auch eine höhere Selbstbeteiligung. Einen geringeren Leistungsumfang würden je nach Sparte nur 10 bis 16 Prozent der Versicherungskunden in Kauf nehmen.

Dr. Michaela Brocke, Geschäftsführerin bei HEUTE und MORGEN resümiert: „Die Studienergebnisse verdeutlichen, dass Versicherer kurz- und mittelfristige Wechselrisiken infolge von Beitragssteigerungen ernst nehmen und mit differenzierten Strategien aktiv gegensteuern sollten.“ Karina Grünhage, Studienleiterin bei HEUTE UND MORGEN ergänzt: „Empfehlenswert sind insbesondere die Stärkung des persönlichen Kontakts beim Vertragsabschluss, die aktive Gestaltung der subjektiven Preiswahrnehmungen durch nachvollziehbare Begründungen, das Angebot flexibler Alternativen zu Beitragserhöhungen – vor allem für besonders preissensible Zielgruppen – sowie ein regelmäßiges Kündigermonitoring.“

### **Weitere Studieninformationen**

Die komplette Studie «Beitragsanpassungen in der Assekuranz – Kundenreaktionen und Handlungsspielräume für Versicherer» ist kostenpflichtig über HEUTE UND MORGEN erhältlich – wahlweise als spartenspezifische Einzelstudien oder als komplettes Studienpaket (alle vier Einzelstudien). Die Studienberichte enthalten umfangreiche weitere Ergebnisse, Detailanalysen und praxisorientierte Handlungsempfehlungen, differenziert nach verschiedenen Zielgruppen, Handlungskontexten und Spartenspezifika.

Zusätzliche Studieninfos und Bestellmöglichkeiten: <https://heuteundmorgen.de/studien/finanzmarktrends/beitragsanpassungen-in-der-assekuranz/>