

Medienmitteilung
Zürich, 5. Oktober 2023

Jede dritte Person in der Schweiz zieht Versicherungswechsel bei Prämienanstieg von bis zu 10% in Betracht

Während die Inflation die Preise und damit auch die Versicherungsprämien in die Höhe treibt, können Autofahrerinnen und Autofahrer in der Schweiz vor allem bei der Autoversicherung noch Geld sparen. Nicht etwa, weil die Autoversicherungen günstiger werden, sondern weil ein einfacher Offertenvergleich ungeahntes Sparpotenzial von bis zu mehreren hundert Franken pro Jahr birgt. Gemäss einer Studie der Universität Luzern ist für die Befragten klar: Das beste Preis-Leistungs-Verhältnis finden sie auf Online-Vergleichsportalen – und jeder Dritte erwägt bei geringfügigen Prämienanpassungen einen Versicherungswechsel.

In Zeiten, in denen vieles teurer wird, übersehen viele Schweizerinnen und Schweizer noch immer ein grosses Sparpotenzial: ihre Prämien für Sachversicherungen. «Aktuell erhalten viele Fahrzeughalterinnen und -halter von ihren Auto- und Motorradversicherungen Mitteilungen über Prämien erhöhungen und zahlen oft mehr als nötig», weiss Jochen Pernegger, Managing Director Finance & Insurance der SMG Swiss Marketplace Group. «Dabei kann ein kurzer Online-Offertenvergleich durchschnittlich über 400 Franken pro Jahr sparen – zumal mit dem Jahresende für viele ein Versicherungswechsel wieder in greifbare Nähe rückt», so Pernegger weiter. Ein idealer Zeitpunkt, um sich intensiv mit den eigenen Versicherungsbedürfnissen auseinanderzusetzen und sich über neue Alternativen zu informieren. «Im Jahresvergleich sehen wir bei FinanceScout24 Zunahme bei Bestellungen von Angeboten zu dieser Jahreszeit von teilweise über 100 Prozent», führt Pernegger aus.

Informationssuche: Vergleichsportale hängen Webseiten von Versicherungen und Makler ab

Gemäss dem neuesten Swiss Insurance Monitor für 2023 hat sich das Internet als Informationsquelle für Versicherungsangebote fest etabliert. Die repräsentative schweizweite Studie der Universität Luzern in Zusammenarbeit mit FinanceScout24, der elaboratum suisse GmbH sowie dem Verband Digitalversicherung Schweiz (VDVS) untersuchte unter anderem die Perspektive von Kundinnen und Kunden in der hiesigen Versicherungslandschaft. «61 Prozent der Befragten nutzen Online-Versicherungsportale, was im Vergleich zum Vorjahr einer Steigerung von fünf Prozentpunkten entspricht. Knapp dahinter folgen die Webseiten der Versicherungsgesellschaften selbst mit einer Nutzung von 55 Prozent aller Befragten, die in den letzten zwölf Monaten nach Versicherungen gesucht haben», erklärt Reto Hofstetter, Professor für Digitales Marketing an der Universität Luzern. Obwohl der direkte Dialog mit Versicherungsvertreterinnen und -vertretern nach wie vor geschätzt wird, sind diese klassischen Gespräche sowie der Austausch mit dem persönlichen Umfeld über Versicherungsthemen seit Jahren rückläufig. «Ein wesentlicher Grund für diesen Rückgang ist die Nutzerorientierung, die Online-Vergleichsportale bieten», betont Jochen Pernegger und ist überzeugt: «Nutzerinnen und Nutzer legen Wert auf Transparenz, Neutralität und Selbstbestimmung. Sie schätzen es, alle Informationen auf einen Blick und individuell aufbereitet zu erhalten, um sich dann guten Gewissens für das passende

Angebot entscheiden zu können. Wenn sie dann noch merken, dass ihnen exklusive Angebote präsentiert werden, ist der Mehrwert umso grösser.

Die wenigsten suchen nach besseren Versicherungsangeboten

Ein wichtiger Grund für die Suche nach Versicherungsinformationen dürfte für viele Versicherte der Wunsch nach besseren Leistungen oder günstigeren Prämien sein. Prämien erhöhungen stehen diesem Wunsch entgegen – und können Wechselgedanken auslösen. «Gemäss unserer Studie denkt ein Drittel der Befragten bereits bei einer Prämienhöhung von bis zu zehn Prozent an einen Wechsel der Sachversicherungen», sagt Reto Hofstetter. Insgesamt dürften die Schweizerinnen und Schweizer aber nicht zu den Wechselfreudigsten gehören. Denn gemäss der Studie informieren sich 75 Prozent der Befragten nicht regelmässig über bessere Versicherungsangebote – und übersehen damit wohl den Grund für einen Wechsel.

Sparpotenziale bei Autoversicherungen ausschöpfen

Der Vergleich von Versicherungsangeboten bezüglich Preis und Leistung ist gerade in Zeiten von Inflation und steigenden Prämien eine einfache, aber oft vernachlässigte Optimierungsmöglichkeit. Neben einem regelmässigen unverbindlichen Online-Vergleich der bestehenden Versicherungen mit möglichen Alternativen hat Jochen Pernegger noch folgende Tipps parat: «Der Wechsel einer Autoversicherung ist unter Berücksichtigung der Vertragslaufzeiten grundsätzlich ein Kinderspiel. Darüber hinaus ist es ratsam, kritisch zu prüfen, ob alle in den Verträgen enthaltenen Zusatzleistungen wirklich notwendig sind. Mit wenigen Klicks erhalten interessierte Nutzerinnen und Nutzer in Sekundenschnelle eine aktuelle Preisübersicht von bis zu 15 Versicherungen. Verschiedene Kombinationen können flexibel verglichen werden, um so die individuell ideale Lösung zum besten Preis zu finden». In der Summe lassen sich so bei steigenden Lebenshaltungskosten schnell einige hundert Franken im Jahr sparen.

Über den Swiss Insurance Monitor 2023

Der [Swiss Insurance Monitor](#) ist die repräsentative, jährlich wiederkehrende Studie zum Konsumentenverhalten im Schweizer Versicherungsmarkt. Im Fokus der dritten Ausgabe standen insbesondere das kontinuierliche Erfassen des Online- und Offline-Verhaltens entlang der Customer Journey sowie die Wahrnehmung der Kundeninteraktion mit neuen Technologien wie künstlicher Intelligenz. Zudem wurde der Fokus auf das Thema Nachhaltigkeit sowie aktuelle Preisentwicklungen gelegt.



Kontaktperson

Cédric Baumgartner
Senior Communications Manager & Media Spokesperson
media@swissmarketplace.group
+41 31 744 11 71

Über die SMG Swiss Marketplace Group AG

Die SMG Swiss Marketplace Group AG ist ein wegweisendes Netzwerk von Online-Marktplätzen und ein innovatives europäisches Digitalunternehmen, das den Menschen das Leben mit zukunftsgerichteten Produkten vereinfacht. SMG Swiss Marketplace Group AG gibt ihren Kundinnen und Kunden die besten Tools für ihre Lebensentscheidungen an die Hand. Das Portfolio umfasst Real Estate (ImmoScout24, Homegate, Immostreet.ch, home.ch, Publimmo, Acheter-Louer.ch, CASASOFT, IAZI), Automotive (AutoScout24, MotoScout24, CAR FOR YOU), General Marketplaces (anibis.ch, tutti.ch, Ricardo) und Finance and Insurance (FinanceScout24). Das Unternehmen wurde im November 2021 von TX Group AG, Ringier AG, Die Mobiliar und General Atlantic gegründet.