VOLKSWAGEN AUTOVERSICHERUNG

# »Auf ein deutlich höheres Niveau gehoben«

Über 400.000 Kunden haben sich bisher für die neue Volkswagen Autoversicherung entschieden. Die Penetrationsraten im Handel liegen bei ca. 20 Prozent – da gibt es noch Spielraum nach oben.

Die Volkswagen Autoversicherung, ein Joint Venture der Volkswagen Financial Services AG und der Allianz SE, hatte vor zwei Jahren ihren Marktstart. Ob sich die Erwartungen erfüllt haben, fragten wir Anthony Bandmann, Sprecher der Geschäftsführung Volkswagen Bank GmbH.

**AH:** *Herr Bandmann, die volkswageneigene Kfz-Versicherung ist jetzt zwei Jahre alt. Wie lautet Ihre Bilanz?*
**A. Bandmann:** Die Volkswagen Autoversicherung ist ein Joint Venture zwischen der Volkswagen Financial Services AG und der Allianz SE. Wir sind nach zahlreichen durchgeführten Nachbesserungen momentan durchaus zufrieden, schließlich haben sich inzwischen mehr als 400.000 Kunden für unsere neue Volkswagen Autoversicherung und ihre Produkte entschieden. Nichtsdestotrotz sehen wir an einigen Stellen noch Potenzial nach oben.

**AH:** *Wie haben Ihre Händler mitgezogen? Die Penetrationsraten bewegen sich im Schnitt immer noch bei ca. 20 Prozent?*
**A. Bandmann:** Der Handel bleibt der wesentliche Erfolgsfaktor bei der Gewinnung der Kunden, das möchte ich ausdrücklich betonen. Ohne den unermüdlichen Einsatz der Verkäufer am Point of Sale hätten wir das niemals geschafft. Wir haben die Vertragszugänge im Jahr 2014 auf ein deutlich höheres Niveau gehoben. Dieses Niveau werden wir auch in 2015 wieder erreichen. Dass unsere Versicherungsprodukte bei unseren Partnern gut ankommen, ist am Feedback der Händler abzulesen – zuletzt beim AUTOHAUS VersicherungsMonitor 2015, wo wir erneut gute Noten erhalten haben und die ersten beiden Plätze mit nochmals verbesserten Werten verteidigen konnten. An dieser Stelle möchte ich mich ganz herzlich für das Vertrauen unserer Partner bedanken.

## Vielfältige Benefits

**AH:** *Die Erträge der Versicherungen im Kfz-Bereich sind bekanntlich übersichtlich. Wie rechnet sich das für Volkswagen?*
**A. Bandmann:** Der Auftrag von Volkswagen Financial Services und ihren Tochterunternehmen ist es, mit ihrem breiten Produktspektrum den Absatz der Konzernfahrzeuge zu steigern und zugleich durch das Angebot von Dienstleistungen und Versicherungen die Kundenbindung an den Konzernhandel sicherzustellen und auszubauen. Dazu liefert das Versicherungsgeschäft einen wichtigen Beitrag. Eine weitere strategische Säule besteht darin, durch unsere Produkte die Ertragskraft des Handels im Werkstattgeschäft zu stützen. Und auch dort spielt die Kfz-Versicherung eine ganz entscheidende Rolle. Durch uns und unsere Produkte profitiert im Übrigen auch der Hersteller, weil in einer Fachwerkstatt selbstverständlich Original-Ersatzteile verbaut werden. Dies wirkt nicht zuletzt auch restwertstabilisierend.

**AH:** *Gibt es Unterschiede bei Kasko und Haftpflicht?*
**A. Bandmann:** Die Kaskodeckung ist für uns die wichtigere. Hier geht es darum, dass das Fahrzeug unseres Kunden, der einen selbstverschuldeten Unfall hatte, den Qualitätsvorstellungen und -anforderungen des VW-Konzerns entsprechend wieder instand gesetzt wird. Und dies ist nach unserem Verständnis nur in einer Marken-Werkstatt und mit hochwertigen Original-Ersatzteilen möglich.

**AH:** *Lässt sich im Handel mit dem Kfz-Versicherungsverkauf überhaupt Geld verdienen? Die Verkäuferprovisionen sind nicht sehr lukrativ.*
**A. Bandmann:** Ja, wir haben spezielle Anreiz- und Bonifizierungssysteme für den Handel, aber der größte Mehrwert liegt für den Händler darin, dass er über den Verkauf von Kfz-Versicherungen seine Werkstattauslastung sicherstellt und

**» Der Handel bleibt der wesentliche Erfolgsfaktor bei der Gewinnung der Kunden. «**

**Anthony Bandmann**

Foto: Volkswagen Bank

von den Erträgen im Werkstattgeschäft nachhaltig profitiert.

**„Positive Werkstattsteuerung"**

**AH:** *Es ist klar, dass es bei der Versicherung auch um die Abwicklung der Schäden geht. Sind Sie bei der Schadensteuerung weiter gekommen?*

**A. Bandmann:** In jedem Fall. Die Reparatur der Fahrzeuge in einer Markenwerkstatt hat für uns oberste Priorität. Die Vorteile, die das Autohaus durch eine „Alles aus einer Hand"-Betreuung bietet, überzeugen die Kunden. Sie wollen sich im Schadenfall auf uns verlassen können. Wir bezeichnen unsere Steuerung als

**» Der größte Mehrwert liegt für den Händler darin, dass er über den Verkauf von Kfz-Versicherungen seine Werkstattauslastung sicherstellt.«**

**Anthony Bandmann, Sprecher der Geschäftsführung Volkswagen Bank**

„positive Werkstattsteuerung", da wir, im Gegensatz zu vielen Wettbewerbern den Kunden in die Markenwerkstatt zurückbringen.

**AH:** *Geht es letztlich nicht darum, den Kunden auch im Schadenfall ins Autohaus zu bekommen?*

**A. Bandmann:** Absolut. Wie gesagt liefert das Versicherungsgeschäft einen wichtigen Beitrag über die gesamte Wertschöpfungskette, denn wir steuern mit unseren Versicherungsprodukten aktiv in die Werkstätten unserer Händler und nicht in fremde Werkstattnetze.

**AH:** *Ist dieses Bewusstsein schon überall verbreitet?*

**A. Bandmann:** Bei vielen unserer Partner können wir das von der Geschäftsleitung über die Verkaufs- und Servicemannschaften bestätigen. Aber es gibt sicherlich noch Potenzial.

**AH:** *Muss bei der Autoversicherung deshalb die Erhöhung der Loyalität des Kunden im Fokus stehen und weniger die Provision?*

**A. Bandmann:** Absolut, und ich glaube, die meisten Händler haben das auch verstanden. Nur so sichert sich der Händler eine nachhaltige Kundenbasis und damit langfristig Erträge.

**Harter Wettbewerb**

**AH:** *Wie beurteilen Sie die derzeitige Marktlage des Kfz-Versicherungsverkaufs?*

**A. Bandmann:** In der Kfz-Versicherung herrscht seit Jahren ein harter Wettbewerb um die Kunden. Auf den ersten Blick profitiert insbesondere der Endkunde, da einige Versicherer einen harten Preiskampf gegeneinander führen. Allerdings führt dies zu einem starken Druck auf die Schadenkosten. Die Wettbewerber versuchen rund um die Werkstattsteuerung, weiter Kosten zu senken, um somit im Wettbewerb bestehen zu können.

**AH:** *Wie beurteilen Sie die Auswirkungen der Vergleichsportale?*

**A. Bandmann:** Wir beobachten die Entwicklung des Versicherungsgeschäfts auf Vergleichsportalen sehr genau. Wir sind aber überzeugt davon, dass es auch in Zukunft eine Vielzahl von Kunden geben wird, die die persönliche Beratung bei unseren Handelspartnern zu schätzen weiß.

**AH:** *Durch Assistenzsysteme lassen sich Unfälle vermeiden. Wird diese Entwicklung künftig stärker in die Tarifgestaltung einfließen?*

**A. Bandmann:** Mittelbar fließt dieser Effekt über die Typklasseneinstufung der jeweiligen Fahrzeuge in die Prämiengestaltung ein. Darüber hinaus beobachten wir aber auch hier, ob es klare, auf einzelne Assistenzsysteme zurückzuführende Effekte gibt.

**AH:** *Haben die Abgasmanipulationen Auswirkungen auf Ihr Versicherungsgeschäft?*

**A. Bandmann:** Nein, wir spüren derzeit keine Verunsicherung bei den Kunden bei der Auswahl der Kfz-Versicherung.

**AH:** *Herr Bandmann, herzlichen Dank für das Gespräch!* *Interview: Ralph M. Meunzel* ■

**» Das Versicherungsgeschäft liefert einen wichtigen Beitrag über die gesamte Wertschöpfungskette. «**



CDK Global™

**CDK Global** ist Spezialist und marktführender Lieferant von Software und IT-Komplettlösungen für den Automobil-Einzelhandel. Unsere 9.000 Mitarbeiter in über 100 Ländern arbeiten beständig daran, Sie in Ihrem Autohausalltag zu unterstützen. Damit ist **CDK Global** Ihr verlässlicher Technologiepartner für die Zukunft.

Unser Angebot an Dealer Management Systemen bestehend aus

Autoline
Dracar+
Optima 21
Autosys

und ergänzender Software bietet Lösungen für verschiedenste Betriebsgrößen.

Mehr unter:
**cdkglobal.de**