

PRESSEMITTEILUNG

Studie: Automobilclubs 2017

Guter Leistungsumfang, große Kostenunterschiede – ADAC im Mittelfeld – Testsieger ist Mobil in Deutschland

Hamburg, 10.08.2017 – Wer als Autofahrer an Pannenschutz und Abschleppdienst denkt, hat vor allem die „gelben Engel“, die ADAC-Mitarbeiter, vor Augen. In Deutschland bieten aber etliche Automobilclubs ihre Dienste an. Ein Vergleich lohnt – einige weniger bekannte Organisationen können in puncto Service und Konditionen den ADAC ausstechen. Das zeigt die aktuelle Studie des Deutschen Instituts für Service-Qualität, welches im Auftrag des Nachrichtensenders n-tv zehn Automobilclubs getestet hat (*Sendehinweis: n-tv Ratgeber – Test, Donnerstag, 10.08.2017, 18:35 Uhr*).

Überzeugende Leistungspakete

Die Automobilclubs zeigen sich hinsichtlich der angebotenen Leistungen und des Services insgesamt gut aufgestellt: Zwei Organisationen erzielen das Qualitätsurteil „sehr gut“, sechs weitere sind „gut“. Mit „befriedigend“ beziehungsweise „ausreichend“ schneidet nur jeweils ein Club ab.

Alle Anbieter unterbreiten verschiedene Mitgliedschaftsmodelle. Insbesondere die Premium-Tarife überzeugen in puncto Leistungsumfang: Nationale und europaweite Pannenhilfe mit Abschleppdienst, Bergung nach Unfall sowie Kranken- und Fahrzeugrücktransport aus dem Ausland, ein Schlüssel-Service sowie Kostenübernahme für Miet-/Ersatzwagen und Übernachtung zählen überall zum Standard. Markus Hamer, Geschäftsführer des Deutschen Instituts für Service-Qualität: „Das oft sehr gute Leistungsangebot steht aber nicht immer in einem guten Verhältnis zum Preis. So schwanken die jährlichen Kosten für eine Premiummitgliedschaft zwischen rund 55 und 123 Euro.“

Große Sparpotenziale

Die Untersuchung aller Tarife deckt auf, dass Autofahrer zwischen dem günstigsten und teuersten Anbieter im Schnitt 60 Prozent sparen können – und zwar ohne Abstriche bei den Leistungen hinnehmen zu müssen. Ausgerechnet der teuerste Club bietet die vergleichsweise schlechtesten Leistungen. Branchenriese ADAC schneidet sowohl hinsichtlich den Kosten als auch der Leistungen im Mittelfeld der untersuchten Organisationen ab.

Service-Defizite am Telefon und per E-Mail

Der Service der Automobilclubs ist gut, aber noch ausbaufähig. Überzeugen können die meist bedienungsfreundlichen Internetauftritte, die umfangreiche Informationen zur Verfügung stellen; auch der Abschluss der Mitgliedschaft ist bei allen Anbietern online möglich. Dagegen sind die Beratungen sowohl am Telefon als auch per E-Mail häufig zu oberflächlich und wenig individuell. Zudem ist bei schriftlichen Anfragen Geduld gefragt: Im Schnitt dauert es bis zu einer E-Mail-Antwort rund 39 Stunden. Die Hotlines können dagegen mit kurzen Wartezeiten punkten – fast 90 Prozent der Anrufe werden innerhalb von 20 Sekunden entgegengenommen.

Geschäftsführung:
Markus Hamer
Beirat:
Gunnar Uldall (Vors.), Jochen Dietrich,
Johann C. Lindenberg
Ust.-Id.-Nr. DE249603922
Amtsgericht Hamburg HRA 104009
Persönlich haftende Gesellschafterin:
buscha Verwaltungsgesellschaft mbH,
Amtsgericht Hamburg HRB 97297

Die besten Anbieter

Mobil in Deutschland geht mit dem Qualitätsurteil „sehr gut“ als Testsieger aus der Studie hervor. Der Automobilclub bietet als einziger einen insgesamt sehr guten Service. Sowohl am Telefon als auch per E-Mail beweisen die freundlichen Mitarbeiter ihre Kompetenz und Kommunikationsstärke. Auch die durchschnittlichen Wartezeiten sind in beiden Bereichen am kürzesten. Die Internetseite bietet umfangreiche themenspezifische Informationen, darunter einen Mitgliedschaftsberater. Die Preise liegen stets unter dem Branchenschnitt; der Tarif für junge Fahrer ist sogar der günstigste im Test.

Den zweiten Rang belegt AvD, ebenfalls mit einem sehr guten Gesamtergebnis. Der Club bietet die besten Konditionen – eine attraktive Kostenstruktur geht mit einem hervorragenden Leistungsangebot einher. In puncto Service überzeugt der Anbieter insbesondere mit einem bedienungsfreundlichen und sehr informativen Internetauftritt.

Auf den dritten Rang kommt BAVC (Qualitätsurteil: „gut“). Bei umfangreichen Leistungen liegen die Preise durchgängig unter dem Branchenschnitt, der Premium-Tarif ist sogar der günstigste seiner Kategorie. Im Service punktet vor allem die übersichtliche und informative Website, die auch eine umfassende Vergleichsübersicht der Tarifmodelle bietet.

Das Deutsche Institut für Service-Qualität testete zehn deutschlandweit tätige Automobilclubs. Die Servicequalität wurde bei jedem Unternehmen anhand von jeweils zehn verdeckten Telefon- und E-Mail-Tests ermittelt. Zudem wurden je zehn Prüfungen der Internetauftritte durch geschulte Testnutzer sowie eine detaillierte Inhaltsanalyse der einzelnen Websites durchgeführt. Es flossen insgesamt 310 Servicekontakte mit den Automobilclubs in die Auswertung ein. In einem weiteren Schritt erfolgte eine Erhebung und umfassende Bewertung der Preise und Leistungen der angebotenen Mitgliedschaften (Datenstand: 23. Juni 2017).

Veröffentlichung nur unter Nennung der Quelle:
Deutsches Institut für Service-Qualität im Auftrag von n-tv

Pressekontakt:

Martin Schechtel
Tel.: +49 (0)40 / 27 88 91 48 - 20
E-Mail: m.schechtel@disq.de
www.disq.de

DISQ Deutsches Institut für
Service-Qualität GmbH & Co. KG
Dorotheenstraße 48
22301 Hamburg
Tel.: +49 (0)40 / 27 88 91 48-0
Fax: +49 (0)40 / 27 88 91 48-91
E-Mail: info@disq.de

Das Deutsche Institut für Service-Qualität (DISQ) verfolgt das Ziel, die Servicequalität in Deutschland zu verbessern. Das Marktforschungsinstitut mit Sitz in Hamburg führt zu diesem Zweck unabhängige Wettbewerbsanalysen und Kundenbefragungen durch. Rund 1.500 geschulte Tester sind in ganz Deutschland im Einsatz. Die Leitung der Forschungsprojekte, bei denen wissenschaftlich anerkannte Methoden und Service-Messverfahren zum Einsatz kommen, obliegt einem Team aus Soziologen, Ökonomen und Psychologen. Dem Verbraucher liefert das Institut wichtige Anhaltspunkte für seine Kaufentscheidungen. Unternehmen gewinnen wertvolle Informationen für das eigene Qualitätsmanagement. Das Deutsche Institut für Service-Qualität arbeitet im Auftrag von renommierten Print-Medien und TV-Sendern; Studien für Unternehmen gehören nicht zum Leistungsspektrum des DISQ.