

DOKUMENTATION – Zusammenfassung

Test: Langzeit-Autovermietung 2020



„Mehr Transparenz – mehr Kundennähe“
Im Auftrag des Nachrichtensenders ntv
Hamburg, 5. November 2020

UNTERNEHMEN KONTAKT

DEUTSCHES INSTITUT
FÜR SERVICE-QUALITÄT



Dorotheenstraße 48
22301 Hamburg
Fon: 040 27 88 91 48 11
Fax: 040 27 88 91 48 91
m.hamer@disq.de
www.disq.de

Markus Hamer
Geschäftsführender
Gesellschafter

DEUTSCHES INSTITUT
FÜR SERVICE-QUALITÄT



Dorotheenstraße 48
22301 Hamburg
Fon: 040 27 88 91 48 12
Fax: 040 27 88 91 48 91
b.moeller@disqmedia.de
www.disq.de

Bianca Möller
Geschäftsführerin
DISQ Media

Die Dokumentation unterliegt einer Schutzgebühr in Höhe von 400 Euro (zzgl. MwSt.).

Fotoquellen: Oliver Görnandt-Schade (2), Getty Images/Wavebreakmedia

Sitz	Hamburg
Gründung	Juni 2006
Ziele	Transparenz schaffen; Verbesserung der Servicequalität in Deutschland
Status	Privatwirtschaftliches Institut (ohne öffentliche Zuschüsse), verbraucherorientiert, unabhängig (keine Studien im Auftrag von Unternehmen)
Ausrichtung	Mediendienstleister für TV-Sender sowie Publikums- und Fachpresse
Aufgabenfeld	Durchführung von Servicestudien, Tests und Kundenbefragungen auf Basis standardisierter, objektiver und aktueller Marktforschungsmethodik
Mitarbeiter	Expertenteam aus Ökonomen, Soziologen und Psychologen sowie über 2.000 geschulte Tester in ganz Deutschland
Beirat	Vorsitz: Brigitte Zypries / Bundesministerin a. D. (Wirtschaft und Justiz) Jochen Dietrich / ntv Nachrichtenfernsehen Marianne Voigt / Unternehmerin, Aufsichtsrat Prof. Peter Wippermann / Trendforscher

Inhaltsverzeichnis

Die folgenden Seiten sind ein Auszug. Die Gesamtdokumentation unterliegt einer Schutzgebühr in Höhe von 400 Euro (zzgl. MwSt.).

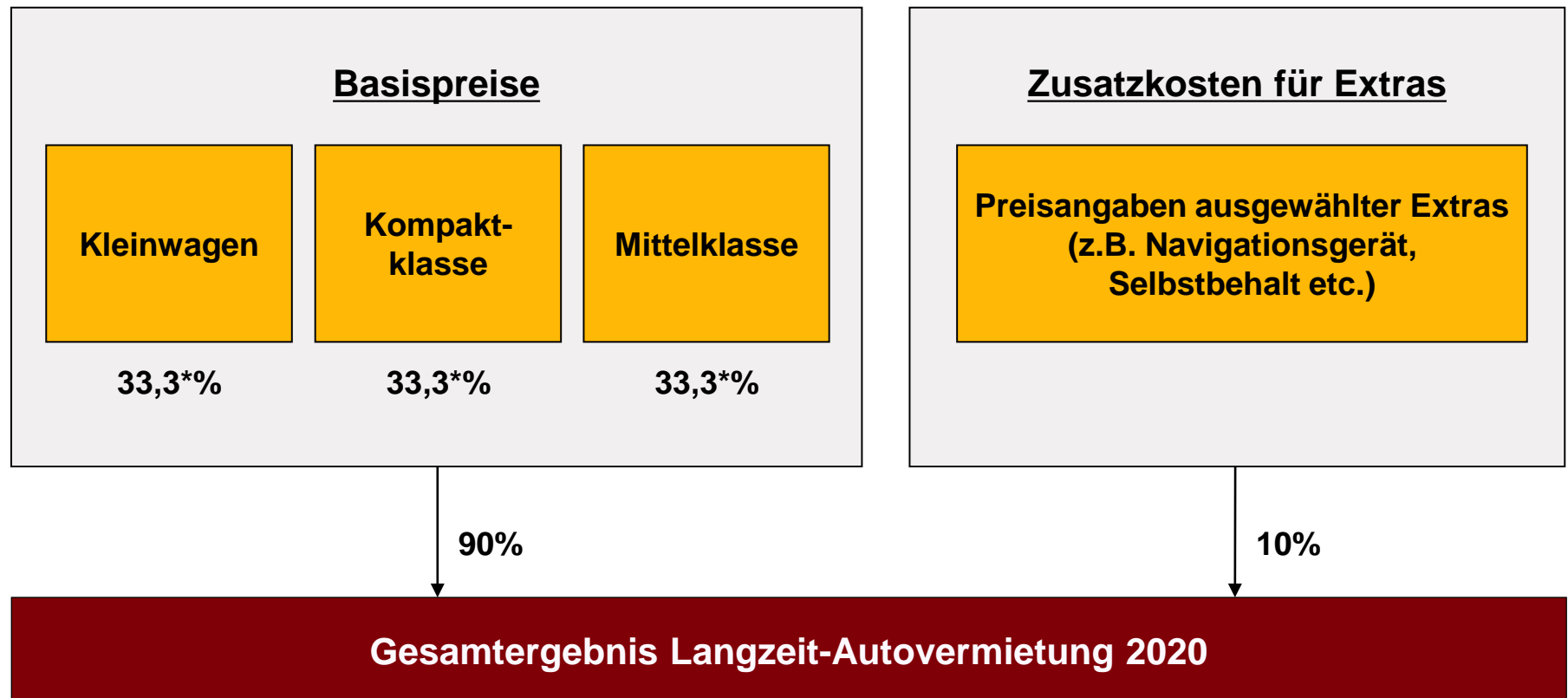
	Seite
1. Zahlen und Fakten zur Studie	5
2. Fazit	7
3. Gesamtergebnis	8
4. Die besten Unternehmen	10
5. Stärken und Schwächen der Branche	12
6. Methodik	14
Anhang	22

1. Zahlen und Fakten zur Studie

Auftraggeber	Nachrichtensender ntv
Studienumfang	7 Autovermieter
Studienzeitraum	Oktober 2020
Studienkonzept	Erstellung in Zusammenarbeit mit Prof. Dr. Thomas Liebetruh (OTH Regensburg)
Analysebereiche	Konditionen <ul style="list-style-type: none">■ Ermittlung und Bewertung der Preise für Langzeitmieten (9 Nutzungsszenarien – je Anbieter 3 Fahrzeugklassen und Zeiträume),■ Analyse der Preisangaben für Extras (etwa Navigationsgerät, Kindersitz, Selbstbeteiligung etc.)■ Erhebungszeitraum: 20. bis 22. Oktober 2020

1. Zahlen und Fakten zur Studie

Bewertungskriterien und Gewichtungen



* Durch Auf- und Abrundungen können sich Rundungsdifferenzen ergeben, welche keinen Einfluss auf das Gesamtergebnis haben.

3. Gesamtergebnis

Gesamtergebnis Langzeit-Autovermietung			
Rang	Unternehmen	Punkte*	Qualitätsurteil
1	Sixt	100,0	sehr gut
2	Buchbinder	74,9	gut
3	Europcar	74,1	gut
4	Enterprise	70,6	gut
5	Hertz	63,7	befriedigend
6	Budget	57,9	ausreichend
7	Avis	54,3	ausreichend
	Branche (Mittelwert)	70,8	

100,0 - 80,0 Punkte = sehr gut; 79,9 - 70,0 Punkte = gut; 69,9 - 60,0 Punkte = befriedigend; 59,9 - 40,0 Punkte = ausreichend; 39,9 - 0,0 Punkte = mangelhaft

* Punkte auf einer Skala von 0 bis 100 (100 Punkte sind maximal erreichbar). Durch Auf- und Abrundungen können sich Rundungsdifferenzen ergeben, welche keinen Einfluss auf das Gesamtergebnis haben. Unterschiedliche Ränge trotz gleicher Punktzahl werden durch Unterschiede im Nachkommastellenbereich verursacht.

3. Gesamtergebnis

Gesamtergebnis Langzeit-Autovermietung			Basispreise		Zusatzkosten für Extras	
100%			90%		10%	
Rang	Unternehmen	Punkte*	Rang	Punkte*	Rang	Punkte*
1	Sixt	100,0	1	100,0	1	100,0
2	Buchbinder	74,9	2	73,3	5	90,0
3	Europcar	74,1	3	71,2	1	100,0
4	Enterprise	70,6	4	69,6	7	80,0
5	Hertz	63,7	5	60,8	5	90,0
6	Budget	57,9	6	53,2	1	100,0
7	Avis	54,3	7	49,2	1	100,0
Branche (Mittelwert)		70,8				94,3

100,0 - 80,0 Punkte = sehr gut; 79,9 - 70,0 Punkte = gut; 69,9 - 60,0 Punkte = befriedigend; 59,9 - 40,0 Punkte = ausreichend; 39,9 - 0,0 Punkte = mangelhaft

* Punkte auf einer Skala von 0 bis 100 (100 Punkte sind maximal erreichbar). Durch Auf- und Abrundungen können sich Rundungsdifferenzen ergeben, welche keinen Einfluss auf das Gesamtergebnis haben. Unterschiedliche Ränge trotz gleicher Punktzahl werden durch Unterschiede im Nachkommastellenbereich verursacht.

4. Die besten Unternehmen

	1. Platz	2. Platz	3. Platz
Gesamtergebnis	Sixt	Buchbinder	Europcar
Basispreise	Sixt	Buchbinder	Europcar
Kleinwagen	Sixt	Buchbinder	Enterprise
Kompaktklasse	Sixt	Buchbinder	Enterprise
Mittelklasse	Sixt	Europcar	Enterprise
Extras	Avis, Budget, Europcar, Sixt	-	-

6. Methodik

Hintergrund der Studie

Laut Global Consumer Survey 2020 gibt es in 19 Prozent der deutschen Haushalte keinen PKW.* Wird ein Auto benötigt, besteht die Möglichkeit, sich einen Mietwagen zu leihen. Autovermietungen stellen ihren Kunden Leihwagen für unterschiedliche Zeiträume und Anforderungen zur Verfügung. Ob eine einfache Fahrt, für einen Urlaubstrip, einen Wochenendausflug oder für einen anstehenden Umzug. Für die meisten Anliegen werden Interessenten hier fündig. Mietwagen sind häufig eine gute Alternative zu einem eigenen PKW, können aber auch eine nützliche Ergänzung für besondere Fahrten sein.

Aktuell ist die Langzeitmiete eine Ergänzung des Angebotes bei vielen Autovermietern. Grund hierfür ist das erhöhte Hygiene- und Sicherheitsbedürfnis in der Bevölkerung in der Covid19-Pandemie: Wenn kein eigenes Fahrzeug zur Verfügung steht, kann durch einen geliehenen PKW zum Beispiel der öffentliche Personennahverkehr ersetzt werden, zum Beispiel für den täglichen Weg zur Arbeit.

Um aus Kundensicht festzustellen, welche Anbieter gute Konditionen und günstige Preise bei der Langzeitmiete bietet, wurde im Rahmen dieser Studie eine umfangreiche vergleichende Analyse bedeutender Autovermieter in Deutschland vorgenommen. Ziel der Analyse war es, den Autovermieter mit den attraktivsten Konditionen zu identifizieren und auf dieser Basis den „Testsieger Autolangzeitmiete 2020“ zu ermitteln.

* Vgl.: Global Consumer Survey 2020 (Mai 2020), <https://de.statista.com/prognosen/999770/umfrage-in-deutschland-zum-besitz-eines-pkw> (Abrufdatum 30.09.2020)

6. Methodik

Untersuchungsumfang

Der Markt für Autovermieter in Deutschland kann als Oligopol bezeichnet werden.* Die „Big 5“ übernehmen die Marktführerschaft und teilen sich rund 75 Prozent der Marktanteile.** Avis Budget, Enterprise, Europcar, Hertz und Sixt sind seit Jahren von besonderer Relevanz auf dem deutschen Markt der Autovermieter und wurden in der Studie berücksichtigt. Darüber hinaus wurden mittels Internetrecherche weitere aktive und potentiell relevante Akteure identifiziert. Zudem mussten die Autovermieter ihr Angebot (auch) an Privatkunden richten.

Keine Berücksichtigung fanden u. a. Mietwagen-Portale wie Billiger-Mietwagen.de und herstellerspezifische Anbieter wie beispielsweise Euromobil (VW) oder Mercedes Benz Rent (Mercedes) sowie Zusammenschlüsse kleinerer Vermieter, die nicht unter einheitlicher Marke auftreten. Insgesamt fanden die sieben nachfolgenden Anbieter Berücksichtigung:

- Avis
- Buchbinder
- Budget
- Enterprise
- Europcar
- Hertz
- Sixt

* Vgl. WirtschaftsWoche (2017), Das Ende der Autovermieter, wie wir sie kennen, online unter: <http://www.wiwo.de/unternehmen/dienstleister/mietwagen-das-ende-der-autovermieter-wie-wir-sie-kennen/19971638.html> (Abrufdatum 14.08.2017)

** Vgl. Nedreliid Corporate Advisory (2020): Growth and value creation in the car rental industry – Revenue quality versus revenue quantity, <https://www.nedreliid-ca.com/blog/growth-and-value-creation-in-the-car-rental-industry/> (Abrufdatum 30.09.2020)

6. Methodik

Konditionenanalyse - Vorgehensweise

Im Rahmen der Analyse von Langzeitmietangeboten wurden je Anbieter die Basispreise für gleiche Nutzerszenarien erhoben und bewertet. Die Abfrage der Preise erfolgte dabei ausschließlich online über die Internetseiten der Anbieter. Die Mietangebote mussten direkt buchbar sein. Angebote auf Anfrage flossen nicht in die Analyse ein.

Die Online-Abfragen erfolgten bei allen Autovermietern zeitlich parallel (Erhebungszeitraum: 20. bis 22. Oktober 2020).

Waren auf den Internetseiten spezielle Preise für Monatsabos vorhanden, die entsprechend als Langzeitmiete deklariert wurden, so flossen diese in die Analyse ein. Bewertet wurden dabei ausschließlich konkrete Preisangaben, die im Rahmen der Nutzerszenarien ausgewiesen wurden (etwa hinsichtlich Fahrzeugklasse, Mietzeitpunkt etc.). Allgemeine Preisangaben (etwa "Langzeitmiete ab X Euro") fanden keine Berücksichtigung. Wiesen die Anbieter keine Monatsabos aus, so wurden die Preise über die Suchmaske im Angebotsbereich "Langzeitmiete" ermittelt. Dabei lagen identische Nutzerszenarien zugrunde.

Die Nutzerszenarien waren wie folgt definiert:

- Anmiet- und Rückgabestation: Hauptbahnhof Frankfurt am Main*
- Abholung und Rückgabe des Mietwagens: 9:00 Uhr

* War der Standort Hauptbahnhof nicht verfügbar, wurde der nächstgelegene, alternative City-Standort gewählt

6. Methodik

Konditionenanalyse - Vorgehensweise

Die Preise wurden je Anbieter für folgende **Fahrzeugklassen*** erhoben (Details siehe Folienseite 19):

- Kleinwagen
- Kompaktklasse
- Mittelklasse

Zudem lagen je Fahrzeugsegment folgende drei **Mietdauerszenarien** zugrunde:

- 1 Monat (27 Tage): Montag 2.11.2020 - Sonntag 27.11.2020
- 2 Monate (55 Tage): Montag 2.11.2020 - Sonntag 27.12.2020
- 3 Monate (83 Tage): Montag: 2.11.2020 - Sonntag: 24.01.2021

Individuelle Beschränkungen bei den Mietzeiträumen (etwa durch eine Mindestmietdauer von 28, 29 oder 31 Tagen) für eine Langzeitmiete wurden dann berücksichtigt, wenn dadurch tatsächlich ein günstigerer Tagespreis generiert wurde. Dies war jedoch bei keinem Anbieter der Fall.

* Segmentierung der Fahrzeugklassen gemäß Kraftfahrt Bundesamt (KBA), Stand: September 2017. Minis (z. B. Fiat 500); Kleinwagen (z. B. VW Polo); Kompaktklasse (z. B. Opel Astra); Mittelklasse (z. B. VW Passat); Obere Mittelklasse (z. B. BMW 5er). Für diese Studie definierte Klassen: Kleinwagen/Minis; Kompaktklasse; Mittelklasse; Obere Mittelklasse.

6. Methodik

Konditionenanalyse - Vorgehensweise

Die Mietpreise wurden anschließend nach folgendem Schema bewertet: Anbieter mit dem jeweils preiswertesten Angebot erhielten 100 Punkte. Überstieg das Angebot eines Unternehmens den jeweiligen Bestpreis um mindestens 200 Prozent, wurden 0 Punkte vergeben. Die weiteren Preise wurden entsprechend ihrer Höhe eingeordnet und bewertet.

Im Verlauf des Anmietprozesses wurde zudem geprüft, ob gängige Extras inklusive der gegebenenfalls anfallenden Kosten angezeigt wurden (Szenario: Kompaktklasse, 1 Monat Mietdauer).

6. Methodik

Konditionenanalyse – Automodelle

Fahrzeugtypen	Kleinwagen	Kompakt	Mittelklasse
Unternehmen	Automodell	Automodell	Automodell
Avis	VW Polo	Skoda Scala	Ford Mondeo
Buchbinder	Smart Forfour / Kia Picanto	Ford Focus	Ford Mondeo
Budget	Kia Picanto	Ford Focus	Opel Insignia
Enterprise	Opel Corsa	VW Golf	VW Passat
Europcar	VW Polo	Seat Leon	Opel Insignia
Hertz	Ford Fiesta	Ford Focus	Ford Mondeo
Sixt	VW Polo	Seat Leon	VW Passat

6. Methodik

Konditionenanalyse – Untersuchungskriterien

Konditionenanalyse		100,0%
Basispreise		90,0%
Zusatzkosten für Extras		10,0%

Basispreise		100,0%
Kleinwagen		30,0%
Kleinwagen (1 Monat)	11,3%*	
Kleinwagen (2 Monate)	9,3%*	
Kleinwagen (3 Monate)	9,3%*	
Kompaktklasse		30,0%
Kompaktklasse (1 Monat)	11,3%*	
Kompaktklasse (2 Monate)	9,3%*	
Kompaktklasse (3 Monate)	9,3%*	
Mittelklasse		30,0%
Mittelklasse (1 Monat)	11,3%*	
Mittelklasse (2 Monate)	9,3%*	
Mittelklasse (3 Monate)	9,3%*	

* Durch Auf- und Abrundungen können sich Rundungsdifferenzen ergeben, welche keinen Einfluss auf das Gesamtergebnis haben.

6. Methodik

Konditionenanalyse – Untersuchungskriterien

Zusatzkosten für Extras	100,0%
Preisanzeige im Buchungsprozess:	
Reduktion des Selbstbehaltes auf max. 150 Euro	20,0%
Navigationssystem	20,0%
Personeninsassenversicherung	10,0%
Kindersitz	10,0%
Zusätzliche Fahrer	10,0%
Aufschlag für junge Fahrer (unter 25 Jahre)	10,0%
Dieselfahrzeug	10,0%
Wintertaugliche Bereifung	10,0%

	Seite
A. Basispreise	23
Günstigste Angebote	23
Teuerste Angebote	24
B. Allgemeine Methodik (Servicetests)	25

B. Allgemeine Methodik

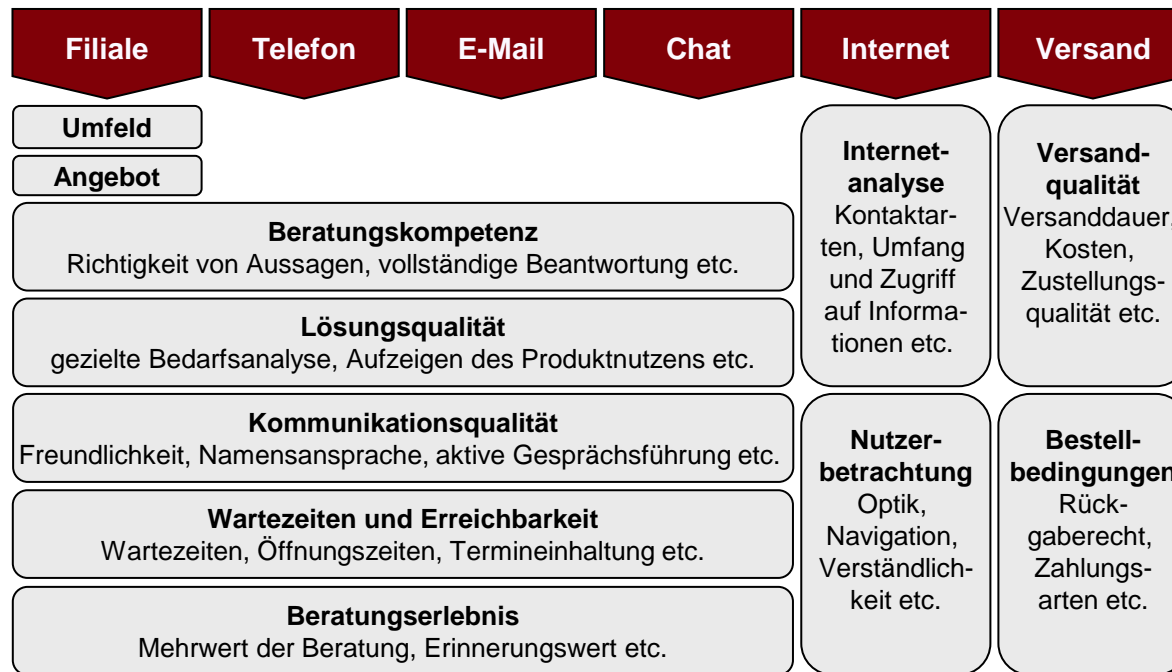
Service-tests

- **Ziel:** Analyse des Services und der Leistungen von Unternehmen aus Verbrauchersicht
- **Basis:** Standardisierte, objektiv nachprüfbare Messverfahren der SERVQUAL/SERVPERF-Methodik, Erweiterung des Modells um Erkenntnisse aus der Verhaltensökonomie
- **Analyse:** Mehrdimensionaler Ansatz; Berücksichtigung der für Kunden relevanten Kontaktkanäle (Filiale vor Ort, Telefon, E-Mail und Kontaktformular, Online-Chat, Internetpräsenz der Unternehmen, Versand)
- **Verfahren:** Datenerhebung mithilfe von Mystery-Tests (= aktive, verdeckte Beobachtung durch geschulte Tester, die als Kunden auftreten und nach einem festgelegten und standardisierten Kriterienkatalog vorgehen)
- **Mystery-Aktivitäten:** Testkäufe, Testberatungen, Testanrufe, Test-E-Mails, Test-Chat-Gespräche auf Basis streng definierter, branchenübergreifender Vorgaben hinsichtlich Fragebögen, Rollenspiele und Kundenprofile
- **Internetanalyse:** Qualitätsmessung anhand quantitativer Inhaltsanalysen durch Experten sowie Nutzerbetrachtungen durch geschulte Tester

B. Allgemeine Methodik

Service-tests

Die Abbildung zeigt die Hauptkriterien der Servicetests mit wesentlichen Unterkriterien:



- Bewertungen basieren auf standardisierter Likert-Skala mit fünf Ausprägungen
- Einheitliche Überführung ermittelter Daten in ein Punktesystem (0 bis 100 Punkte)
- Einordnung der Werte in Qualitätssurteilsschema von „sehr gut“ bis „mangelhaft“