

DOKUMENTATION - Zusammenfassung

Kundenbefragung: Kfz-Versicherer 2022



„Mehr Transparenz – mehr Kundennähe“
Im Auftrag des Nachrichtensenders ntv
Hamburg, 12. August 2022

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

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 Mystery-Shopping-Studien, Tests und Kundenbefragungen auf Basis standardisierter, objektiver und aktueller Marktforschungsmethodik
Mitarbeiter	Expertenteam aus Ökonomen, Soziologen und Psychologen sowie über 2.000 geschulte Testerinnen und Tester in ganz Deutschland
Beirat	Vorsitz: Brigitte Zypries / Bundesministerin a. D. (Wirtschaft und Justiz) Jochen Dietrich / Journalist, Experte ntv Wirtschaftsmagazine Marianne Voigt / Unternehmerin, Aufsichtsrätin
Verantwortung	Partnerschaft mit myclimate, Auszeichnung für Klimaneutralität

Inhaltsverzeichnis

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

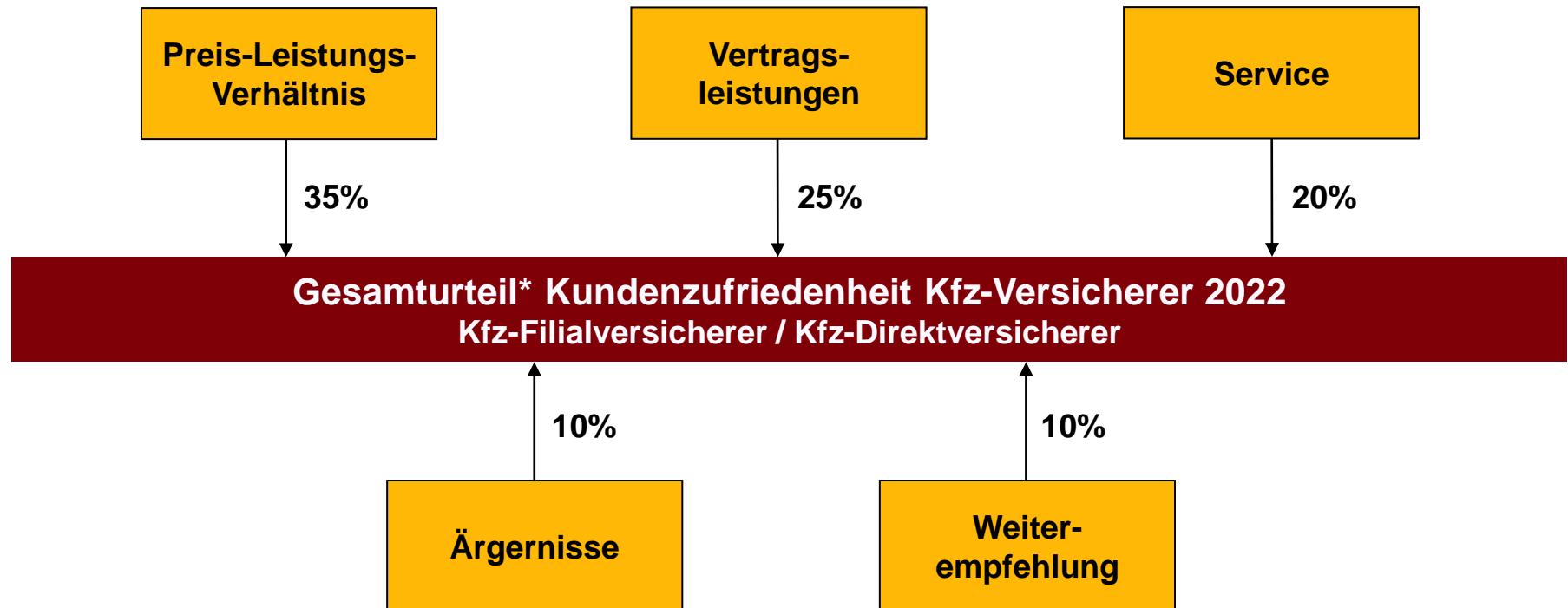
	Seite
1. Zahlen und Fakten zur Studie	5
2. Fazit	7
3. Die besten Unternehmen	8
4. Gesamturteil Kundenzufriedenheit	9
Kfz-Filialversicherer	9
Kfz-Direktversicherer	13
5. Stärken und Schwächen der Branche	16
6. Methodik	21
Anhang	27

1. Zahlen und Fakten zur Studie

Auftraggeber	Nachrichtensender ntv
Studienumfang	25 Kfz-Filialversicherer (Versicherer mit Vermittlernetz) und 14 Kfz-Direktversicherer; in der Einzelauswertung: 23 Kfz-Filialversicherer und 9 Kfz-Direktversicherer, die mindestens 100 Kundenmeinungen erreichten
Studienzeitraum	Mai bis Juli 2022
Befragungszeit	10. Mai bis 3. Juli 2022
Befragte	Personen; 18 Jahre und älter; die eine Kfz-Versicherung besitzen
Teilnehmerzahl	n = 3.759 (Kfz-Filialversicherer: n = 2.464, Kfz-Direktversicherer: n = 1.295)
Kriterien	Preis-Leistungs-Verhältnis, Vertragsleistungen, Service, Ärgernisse und Weiterempfehlung
Erhebung	Kundenbefragung über ein Online-Access-Panel; standardisierter Fragebogen zur Kundenzufriedenheit

1. Zahlen und Fakten zur Studie

Bewertungskriterien und Gewichtungen



3. Die besten Unternehmen

	1. Platz	2. Platz	3. Platz
Gesamturteil Kundenzufriedenheit Kfz-Filialversicherer	HUK-Coburg	LVM	WGV
Preis-Leistungs-Verhältnis	LVM	ADAC Autoversicherung	HUK-Coburg
Vertragsleistungen	HUK-Coburg	ADAC Autoversicherung	LVM
Service	HUK-Coburg	LVM	VHV
Ärgernisse	HUK-Coburg	DEVK; WGV	–
Weiterempfehlung	LVM	HUK-Coburg	DEVK
Gesamturteil Kundenzufriedenheit Kfz-Direktversicherer	CosmosDirekt	HUK24	Sparkassen Direktversicherung
Preis-Leistungs-Verhältnis	CosmosDirekt	HUK24	Friday
Vertragsleistungen	CosmosDirekt	Sparkassen Direktversicherung	HUK24
Service	CosmosDirekt	HUK24	Sparkassen Direktversicherung
Ärgernisse	CosmosDirekt	HUK24	Sparkassen Direktversicherung
Weiterempfehlung	CosmosDirekt	HUK24	Friday

4. Gesamturteil Kundenzufriedenheit Kfz-Filialversicherer

Gesamturteil Kundenzufriedenheit Kfz-Filialversicherer			
Rang	Unternehmen	Punkte*	Qualitätsurteil
1	HUK-Coburg	79,6	gut
2	LVM	78,9	gut
3	WGV	78,0	gut
4	ADAC Autoversicherung	77,4	gut
5	DEVK	77,3	gut
6	Provinzial	77,2	gut
7	VHV	76,8	gut
8	SV Sparkassen Versicherung	76,4	gut
9	Allianz	76,3	gut
10	Debeka	75,9	gut
11	Ergo	75,3	gut
12	Versicherungskammer Bayern	75,3	gut

Gesamturteil Kundenzufriedenheit Kfz-Filialversicherer			
Rang	Unternehmen	Punkte*	Qualitätsurteil
13	Mecklenburgische	74,7	gut
14	Generali Deutschland	74,7	gut
15	Württembergische	74,3	gut
16	VGH	74,2	gut
17	R+V	74,0	gut
18	Signal Iduna	73,9	gut
19	Axa	73,8	gut
20	Itzehoer	73,6	gut
21	Gothaer	73,5	gut
22	HDI	72,7	gut
23	Continentale	72,0	gut
	Gesamt Filialversicherer	75,4	

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. 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. Gesamturteil Kundenzufriedenheit Kfz-Direktversicherer

Gesamturteil Kundenzufriedenheit Kfz-Direktversicherer			
Rang	Unternehmen	Punkte*	Qualitätsurteil
1	CosmosDirekt	81,2	sehr gut
2	HUK24	80,4	sehr gut
3	Sparkassen Direktversicherung	78,7	gut
4	Friday	77,9	gut
5	Verti	77,3	gut
6	Allianz Direct	76,6	gut
7	AdmiralDirekt.de	75,6	gut
8	Europa	75,1	gut
9	DA Direkt	74,5	gut
	Gesamt Direktversicherer	77,5	

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. 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.

6. Methodik

Untersuchungsumfang – Kfz-Filialversicherer

In der Auswertung waren folgende 23 Filialversicherer (Versicherer mit Vermittlernetz), die von mindestens 100 Befragungsteilnehmern beurteilt wurden (alphabetische Reihenfolge):

- ADAC Autoversicherung
- Allianz
- Axa
- Continentale
- Debeka
- DEVK
- Ergo
- Generali Deutschland
- Gothaer
- HDI
- HUK-Coburg
- Itzehoer
- LVM
- Mecklenburgische
- Provinzial*
- R+V
- Signal Iduna
- SV Sparkassen Versicherung
- Versicherungskammer Bayern
- VGH
- VHV
- WGV
- Württembergische

Weitere Unternehmen, zu denen sich weniger als 100 Befragte äußerten, wurden in der Kategorie „Sonstige Filialversicherer“ zusammengefasst.

* Im Fragebogen wurden Provinzial Rheinland und Westfälische Provinzial zunächst getrennt abgefragt. Aufgrund einer Verschmelzung der Unternehmen erfolgte für die Auswertung eine Zusammenführung der Ergebnisse.

6. Methodik

Untersuchungsumfang – Kfz-Direktversicherer

In der Auswertung waren folgende neun Direktversicherer, die von mindestens 100 Befragungsteilnehmern beurteilt wurden (alphabetische Reihenfolge):

- AdmiralDirekt.de
- Allianz Direct
- CosmosDirekt
- DA Direkt
- Europa
- Friday
- HUK24
- Sparkassen Direktversicherung
- Verti

Weitere Unternehmen, zu denen sich weniger als 100 Befragte äußerten, wurden in der Kategorie „Sonstige Direktversicherer“ zusammengefasst.

Fragen

Wie zufrieden sind Sie mit ...

- dem Preis-Leistungs-Verhältnis bei xxx*?
(Verhältnis von Preisen/Tarifkosten und Vertragsleistungen)
- den Vertragsleistungen bei xxx*?
(Umfang und Qualität der Vertragsleistungen, Transparenz und Verständlichkeit der Vertragsbedingungen etc.)
- dem Service bei xxx* insgesamt?
(Gesamtbild aus Beratung/Service**, Telefonischer Kundenservice, Kundenservice per E-Mail oder Kontaktformular, Chat, Internetauftritt)

* xxx steht für den zu Beginn der Befragung ausgewählten Kfz-Versicherer

** Konkretisierung für Kundinnen und Kunden eines Kfz-Filialversicherers: Service vor Ort .

Antwortoptionen

Beurteilung auf einer Skala von „sehr unzufrieden“ (-2) bis „sehr zufrieden“ (+2) sowie die Antwortmöglichkeit „keine Angabe“

Fallzahlen*

Preis-Leistungs-Verhältnis: n = 2.436 (Kfz-Filialversicherer)
n = 1.289 (Kfz-Direktversicherer)

Vertragsleistungen: n = 2.282 (Kfz-Filialversicherer)
n = 1.189 (Kfz-Direktversicherer)

Service: n = 2.365 (Kfz-Filialversicherer)
n = 1.234 (Kfz-Direktversicherer)

* Basis: alle Befragten, n = 2.464 (Filialversicherer) und n = 1.295 (Direktversicherer). Fallzahlen variieren aufgrund der Antwortmöglichkeit „keine Angabe“.

Frage

Haben Sie sich bei xxx* schon einmal über etwas geärgert?

Antwortoptionen

Ja / Nein

Fallzahlen**

Befragungsteilnehmer, die sich schon einmal über ihren Kfz-Filialversicherer (n = 185) beziehungsweise ihren Kfz-Direktversicherer (n = 67) geärgert hatten, konnten anschließend den Grund für ihr Ärgernis benennen.

Folgefrage

Worüber haben Sie sich geärgert?

Antwortoptionen

Elf Antwortoptionen plus Möglichkeit der Freitexteingabe;
Mehrfachnennung möglich

* xxx steht für den zu Beginn der Befragung ausgewählten Kfz-Versicherer.

** Basis: alle Befragten, n = 2.464 (Filialversicherer) und n = 1.295 (Direktversicherer). Fallzahlen variieren aufgrund der Antwortmöglichkeit „keine Angabe“.

6. Methodik

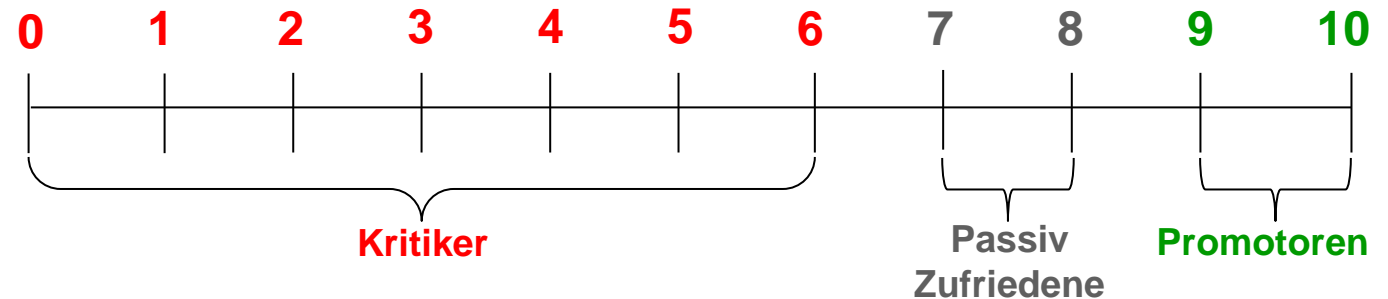
Frage

Mit welcher Wahrscheinlichkeit würden Sie den bewerteten Kfz-Versicherer Ihren Verwandten oder Freunden weiterempfehlen?

Erhebung

Net Promoter Score: Befragungsteilnehmer bewerten die Wahrscheinlichkeit der Weiterempfehlung auf einer Skala von 0 (sehr unwahrscheinlich) bis 10 (sehr wahrscheinlich). Der prozentuale Anteil der Befragten mit einem Wert von 0 bis 6 (Kritiker) wird von dem prozentualen Anteil derjenigen mit Werten von 9 und 10 (Promotoren) abgezogen. Somit ergibt sich ein Wert, der zwischen -100 und +100 liegen kann.

Skala



$$\text{NPS} = \text{Promotoren (\%)} - \text{Kritiker (\%)}$$

* Der Net Promoter Score (NPS) ist eine registrierte Marke von Satmetrix Systems, Inc., Bain & Company und Fred Reicheld.

	Seite
A. Kundenerfahrungen	28
B. Ergebnisse der Teilbereiche	30
Preis-Leistungs-Verhältnis	30
Vertragsleistungen	33
Service	36
Ärgernisse	39
Weiterempfehlung	43
C. Weitere Ergebnisse	45
D. Demografie	67
E. Allgemeine Methodik	69
F. Klimaneutralität	70

D. Demografie

Geschlecht	
Männlich	49,7%
Weiblich	50,0%
Divers	0,2%

Bundesländer	
Baden-Württemberg	10,4%
Bayern	11,5%
Berlin	4,8%
Brandenburg	2,8%
Bremen	2,5%
Hamburg	4,6%
Hessen	7,5%
Mecklenburg-Vorpommern	3,7%
Niedersachsen	12,1%
Nordrhein-Westfalen	13,4%
Rheinland-Pfalz	6,3%
Saarland	2,5%
Sachsen	4,9%
Sachsen-Anhalt	4,5%
Schleswig-Holstein	4,0%
Thüringen	4,4%

Alter	
18 bis 19 Jahre	0,2%
20 bis 29 Jahre	8,6%
30 bis 39 Jahre	22,9%
40 bis 49 Jahre	30,4%
50 bis 59 Jahre	22,5%
60 Jahre und älter	15,3%

D. Demografie

Bildungsabschluss	
(Noch) kein Schulabschluss / noch Schülerin/Schüler an allgemeinbildender Schule	0,0%
Volks-/Grund-/Hauptschule ohne abgeschlossene Lehre/Berufsausbildung	2,2%
Volks-/Grund-/Hauptschule mit abgeschlossener Lehre/Berufsausbildung	11,6%
Mittlere Reife / weiterführende Schule ohne Abitur	28,3%
Abitur / Hochschulreife ohne Studium	36,1%
Studium (Universität, Hochschule, Fachhochschule, Akademie, Polytechnikum)	21,8%

Erwerbsstatus	
Nicht erwerbstätig / arbeitslos	2,6%
Angestellt (Vollzeit)	53,5%
Angestellt (Teilzeit)	14,0%
Selbstständig	14,9%
Schulpflichtig / studierend	3,8%
Pensioniert / in Rente	11,3%

Anzahl im Haushalt lebender Personen	
Eine Person	26,9%
Zwei Personen	46,6%
Drei Personen	18,7%
Vier oder mehr Personen	7,7%

E. Allgemeine Methodik

Kundenbefragung

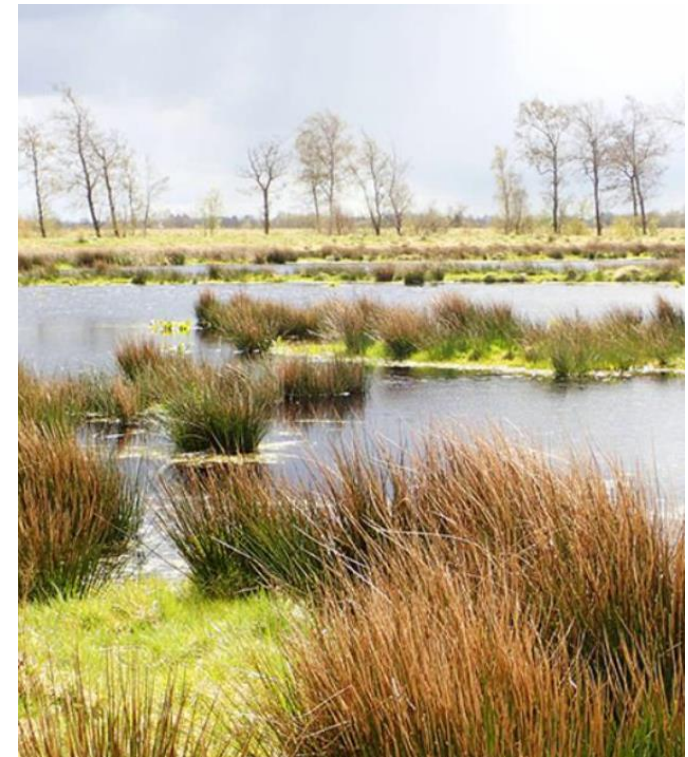
- **Verfahren:** Internetgestütztes Verfahren des Computer Assisted Web Interviewing (CAWI). Die Interviewten füllen die Fragebögen direkt online aus.
- **Analyse:** In der Befragung kommt ein standardisiertes Befragungsinstrument zum Einsatz. Die Zufriedenheitswerte werden branchenübergreifend auf einer Likert-Skala mit fünf Ausprägungen erhoben, die in ein Punktesystem von 0 bis 100 überführt wird.
- **Rekrutierung:** Allgemeine Verbraucherbefragungen basieren auf einem Online-Access-Panel. Spezielle Personenkreise werden dagegen über verschiedene Kontaktwege durch gezielte Ansprache für eine Teilnahme gewonnen.
- **Untersuchungssample:** Das offene Design der Fragebögen gewährleistet, dass jedes Unternehmen/jede Marke der betrachteten Branche in die Untersuchung eingehen kann.
- **Stichprobengröße:** Der Stichprobenumfang einer Kundenbefragung richtet sich nach dem Untersuchungsziel und der Branche. Unternehmen/Marken, welche mindestens 100 bzw. 80 Kundenmeinungen erreichen, werden einzeln ausgewertet.
- **Qualitätskontrolle:** Kontrollfragen und rotierende Elemente im Design des Fragebogens, ausreichende Stichproben, die Prüfung von IP-Adressen und eine sorgfältige Datenbereinigung stellen die Qualität der Ergebnisse sicher.
- **Gesamtergebnis:** In die Festlegung der Gewichtungen fließen die Ergebnisse einer linearen Regression und die Relevanz der Kriterien aus Sicht der Kundinnen und Kunden ein.

F. Klimaneutralität

Auszeichnung durch myclimate



- Jährliche Berechnung des CO₂-Fußabdrucks des DISQ durch Umweltexperten von myclimate
- Regelmäßige Prüfung und Umsetzung weiterer CO₂-Reduktionsmaßnahmen
- Kompensation aller aktuell unvermeidbaren CO₂-Emissionen in einem Projekt zur Renaturierung des Königsmoores in Schleswig-Holstein
- Nachhaltigkeit als Teil der Unternehmenskultur
- Mehr dazu online unter: disq.de/klima



Aktuelles Projekt: Wiedervernässung von Hochmoorgrünland im Königsmoor in Schleswig-Holstein