

PRESSEMITTEILUNG

Studie: Kfz-Versicherer 2014

Große Preis- und Leistungsunterschiede, Direktversicherer mit besserem Service – Testsieger sind HUK-Coburg und HUK24

Hamburg, 25.09.2014 – Steigende Prämien für Kfz-Versicherungen haben immerhin einen positiven Effekt: Autofahrer überdenken, ob sie mit ihrer Versicherung buchstäblich gut fahren. Gerade im Herbst steigt die Wechselbereitschaft – der 30. November ist für die zur Jahresfrist gestarteten Policen der Kündigungsstichtag. Doch welche Versicherungen bieten aktuell die günstigsten Policen und die besten Leistungen? Und bei welchem Anbieter stimmt auch der Kundenservice? Das Deutsche Institut für Service-Qualität hat im Auftrag des Nachrichtensenders n-tv insgesamt 31 Kfz-Versicherer, sowohl Filialversicherer als auch Direktanbieter, untersucht.

Die Studie deckte enorme Einsparpotenziale in den beiden untersuchten Produktgruppen Basis- sowie Komforttarife auf. So ließen sich durch einen Wechsel vom jeweils teuersten zum günstigsten Anbieter bei den Basis-Produkten bis zu 54 Prozent sparen. In der Tarifklasse Komfort waren die Sparpotenziale mit bis zu gut 57 Prozent sogar noch größer. In beiden Sparten gab es günstige und zugleich leistungsstarke Produkte. Unterschiede zeigten sich etwa bei Versicherungsmerkmalen wie freie Werkstattwahl oder Abdeckung bei grober Fahrlässigkeit und bei Marderbiss.

„Das Preis-Leistungs-Verhältnis muss stimmen“, bemerkt Bianca Möller, Geschäftsführerin des Deutschen Instituts für Service-Qualität, und konkretisiert: „Der Verbraucher sollte überlegen, welche Leistungen ihm wichtig sind und auf welche er verzichten kann. Entscheidend ist das beste Angebot für das Versicherungspaket, das man persönlich benötigt.“

Auch in puncto Servicequalität unterschieden sich die getesteten Versicherer deutlich. Von den insgesamt 31 Unternehmen sicherten sich sieben das Qualitätsurteil „gut“, elf zeigten eine befriedigende Leistung. Dagegen kamen aber auch elf Versicherer nicht über ein ausreichendes Ergebnis hinaus, zwei Anbieter kassierten das Urteil „mangelhaft“. Bemerkenswertes Ergebnis: Insgesamt betrachtet war der Service der Direktversicherer besser als der der Versicherer mit Vermittlernetz. „Ob per Telefon, per E-Mail oder im Internet – im Schnitt hatten die Direktversicherer in allen untersuchten Servicebereichen die Nase vorn“, erklärt Marktforschungsexpertin Bianca Möller.

Mehr dazu: n-tv Ratgeber – Test, Donnerstag, 25.09.2014, um 18:35 Uhr

HUK-Coburg war bester Filialversicherer und sicherte sich damit den Testsieg. Ausschlaggebend hierfür waren vor allem die günstigen Prämien in beiden untersuchten Produktkategorien Basis- beziehungsweise Komfort-Tarif. Der Basis-Tarif erwies sich dabei sogar in sämtlichen Szenarien als der preislich attraktivste. Zudem punktete das Unternehmen beim Service mit einer besonders guten E-Mail-Bearbeitung; Anfragen von Kunden wurden individuell, freundlich und vollständig beantwortet. Den insgesamt besten Service aller Filialversicherer bot DEVK mit Top-Leistungen in allen drei Servicebereichen. Den ersten Platz beim Produkttest belegte Aachen-Münchener mit dem Optimal-Schutz Tarif, einem Komfort-Produkt mit umfangreicher Ausstattung und attraktivem Preisniveau.

Geschäftsführung:
Bianca Möller, 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

Testsieger unter den Direktversicherern wurde HUK24. Das im Anbietervergleich beste Ergebnis in der Produktanalyse (Preis und Leistung) mit dem Komfort-Tarif und die Top-Platzierung mit dem Basis-Tarif trugen entscheidend zu diesem Ergebnis bei. Im Service (Qualitätsurteil: „gut“) punktete das Unternehmen insbesondere mit einer sehr guten E-Mail-Bearbeitung – HUK24 beantwortete Anfragen nicht nur schnell, sondern auch besonders fachkundig und sorgfältig. Insgesamt auf Platz eins beim Service der Direktversicherer positionierte sich Sparkassen Direktversicherung mit der besten telefonischen Beratung und ebenfalls sehr guter E-Mail-Bearbeitung.

Das Deutsche Institut für Service-Qualität analysierte insgesamt 31 Kfz-Versicherer – und zwar separat 19 Versicherer mit Vermittlernetz (Filialversicherer) sowie zwölf Direktanbieter. Dabei wurde eine umfassende Produktanalyse (Stand: 23. Juli 2014) durchgeführt. Zwölf definierte Kundenprofile (verschiedene Automobilklassen sowie unterschiedliche Nutzer hinsichtlich Familienstand, jährlicher Fahrleistung, Schadensfreiheitsklasse etc.) bildeten die Grundlage für die Bewertung der Prämien und der Versicherungsleistungen (Ausstattung). Die Servicequalität wurde anhand von jeweils zehn verdeckten Telefon- und E-Mail-Tests ermittelt. Zudem flossen pro Unternehmen je zehn Nutzerbetrachtungen sowie eine Inhaltsanalyse des Internetauftritts in die Bewertung ein.

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

Ansprechpartnerin:

Bianca Möller
Fon: +49 (0)40 / 27 88 91 48 - 12
Mobil: +49 (0)170 / 29 33 857
E-Mail: b.moeller@disq.de
www.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, B2B-Studien 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.