

PRESSEMITTEILUNG**Studie: Kfz-Versicherer 2015****Großes Preis-Leistungs-Gefälle – Nur sechs Versicherer mit Gesamturteil „gut“ – Testsieger sind VHV und Cosmos Direkt**

Hamburg, 24.09.2015 – Günstige Tarife sind verlockend, aber die Leistungen nicht immer überzeugend. Auch der Service kann für den Verbraucher ein wichtiges Auswahlkriterium sein – die Unterschiede sind enorm. Dies zeigt die aktuelle Studie des Deutschen Instituts für Service-Qualität, das im Auftrag des Nachrichtensenders n-tv 31 Kfz-Versicherer getestet hat (*Sendehinweis: n-tv Ratgeber – Test, Donnerstag, 24.09.2015, 18:35 Uhr*).

Kostenersparnis von bis zu 50 Prozent

Wer einen Anbieterwechsel aus Kostengründen erwägt, kann sich freuen: Versicherungsnehmer können bis zur Hälfte ihrer jährlichen Kosten sparen – und zwar unabhängig davon, ob man einer Filial- oder eher einer Direktversicherung sein Vertrauen schenken möchte.

Dass dies keine Milchmädchenrechnung ist, zeigt der Blick auf die Tarifvarianten. Sowohl beim Vergleich der günstigen Basis-Tarife wie auch bei den Kfz-Versicherungen mit höchster Leistungsabdeckung (Komfort-Tarife) beträgt die mögliche Beitragsersparnis pro Jahr an die 50 Prozent.

Insgesamt sind die Direktversicherer gegenüber den Filialanbietern zwar günstiger, die Versicherungsausstattung fällt jedoch im Schnitt schlechter aus. Über alle untersuchten Profile zahlen Kunden bei Kfz-Direktversicherern jährlich im Schnitt rund 154 Euro weniger als die Versicherungsnehmer der Filialanbieter. Bianca Möller, Geschäftsführerin des Deutschen Instituts für Service-Qualität: „Niedrigere Kosten allein begründen noch keine Handlungsempfehlung. Der Verbraucher sollte vor dem Abschluss nicht nur die Beitragshöhen vergleichen. Die Versicherung muss auf jeden Fall auch den individuell erforderlichen Leistungsbedarf abdecken. Und der Service ist ebenso eine wichtige Entscheidungshilfe.“

Service mit deutlichen Mängeln

Die Branche zeigt insgesamt nur einen schwach befriedigenden Service. Bei der E-Mail-Bearbeitung liegen die größten Defizite. So bleibt im Test fast ein Drittel der Kundenanfragen unbeantwortet. Bei der Kundenorientierung trennt sich die Spreu vom Weizen: Mehr als ein Drittel der untersuchten Kfz-Versicherer bietet einen nur ausreichenden oder gar mangelhaften Service. Mit guten Leistungen setzen sich vier Anbieter – drei Direkt- und ein Filialversicherer – von der Konkurrenz ab.

Die besten Kfz-Versicherer

Testsieger der Kfz-Filialversicherer ist VHV (Qualitätsurteil: „gut“). In der Produktanalyse erzielt das Unternehmen gute bis sehr gute Resultate. Dabei bietet VHV den leistungsstärksten Basis-Tarif, der zudem bei acht von zwölf untersuchten Nutzerprofilen günstiger ist als der Branchendurchschnitt. Unter den Filialversicherern ist der Service darüber hinaus der zweitbeste – die Berater überzeugen mit ihrer Kompetenz sowohl am Telefon als auch bei der E-Mail-Beantwortung. Das Qualitätsurteil „gut“ sichern sich auch HUK-Coburg und DEVK, welche die Plätze zwei und drei belegen. Der beste Kfz-Direktversicherer im Test heißt Cosmos Direkt (Qualitätsurteil „gut“). Der Komfort-Tarif bietet sehr umfangreiche Leistungen und auch der Basis-Tarif ist gut ausge-

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

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

stattet, beispielsweise mit freier Werkstattwahl, und liegt preislich auf einem attraktiven Niveau. Zum Testsieg trägt zudem das Serviceergebnis bei, das in allen getesteten Bereichen – Telefon, E-Mail und Internet – gut ausfällt. Größte Stärke ist der telefonische Service: Die Mitarbeiter beantworten Fragen kompetent und individuell. Die Plätze zwei und drei belegen die Sparkassen Direktversicherung und die Hannoversche – beide ebenfalls mit dem Qualitätsurteil „gut“.

Das Deutsche Institut für Service-Qualität testete insgesamt 31 Kfz-Versicherer – 19 Filial- und 12 Direktversicherer. Die Servicequalität wurde anhand von je zehn verdeckten Telefon- und E-Mail-Tests (Mystery-Calls und -Mails) bei jedem Unternehmen, Prüfungen der Internetauftritte durch geschulte Testnutzer und detaillierten Inhaltsanalysen der Websites ermittelt. Im Fokus standen hier unter anderem der Informationswert und die Bedienungsfreundlichkeit. Im Untersuchungszeitraum boten zwei Unternehmen keine Hotline an, was die Durchführung von Mystery-Calls verhinderte. Somit flossen insgesamt 941 Servicekontakte in die Auswertung ein. In einem weiteren Schritt erfolgte im Rahmen einer Produktanalyse eine umfassende Bewertung aktueller Tarifkosten und Versicherungsleistungen (Datenstand: 08.07.2015). Untersucht wurden die günstigsten Produkte (Basis-Tarife) sowie die Policen mit der höchsten Leistungsabdeckung (Komfort-Tarife) für zwölf verschiedene Kundenprofile – vier Automobilklassen in Kombination mit drei Nutzertypologien.

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 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.