

## PRESSEMITTEILUNG

### Studie: Automobilclubs 2021

## **Kostenvergleich deckt hohes Sparpotenzial auf – Service mit Licht und Schatten – Mobil in Deutschland auf Platz eins**

**Hamburg, 01.09.2021** – Sie sind der Horror ein jeder Autofahrerin und eines jeden Autofahrers: Pannen oder gar Unfälle. Viele schätzen für solche Fälle die Dienste eines Automobilclubs. Mitgliedschaften bietet aber nicht nur der ADAC, sondern auch zahlreiche weitere Anbieter an. Wer in puncto Service, Leistungen und Kosten am besten abschneidet, zeigt die Studie des Deutschen Instituts für Service-Qualität. Das DISQ hat im Auftrag des Nachrichtensenders ntv neun Automobilclubs analysiert (*Sendehinweis: ntv Ratgeber – Geld, Mittwoch, 01.09.2021, 19:30 Uhr*).

### **Deutliche Preisunterschiede zwischen den Clubs**

Automobilclubs bieten einen Risikoschutz, der nicht immer günstig ist – zwischen den Anbietern zeigen sich deutliche Unterschiede. Wer nicht den teuersten, sondern den günstigsten Club wählt, kann in allen untersuchten Tarifkategorien über die Hälfte der Jahreskosten sparen. Ein Beispiel: Beim „Basistarif plus Partner/Familie“ variieren die Preise zwischen 33 und rund 108 Euro – das Sparpotenzial liegt hier bei gut 69 Prozent bzw. bei 75 Euro jährlich.

### **Umfangreiches Leistungsangebot**

Insbesondere die Premium-Tarife fast aller Automobilclubs sind mit attraktiven Leistungen verbunden. Bei allen Anbietern umfasst eine solche Mitgliedschaft beispielsweise eine europaweite Pannenhilfe und einen Schlüsselservice. Zu den weiteren Standards zählen neben einem Abschleppdienst unter anderem auch die Bergung des Fahrzeugs nach einem Unfall, Kranken- und Fahrzeugrücktransport aus dem Ausland, eine anwaltliche Erstberatung und eine Kostenübernahme für Übernachtung und Ersatzwagen.

Markus Hamer, Geschäftsführer des Deutschen Instituts für Service-Qualität, rät: „Ein Preis-Leistungs-Vergleich rechnet sich in allen Tarifkategorien – sei es bei den Einstiegsangeboten für junge Menschen, bei den Basis-Tarifen wie auch bei den Premium-Mitgliedschaften.“

### **Verbesserungspotenzial beim Service für Interessenten**

An den Hotlines und bei E-Mail-Anfragen ist der Service der Automobilclubs insgesamt nur befriedigend. Dabei mangelt es den Mitarbeitern nicht an Kompetenz: In den Tests werden sämtliche Fragen fachlich korrekt beantwortet. Am Telefon beraten die Mitarbeiter allerdings oft wenig individuell und geben häufig Auskünfte, die nicht auf den Bedarf des Anrufers zugeschnitten sind. Diese Defizite zeigen sich auch bei den eingegangenen E-Mail-Antworten. Dagegen überzeugt der Online-Service: Die Websites liefern zumeist alle wichtigen Informationen zur Mitgliedschaft, zu den Tarifen sowie den Leistungen und punkten zudem oft mit einer hohen Nutzerfreundlichkeit.

### **Die Top 3 der Automobilclubs**

Testsieger ist Mobil in Deutschland mit dem Qualitätsurteil „sehr gut“. Der Automobilclub bietet die insgesamt besten Konditionen. Bei drei Tarifen – Junge Fahrer, Premium/Plus und Premium/Plus inklusive Lebenspartner –

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:  
Markus Hamer  
Beirat:  
Brigitte Zypries (Vorsitz),  
Jochen Dietrich, Marianne Voigt,  
Prof. Peter Wippermann  
Ust.-Id.-Nr. DE249603922  
Amtsgericht Hamburg HRA 104009  
Persönlich haftende Gesellschafterin:  
buscha Verwaltungsgesellschaft mbH,  
Amtsgericht Hamburg HRB 97297

sind die Kosten am attraktivsten. Darüber hinaus überzeugt Mobil in Deutschland mit dem besten Service: Sowohl am Telefon als auch per E-Mail zeigt der Anbieter gute Leistungen und überzeugt mit kompetenten Auskünften und stets korrekten Antworten auf Interessentenfragen. Auch der Online-Service punktet, etwa mit dem sehr informativen Internetauftritt.

Rang zwei nimmt AvD mit dem Qualitätsurteil „gut“ ein. Das Unternehmen profiliert sich mit sehr guten Konditionen, zu denen ein umfangreiches Leistungsangebot zählt. Der Service ist im Anbietervergleich der zweitbeste, wobei der Online-Auftritt sogar eine sehr gute Kundenorientierung aufweist: Die Website bietet einen sehr hohen Informationsgehalt und ist aus Nutzersicht in puncto Bedienungsfreundlichkeit und Inhalte führend.

Den dritten Rang belegt BAVC (Qualitätsurteil „gut“). Die Preise der untersuchten Tarife liegen durchweg unter dem Branchenschnitt. Zudem zeigt der Anbieter insgesamt gute Serviceleistungen. So werden zum Beispiel E-Mail-Anfragen zügig binnen eines Tages bearbeitet und kompetent beantwortet.

Weitere Automobilclubs im Test: ACE, ACV, ADAC, ARCD, Automobilclub KS und VCD.

Das Deutsche Institut für Service-Qualität testete neun deutschlandweit tätige Automobilclubs. Die Servicequalität wurde bei jedem Unternehmen anhand von jeweils zehn verdeckten Telefon- und E-Mail-Tests (Mystery-Tests) ermittelt. Zudem wurde der Online-Service anhand von je zehn Prüfungen der Internetauftritte durch geschulte Testnutzer sowie einer detaillierten Analyse der einzelnen Websites untersucht. Es flossen insgesamt 279 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: 1. Juni 2021).

Veröffentlichung unter Nennung der Quelle:  
Deutsches Institut für Service-Qualität im Auftrag von ntv

**Pressekontakt:**

Martin Schechtel  
Tel.: +49 (0)40 / 27 88 91 48-20  
E-Mail: m.schechtel@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  
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. Über 2.000 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.