

DOKUMENTATION – Zusammenfassung

Test: Kfz-Versicherer 2022



„Mehr Transparenz – mehr Kundennähe“
Im Auftrag des Nachrichtensenders ntv
Hamburg, 5. Oktober 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 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 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	6
2. Fazit	8
3. Die besten Unternehmen	9
4. Gesamtergebnis	10
Kfz-Filialversicherer	10
Kfz-Direktversicherer	13
5. Stärken und Schwächen der Branche	16
Online-Service	17
Produktanalyse Kfz-Filialversicherer	18
Produktanalyse Kfz-Direktversicherer	19

Inhaltsverzeichnis

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

	Seite
6. Ergebnisse der Unternehmen	20
Online-Service	20
Produktanalyse Kfz-Filialversicherer	23
Produktanalyse Kfz-Direktversicherer	25
7. Methodik	27
Online-Service	29
Produktanalyse	35
Anhang	41

1. Zahlen und Fakten zur Studie

Auftraggeber

Nachrichtensender ntv

Studienumfang

30 Kfz-Versicherer (20 Filial- und 10 Direktversicherer)

Studienzeitraum

Juni bis August 2022

Studienkonzept

Erstellung in Zusammenarbeit mit Prof. Dr. Thomas Liebetruth (OTH Regensburg)

Analysebereiche

Online-Service und Produkte

Online-Service

Insgesamt 330 Servicekontakte (11 je Anbieter)

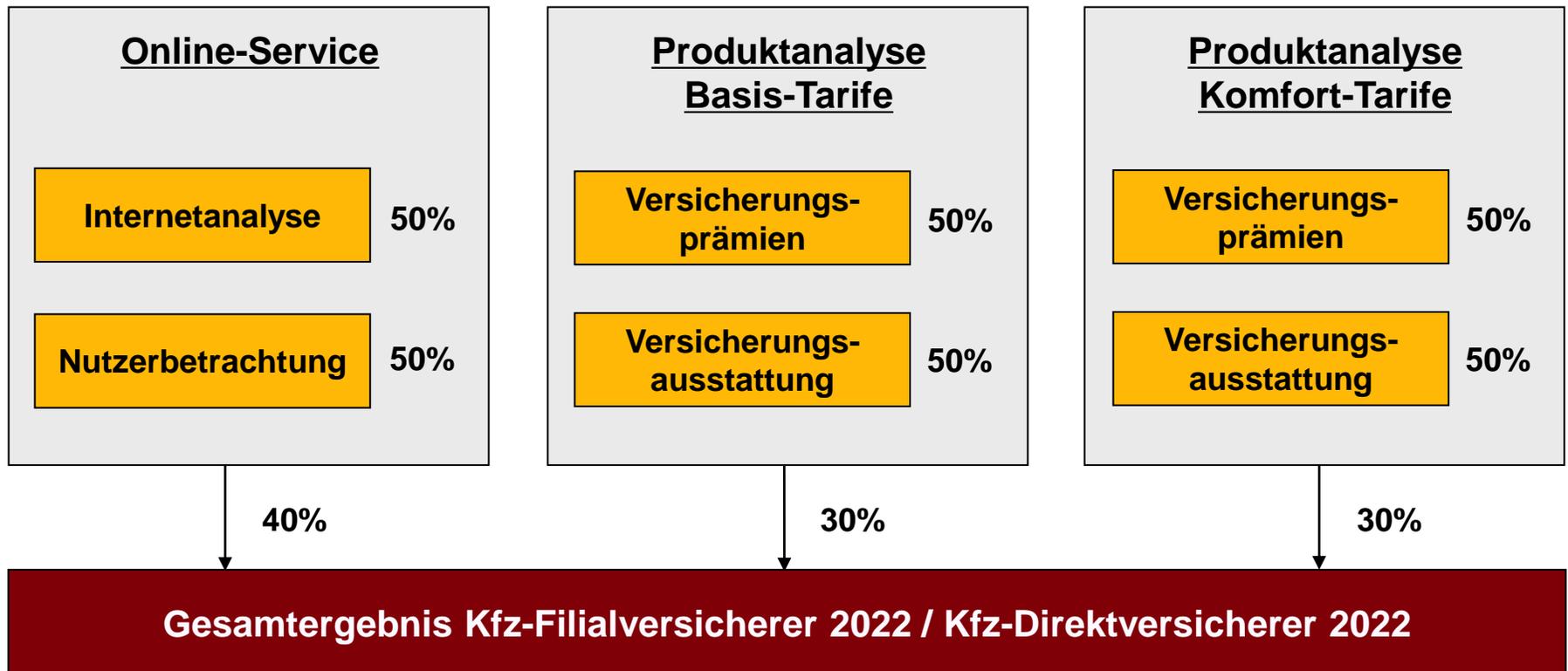
- 30 Analysen der Internetauftritte (1 je Anbieter)
- 300 Betrachtungen der Internetauftritte durch geschulte Nutzer (10 je Anbieter)

Produktanalyse

Umfassende Bewertung der günstigsten Kfz-Versicherungen (Basis-Tarife) sowie der leistungsstärksten Kfz-Versicherungen (Komfort-Tarife) der Unternehmen im Hinblick auf Versicherungsprämien (Kosten) und Versicherungsausstattung (Datenstand: 4. Juli 2022).

1. Zahlen und Fakten zur Studie

Bewertungskriterien und Gewichtungen



3. Die besten Unternehmen

	1. Platz	2. Platz	3. Platz
Gesamtergebnis Kfz-Filialversicherer	HDI	HUK-Coburg	Axa
Gesamtergebnis Kfz-Direktversicherer	CosmosDirekt	HUK24	Friday
Online-Service	CosmosDirekt	DEVK	HUK-Coburg
Produktanalyse Basis-Tarife Kfz-Filialversicherer	HDI	ADAC Autoversicherung	Allianz
Produktanalyse Komfort-Tarife Kfz-Filialversicherer	HDI	HUK-Coburg	Zurich
Die besten Tarife* Kfz-Filialversicherer	HDI (Komfort-Tarif)	HUK-Coburg (Komfort-Tarif)	Zurich (Komfort-Tarif)
Produktanalyse Basis-Tarife Kfz-Direktversicherer	Friday	CosmosDirekt	HUK24
Produktanalyse Komfort-Tarife Kfz-Direktversicherer	HUK24	CosmosDirekt	AdmiralDirekt.de
Die besten Tarife* Kfz-Direktversicherer	HUK24 (Komfort-Tarif)	CosmosDirekt (Komfort-Tarif)	AdmiralDirekt.de (Komfort-Tarif)

* Bewertungsbasis: alle untersuchten Basis- und Komfort-Tarife der Kfz-Filial- bzw. -Direktversicherer

4. Gesamtergebnis Kfz-Filialversicherer

Gesamtergebnis Kfz-Filialversicherer			
Rang	Unternehmen	Punkte*	Qualitätsurteil
1	HDI	79,6	gut
2	HUK-Coburg	78,5	gut
3	Axa	77,4	gut
4	VHV	74,9	gut
5	Zurich	74,7	gut
6	DEVK	73,6	gut
7	ADAC Autoversicherung	72,7	gut
8	Signal Iduna	72,5	gut
9	Ergo	71,9	gut
10	Allianz	68,7	befriedigend
11	Gothaer	67,4	befriedigend
12	Continentale	56,5	ausreichend
-	Concordia**	-	-
-	Debeka**	-	-
-	Generali Deutschland***	-	-
-	Itzehoer**	-	-
-	LVM**	-	-
-	Mecklenburgische**	-	-
-	R+V**	-	-
-	Württembergische**	-	-
	Branche (Mittelwert)	72,4	

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 (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.

** Das Unternehmen beantwortete die offizielle Unternehmensanfrage nicht und konnte daher im Gesamtergebnis nicht bewertet werden.

*** Das Unternehmen verfügte zum Erhebungszeitpunkt über keinen Basis-Tarif und konnte daher im Gesamtergebnis nicht bewertet werden.

4. Gesamtergebnis Kfz-Filialversicherer

Gesamtergebnis Kfz-Filialversicherer			Online-Service		Produktanalyse Basis-Tarife		Produktanalyse Komfort-Tarife	
100%			40%		30%		30%	
Rang	Unternehmen	Punkte*	Rang	Punkte*	Rang	Punkte*	Rang	Punkte*
1	HDI	79,6	6	77,0	1	79,7	1	83,1
2	HUK-Coburg	78,5	2	79,9	4	74,3	2	81,0
3	Axa	77,4	3	79,8	8	71,6	4	79,8
4	VHV	74,9	11	74,5	5	73,7	5	76,5
5	Zurich	74,7	9	75,0	10	68,9	3	80,1
6	DEVK	73,6	1	80,3	7	72,3	9	65,9
7	ADAC Autoversicherung	72,7	9	75,0	2	78,0	10	64,3
8	Signal Iduna	72,5	12	74,0	6	73,0	7	69,9
9	Ergo	71,9	4	79,7	9	69,7	11	63,6
10	Allianz	68,7	7	75,6	3	75,2	13	52,9
11	Gothaer	67,4	8	75,5	11	60,9	12	63,2
12	Continentale	56,5	18	58,0	12	40,7	6	70,4
-	Concordia**	-	16	66,6	-	-	-	-
-	Debeka**	-	15	69,3	-	-	-	-
-	Generali Deutschland***	-	20	52,9	-	-	8	69,8
-	Itzehoer**	-	13	73,3	-	-	-	-
-	LVM**	-	17	60,3	-	-	-	-
-	Mecklenburgische**	-	19	55,6	-	-	-	-
-	R+V**	-	5	79,5	-	-	-	-
-	Württembergische**	-	14	71,3	-	-	-	-
	Branche (Mittelwert)	72,4		71,7		69,9		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.

** Das Unternehmen beantwortete die offizielle Unternehmensanfrage nicht und konnte daher im Gesamtergebnis nicht bewertet werden.

*** Das Unternehmen verfügte zum Erhebungszeitpunkt über keinen Basis-Tarif und konnte daher im Gesamtergebnis nicht bewertet werden.

4. Gesamtergebnis Kfz-Direktversicherer

Gesamtergebnis Kfz-Direktversicherer			
Rang	Unternehmen	Punkte*	Qualitätsurteil
1	CosmosDirekt	85,0	sehr gut
2	HUK24	82,3	sehr gut
3	Friday	78,9	gut
4	Sparkassen Direktversicherung	77,0	gut
5	AdmiralDirekt.de	72,7	gut
6	DA Direkt	72,3	gut
7	Europa	71,7	gut
8	Verti	69,3	befriedigend
-	Allianz Direct**	-	-
-	BavariaDirekt***	-	-
	Branche (Mittelwert)	76,1	

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.
- ** Das Unternehmen beantwortete die offizielle Unternehmensanfrage mit Hinweis auf anstehende Tarifänderungen nicht vollständig und konnte daher im Gesamtergebnis nicht bewertet werden.
- *** Das Unternehmen beantwortete die offizielle Unternehmensanfrage nicht und konnte daher im Gesamtergebnis nicht bewertet werden.

4. Gesamtergebnis Kfz-Direktversicherer

Gesamtergebnis Kfz-Direktversicherer			Online-Service		Produktanalyse Basis-Tarife		Produktanalyse Komfort-Tarife	
100%			40%		30%		30%	
Rang	Unternehmen	Punkte*	Rang	Punkte*	Rang	Punkte*	Rang	Punkte*
1	CosmosDirekt	85,0	1	83,4	2	82,4	2	89,7
2	HUK24	82,3	2	77,8	3	78,3	1	92,1
3	Friday	78,9	10	69,7	1	83,5	5	86,6
4	Sparkassen Direktversicherung	77,0	4	77,0	4	67,0	4	87,1
5	AdmiralDirekt.de	72,7	9	69,8	6	61,6	3	87,5
6	DA Direkt	72,3	6	75,5	5	63,1	8	77,4
7	Europa	71,7	3	77,2	8	50,4	6	85,5
8	Verti	69,3	5	76,0	7	52,0	7	77,8
-	Allianz Direct**	-	7	73,7	-	-	-	-
-	BavariaDirekt***	-	8	70,4	-	-	-	-
	Branche (Mittelwert)	76,1		75,0		67,3		85,5

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 (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.
- ** Das Unternehmen beantwortete die offizielle Unternehmensanfrage mit Hinweis auf anstehende Tarifänderungen nicht vollständig und konnte daher im Gesamtergebnis nicht bewertet werden.
- *** Das Unternehmen beantwortete die offizielle Unternehmensanfrage nicht und konnte daher im Gesamtergebnis nicht bewertet werden.

7. Methodik

Hintergrund der Studie

Im Jahr 2022 erreichte die Zahl der in Deutschland zugelassenen Pkw mit 48,5 Millionen einen neuen Höchststand.* Obwohl die Straßenverkehrsunfälle leicht rückläufige Zahlen aufweisen, wurden im Jahr 2020 noch über 2,2 Millionen Verkehrsunfälle dokumentiert.**

Eine Versicherung für den Straßenverkehr ist daher nicht nur von großer Bedeutung – die Kfz-Haftpflichtversicherung ist hierzulande sogar gesetzlich verpflichtend. 2020 betrug der Bestand an Kfz-Haftpflichtversicherungen rund 67,7 Millionen Verträge.*** Fast jeder zweite Haushalt in Deutschland hatte 2021 neben der Kfz-Haftpflichtversicherung zusätzlich eine Kfz-Teilkaskoversicherung abgeschlossen, 40 Prozent der Haushalte verfügten sogar über eine Kfz-Vollkaskoversicherung.****

Aus Verbrauchersicht stellt sich die Frage, welcher Kfz-Versicherer das beste Preis-Leistungs-Verhältnis bietet und auch in puncto Service überzeugt. Im Rahmen dieses Tests wurden daher Kfz-Filial- und Direktversicherer hinsichtlich der Prämien und Versicherungsausstattung der Produkte (Kfz-Tarife) sowie der Servicequalität über den wichtigen Kontaktkanal Internet untersucht.

* Vgl. KBA (2022): Pressemitteilung Nr. 10/2022. Online unter: https://www.kba.de/SharedDocs/Downloads/DE/Pressemitteilungen/DE/2022/pm_10_2022_bestand_01_22.pdf?__blob=publicationFile&v=9 (letztes Abrufdatum 12.08.2022).

** Vgl. Statistisches Bundesamt (2021): Verkehr – Verkehrsunfälle. Online unter: https://www.destatis.de/DE/Themen/Gesellschaft-Umwelt/Verkehrsunfaelle/Publikationen/Downloads-Verkehrsunfaelle/verkehrsunfaelle-jahr-2080700207004.pdf?__blob=publicationFile (letztes Abrufdatum 12.08.2022).

*** Vgl. Die deutschen Versicherer – GDV (2021): Statistiken der deutschen Versicherer 2021. Online unter: <https://www.gdv.de/de/statistiken-der-deutschen-versicherer-2021-68840> (letztes Abrufdatum 12.08.2022).

**** Vgl. Verbrauchs- und Medienanalyse – VuMA (2021): VuMA Touchpoints. Online unter Statista.com: <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/171489/umfrage/im-haushalt-abgeschlossene-versicherungen/> (letztes Abrufdatum 12.08.2022).

7. Methodik

Untersuchungsumfang

Im Rahmen des Tests wurden 30 Kfz-Versicherer untersucht – 20 Filialversicherer sowie zehn Direktversicherer. Analysiert wurden bundesweit tätige Unternehmen, denen – gemessen an der Höhe der verdienten Bruttobeiträge bei Kfz-Haftpflichtversicherungen* – eine relevante Marktgröße zukommt und deren Angebot sich an Privatpersonen richtet. Die Untersuchungsauswahl setzte sich wie folgt zusammen (in alphabetischer Reihenfolge):

Kfz-Filialversicherer

- ADAC Autoversicherung
- Allianz
- Axa
- Concordia
- Continentale
- Debeka
- DEVK
- Ergo
- Generali Deutschland
- Gothaer
- HDI
- HUK-Coburg**
- Itzehoer
- LVM
- Mecklenburgische
- R+V
- Signal Iduna
- VHV
- Württembergische
- Zurich

Kfz-Direktversicherer

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

* Die Auswahl der Unternehmen erfolgte in Anlehnung an die Statistik der BaFin: Erstversicherungsunternehmen und Pensionsfonds 2020 (Schaden- und Unfallversicherung, Kfz-Haftpflichtversicherung). Online unter: https://www.bafin.de/SharedDocs/Downloads/DE/Statistik/Erstversicherer/dl_st_20_erstvu_gesamtabelle_va.html (letztes Abrufdatum: 12.08.2022).

** HUK-Coburg Allgemeine Versicherung

7. Methodik

Online-Service – Untersuchungskriterien

Online-Service		100,0%
Internetanalyse		50,0%
Nutzerbetrachtung		50,0%
Internetanalyse		100,0%
Spezielle Informationen und Funktionen		50,0%
Tarifrechner für Kfz-Versicherungen	4,0%	
Leistungsübersicht (Voll- und Teilkasko)	3,0%	
Informationen zum Ablauf eines Vertragsabschlusses	3,0%	
Informationen zum Vorgehen im Schadensfall	3,0%	
Schadenservice-Hotline	4,0%	
Schadenmeldung online	4,0%	
Produktdetails zum Download/mit Druckoption	3,0%	
EU-Unfallbericht zum Download/mit Druckoption	3,0%	
Informationen zum Schutzbrief (Kosten)	2,0%	
Informationen zur internationalen Versicherungskarte	2,0%	
Kundenbereich mit Log-In	2,0%	
App für Versicherte	2,0%	
Anzahl Klicks bis zur Leistungsübersicht Teilkasko	5,0%	
Anzahl Klicks bis zum Kfz-Tarifrechner	5,0%	
Anzahl Klicks bis zur Schadenmeldung	5,0%	

7. Methodik

Online-Service – Untersuchungskriterien

Online-Service		100,0%
Internetanalyse		50,0%
Nutzerbetrachtung		50,0%
Internetanalyse		100,0%
Spezielle Informationen und Funktionen		50,0%
Tarifrechner für Kfz-Versicherungen	4,0%	
Leistungsübersicht (Voll- und Teilkasko)	3,0%	
Informationen zum Ablauf eines Vertragsabschlusses	3,0%	
Informationen zum Vorgehen im Schadensfall	3,0%	
Schadenservice-Hotline	4,0%	
Schadenmeldung online	4,0%	
Produktdetails zum Download/mit Druckoption	3,0%	
EU-Unfallbericht zum Download/mit Druckoption	3,0%	
Informationen zum Schutzbrief (Kosten)	2,0%	
Informationen zur internationalen Versicherungskarte	2,0%	
Kundenbereich mit Log-In	2,0%	
App für Versicherte	2,0%	
Anzahl Klicks bis zur Leistungsübersicht Teilkasko	5,0%	
Anzahl Klicks bis zum Kfz-Tarifrechner	5,0%	
Anzahl Klicks bis zur Schadenmeldung	5,0%	

7. Methodik

Online-Service – Untersuchungskriterien

Internetanalyse (Fortsetzung)		
Allgemeine Informationen		30,0%
AGB/Rechtliches	4,0%	
FAQ/Hilfebereich	3,5%	
Glossar	2,5%	
Suchfunktion	2,5%	
Sitemap/Seitenbeschreibung	2,5%	
Newsletter	2,5%	
Mobiloptimierte Website	2,5%	
Anzahl Klicks bis zu den AGB/zum Rechtlichen	5,0%	
Anzahl Klicks bis zu den FAQ/zum Hilfebereich	5,0%	
Kontaktinformationen		20,0%
Telefonnummer (außerhalb des Impressums/der AGB)	1,5%	
Hinweis auf telefonische Erreichbarkeit	1,5%	
Call-Back-Service	2,0%	
E-Mail-Adresse (außerhalb des Impressums/der AGB)	1,5%	
Allgemeines Kontaktformular	1,5%	
Postanschrift (außerhalb des Impressums/der AGB)	2,0%	
Explizite Kritik-Möglichkeit	3,0%	
Social-Media-Auftritt (Facebook, Twitter, Forum etc.)	1,0%	
Direct-Messaging (Chat, Skype, WhatsApp)	1,0%	
Anzahl Klicks bis zur Telefonnummer	2,5%	
Anzahl Klicks bis zur E-Mail Adresse/zum Kontaktformular	2,5%	

7. Methodik

Online-Service – Untersuchungskriterien

Nutzerbetrachtung Internet		100,0%
Bedienungsfreundlichkeit		50,0%
Einfache und intuitive Navigation	16,7%*	
Übersichtlichkeit des Internetauftritts	16,7%*	
Optisch ansprechender Gesamteindruck	16,7%*	
Inhalte		50,0%
Strukturierung der Inhalte	16,7%*	
Verständlichkeit der Texte/Inhalte	16,7%*	
Umfang der Inhalte	16,7%*	

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

7. Methodik

Online-Service – Getestete Internetauftritte

Kfz-Filialversicherer

Unternehmen	Internetseite
ADAC Autoversicherung	https://www.adac.de
Allianz	https://www.allianz-autowelt.de
Axa	https://www.axa.de
Concordia	https://www.concordia.de
Continental	https://www.continentale.de
Debeka	https://www.debeka.de
DEVK	https://www.devk.de
Ergo	https://www.ergo.de
Generali Deutschland	https://www.generali.de
Gothaer	https://www.gothaer.de
HDI	https://www.hdi.de
HUK-Coburg	https://www.huk.de
Itzehoer	https://www.itzehoer.de
LVM	https://www.lvm.de
Mecklenburgische	https://www.mecklenburgische.de
R+V	https://www.ruv.de
Signal Iduna	https://www.signal-iduna.de
VHV	https://www.vhv.de
Württembergische	https://www.wuerttembergische.de
Zurich	https://www.zurich.de
Testzeitraum	04. - 13. Juli 2022

7. Methodik

Online-Service – Getestete Internetauftritte

Kfz-Direktversicherer

Unternehmen	Internetseite
AdmiralDirekt.de	https://www.admiraldirekt.de
Allianz Direct	https://www.allianzdirect.de
BavariaDirekt	https://www.bavariadirekt.de
CosmosDirekt	https://www.cosmosdirekt.de/
DA Direkt	https://www.da-direkt.de
Europa	https://www.europa.de
Friday	https://www.friday.de
HUK24	https://www.huk24.de
Sparkassen Direktversicherung	https://www.sparkassen-direkt.de
Verti	https://www.verti.de
Testzeitraum	04. - 13. Juli 2022

7. Methodik

Produktanalyse – Vorgehensweise

Bei der Wahl der Kfz-Versicherung sind für den Verbraucher zwei Aspekte von hoher Relevanz: die Versicherungsprämie (Kosten) und der Leistungsumfang (Versicherungsausstattung).

Die Bewertung der Kfz-Tarife der Versicherer beruhte auf zwölf verschiedene Kundenprofile (vier Automobilklassen in Kombination mit drei Nutzertypologien). Die Filial- und Direktversicherer wurden getrennt betrachtet. Die Versicherungsprodukte und deren Prämien (Kosten) und Leistungen wurden mittels offizieller Unternehmensanfragen erhoben und online per Tarifrechner validiert (Stichtag: 4. Juli 2022). Um eine Vergleichbarkeit der Daten zu gewährleisten, wurden sämtliche Anfrage- und Kundenprofile bei allen Versicherungen identisch eingesetzt.

Bei allen Unternehmen wurden jeweils zwei Produkte separat erhoben und ausgewertet:

- Günstigste Produkte (Basis-Tarife)
- Produkte mit der höchsten Leistungsabdeckung (Komfort-Tarife)

7. Methodik

Produktanalyse – Vorgehensweise

Anfrageprofil (Rahmenbedingungen):

Der gewünschte Versicherungsschutz umfasste Vollkasko und sollte eine Selbstbeteiligung von 300 Euro für die Voll- und 150 Euro für die enthaltene Teilkasko beinhalten. Wenn möglich, sollte in der Haftpflicht die gesetzliche Mindestdeckung gewählt werden. Allen Nutzerprofilen gemeinsam war das Angestelltenverhältnis des Anfragenden. Versicherungsnehmer und Halter waren identisch; gezahlt werden sollte jährlich, wenn angeboten mit Lastschrift. Das Auto sollte rein privat genutzt werden, kreditfinanziert sein und als Abstellort wurde an der Straße/im Freien angegeben.

Der Versicherungsnehmer besaß keine Bahn-Card und hatte bei dem jeweiligen Anbieter keine anderen Versicherungen oder Produkte. Ein gesonderter Schutzbrief, eine Insassenschutzversicherung oder ein Verkehrsrechtsschutz wurden nicht abgeschlossen. Alle Versicherungsnehmer waren Neukunden. Rabatte bei Online-Abschluss wurden berücksichtigt.

7. Methodik

Produktanalyse – Vorgehensweise

Nutzertypen:

Die Kundenprofile differenzierten sich nach den folgenden Merkmalen:

- Familienstand (Single, Paar oder Familie mit fahrberechtigtem Kind)
- Zulassungsbezirk (großstädtisch oder ländlich)
- Regionalklasseneinstufung (hoch oder niedrig)
- Alter (zwischen 25 und 60 Jahren)
- Geschlecht
- Schadenfreiheitsklasse (zwischen SF5 und SF15)
- Jahreskilometerleistung (zwischen 8.000 und 40.000 Kilometer)
- Selbstgenutzte Mietwohnung, Eigentumswohnung oder Eigenheim

7. Methodik

Produktanalyse – Vorgehensweise

Nutzerprofil A: Single

Großstadt, hohe Regionalklasseneinstufung, 25 Jahre,
Versicherungsnehmer: weiblich,
SF5, 8.000 km jährlich, Mietwohnung

Nutzerprofil B: Paar

Kleinstadt, mittlere Regionalklasseneinstufung, 65 Jahre,
Versicherungsnehmer: männlich (mit Partnerin zusammenlebend),
SF15, 19.000 km jährlich, Eigentumswohnung

Nutzerprofil C: Familie (mit fahrberechtigtem Kind im gleichen Haushalt)

ländlich, niedrige Regionalklasseneinstufung, 53 Jahre,
Versicherungsnehmer: männlich (weitere Fahrer: Frau, 49 Jahre und Sohn, 19
Jahre), SF9, 40.000 km jährlich, Eigenheim

Automobilklassen:

- Stellvertretend für die wichtigsten Automobilklassen lagen der Erhebung vier verschiedene Automodelle zugrunde: VW Polo (Kleinwagenklasse), Opel Astra (Kompaktklasse), Mercedes C-Klasse (Mittelklasse) und BMW der 5er-Reihe (Obere Mittelklasse). Für jede dieser Modelle wurden drei Einzeltarife auf Basis der genannten Nutzerprofile erhoben.

7. Methodik

Produktanalyse – Untersuchungskriterien

Produktanalyse	100,0%	
Versicherungsprämien		50,0%
Versicherungsausstattung		50,0%
Versicherungsprämien	100,0%	
Nutzerprofil A: Single	33,3%*	
Nutzerprofil B: Paar	33,3%*	
Nutzerprofil C: Familie mit fahrberechtigtem Kind	33,3%*	
Versicherungsausstattung	100,0%	
Einwandsverzicht im Falle grober Fahrlässigkeit**	10,0%	
Mallorca-Police	10,0%	
Freie Werkstattwahl	10,0%	
Erweiterte Wildtierschadendeckung	10,0%	
Neupreisentschädigung bei Totalschaden	7,5%	
Neupreisentschädigung bei Diebstahl/Verlust	7,5%	
Höhe der Pauschaldeckung	5,0%	
Höhe der Deckungssumme bei Personenschäden	5,0%	

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

** Ausgeschlossen blieb das Fahren unter Alkoholeinfluss oder unter Drogen, besonders schwerwiegende Verkehrsverstöße und wenn die Entwendung des Fahrzeugs oder seiner Teile durch große Fahrlässigkeit ermöglicht wurden.

7. Methodik

Produktanalyse – Untersuchungskriterien

Versicherungsausstattung (Fortsetzung)	
Erstattung von unmittelbaren Schäden durch Marderbiss	5,0%
Erstattung von Folgeschäden durch Marderbiss	5,0%
Versicherungsschutz für fest eingebautes Sonderzubehör	5,0%
Kaufwertentschädigung für Gebrauchtfahrzeuge bei Totalschaden	2,5%
Kaufwertentschädigung für Gebrauchtfahrzeuge Diebstahl/Verlust	2,5%
Verzicht auf Abzug neu für alt:	
Grundsätzlich	2,5%
Reifen	2,5%
Lackierung	2,5%
Batterie	2,5%
Cabrio-Verdecke	2,5%
Innenausstattung/Zubehör	2,5%

	Seite
A. Test-Erlebnisse	42
Positiv	42
Negativ	43
B. Produktanalyse	44
Kfz-Filialversicherer	44
Kfz-Direktversicherer	50
C. Allgemeine Methodik (Servicetests)	55
D. Klimaneutralität	57

B. Produktanalyse

Tarifbezeichnungen – Kfz-Filialversicherer

Kfz-Filialversicherer	Basis-Produkte (Günstigster Tarif)	Komfort-Produkte (Tarif mit höchster Leistungsabdeckung)
ADAC Autoversicherung	Basis	Premium
Allianz	Smart mit Werkstattbonus	Premium
Axa	mobil kompakt	mobil komfort inkl. Premiumschutz
Continentale	Basis	Komfort
DEVK	Aktiv-Schutz mit Kasko-Mobil	Premium-Schutz
Ergo	Smart	Best
Generali Deutschland	/	Optimal
Gothaer	Automobil Tarif mit Werkstattservice	Automobil Tarif mit Fahrerschutz / Premiumschutz
HDI	Motor Komfort	Motor Premium
HUK-Coburg	Basis SELECT mit Telematik PLUS	Classic Kasko PLUS mit Telematik PLUS
Signal Iduna	Basis	Premium
VHV	KLASSIK-GARANT 2.0	KLASSIK-GARANT 2.1 + EXKLUSIV
Zurich	Basis	Premium

B. Produktanalyse

Tarifbezeichnungen – Kfz-Direktversicherer

Kfz-Direktversicherer	Basis-Produkte (Günstigster Tarif)	Komfort-Produkte (Tarife mit höchster Leistungsabdeckung)
AdmiralDirekt.de	Basis	Premium
CosmosDirekt	Basis-Schutz mit Werkstattbindung	Comfort-Schutz
DA Direkt	Basis	Komfort Plus
Europa	Basis	Komfort
Friday	FRIDAY Original mit Werkstattservice	FRIDAY Original
HUK24	Basis SELECT mit Telematik PLUS	Classic Kasko PLUS mit Telematik PLUS
Sparkassen Direktversicherung	AutoBasis	AutoPlusProtect
Verti	Basis mit Kasko Clever	Premium

C. Allgemeine Methodik

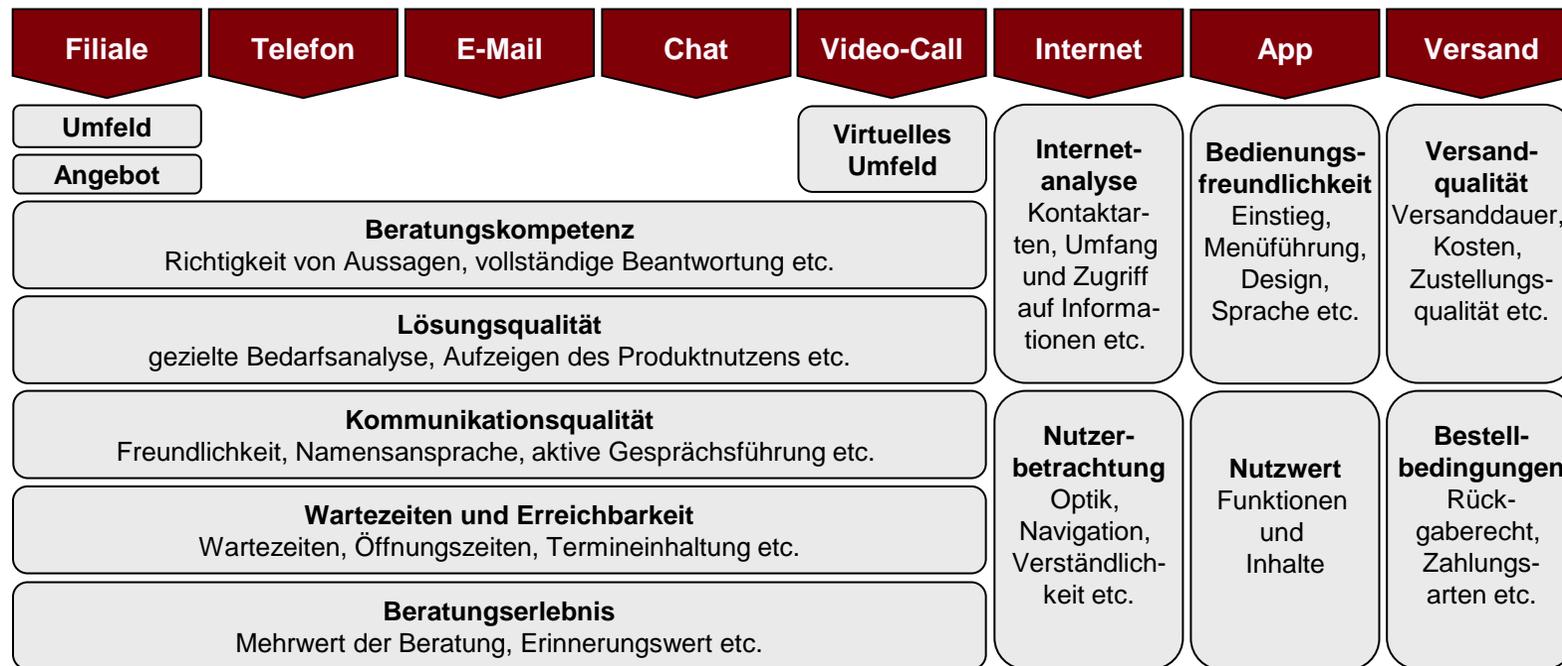
Service-tests

- **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 Kundinnen und Kunden relevanten Kontaktkanäle (Filiale vor Ort, Telefon, E-Mail und Kontaktformular, Online-Chat, App, Video-Call, Internetpräsenz der Unternehmen, Versand)
- **Verfahren:** Datenerhebung mithilfe von Mystery-Tests (= aktive, verdeckte Beobachtung durch geschulte Testerinnen und Tester, die als Kunden auftreten und nach einem festgelegten und standardisierten Kriterienkatalog vorgehen)
- **Mystery-Aktivitäten:** Testkäufe, Testberatungen, Testanrufe, Test-E-Mails, Test-Chats, Test-Video-Calls, Test-App-Analysen auf Basis streng definierter, branchenübergreifender Vorgaben hinsichtlich Fragebögen, Rollenspiele und Kundenprofile
- **Online-Service:** Qualitätsmessung anhand quantitativer Internetanalysen durch Expertenteam sowie Nutzerbetrachtungen durch geschulte Testerinnen und Tester

C. Allgemeine Methodik

Service-tests

Die Abbildung zeigt die Hauptkriterien der Servicetests mit wesentlichen Unterkriterien:



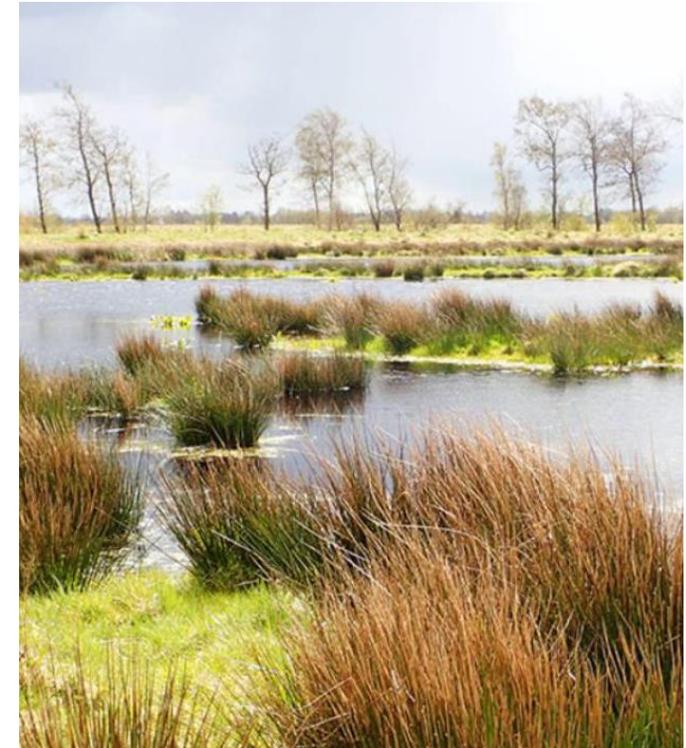
- Bewertungen basieren auf standardisierter Likert-Skala mit fünf Ausprägungen
- Einheitliche Überführung ermittelter Daten in ein Punktesystem (0 bis 100 Punkte)
- Einordnung der Werte in Qualitätсурteilsschema von „sehr gut“ bis „mangelhaft“

D. 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