

# DOKUMENTATION - Zusammenfassung

## Kundenbefragung: Kfz-Versicherer 2023



„Mehr Transparenz – mehr Kundennähe“  
Im Auftrag des Nachrichtensenders ntv  
Hamburg, 15. August 2023

# 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.).

<b>Sitz</b>	Hamburg
<b>Gründung</b>	Juni 2006
<b>Ziele</b>	Transparenz schaffen; Verbesserung der Servicequalität in Deutschland
<b>Status</b>	Privatwirtschaftliches Institut (ohne öffentliche Zuschüsse), verbraucherorientiert, unabhängig (keine Studien im Auftrag von Unternehmen)
<b>Ausrichtung</b>	Mediendienstleister für TV-Sender sowie Publikums- und Fachpresse
<b>Aufgabenfeld</b>	Durchführung von Mystery-Shopping-Studien, Tests und Kundenbefragungen auf Basis standardisierter, objektiver und aktueller Marktforschungsmethodik
<b>Mitarbeiter</b>	Expertenteam aus Ökonomen, Soziologen und Psychologen sowie über 2.000 geschulte Testerinnen und Tester in ganz Deutschland
<b>Beirat</b>	Vorsitz: Brigitte Zypries / Bundesministerin a. D. (Wirtschaft und Justiz) Prof. Dr. Michel Clement / Institut für Marketing der Universität Hamburg Jochen Dietrich / Journalist, Experte ntv Wirtschaftsmagazine Judith Klose / Vice President Media & Marketing bei Civey
<b>Verantwortung</b>	Klimaschutzprojekte in Partnerschaft mit myclimate und MoorFutures

Der Beirat unterstützt die unabhängige Arbeit und die strategische Weiterentwicklung des DISQ.



**Brigitte Zypries**  
Beiratsvorsitzende  
Ex-Bundesministerin  
für Wirtschaft und  
Energie, davor lang-  
jährige Bundesjustiz-  
ministerin



**Prof. Dr. Michel Clement**  
Inhaber des Lehrstuhls für  
Marketing & Medien am  
Institut für Marketing der  
Universität Hamburg



**Jochen Dietrich**  
Journalist und Experte  
für die Wirtschaftsmagazine des Nachrichten-  
senders ntv



**Judith Klose**  
Vice President Media &  
Marketing beim digitalen  
Markt- und Meinungsfor-  
schungsunternehmen Civey

# Inhaltsverzeichnis

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

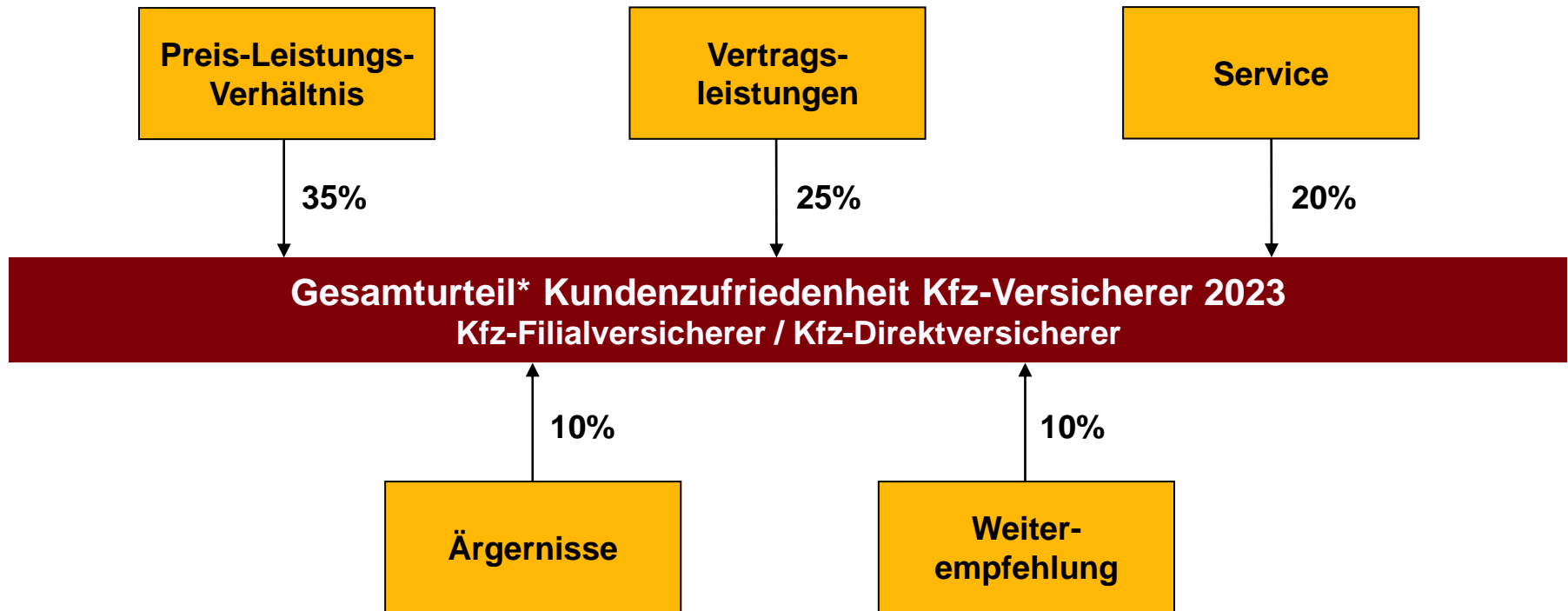
	<b>Seite</b>
<b>1. Zahlen und Fakten zur Studie</b>	<b>6</b>
<b>2. Fazit</b>	<b>8</b>
<b>3. Die besten Unternehmen</b>	<b>9</b>
<b>4. Gesamturteil Kundenzufriedenheit</b>	<b>10</b>
Kfz-Filialversicherer	10
Kfz-Direktversicherer	14
<b>5. Stärken und Schwächen der Branche</b>	<b>17</b>
<b>6. Methodik</b>	<b>22</b>
<b>Anhang</b>	<b>28</b>

# 1. Zahlen und Fakten zur Studie

<b>Auftraggeber</b>	Nachrichtensender ntv
<b>Studienumfang</b>	25 Kfz-Filialversicherer (Versicherer mit Vermittlernetz) und elf Kfz-Direktversicherer; in der Einzelauswertung: 22 Kfz-Filialversicherer und 9 Kfz-Direktversicherer, die mindestens 100 Kundenmeinungen erreichten
<b>Studienzeitraum</b>	März bis Juli 2023
<b>Befragungszeit</b>	18. April bis 13. Juli 2023
<b>Befragte</b>	Personen; 18 Jahre und älter; die eine Kfz-Versicherung besitzen
<b>Teilnehmerzahl</b>	n = 3.402 (Kfz-Filialversicherer: n = 2.413, Kfz-Direktversicherer: n = 989)
<b>Kriterien</b>	Preis-Leistungs-Verhältnis, Vertragsleistungen, Service, Ärgernisse und Weiterempfehlung
<b>Erhebung</b>	Kundenbefragung über ein Online-Access-Panel; standardisierter Fragebogen zur Kundenzufriedenheit

# 1. Zahlen und Fakten zur Studie

## Bewertungskriterien und Gewichtungen



\* In die Gewichtung flossen die Ergebnisse einer linearen Regression sowie die Relevanz der einzelnen Kriterien aus Sicht der Kundinnen und Kunden ein.

# 3. Die besten Unternehmen

	1. Platz	2. Platz	3. Platz
<b>Gesamturteil Kundenzufriedenheit Kfz-Filialversicherer</b>	HUK-Coburg	DEVK	WGV
Preis-Leistungs-Verhältnis	HUK-Coburg	WGV	ADAC Autoversicherung
Vertragsleistungen	HUK-Coburg	Ergo	ADAC Autoversicherung
Service	HUK-Coburg	DEVK	LVM
Ärgernisse	HUK-Coburg	WGV	Debeka
Weiterempfehlung	DEVK	LVM	HUK-Coburg
<b>Gesamturteil Kundenzufriedenheit Kfz-Direktversicherer</b>	CosmosDirekt	HUK24	Verti
Preis-Leistungs-Verhältnis	CosmosDirekt	Verti	Friday
Vertragsleistungen	Verti	CosmosDirekt	Friday
Service	CosmosDirekt	Verti	HUK24
Ärgernisse	HUK24	CosmosDirekt	Allianz Direct
Weiterempfehlung	CosmosDirekt	HUK24	Friday



# 4. Gesamturteil Kundenzufriedenheit Kfz-Filialversicherer

Gesamturteil Kundenzufriedenheit Kfz-Filialversicherer			
Rang	Unternehmen	Punkte*	Qualitätsurteil
1	HUK-Coburg	81,0	sehr gut
2	DEVK	79,4	gut
3	WGV	79,2	gut
4	LVM	79,0	gut
5	ADAC Autoversicherung	77,9	gut
6	Debeka	77,9	gut
7	Provinzial	77,6	gut
8	SV Sparkassen Versicherung	77,5	gut
9	VHV	77,0	gut
10	Axa	76,7	gut
11	Allianz	76,7	gut

Gesamturteil Kundenzufriedenheit Kfz-Filialversicherer			
Rang	Unternehmen	Punkte*	Qualitätsurteil
12	Ergo	76,7	gut
13	Württembergische	76,5	gut
14	VGH	76,0	gut
15	Signal Iduna	75,5	gut
16	Generali Deutschland	75,4	gut
17	Gothaer	75,2	gut
18	Versicherungskammer Bayern	75,0	gut
19	Mecklenburgische	73,6	gut
20	R+V	72,8	gut
21	Continentale	72,7	gut
22	HDI	72,0	gut
Gesamt Filialversicherer		76,3	

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	81,8	sehr gut
2	HUK24	80,4	sehr gut
3	Verti	79,5	gut
4	Friday	79,2	gut
5	Allianz Direct	79,1	gut
6	Sparkassen Direktversicherung	79,1	gut
7	AdmiralDirekt.de	77,5	gut
8	Europa	75,8	gut
9	DA Direkt	75,7	gut
	Gesamt Direktversicherer	78,5	

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 22 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
- 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.

# 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 (vor Ort\*\*), Telefonischer Kundenservice, Kundenservice per E-Mail oder Kontaktformular, Chat, Internetauftritt)

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

\*\* Konkretisierung „vor Ort“ nur für befragte Kundinnen und Kunden eines Kfz-Filialversicherers

## Antwortoptionen

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

## Fallzahlen\*

Preis-Leistungs-Verhältnis: n = 2.390 (Kfz-Filialversicherer)  
n = 984 (Kfz-Direktversicherer)

Vertragsleistungen: n = 2.280 (Kfz-Filialversicherer)  
n = 930 (Kfz-Direktversicherer)

Service: n = 2.321 (Kfz-Filialversicherer)  
n = 951 (Kfz-Direktversicherer)

\* Basis: alle Befragten, n = 2.413 (Filialversicherer) und n = 989 (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 = 236) beziehungsweise ihren Kfz-Direktversicherer (n = 71) 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 = 2.413 (Filialversicherer) und n = 989 (Direktversicherer). Fallzahlen variieren aufgrund der Antwortmöglichkeit „keine Angabe“.

# 6. Methodik

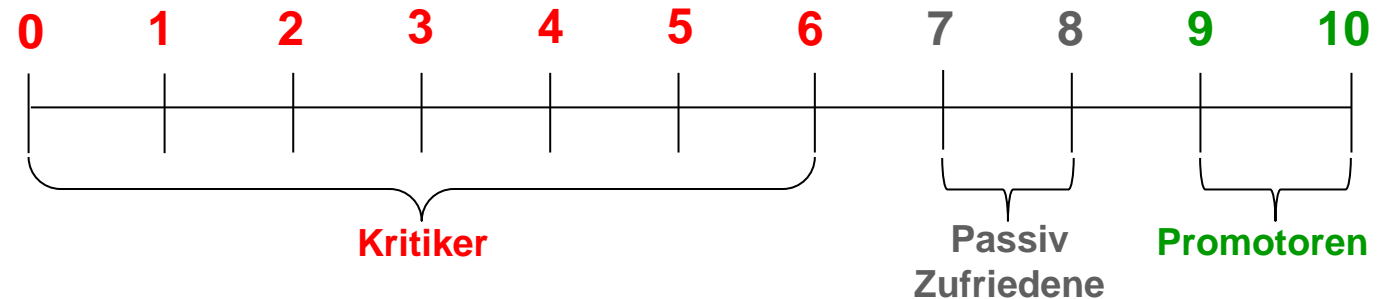
## Frage

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
<b>A. Kundenerfahrungen</b>	<b>29</b>
<b>B. Ergebnisse der Teilbereiche</b>	<b>31</b>
Preis-Leistungs-Verhältnis	31
Vertragsleistungen	34
Service	37
Ärgernisse	40
Weiterempfehlung	44
<b>C. Weitere Ergebnisse</b>	<b>46</b>
<b>D. Demografie</b>	<b>68</b>
<b>E. Allgemeine Methodik</b>	<b>70</b>
<b>F. Nachhaltigkeit</b>	<b>71</b>

# D. Demografie

Geschlecht	
Männlich	49,8%
Weiblich	49,9%
Divers	0,4%

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

Alter	
18 bis 19 Jahre	0,3%
20 bis 29 Jahre	8,6%
30 bis 39 Jahre	23,4%
40 bis 49 Jahre	27,3%
50 bis 59 Jahre	21,4%
60 Jahre und älter	19,0%

# D. Demografie

Bildungsabschluss	
(Noch) kein Schulabschluss / noch Schülerin/Schüler an allgemeinbildender Schule	0,0%
Volks-/Grund-/Hauptschule ohne abgeschlossene Lehre/Berufsausbildung	2,0%
Volks-/Grund-/Hauptschule mit abgeschlossener Lehre/Berufsausbildung	12,0%
Mittlere Reife / weiterführende Schule ohne Abitur	27,8%
Abitur / Hochschulreife ohne Studium	32,2%
Studium (Universität, Hochschule, Fachhochschule, Akademie, Polytechnikum)	26,1%

Erwerbsstatus	
Nicht erwerbstätig / arbeitslos	2,8%
Angestellt (Vollzeit)	55,5%
Angestellt (Teilzeit)	13,1%
Selbstständig	12,7%
Schulpflichtig / studierend	3,0%
Pensioniert / in Rente	12,9%

Anzahl im Haushalt lebender Personen	
Eine Person	25,9%
Zwei Personen	45,0%
Drei Personen	20,7%
Vier oder mehr Personen	8,3%

# 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. Nachhaltigkeit

## Klimaschutz mit myclimate und MoorFutures

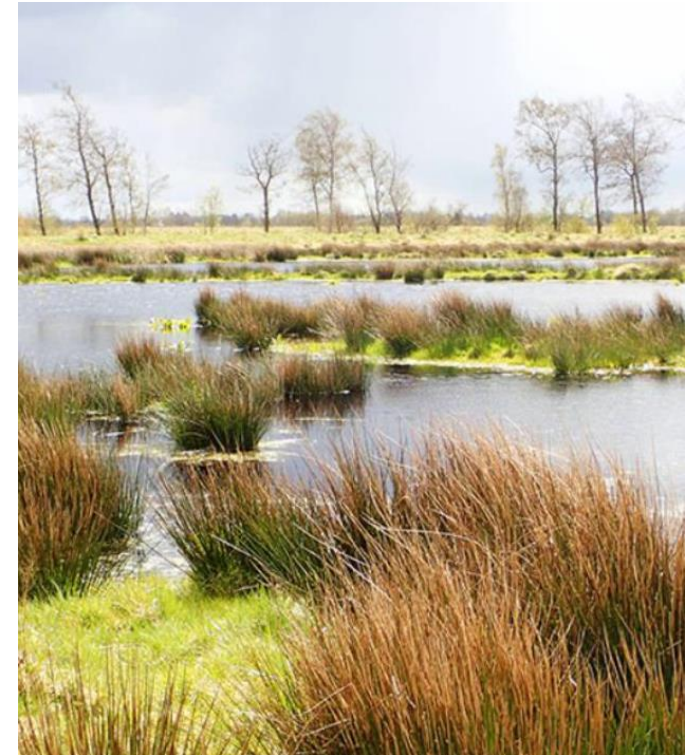


myclimate.org/07-23-221508



# Moor Futures

- Jährliche Berechnung des CO<sub>2</sub>-Fußabdrucks des DISQ durch Umweltexperten von myclimate
- Regelmäßige Prüfung und Umsetzung weiterer CO<sub>2</sub>-Reduktionsmaßnahmen
- Kompensation aller aktuell unvermeidbaren CO<sub>2</sub>-Emissionen in myclimate-Klimaschutzprojekte
- Weiterer Klimaschutzbeitrag zur Renaturierung des Königsmoores in Schleswig-Holstein (MoorFutures)
- Nachhaltigkeit als Teil der Unternehmenskultur
- Klimapositiv durch Klimaschutzprojekte
- Mehr dazu online unter: [disq.de/klima](https://disq.de/klima)



Projekt: Wiedervernässung von Hochmoorgrünland im Königsmoor in Schleswig-Holstein