

## Studie: Kfz-Versicherer 2016 / Hohe Kostenersparnis – Drei Versicherer mit mangelhaftem Service – Testsieger sind HUK-Coburg und CosmosDirekt

**Kfz-Versicherung vergleichen und wechseln - jedes Jahr im Herbst, wenn für viele Policen der Kündigungstichtag naht, kocht dieses Thema hoch. Aber lohnt ein Vergleich eigentlich wirklich? Eindeutige Antwort: ja. Die Kosten-, Leistungs- und Serviceunterschiede sind erheblich. Das zeigt die aktuelle Studie des Deutschen Instituts für Service-Qualität, welches im Auftrag des Nachrichtensenders n-tv 30 Kfz-Versicherer getestet hat (Sendehinweis: n-tv Ratgeber - Geld, Mittwoch, 21.09.2016, 18:35 Uhr).**

### **Kostenersparnis von über 50 Prozent möglich**

Sowohl bei Basis- wie auch bei leistungsstarken Komfort-Tarifen lohnt der Vergleich. Bei den günstigsten Produkten können bis zu rund 51 Prozent, bei den leistungsstärksten Tarifen gut 48 Prozent gespart werden, wenn man sich für den jeweils besten Anbieter entscheidet. Abhängig vom jeweiligen Testszenario (Kundenprofil und Automodell) beträgt die mögliche Ersparnis im Jahr maximal fast 1.300 Euro.

### **Guter Service kein Standard**

Nur sieben der 30 Versicherer bieten einen guten Service. Mängel zeigen sich insbesondere bei der E-Mail-Bearbeitung: Antworten sind häufig unvollständig, treffen erst nach durchschnittlich 30 Stunden ein oder bleiben komplett aus. Über ein Viertel der Anfragen (27,7 Prozent) werden im Test von den Kfz-Versicherern nicht beantwortet. Auch der telefonische Service weist große Unterschiede auf. So bieten beispielsweise drei Unternehmen überhaupt keine allgemeine Hotline für telefonische Anfragen an. Resultat: Drei Versicherer erhalten beim Service das Urteil „mangelhaft“.

### **Basis-Tarife seltener eine Empfehlung**

Der Test zeigt, dass günstige Basis-Tarife, die vor allem besonders preissensible Autofahrer ansprechen, deutlich geringere Leistungen bieten. Konsequenz: Schäden müssen die Versicherungsnehmer im Fall der Fälle häufig selbst zahlen. Über alle Versicherungen im Test bieten die so genannten Komfort-Tarife oft das bessere Preis-Leistungs-Verhältnis. Markus Hamer, Geschäftsführer des Deutschen Instituts für Service-Qualität, merkt an: „Auch unter den leistungsstärksten Komfort-Tarifen finden sich noch recht kostengünstige. Der Verbraucher sollte aber beim Vergleich neben Prämie und Versicherungsausstattung die Serviceleistung der Unternehmen nicht außer Acht lassen.“

### **Die besten Kfz-Versicherer**

Testsieger der Kfz-Filialversicherer ist HUK-Coburg mit dem Qualitätsurteil „gut“. Der Anbieter überzeugt insbesondere durch niedrige Kosten – sowohl beim angebotenen Basis- als auch beim Komfort-Tarif. Letzterer bietet zudem einen im Vergleich großen Leistungsumfang. So wird beispielsweise bei Totalschäden von Gebrauchtfahrzeugen 24 Monate lang eine Kaufwerterstattung gewährt. Zudem zeigt das Unternehmen eine insgesamt gute Serviceleistung – vor allem die souveränen Mitarbeiter an der kostenlosen Hotline punkten und geben korrekte und sehr verständliche Auskünfte. E-Mail-Anfragen werden vergleichsweise schnell, freundlich und korrekt beantwortet. Die Plätze zwei und drei belegen Allianz und DEVK, die sich ebenfalls das Qualitätsurteil „gut“ sichern.



CosmosDirekt (Qualitätsurteil „gut“) ist bester Kfz-Direktversicherer und bestätigt damit den Testsieg des Vorjahres. Nicht nur der Komfort-Tarif überzeugt in puncto Leistungen; auch das Basis-Produkt des Anbieters verfügt über den im Vergleich größten Leistungsumfang inklusive Mallorca-Deckung und freier Werkstattwahl. Zudem profiliert sich CosmosDirekt mit einem sehr informativen und bedienungsfreundlichen Internetauftritt, der auch einen Chat zur direkten Kontaktaufnahme bietet. Der Service per E-Mail überzeugt unter anderem mit fachkundigen und freundlich formulierten Auskünften. Auf den Plätzen zwei und drei unter den Direktversicherern positionieren sich die Sparkassen Direktversicherung und AdmiralDirekt.de.

Das Deutsche Institut für Service-Qualität testete insgesamt 30 Kfz-Versicherer – 19 Filial- und 11

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 drei Unternehmen keine Hotline an, was die Durchführung von Mystery-Calls hier verhinderte. Somit flossen insgesamt 900 Servicekontakte in die Auswertung ein. In einem weiteren Schritt erfolgte im Rahmen einer Produktanalyse eine umfassende Bewertung aktueller Tarifkosten und Versicherungsleistungen (Datenstand: 15.07.2016). Untersucht wurden jeweils die günstigsten Produkte (Basis-Tarife) sowie die Versicherungen mit der höchsten Leistungsabdeckung (Komfort-Tarife) für zwölf verschiedene Kundenprofile – vier Automobilklassen in Kombination mit drei Nutzertypologien.

#### **Pressekontakt:**

Martin Schechtel  
Telefon: +49 (0)40 / 27 88 91 48 - 20  
E-Mail: [m.schechtel@disq.de](mailto:m.schechtel@disq.de)

#### **Unternehmen**

DISQ Deutsches Institut für Service-Qualität GmbH & Co. KG  
Dorotheenstraße 48  
22301 Hamburg

Internet: [www.disq.de](http://www.disq.de)

**Über DISQ Deutsches Institut für Service-Qualität GmbH & Co. KG**

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.