

Kfz-Versicherung im Internet: Schnell und benutzerfreundlich soll es sein

Von Jens Riedel

Vor einem Jahr wollte das Goslar Institut wissen, welches Vergleichportal bei der Suche nach der günstigsten Kfz-Versicherung das beste ist. Die Antwort: keine kann immer in allen Punkten überzeugen. Mit einer neuerlichen Studie wollte die von der HUK Coburg initiierte Studiengesellschaft für verbrauchergerechtes Versichern nun herausfinden, ob die Verbraucherportale überhaupt den Wünschen der Kunden entsprechen. Sie trägt den Titel „Vergleichsportale und Verbrauchervünsche – was wollen die Kunden und was bekommen sie im Internet?“. Vorgestellt wurden die Ergebnisse in dieser Woche in Köln.

Statt fiktiv aufgrund der Bevölkerungsstruktur konstruierter Nutzer, wurden dieses Mal echte Probanden herangezogen. Von den 500 Testpersonen waren bewusst die subjektiven Eindrücke gefragt. Fakt war auch hier: Es gibt kein Portal, das für jede Anfrage das beste Ergebnis lieferte, aber es lassen sich bei Vertragsabschlüssen über Vergleichsportale und Direktversicherer durchaus 100 bis 200 Euro Prämie sparen.

Mit der Untersuchung beauftragt wurde Prof. Horst Müller-Peters vom Institut für Versicherungswesen und Direktor der Forschungsstelle Versicherungsmarkt der FH Köln. Er ließ jeden der 500 Probanden bei je zwei Vergleichsportalen und einem Direktversicherer anfragen und nach ihrem ganz persönlichen Urteil bewerten. Hoch im Kurs der Internetnutzer stehen vor allem Übersichtlichkeit und Benutzerfreundlichkeit, sauer stößt insbesondere die Abfrage von zu vielen persönlichen Daten auf. So punkteten dann auch gerade die Marktführer Check24 und Transparo sowie HUK24 bei den Direktversicherern mit ihrer klaren Menüführung. Alle drei führten auch zeitlich am schnellsten zu einer Antwort auf die Anfrage und genießen in Sachen Datenschutz großes Vertrauen. Sie lagen auch am Ende in der Gesamtbewertung vorne.

Die höchste Trefferquote erzielte allerdings Test.de. Das neutrale Verbraucherportal schreckt die meisten Nutzer aber ab. Der Grund: Es wird eine Gebühr von 16 Euro

erhoben. Hier herrscht offenbar nach wie vor überwiegend die Meinung, das Internet darf nichts kosten. Das Geld kann jedoch gut angelegt sein und durch die Ersparnis im Prinzip schnell wieder hereingeholt sein, stellte Müller-Peters klar. Weitgehend unbekannt ist, dass auch der Bund der Versicherten mit einem eigenen Vergleichsportal im Internet vertreten ist (Insurancestation).

Etwas über die Hälfte (53 Prozent) der Portalnutzer in der Studie könnten durch einen Wechsel einen günstigeren Kfz-Tarif bekommen. Im Schnitt würden sie durch einen Wechsel etwa 120 Euro sparen. Lediglich zehn der 1500 Anfragen konnten überhaupt nicht beantwortet werden. Hauptkriterium für einen Abschluss bleibt der Preis, aber auch der Bekanntheitsgrad des Anbieters. Die Leistungsmerkmale spielen häufig eine untergeordnete Rolle. Dennoch entscheiden sich immerhin ein Drittel nicht für das günstigste Angebot. Bei Geld.de lag dieser Anteil sogar bei fast 50 Prozent.

Fast jeder zweite Proband konnte im Rahmen der Erhebung übrigens nicht sagen, ob das Vergleichsportal eine Provision bei Vertragsabschluss erhält. Hier zeigt sich Autoversicherung.de der Sparkasse am transparentesten. Ebenso wenig herrscht vielfach Klarheit über die Anzahl der vom Vergleichsanbieter erfassten Versicherungsgesellschaften. Die Marktabdeckung beträgt im besten Fall nur rund 55 Prozent. Auch mit den AGBs wird eher sorglos umgegangen: Nur jeder Fünfte hat sie überhaupt gelesen.

Prof. Horst Müller-Peters rät Schnäppchenjägern, auf jeden Fall immer mehrere Vergleichsportale zu nutzen. Schneller und einfacher geht es aber meistens direkt über die Onlineangebote der Versicherer – aber auch hier gilt: mehrere vergleichen. Neben dem Preis kann grundsätzlich ein Blick auf die Leistungsmerkmale nicht schaden, sonst kann sich so manch günstiger Tarif im Schadenfall als teuer erweisen.

Den Portalen empfiehlt Müller-Peters für Transparenz über ihre Marktabdeckung und Finanzierung zu sorgen, die Seiten übersichtlich zu gestalten, nicht mehr Daten als nötig zu erheben und nicht zu hohe Erwartungen zu wecken. In der Studie ist ein Fall genannt, in dem Ersparnisse von über 1300 Euro versprochen werden „So viel kostet ein durchschnittlicher Vertrag ja nicht einmal“, stellte der Versicherungsexperte fest.

Immerhin konnten sich aufgrund ihrer neuen Erfahrungen 37,5 Prozent der an der Untersuchung beteiligten Personen vorstellen, ihre nächste Versicherung über ein Online-Versicherungsportal abzuschließen, und 24,4 Prozent direkt bei einem Versicherer. Die aktuelle Abschlussquote der bestehenden Verträge lag bei 19 Prozent (Portal) bzw. 22 Prozent (Direktversicherung). (ampnet/jri)

Bilder zum Artikel:



Prof. Horst Müller-Peters stellte seine Studie „Vergleichsportale und Verbraucherwünsche – was wollen die Kunden und was bekommen sie im Internet?“ vor.



Prof. Horst Müller-Peters stellte seine Studie „Vergleichsportale und Verbraucherwünsche – was wollen die Kunden und was bekommen sie im Internet?“ vor.



Prof. Horst Müller-Peters stellte seine Studie „Vergleichsportale und Verbraucherwünsche – was wollen die Kunden und was bekommen sie im Internet?“ vor.



Prof. Horst Müller-Peters stellte seine Studie „Vergleichsportale und Verbraucherwünsche – was wollen die Kunden und was bekommen sie im Internet?“ vor.