

Mit neuen Inhalten: NPS,
Prozesse Vorsorge-
leistungen und Online-
Kundendialog

Servicebarometer Assekuranz 2011

Zufriedenheit, Bindung und Serviceerfahrungen
von Endkunden im deutschen Versicherungsmarkt

Ihr Ansprechpartner zum Servicebarometer:
Jana Fricke
Tel. 0221-420 61 453
jana.fricke@psychonomics.de

ServicebarometerAssekuranz
YouGovPsychonomics

Das Servicebarometer Assekuranz

Das Servicebarometer Assekuranz ist das Standardinstrument zur Kundenzufriedenheit und Servicequalität in der Assekuranz. Es bietet Ihnen einen umfassenden Blick auf die Marktentwicklung und Ihre Konkurrenten und zeigt Möglichkeiten zur Verbesserung der Kundenbeziehung auf.

Auf den folgenden Seiten wird das Servicebarometer Assekuranz vorgestellt:

1. Aufbau
2. Ergebnisse
3. Kosten und Bestellung



1

Aufbau



Anlage der Untersuchung

**repräsentative Befragung (telefonisch und online) für Privathaushalte
7.500 Interviews mit 10.000 Urteilen von Versicherungskunden**

Prozessbezogene Zufriedenheitsabfrage zu verschiedenen Kontaktstellen

Durch hohe Fallzahl enge zeitliche Filter zu Kontakterfahrungen möglich

- i. d. R. maximal 1 Jahr
- Analysemöglichkeit zu letzten 3 Monaten
= sehr gute Vergleichbarkeit mit prozessbezogenen Eigenkundenbefragungen

■ **Kontaktstellen:**

- Innendienst/Zentrale/Call-Center
- Ausschließlichkeitsvertrieb
- Makler
- Bank/ Sparkasse
- Agentur/Niederlassungen
- Internet, **Online-Kundendialog**

■ **Prozesse:**

- Neuabschluss
- Antragsbearbeitung
- Laufende Betreuung
- Beschwerde
- Vertragsänderung
- Schaden-/Leistungsbearbeitung
- **Vorsorgeleistung (pAV-Auszahlung)**

Stichprobenplan

Befragung 1:

- **4500** CATI-Interviews in 3 Wellen
- Befragung zu 2 Versicherern
- Inhalte:
 - Kundenbindung
 - Globalzufriedenheit
 - Prozesserfahrung bei seltenen Ereignissen (Schaden/Leistungsfall, Beschwerde, Neuabschluss, Vertragsänderung, Innendienst, Internet)

Befragung 2:

- **2000** CATI-Interviews in einer Welle
- Befragung zu einem Versicherer
- Inhalte:
 - Kundenbindung
 - Globalzufriedenheit
 - Erfahrung mit sämtlichen Leistungsbereichen (Produkt, Betreuung, Außendienst, Innendienst, Schriftwechsel, Marke, Schaden, Beschwerde, Vertrag, ...)

Befragung 3:

neu

- **1000** Online-Interviews (YouGovPsychonomics Panel) in einer Welle im Befragung zu einem Versicherer
- Inhalte:
 - Kundenbindung
 - Globalzufriedenheit
 - Erfahrung mit sämtlichen Leistungsbereichen (Produkt, Betreuung, Innendienst, Marke, Schaden, Beschwerde, Vertrag, ...)
 - **Spezialthema: Online-Kundendialog**

	Jan	Feb	Mär	Apr	Mai	Jun	Jul	Aug	Sep	Okt	Nov	Dez	SUMME
Befragung 1				1500			1500			1500			4500
Befragung 2									2000				2000
SUMME CATI													6500
Zusatz-befragung Online										1000			1000

Das Grundmodell

Geschäftserfolg!

Wirkungsebene

Zufriedenheit, Einstellung und geplantes Verhalten

Zufriedenheit

**Passive
Bindung**

z. B. Loyalität

**Aktive
Bindung**

z. B. Cross-Selling

Identifikation

z. B. Exklusivität

nur indirekt
beeinflussbar

Maßnahmenebene

Konkrete Erfahrungen mit den Leistungen des Unternehmens

Produkte

Produkte und
Konditionen

**Interaktion/
Prozesse**

z. B. Betreuung, Schaden,
Abschluss, Beschwerde,
Innendienst, ...

**Marke/
Öffentlichkeit**

Markenbild
Werte und Kultur
Werbung und PR

direkt
beeinflussbar

Servicebarometer Assekuranz: Merkmale

Bindung – Marke – Werte und Kultur – Produkt – Werbung/PR

Kundenbindung

- Gesamtzufriedenheit
- Loyalität
- Weiterempfehlung
- Cross-Selling
- Wiederwahl
- Identifikation
- Exklusivität

Marke

- Prägnanz
- Sympathie
- Vertrauen
- Ruf der Gesellschaft
- Identifikation

Werte und Kultur

- soziales Verantwortungsbewusstsein
- Wertschätzung treuer Kunden
- Serviceorientierung

Vertrag/Produkt

- Zufriedenheit mit den Vertragsbedingungen
- Beitragshöhe
- Flexibilität
- Rendite der LV
- Solidität der Gesellschaft
- Produkte entsprechen den Absicherungsbedürfnissen
- umfassendes Produktangebot
- Vertragsbedingungen ohne Fallstricke
- Bündelrabatt
- Assistance-Leistungen

Werbung/PR

- Erinnerung
- Gefallen der Werbung
- Glaubwürdigkeit
- Werbung passt
- Werbung spricht an
- Tonalität der Berichterstattung der Medien

Servicebarometer Assekuranz: Servicemerkmale

Abschlussphase – Beschwerdebearbeitung – Schriftwechsel – laufende Betreuung

Abschlussphase

- Gesamtzufriedenheit mit der Abschlussphase
- Abschlussort
- Information über Deckungsumfang
- Information über Laufzeit und Kündigungsmöglichkeiten
- schriftliches Informationsmaterial
- Angebot von Produktvarianten
- verständliche Darstellung der Vertragsbedingungen
- Informationen über Vor- und Nachteile der Produkte
- Berücksichtigung individueller Bedürfnisse
- Hilfe bei Entscheidungsfindung
- Policierungsdauer
- Fehlerfreie Policierung
- Verständlichkeit der Vertragsunterlagen

Beschwerdebearbeitung

- Gesamtzufriedenheit mit der Beschwerdebearbeitung
- Reaktionsdauer
- Bearbeitungsdauer
- Freundlichkeit
- Ernst nehmen
- Kulanz

Schriftwechsel

- Gesamtzufriedenheit mit dem Schriftwechsel
- Verständlichkeit der Rechnungen
- moderne Sprache
- Verständlichkeit
- freundlicher Ton
- informative Werbebriefe
- Bezug auf persönlichen Bedarf

Laufende Betreuung

- Gesamtzufriedenheit mit der laufenden Betreuung
- Kontakthäufigkeit zu ...
 - ...einem Versicherungsvertreter
 - ... einer Niederlassung oder großen Geschäftsstelle
 - ... einer Bank oder Sparkasse
 - ... einem unabhängigen Versicherungsmakler oder Finanzdienstleister
 - ... der Zentrale, dem Innendienst

Servicebarometer Assekuranz: Servicemerkmale

Berater – Schadenfall/Leistungsfall

Berater: Vertreter/Niederlassung/Makler/Bank

- Gesamtzufriedenheit mit dem Berater
- Gesamtzufriedenheit mit der Geschäftsstelle
- Kontaktinitiative
- Kontaktort
- Häufigkeit von Vertreterwechseln
- Erreichbarkeit (Anzahl Anrufversuche/Zufriedenheit)
- Erreichbarkeit außerhalb der Geschäftszeiten
- Vertrauen
- Freundlichkeit
- Zeit nehmen und zuhören
- Verkaufsdruck
- Einhaltung von Zusagen
- Produktempfehlungen
- rät zu Vertragsänderungen
- kann alle Fragen beantworten
- geht auf persönliche Situation ein
- bearbeitet Anliegen schnell
- geht initiativ auf Kunden zu
- fühlt sich für Anliegen zuständig
- Verständlichkeit von Erklärungen
- Sympathie
- versteht schnell
- unterstützt beim Papierkrieg

- passt Versicherungsschutz der aktuellen Lebenssituation an
- führt eine Analyse der finanziellen Gesamtsituation durch

Schadenfall/Leistungsfall

- Gesamtzufriedenheit mit der Bearbeitung
- Kontaktstelle
- Schaden/Leistung wird bezahlt
- Gründe für Ablehnung werden genannt
- Zahlungshöhe
- Dauer bis zur Zahlung
- Dauer bis zur Zahlungszusage
- Zwischenbescheid über den Stand der Bearbeitung
- Unkompliziertheit
- Verständlichkeit Formulare
- Korrektheit Abrechnung
- Transparenz Abrechnung
- Assistance
- umfassendes Schadenmanagement
- Information über den Verfahrenstand
- Einhaltung von Zusagen
- Erreichbarkeit bei Schadenfall
- Anliegen ernst nehmen

Servicebarometer Assekuranz: Servicemerkmale

Leistungsfall Vorsorge – Vertragsänderung – Zentrale/Innendienst

Leistungsfall Vorsorge

- Zufriedenheit mit der Abwicklung der Auszahlung
- Auszahlungshöhe
- Überschussbeteiligung
- Dauer bis zur Zahlung
- Unkompliziertheit
- Korrektheit Abrechnung
- Detaillierte Gesamtabrechnung
- pünktliche Auszahlung
- Einhaltung von Zusagen
- Wiederanlage

Vertragsänderung

- Gesamtzufriedenheit mit der Vertragsänderung
- problemlos
- schnell
- korrekt

neu

Zentrale/Innendienst

- Gesamtzufriedenheit mit der Zentrale
- Kontakthanlass
- Erreichbarkeit (Anzahl Anrufversuche/Zufriedenheit)
- Zahl der Weiterverbindungen
- Wartezeit in der Warteschleife
- Freundlichkeit
- Zeit nehmen und zuhören
- gut erreichbar
- fühlt sich für Anliegen zuständig
- versteht schnell
- Information über Versicherungsbestand ohne Erklärungen des Kunden
- Zusagen einhalten
- geht auf persönliche Situation ein
- bearbeitet Anliegen schnell
- Anliegen werden vollständig bearbeitet
- erklärt verständlich
- kann alle Fragen beantworten
- Dauer der Anliegenbearbeitung
- Zwischenbescheid



Servicebarometer Assekuranz: Servicemerkmale

Telefonischer Kontakt (IVR) – Internet – Online-Kundendialog

Neu,
nur Online

Telefonischer Kontakt (IVR)

- Gesamtzufriedenheit mit automatischen Ansage und Steuerung
- Dauer
- verständlicher Ansagetext
- einfache Bedienung

Internet

- Besuch/Nutzung der Internetseite
- Gesamtzufriedenheit mit dem Internetauftritt
- Internetseite passt
- Vertrauenswürdig
- Enthält alle benötigten Informationen/Funktionen
- Texte auf neustem Stand
- Inhalte verständlich und anschaulich
- Schnelle Ladezeiten
- leichte Dateneingabe
- Nutzung Tarifrechner
- Zufriedenheit mit dem Tarifrechner
- Vertragsabschluss über das Internet
- Angebot von Apps zum Versicherungsabschluss
- Nutzung Apps

Online-Kundendialog

- Kontaktanlass
- Kontaktweg
- Gesamtzufriedenheit mit dem Kontakt
- Anliegen werden schnell bearbeitet
- Anliegen werden vollständig bearbeitet
- Einfachster Kontaktweg mit der Gesellschaft
- Anliegen werden korrekt bearbeitet
- Mitarbeiter rufen zurück
- Es könne auch spezielle Fragen beantwortet werden
- Online-Kontakt ersetzt andere Kontaktwege
- Individuelle Anliegenbearbeitung
- Fragen werden einfach und verständlich beantwortet
- Dauer der Anliegenbearbeitung
- Zwischenstand
- Intensivierung des Kontaktweges
- Intensivierung nach Kontaktanlässen



2

Ergebnisse



Ergebnisse: Leistungen des Servicebarometer Assekuranz

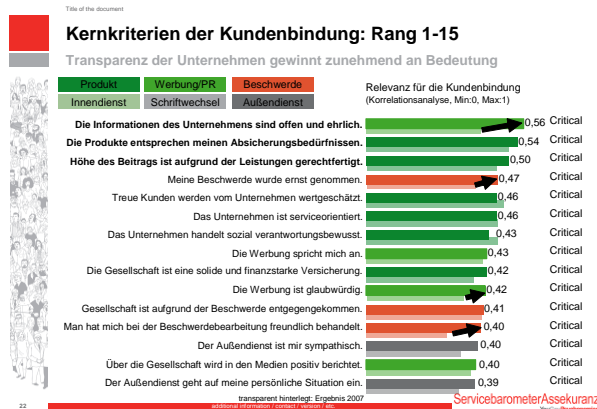
verstehen.

Der Entstehung von Kundenbindung auf den Grund gehen.

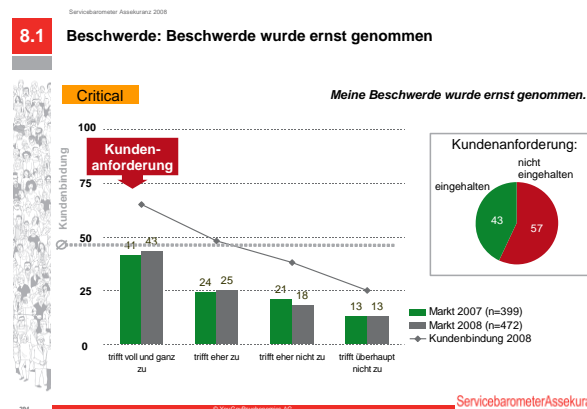


- Penalty-Reward-Analyse: Welche Leistungsmerkmale bestimmen die Zufriedenheit und Kundenbindung?
- Steckbriefe für alle Merkmale: Servicestandards
- Kompensationsanalysen: Wie können Leistungsschwächen ausgeglichen werden?

Relevanzanalysen zu allen Leistungsmerkmalen



Ableitung von konkreten Servicestandards



Ergebnisse: Leistungen des Servicebarometer Assekuranz

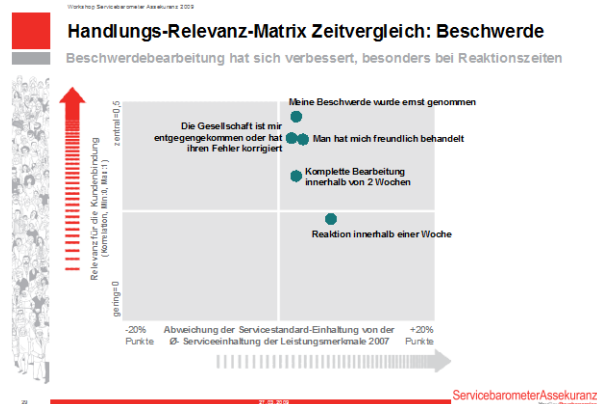
handeln!

Die Erkenntnisse aus der Marktforschung umsetzen.

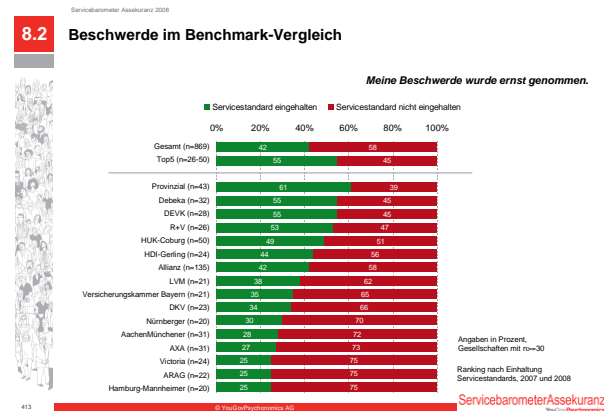


- Handlungs-Relevanz-Matrix: Handlungsfelder und Schwachpunkte identifizieren*
- Servicestandardeinhaltung bei den eigenen Kunden*
- Berechnung von Verbesserungspotenzialen und möglicher Zielwerte*
- (Erfolgskontrolle durch Folgebefragungen)

Handlungs-Relevanz-Matrix



Ranking der Servicequalität nach Versicherern



*Bei ausreichender Fallzahl oder zusätzlicher Eigenkundenbefragung möglich

Versicherer

Folgende Versicherer werden in Rankings ausgewiesen, sofern ausreichende Fallzahlen vorliegen:

- AachenMünchener
- ADAC
- Advocard
- Allianz
- Alte Leipziger
- ARAG
- AXA
- Barmenia
- Continentale
- Cosmos Direkt
- D.A.S.
- DA Direkt
- DBV-Winterthur
- Debeka
- Deutscher Ring
- DEVK
- DKV
- ERGO
- ERGO Direkt
- Generali
- Gothaer
- Hannoversche Leben
- Hanse-Merkur
- HDI-Gerling
- HUK24
- HUK-Coburg
- LVM
- Mecklenburgische
- Nürnberger
- Provinzial
- Roland
- R + V
- Signal-Iduna
- SV Sparkassenversicherung
- VGH
- Versicherungskammer Bayern
- VPV
- VHV
- Volksfürsorge
- Volkswohl-Bund
- Württembergische
- WGV
- WWK
- Zurich



3

Kosten und Bestellung



Basisbericht Servicebarometer Assekuranz 2011

sehen.

Den Status Quo erfassen und richtig einordnen.



- Zufriedenheit und Bindung im Markt und bei allen großen Versicherern
- Vergleich der Zufriedenheit und Bindung unterschiedlicher Zielgruppen
- Entwicklung der Servicequalität im Markt
- Servicequalität einzelner Wettbewerber

verstehen.

Der Entstehung von Kundenbindung auf den Grund gehen.



- Penalty-Reward-Analyse: Welche Leistungsmerkmale bestimmen die Zufriedenheit und Kundenbindung?
- Steckbriefe für alle Merkmale: Servicestandards
- Kompensationsanalysen: Wie können Leistungsschwächen ausgeglichen werden?

handeln!

Die Erkenntnisse aus der Marktforschung umsetzen.



- Handlungs-Relevanz-Matrix: Handlungsfelder und Schwachpunkte identifizieren*
- Servicestandardeinhaltung bei den eigenen Kunden*
- Berechnung von Verbesserungspotenzialen und möglicher Zielwerte*
- (Erfolgskontrolle durch Folgebefragungen)

Basisbericht:
7.500 €

*Bei ausreichender Fallzahl oder zusätzlicher Eigenkundenbefragung möglich

Weitere Optionen

Neben dem Basisbericht bieten wir Ihnen weitere Leistungen an:

- Individualbericht mit Darstellung des eigenen Unternehmens als Handlungs-Relevanz –Matrix (bei ausreichender Fallzahl; je nach Aufwand ca. 950-3.800 €)
- Eigenkundenbefragung nach Adressenlisten mit Benchmarking zum Servicebarometer Assekuranz
- Analyse des Profils von einzelnen Wettbewerbern oder Referenzgruppen
- Treiberanalysen für spezielle Marktsegmente (z. B. Direktversicherer) oder Kundengruppen
- Es ist auch der Bezug von einzelnen Kapiteln möglich:
 - Schaden/Leistungsfall: 1.900 €
 - Innendienstkontakt: 1.900 €
 - Außendienstkontakt: 1.900 €
 - Online-Kundendialog: 950 €
 - Beschwerde: 950 €
 - Neuabschluss: 950 €
 - Kundenkommunikation (Schriftwechsel, Werbung, PR): 750 €

Bestellung per FAX: +49 (0)221 420 61-100

An Frau Jana Fricke

Bestellung des Gesamtberichts

Gesamtbericht Servicebarometer Assekuranz 2011 7.500 €

Bestellung von einzelnen Kapiteln

- | | | | |
|--|---------|--|-------|
| <input type="checkbox"/> Schaden/Leistungsfall | 1.900 € | <input type="checkbox"/> Beschwerde | 950 € |
| <input type="checkbox"/> Innendienstkontakt | 1.900 € | <input type="checkbox"/> Neuabschluss | 950 € |
| <input type="checkbox"/> Außendienstkontakt | 1.900 € | <input type="checkbox"/> Kommunikation | 750 € |
| <input type="checkbox"/> Online-Kundendialog | 950 € | | |

Name, Vorname: _____

Telefon: _____

Unternehmen: _____

E-Mail: _____

Funktion, Abteilung: _____

Datum: _____

Strasse: _____

Unterschrift: _____

PLZ, Ort: _____

Alle Preise verstehen sich zuzüglich MwSt.