

PRESSEMITTEILUNG**Servicestudie: Direktversicherer 2014****Guter Service, aber Kompetenz noch ausbaufähig –
Testsieger ist Cosmos Direkt vor Hannoversche und Europa**

Hamburg, 01.10.2014 – Berufsunfähigkeit, Haftpflicht, Unfall, Leben, und, und, und – Risikoabsicherung wird in Deutschland groß geschrieben. Nicht für jeden aber ist die Versicherungsagentur vor Ort die erste Wahl. Inzwischen werden Verträge oft online abgeschlossen, da viele Verbraucher von günstigen Konditionen ausgehen. 7,5 Millionen Policen bei Direktversicherern gab es Ende letzten Jahres. Aber auch von Online-Anbietern erhofft sich der Verbraucher einen schnellen und unkomplizierten Service. Wie gut sind die Unternehmen hier aufgestellt? Wie freundlich, kompetent und zuverlässig sind die Mitarbeiter? Und welchen Informationswert bieten die Internetauftritte? Das Deutsche Institut für Service-Qualität hat im Auftrag des Nachrichtensenders n-tv neun Direktversicherer untersucht.

Die Branche erzielte insgesamt ein gutes Serviceergebnis und verbesserte sich damit leicht gegenüber dem Vorjahr (2014: 70,0 Punkte; 2013: 69,3 Punkte). Vier Versicherer erhielten das Qualitätsurteil „gut“, fünf Unternehmen zeigten eine befriedigende Leistung. Für Direktversicherer nicht überraschend schnitt der Servicebereich Internet am besten ab: Der Informationswert war hoch, und auch in puncto Bedienungsfreundlichkeit konnte die Branche überzeugen. Zwei Unternehmen erhielten für ihren Internetauftritt eine sehr gute Bewertung.

Wartezeiten am Telefon stellen häufig ein Ärgernis dar. Auch im Test wurde fast jedes zweite Gespräch nicht innerhalb von 20 Sekunden angenommen. Immerhin blieb die Wartezeit aber in annähernd 97 Prozent der Anrufe noch unter 60 Sekunden.

Mängel deckte der Test auch bei der Beratungskompetenz der Hotline-Mitarbeiter auf, die im Schnitt nur befriedigend ausfiel. Zu selten wurden den Kunden die Vor- und Nachteile der Produkte vermittelt. Und vollständig beantwortet wurden die Fragen der Anrufer nur in etwa jedem zweiten Gespräch. Dieses Manko zeigte sich auch beim Service per E-Mail: „Häufig wurden lediglich Teilfragen beantwortet oder aber es gab gar keine Auskunft, sondern allein die Bitte, sich telefonisch an das Unternehmen zu wenden“, konkretisiert Markus Hamer, Geschäftsführer des Deutschen Instituts für Service-Qualität.

Mehr dazu: n-tv Ratgeber – Geld, Mittwoch, 01.10.2014, um 18:35 Uhr.

Cosmos Direkt ging mit dem Qualitätsurteil „gut“ als Testsieger aus der Servicestudie „Direktversicherer 2014“ hervor. Das Unternehmen überzeugte durch einen informativen und strukturierten Internetauftritt, der im Test das beste Ergebnis erzielte. Ein gutes Resultat erzielte Cosmos Direkt auch in den Servicebereichen Telefon und E-Mail. An der Hotline fielen die Wartezeiten vergleichsweise gering aus, und die Mitarbeiter gingen individuell auf die Kunden ein. Anfragen per E-Mail wurden zügig und freundlich beantwortet und zeugten von hoher Kompetenz. Auf dem zweiten Rang positionierte sich Hannoversche. Eine Stärke des Unternehmens lag im telefonischen Service: Die freundlichen Mitarbeiter berieten verständlich und individuell. Der sehr gute Internetauftritt bot neben zahlreichen Kontaktmöglichkeiten auch umfangreiche Informationen zu den Versicherungsprodukten. E-Mails beantworteten die Mitarbeit fachkundig.

DISQ Deutsches Institut für
Service-Qualität GmbH & Co. KG
Dorotheenstraße 48
22301 Hamburg
Fon: +49 (0)40 / 27 88 91 48-0
Fax: +49 (0)40 / 27 88 91 48-91
info@disq.de, www.disq.de

Geschäftsführung:
Bianca Möller, Markus Hamer
Beirat:
Gunnar Uldall (Vors.), Jochen Dietrich,
Johann C. Lindenberg
Ust.-Id.-Nr. DE249603922
Amtsgericht Hamburg HRA 104009
Persönlich haftende Gesellschafterin:
buscha Verwaltungsgesellschaft mbH,
Amtsgericht Hamburg HRB 97297

Europa belegte mit einem guten Gesamtergebnis den dritten Rang. Der Service per Telefon war der zweitbeste im Test: Die Wartezeiten waren für die Kunden vergleichsweise kurz, und überdurchschnittlich viele Anfragen wurden hier vollständig beantwortet. Der Internetauftritt von Europa erwies sich als bedienungsfreundlich und inhaltsreich.

Das Deutsche Institut für Service-Qualität untersuchte den Service von neun bedeutenden Direktversicherern mit einem breiten Produktportfolio. Die Ermittlung erfolgte bei jedem Unternehmen anhand von jeweils zehn Prüfungen der Internetauftritte durch geschulte Testnutzer sowie einer detaillierten Inhaltsanalyse der jeweiligen Internetseiten. Darüber hinaus analysierten die Marktforscher den telefonischen Service sowie die Qualität der E-Mail-Bearbeitung durch jeweils zehn verdeckte Interessentenanfragen (Mystery-Tests). Insgesamt flossen so 279 Servicekontakte in die Analyse ein.

Veröffentlichung nur unter Nennung der Quelle:
Deutsches Institut für Service-Qualität im Auftrag von n-tv

Ansprechpartner:

Markus Hamer
Fon: +49 (0)40 / 27 88 91 48 - 11
Mobil: +49 (0)176 / 64 03 21 40
E-Mail: m.hamer@disq.de
www.disq.de

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, B2B-Studien 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.