

PRESSEMITTEILUNG

Studie: Beratung Versicherungsvermittler 2015

Häufig am Kundenbedarf vorbei – sehr gute Beratung bei Aachen-Münchener/DVAG, Allianz und Generali

Hamburg, 22.01.2015 – Kompetenz allein reicht nicht aus, um Kunden auch gut zu beraten. Das ergab der aktuelle Test von Vermittlern von 15 Versicherungsunternehmen, den das Deutsche Institut für Service-Qualität im Auftrag des Nachrichtensenders n-tv durchführte. Trotz fachlich versierter Berater wurde die finanzielle Situation sowie der persönliche Versicherungsbedarf des Kunden häufig zu wenig berücksichtigt.

Für den Verbraucher sind Versicherungen oft komplexe und schwer verständliche Produkte und nicht jede Versicherung macht für jeden Sinn. Hilfe bieten hier Vermittler von Versicherungen. Eine gute Beratung ist entscheidend, um die richtigen Prioritäten zu setzen. Im Vergleich zur Vorstudie konnten sich die Versicherungsvermittler in puncto Beratungskompetenz leicht verbessern (2015: 78,2 Punkte; 2013: 76,2 Punkte). Ihre Auskünfte waren stets korrekt. Jedoch war der abschließende Lösungsvorschlag der Vermittler in fast jedem dritten Fall nicht genug auf das eigentliche Anliegen der Kunden abgestimmt. „Das führte am Ende mit dazu, dass nur 41 Prozent der Interessenten bereit gewesen wären, einen Versicherungsvertrag mit dem Anbieter abzuschließen“, so Markus Hamer, Geschäftsführer des Deutschen Instituts für Service-Qualität.

„Passte ein Lösungsvorschlag nicht optimal zum Bedarf des Kunden, lag die Ursache häufig auch darin begründet, dass die vorhergehende gezielte Analyse des Kundenanliegens insgesamt eher schwach war“, kritisierte der Marktforschungsexperte weiter. Insbesondere beim Thema Altersvorsorge blieben die Gespräche lediglich an der Oberfläche. Auch die finanzielle Situation der Kunden wurde nicht immer gründlich analysiert. So spielte das aktuelle Einkommen der potenziellen Kunden in fast einem Drittel der Gespräche keine Rolle.

Positiv fiel die hohe Motivation der Versicherungsvermittler in gut 83 Prozent der Fälle auf. Auch Freundlichkeit wurde von den Beratern groß geschrieben. Sie verhielten sich hilfsbereit und verwendeten nur wenige Fachbegriffe, ohne diese zu erläutern. Häufiger Kritikpunkt waren allerdings Gesprächsunterbrechungen – in 26 Prozent der Fälle – etwa wenn der Vermittler während des Gesprächs einen Telefonanruf entgegennahm. Im Gesamtergebnis zeigten vier Anbieter eine sehr gute Beratungsleistung, elf schnitten gut ab.

Mehr dazu: n-tv Ratgeber – Test, Donnerstag, 22.01.2015, um 18:35 Uhr.

Testsieger der Studie „Beratung Versicherungsvermittler 2015“ wurde Aachen-Münchener/DVAG mit dem Gesamturteil „sehr gut“. Die Berater ermittelten den Bedarf der Kunden am ausführlichsten. Darüber hinaus nahmen sie sich viel Zeit für das Gespräch und überzeugten auch durch umfassendes Wissen hinsichtlich der Kosten. Auf Rang zwei platzierte sich Allianz, ebenfalls mit dem Qualitätsurteil „sehr gut“. Der Versicherer erzielte in allen Untersuchungsbereichen überdurchschnittliche Ergebnisse. Die Anliegen der Interessenten analysierten sie gezielt, was sich vor allem bei den Gesprächen zu den Themen rund um die Risikoversicherung äußerte. Generali (Qualitätsurteil: „sehr gut“) belegte den dritten Rang. Das Unternehmen erzielte im Bereich Bedarfsanalyse ein Top-Ergebnis. Vor allem die Lebenssituation der Inte-

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

ressenten erfragten die Berater sehr detailliert. Ihre Auskünfte waren zudem stets korrekt und vollständig.

Das Deutsche Institut für Service-Qualität testete die persönliche Beratung von Vermittlern von 15 großen Versicherern anhand von je zehn verdeckten Testbesuchen vor Ort. Bei der Analyse wurden Vermittler berücksichtigt, die nur Produkte eines Anbieters exklusiv anboten (Ausschließlichkeitsvereinbarung). Versicherungsmakler oder Honorarberater wurden nicht getestet. In den Gesprächen wurden die Bereiche Altersvorsorge, Risikovorsorge und Sachversicherung thematisiert. Insgesamt flossen 150 Bewertungen in die Analyse ein. Im Fokus der Studie standen insbesondere die Kompetenz und Freundlichkeit der Vermittler sowie die Bedarfsanalyse der Kundensituation. Wartezeiten und die Gestaltung des Beratungsumfelds zählten ebenfalls zum Untersuchungsgegenstand.

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.