

# DOKUMENTATION – Zusammenfassung

## Studie: Altersvorsorge bei Versicherern 2019

### Service und Leistung Privat-Rente



„Mehr Transparenz – mehr Kundennähe“  
Im Auftrag des Nachrichtensenders n-tv  
Hamburg, 10. Januar 2019

# UNTERNEHMEN KONTAKT

DEUTSCHES INSTITUT  
FÜR SERVICE-QUALITÄT



Dorotheenstraße 48  
22301 Hamburg  
Fon: 040 27 88 91 48 11  
Fax: 040 27 88 91 48 91  
m.hamer@disq.de  
www.disq.de

**Markus Hamer**  
Geschäftsführender  
Gesellschafter

DEUTSCHES INSTITUT  
FÜR SERVICE-QUALITÄT



Dorotheenstraße 48  
22301 Hamburg  
Fon: 040 27 88 91 48 12  
Fax: 040 27 88 91 48 91  
b.moeller@disqmedia.de  
www.disq.de

**Bianca Möller**  
Geschäftsführerin  
DISQ Media

Die folgenden Seiten sind ein Auszug. Die Gesamtdokumentation unterliegt einer Schutzgebühr in Höhe von 400 Euro (zzgl. MwSt.).

<b>Sitz</b>	Hamburg
Gründung	Juni 2006
Ziele	Transparenz schaffen; Verbesserung der Servicequalität in Deutschland
Status	Privatwirtschaftliches Institut (ohne öffentliche Zuschüsse), verbraucherorientiert, unabhängig (keine Studien im Auftrag von Unternehmen)
Ausrichtung	Mediendienstleister für TV-Sender sowie Publikums- und Fachpresse
Aufgabenfeld	Durchführung von Servicestudien, Tests und Kundenbefragungen auf Basis standardisierter, objektiver und aktueller Marktforschungsmethodik
Mitarbeiter	Expertenteam aus Ökonomen, Soziologen und Psychologen sowie rund 1.500 geschulte Tester in ganz Deutschland
Beirat	Jochen Dietrich / n-tv Nachrichtenfernsehen, Marianne Voigt / Unternehmerin, Aufsichtsrat Prof. Peter Wippermann / Trendforscher

# Inhaltsverzeichnis

Die folgenden Seiten sind ein Auszug. Die Gesamtdokumentation unterliegt einer Schutzgebühr in Höhe von 400 Euro (zzgl. MwSt.).

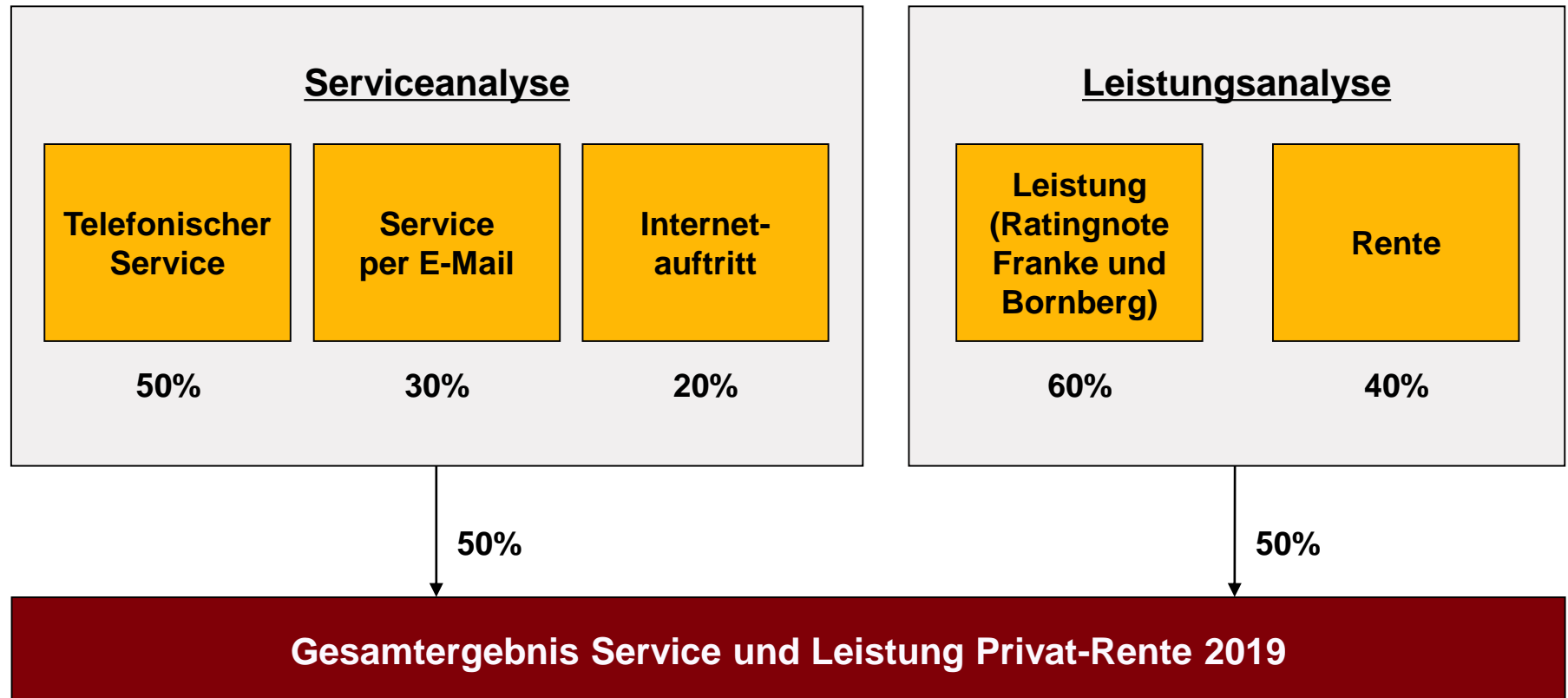
	<b>Seite</b>
<b>1. Zahlen und Fakten zur Studie</b>	<b>5</b>
<b>2. Fazit</b>	<b>7</b>
<b>3. Gesamtergebnis</b>	<b>8</b>
<b>4. Die besten Unternehmen</b>	<b>11</b>
<b>5. Stärken und Schwächen der Branche</b>	<b>13</b>
Telefonischer Service	14
Service per E-Mail	15
Internetauftritt	16
Leistungsanalyse	17
<b>6. Ergebnisse der Unternehmen</b>	<b>18</b>
Serviceanalyse	18
Leistungsanalyse	21
<b>7. Methodik</b>	<b>24</b>
Serviceanalyse	26
Leistungsanalyse	35
<b>Anhang</b>	<b>40</b>

# 1. Zahlen und Fakten zur Studie

<b>Auftraggeber</b>	Nachrichtensender n-tv
<b>Studienumfang</b>	28 Versicherer
<b>Studienzeitraum</b>	August bis November 2018
<b>Studienkonzept</b>	Erstellung in Zusammenarbeit mit Prof. Dr. Thomas Liebetruh (OTH Regensburg)
<b>Analysebereiche</b>	Service, Leistungen zur Privat-Rente
Serviceanalyse	Mystery-Tests, insgesamt 868 Servicekontakte (31 je Anbieter) <ul style="list-style-type: none"><li>■ 280 Analysen der telefonischen Kontaktqualität (10 je Anbieter)</li><li>■ 280 Analysen der E-Mail-Beantwortung (10 je Anbieter)</li><li>■ 28 Inhaltsanalysen der Internetauftritte (1 je Anbieter)</li><li>■ 280 Betrachtungen der Internetauftritte durch geschulte Nutzer (10 je Anbieter)</li></ul>
Leistungsanalyse	Ermittlung und umfassende Analyse der Leistungen der Privat-Rente (Klassik) und Privat-Rente (fondsgebunden) hinsichtlich qualitativer als auch quantitativer Kriterien in Zusammenarbeit mit dem Ratingunternehmen Franke und Bornberg (Stand der Daten: September 2018)

# 1. Zahlen und Fakten zur Studie

## Bewertungskriterien und Gewichtungen



# 3. Gesamtergebnis

Gesamtergebnis Altersvorsorge Versicherer			
Rang	Unternehmen	Punkte*	Qualitätsurteil
1	Alte Leipziger	74,3	gut
2	Hannoversche	73,8	gut
3	Continental	72,9	gut
4	Neue Leben	69,9	befriedigend
5	Nürnberger	69,8	befriedigend
6	Volkswahl Bund	68,3	befriedigend
7	WWK	67,3	befriedigend
8	Allianz	65,6	befriedigend
9	Debeka	63,2	befriedigend
10	Signal Iduna	62,0	befriedigend
11	R+V	61,0	befriedigend
12	Zurich	60,8	befriedigend
13	Gothaer	59,3	ausreichend
14	Swiss Life	59,2	ausreichend

Gesamtergebnis Altersvorsorge Versicherer			
Rang	Unternehmen	Punkte*	Qualitätsurteil
15	Ergo	57,9	ausreichend
16	Axa	57,7	ausreichend
17	CosmosDirekt	54,2	ausreichend
18	Württembergische	53,7	ausreichend
19	HDI	49,0	ausreichend
-	AachenMünchener**	-	-
-	Generali**	-	-
-	LVM**	-	-
-	PB Versicherungen**	-	-
-	Prozinial Nord-West**	-	-
-	Provinzial Rheinland**	-	-
-	SV Sparkassen-Versicherung**	-	-
-	Targo**	-	-
-	Versicherungskammer Bayern**	-	-
Branche (Mittelwert)		63,2	

100,0 - 80,0 Punkte = sehr gut; 79,9 - 70,0 Punkte = gut; 69,9 - 60,0 Punkte = befriedigend; 59,9 - 40,0 Punkte = ausreichend; 39,9 - 0,0 Punkte = mangelhaft

\* Punkte auf einer Skala von 0 bis 100 (100 Punkte sind maximal erreichbar). Durch Auf- und Abrundungen können sich Rundungsdifferenzen ergeben, welche keinen Einfluss auf das Gesamtergebnis haben. Unterschiedliche Ränge trotz gleicher Punktzahl werden durch Unterschiede im Nachkommastellenbereich verursacht.

\*\* Das Unternehmen gab die Produktdaten für die Untersuchung nicht frei und konnte im Ergebnis der Leistungsanalyse sowie im Gesamtergebnis nicht berücksichtigt werden.

# 3. Gesamtergebnis

## Ränge 1 bis 14

Gesamtergebnis Altersvorsorge Versicherer			Serviceanalyse		Leistungsanalyse	
100%			50%		50%	
Rang	Unternehmen	Punkte*	Rang	Punkte*	Rang	Punkte*
1	Alte Leipziger	74,3	2	65,5	5	83,1
2	Hannoversche	73,8	7	62,2	2	85,5
3	Continental	72,9	9	61,0	4	84,7
4	Neue Leben	69,9	18	55,0	3	84,8
5	Nürnberger	69,8	8	61,1	6	78,6
6	Volkswahl Bund	68,3	6	62,4	9	74,2
7	WWK	67,3	3	63,1	10	71,6
8	Allianz	65,6	23	44,0	1	87,1
9	Debeka	63,2	10	60,9	12	65,6
10	Signal Iduna	62,0	12	60,0	13	63,9
11	R+V	61,0	17	55,7	11	66,4
12	Zurich	60,8	13	59,4	15	62,2
13	Gothaer	59,3	25	42,6	7	75,9
14	Swiss Life	59,2	5	62,7	18	55,7

100,0 - 80,0 Punkte = sehr gut; 79,9 - 70,0 Punkte = gut; 69,9 - 60,0 Punkte = befriedigend; 59,9 - 40,0 Punkte = ausreichend; 39,9 - 0,0 Punkte = mangelhaft

\* Punkte auf einer Skala von 0 bis 100 (100 Punkte sind maximal erreichbar). Durch Auf- und Abrundungen können sich Rundungsdifferenzen ergeben, welche keinen Einfluss auf das Gesamtergebnis haben. Unterschiedliche Ränge trotz gleicher Punktzahl werden durch Unterschiede im Nachkommastellenbereich verursacht.



# 3. Gesamtergebnis

## Ränge 15 bis 19

Gesamtergebnis Altersvorsorge Versicherer			Serviceanalyse		Leistungsanalyse	
100%			50%		50%	
Rang	Unternehmen	Punkte*	Rang	Punkte*	Rang	Punkte*
15	Ergo	57,9	27	41,6	8	74,2
16	Axa	57,7	16	57,2	16	58,3
17	CosmosDirekt	54,2	14	58,9	19	49,5
18	Württembergische	53,7	24	43,5	14	63,8
19	HDI	49,0	28	40,0	17	58,0
-	AachenMünchener**	-	22	44,8	-	-
-	Generali**	-	20	53,8	-	-
-	LVM**	-	1	68,8	-	-
-	PB Versicherungen**	-	21	46,9	-	-
-	Prozinzial Nord-West**	-	11	60,7	-	-
-	Provinzial Rheinland**	-	4	62,9	-	-
-	SV Sparkassen-Versicherung**	-	15	57,9	-	-
-	Targo**	-	19	54,8	-	-
-	Versicherungskammer Bayern**	-	26	42,3	-	-
	<b>Branche (Mittelwert)</b>	<b>63,2</b>		<b>55,3</b>		<b>70,7</b>

100,0 - 80,0 Punkte = sehr gut; 79,9 - 70,0 Punkte = gut; 69,9 - 60,0 Punkte = befriedigend; 59,9 - 40,0 Punkte = ausreichend; 39,9 - 0,0 Punkte = mangelhaft

\* Punkte auf einer Skala von 0 bis 100 (100 Punkte sind maximal erreichbar). Durch Auf- und Abrundungen können sich Rundungsdifferenzen ergeben, welche keinen Einfluss auf das Gesamtergebnis haben. Unterschiedliche Ränge trotz gleicher Punktzahl werden durch Unterschiede im Nachkommastellenbereich verursacht.

\*\* Das Unternehmen gab die Produktdaten für die Untersuchung nicht frei und konnte im Ergebnis der Leistungsanalyse sowie im Gesamtergebnis nicht berücksichtigt werden.

# 4. Die besten Unternehmen

	1. Platz	2. Platz	3. Platz
<b>Gesamtergebnis Altersvorsorge Versicherer</b>	Alte Leipziger	Hannoversche	Continentale
<b>Serviceanalyse</b>	<b>LVM</b>	Alte Leipziger	WWK
Telefonischer Service	Volkswohl Bund	Alte Leipziger	LVM
Service per E-Mail	LVM	Nürnberger	Zurich
Internetauftritt	Allianz	CosmosDirekt	Debeka
<b>Leistungsanalyse Privat-Rente (Klassik)</b>	<b>Allianz</b>	Hannoversche	Continentale
Leistung (Ratingnote Franke und Bornberg)	sechs Unternehmen*	-	-
Rente	Allianz	CosmosDirekt	Hannoversche
<b>Leistungsanalyse Privat-Rente (fondsgebunden)</b>	<b>Ergo</b>	Debeka	Gothaer
Leistung (Ratingnote Franke und Bornberg)	zehn Unternehmen**	-	-
Rente	Debeka	Ergo	Hannoversche

\* Alte Leipziger, Allianz, Continentale, Hannoversche, Neue Leben, Württembergische

\*\* Alte Leipziger, Allianz, Axa, Ergo, Gothaer, HDI, Neue Leben, Nürnberger, Signal Iduna, WWK

# 7. Methodik

## Hintergrund der Studie

Altersvorsorge ist angesichts der Entwicklungen in der Rentenversicherungsstruktur und auf dem Arbeitsmarkt ein wichtiges Thema. Die Ausgaben der gesetzlichen Rentenversicherung übersteigen schon längere Zeit die Beiträge durch die Versicherten.\* Verschärfend kommt der demografische Wandel hinzu. Daher ist mit der gesetzlichen Rente allein ein finanziell sorgenfreier Lebensabend heutzutage leider nicht mehr garantiert. Die staatliche Rente wird deshalb durch die betriebliche Altersversorgung und die private Vorsorge ergänzt.\*\*

Es gab 2018 gut 26 Millionen Personen, die ihre bisherigen Anstrengungen zur Altersvorsorge für nicht ausreichend hielten. Zusätzlich ca. 14 Millionen Personen, die unentschieden waren, ob ihre bisherigen Anstrengungen in diesem Bereich ausreichend sind.\*\*\* Dabei bedürfen Interessenten sowohl bei der Entscheidung für oder gegen ein Vorsorgeprodukt als auch besonders bei der Wahl des individuell besten Produktes meist einer kompetenten Beratung. Eine mögliche Anlaufstelle sind Versicherer, die sich in diesem Markt gegen Banken und Online-Anbieter behaupten müssen.

Das Ziel dieser Studie ist es daher, zu analysieren, welcher Versicherer die besten Produkte anbietet und wie serviceorientiert sich die jeweiligen Mitarbeiter der Versicherer zum Thema Altersvorsorge zeigen.

\* Deutsche Rentenversicherung (2017), Beiträge und Ausgaben der Rentenversicherung in Deutschland bis 2016; in: Altersvorsorge in Deutschland (Statista), S.26; aufgerufen unter: <https://de.statista.com/statistik/studie/id/6624/dokument/altersvorsorge-in-deutschland-statista-dossier/> (Abrufdatum 30.07.2018).

\*\* Bundesverband Investment und Asset Management (2018), S. 10, aufgerufen unter: [https://www.bvi.de/uploads/tx\\_bvibcenter/2018\\_01\\_02\\_BVI\\_Broschuere\\_Investmentfonds\\_und\\_Altersvorsorge\\_Feb2016\\_web\\_mit\\_Hinweis.pdf](https://www.bvi.de/uploads/tx_bvibcenter/2018_01_02_BVI_Broschuere_Investmentfonds_und_Altersvorsorge_Feb2016_web_mit_Hinweis.pdf) (Abrufdatum 30.07.2018).

\*\*\* IfD Allensbach (2017): Allensbacher Markt- und Werbeträger-Analyse - AWA 2017, aufgerufen unter: <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/170959/umfrage/ausreichende-altersvorsorge---einschaetzung/> (Abrufdatum: 30.07.2018).

# 7. Methodik

## Untersuchungsumfang

Das Untersuchungssample setzte sich aus den – gemessen an den Marktanteilen nach verdienten Bruttobeiträgen zum 31.12.2016 – 28 größten regionalen und überregionalen Versicherern zusammen. Als Basis für die Aufstellung der zu untersuchenden Anbieter dienten die aktuellen Angaben zu den verdienten Bruttobeiträgen der Lebensversicherungsunternehmen (2016) der Bundesanstalt für Finanzaufsicht (BaFin).\*

Die Untersuchungsauswahl umfasste folgende 28 Unternehmen:

- |                   |                        |                              |
|-------------------|------------------------|------------------------------|
| ■ AachenMünchener | ■ Hannoversche         | ■ SV Sparkassen-Versicherung |
| ■ Allianz         | ■ HDI                  | ■ Swiss Life                 |
| ■ Alte Leipziger  | ■ LVM                  | ■ Targo                      |
| ■ Axa             | ■ Neue Leben           | ■ Versicherungskammer Bayern |
| ■ Continentale    | ■ Nürnberger           | ■ Volkswohl Bund             |
| ■ CosmosDirekt    | ■ PB Versicherungen    | ■ Württembergische           |
| ■ Debeka          | ■ Provinzial Nord-West | ■ WWK                        |
| ■ Ergo            | ■ Provinzial Rheinland | ■ Zurich                     |
| ■ Generali        | ■ R+V                  |                              |
| ■ Gothaer         | ■ Signal Iduna         |                              |

\* Statistik der BaFin – Erstversicherungsunternehmen, Lebensversicherung 2016 oder online unter: [https://www.bafin.de/SharedDocs/Downloads/DE/Statistik/Erstversicherer/dl\\_st\\_16\\_erstvu\\_gesamt\\_va.html](https://www.bafin.de/SharedDocs/Downloads/DE/Statistik/Erstversicherer/dl_st_16_erstvu_gesamt_va.html) (Abrufdatum: 26.07.2018).

# 7. Methodik

## Serviceanalyse – Rollenspiele

Bei den Mystery-Tests verwendeten die geschulten Testkunden für die Anfragen per Telefon und E-Mail spezifische Rollenspiele mit Fragestellungen aus dem Gegenstandsbereich der Versicherungsprodukte für die Privat-Rente. Die Rollenspiele kamen bei allen Unternehmen in der gleichen Verteilung zum Einsatz. Alle Anfragen wurden auf Interessentenbasis gestellt und hatten unter anderem folgende Themen zum Inhalt:

- Versteuerung der Rente
- Beitragsgarantie
- Kosten einer fondsgebundenen Rente
- Steuervorteile der fondsgebundenen Rentenversicherungen
- Änderung der ursprünglichen Beitragshöhe
- Unterschiede zwischen klassischer privater Altersvorsorge und Riester-Rente
- Hinterbliebenenrente

# 7. Methodik

## Serviceanalyse – Untersuchungskriterien

<b>Telefonischer Service</b>		<b>100,0%</b>
<b>Kompetenzgrad</b>		<b>35,0%</b>
Richtigkeit der Aussagen	10,0%	
Strukturierte und vollständige Darstellung	8,0%	
Individualität der Beratung	8,0%	
Glaubwürdigkeit des Beraters	5,0%	
Aufzeigen des Produktnutzens (Vor- und Nachteile)	4,0%	
<b>Aktivitätsgrad</b>		<b>30,0%</b>
Prozentualer Anteil zustande gekommener Gespräche im Erstkontakt	10,0%	
Durchschnittliche Wartezeit	10,0%	
Anteil der Gespräche, die in 20 Sekunden angenommen wurden	5,0%	
Wöchentliche Erreichbarkeit (in Stunden)	5,0%	
<b>Kommunikationsqualität</b>		<b>30,0%</b>
Vollständige Meldeformel	3,0%	
Namensansprache	3,0%	
Freundlichkeit	5,0%	
Aktive Gesprächsführung	4,0%	
Gesprächsatmosphäre	4,0%	
Inhaltliche Verständlichkeit	5,0%	
Akustische Verständlichkeit	3,0%	
Ansprechende Verabschiedung	3,0%	
<b>Telefongebühren</b>		<b>5,0%</b>

# 7. Methodik

## Serviceanalyse – Untersuchungskriterien

Service per E-Mail		100,0%
<b>Kompetenzgrad</b>		<b>45,0%</b>
Richtigkeit der Aussagen	9,0%	
Strukturierte und vollständige Antwort	8,0%	
Zusendung einer vollständigen Antwort in 24 Stunden	8,0%	
Individuelle und persönliche Antwort	7,0%	
Fachkundige und sorgfältige Antwort	5,0%	
Aufzeigen des Produktnutzens (Vor- und Nachteile)	4,0%	
Orthografisch und grammatikalisch fehlerfreie Antwort	4,0%	
<b>Aktivitätsgrad</b>		<b>30,0%</b>
Zusendung einer Empfangsbestätigung	5,0%	
Eingegangene Antwort	10,0%	
Dauer bis zum Erhalt der Antwort	15,0%	
<b>Kommunikationsqualität</b>		<b>25,0%</b>
Eindeutige Absenderkennung	1,0%	
Betreffzeile entspricht Ursprungsanfrage	1,0%	
Anrede mit Namen	3,5%	
Dank für die Kontaktaufnahme	3,5%	
Freundlichkeit der Antwort	5,0%	
Inhaltliche Verständlichkeit der Antwort	5,0%	
Anfragetext in Antwort enthalten	2,0%	
Aktives Gesprächsangebot	2,0%	
Nennung wichtiger Kontaktdaten	2,0%	

# 7. Methodik

## Serviceanalyse – Untersuchungskriterien

<b>Internetauftritt</b>		<b>100,0%</b>
Inhaltsanalyse		50,0%
Nutzerbetrachtung		50,0%
<b>Inhaltsanalyse Internet</b>		<b>100,0%</b>
<b>Spezielle Informationen und Funktionen</b>		<b>50,0%</b>
Produktübersicht	5,0%	
Produktdetails Privat-Rente klassisch (Downloadmöglichkeit)	3,0%	
Produktdetails Privat-Rente fondsgebunden (Downloadmöglichkeit)	3,0%	
Angebotsanforderung online möglich	5,0%	
Hintergrundinformationen „Drei-Säulen/Schichten-Modell“	3,0%	
Hintergrundinformationen zur „Vorsorgelücke“	3,0%	
Berechnungsmöglichkeit Rentenlücke	3,0%	
Ausfüllhilfen/Download Formulare Altersvorsorgeprodukte	3,0%	
Produktwahl auch nach Bedarf möglich	3,0%	
Suche nach Versicherungsagentur/Betreuer	2,0%	
Online-Vereinbarung Beratungstermin/Beratungsanfrage	2,0%	
Anzahl Klicks bis zur Angebotsanforderung	5,0%	
Anzahl Klicks bis zu Produktdetails Privat-Rente	5,0%	
Anzahl Klicks bis zur Berechnungsmöglichkeit Rentenlücke	5,0%	



# 7. Methodik

## Serviceanalyse – Untersuchungskriterien

Inhaltsanalyse Internet (Fortsetzung)		
<b>Allgemeine Informationen</b>		<b>30,0%</b>
AGB/Rechtliches	4,0%	
FAQ/Hilfebereich	3,5%	
Glossar	3,5%	
Sitemap/Seitenbeschreibung	3,0%	
Suchfunktion	3,0%	
Newsletter	3,0%	
Anzahl Klicks bis zu den AGB/zum Rechtlichen	5,0%	
Anzahl Klicks bis zu den FAQ/zum Hilfebereich	5,0%	
<b>Kontaktinformationen</b>		<b>20,0%</b>
Telefonnummer (außerhalb des Impressums/der AGB)	1,5%	
Hinweis auf telefonische Erreichbarkeit	1,5%	
Call-Back-Service	2,0%	
E-Mail-Adresse (außerhalb des Impressums/der AGB)	1,5%	
Allgemeines Kontaktformular	1,5%	
Postanschrift (außerhalb des Impressums/der AGB)	2,0%	
Explizite Kritik-Möglichkeit	3,0%	
Social-Media-Auftritt (Facebook, Twitter, Forum etc.)	1,0%	
Direct-Messaging (Chat, Skype, WhatsApp)	1,0%	
Anzahl Klicks bis zur Telefonnummer	2,5%	
Anzahl Klicks bis zur E-Mail-Adresse/zum Kontaktformular	2,5%	

# 7. Methodik

## Serviceanalyse – Untersuchungskriterien

<b>Nutzerbetrachtung Internet</b>		<b>100,0%</b>
<b>Bedienungsfreundlichkeit</b>		<b>50,0%</b>
Einfache und intuitive Navigation	16,7%*	
Übersichtlichkeit des Internetauftritts	16,7%*	
Optisch ansprechender Gesamteindruck	16,7%*	
<b>Inhalte</b>		<b>50,0%</b>
Strukturierung der Inhalte	16,7%*	
Verständlichkeit der Inhalte	16,7%*	
Umfang der Inhalte	16,7%*	

\* Durch Auf- und Abrundungen können sich Rundungsdifferenzen ergeben, welche keinen Einfluss auf das Gesamtergebnis haben.

# 7. Methodik

## Serviceanalyse – Getestete Kontaktkanäle

### Teil 1/3

Unternehmen	Telefonnummer	E-Mail-Adresse / Kontaktformular	Internetseite
AachenMünchener	0241 4565656	service@amv.de / Kontaktformular	www.amv.de
Allianz	0800 4100104	info@allianz.de / Kontaktformular	www.allianz.de
Alte Leipziger	06171 6600	leben@alte-leipziger.de / Kontaktformular	www.alte-leipziger.de
Axa	0800 3203205	info@axa.de / Kontaktformular	www.axa.de
Continentale	Regionale Telefonnummern*	info@continentale.de / Kontaktformular	www.continentale.de
CosmosDirekt	0681 9666800	info@cosmosdirekt.de / Kontaktformular	www.cosmosdirekt.de
Debeka	0800 888008200	kundenservice@debeka.de / Kontaktformular	www.debeka.de
Ergo	0800 3746000	kontakt@ergo.de / Kontaktformular	www.ergo.de
Generali	089 51214477	service.de@generali.com / Kontaktformular	www.generali.de/privatkunden/
Gothaer	0221 30800 / 0221 30891133	info@gothaer.de / Kontaktformular	www.gothaer.de
<b>Testzeitraum</b>	<b>18. September – 26. Oktober 2018</b>	<b>1. – 24. Oktober 2018</b>	<b>24. September – 24. Oktober 2018</b>

\* Es wurden die regionalen Standorte Berlin (030 3157320), Dortmund (0231 9190), Düsseldorf (0211 454790), Hamburg (040 3614801), Hannover (0511 280940), Köln (0221 573702), Leipzig (0341 226180), München (089 51530), Nürnberg (0911 56970), Stuttgart (0711 649790) getestet.

# 7. Methodik

## Serviceanalyse – Getestete Kontaktkanäle

### Teil 2/3

Unternehmen	Telefonnummer	E-Mail-Adresse / Kontaktformular	Internetseite
Hannoversche	0511 9565656 / 0511 9565713	kontakt@hannoversche-leben.de / Kontaktformular	www.hannoversche.de
HDI	0221 1445599	leben.service@hdi.de / Kontaktformular	www.hdi.de
LVM	0800 5863876	info@lvm.de / Kontaktformular	www.lvm.de
Neue Leben	040 238910	info@neueleben.de	www.neue-leben.de
Nürnberger	0911 5315	info@nuernberger.de / Kontaktformular	www.nuernberger.de
PB Versicherungen	02103 346820	info@pb-versicherung.de / Kontaktformular	www.pb-versicherung.de
Provinzial Nord-West	0431 6039925 / 0251 2199925 / 0251 2199927	service@provinzial.de / wp-service@provinzial.de / Kontaktformular	www.provinzial.de/content/privat/
Provinzial Rheinland	0211 9781456	service@provinzial.com / Kontaktformular	www.provinzial.com/content/
R+V	0800 5331171	ruv@ruv.de / Kontaktformular	www.ruv.de
Signal Iduna	0231 1357992	info@signal-iduna.de / Kontaktformular	www.signal-iduna.de
<b>Testzeitraum</b>	<b>18. September – 26. Oktober 2018</b>	<b>1. – 24. Oktober 2018</b>	<b>24. September – 24. Oktober 2018</b>

# 7. Methodik

## Serviceanalyse – Getestete Kontaktkanäle

### Teil 3/3

Unternehmen	Telefonnummer	E-Mail-Adresse / Kontaktformular	Internetseite
SV Sparkassenversicherung	0711 898100	service@sparkassenversicherung.de / Kontaktformular	www.sparkassenversicherung.de
Swiss Life	0800 8004007	info@swisslife.de / Kontaktformular	www.swisslife.de
Targo	02103 348820	info@targoversicherung.de / Kontaktformular	www.targoversicherung.de
Versicherungskammer Bayern	089 62365310	service@vkb.de / Kontaktformular	www.vkb.de/content/
Volkswahl Bund	0231 5433120	servicecenter@volkswohl-bund.de / Kontaktformular	www.volkswohl-bund.de
Württembergische	0711 6620	info@wuerttembergische.de / Kontaktformular	www.wuerttembergische.de
WWK	089 51142020	info@wwk.de / Kontaktformular	www.wwk.de/privatkunden/altersversicherung/
Zurich	0228 26801	service@zurich.de / Kontaktformular	www.zurich.de
<b>Testzeitraum</b>	<b>18. September – 26. Oktober 2018</b>	<b>1. – 24. Oktober 2018</b>	<b>24. September – 24. Oktober 2018</b>

# 7. Methodik

## Leistungsanalyse – Vorgehensweise

Im Rahmen der Leistungsanalyse wurden für jeden Versicherer im Untersuchungssample die Altersvorsorgeprodukte Privat-Rente (Klassik) und Privat-Rente (fondsgebunden) analysiert (Stand der Daten: September 2018).

Dabei wurden sowohl qualitative (Ratings) als auch quantitative Kriterien (Rente/Ablaufleistung) untersucht. Die Leistungsanalyse wurde in Zusammenarbeit mit dem Ratingunternehmen Franke und Bornberg durchgeführt.

Die Erhebung der Daten beruhte auf verbindlichen Angaben der Unternehmen, wie den gedruckten Versicherungsbedingungen oder dem Versicherungsschein. Unberücksichtigt blieben geschäftsplanmäßige oder sonstige Erklärungen, Leistungsaussagen und Auslegungen der Versicherer sowie werbliche Veröffentlichungen. Der Vergleich umfasste klassische und fondsgebundene Produkte. Produkte mit Sicherungsfonds wurden mangels Vergleichbarkeit nicht berücksichtigt.

# 7. Methodik

## Leistungsanalyse – Vorgehensweise

Die Bewertung anhand der einzelnen Ratingklassen von Franke und Bornberg erfolgte nach folgendem Schema:

- FFF: hervorragend (100 Punkte)
- FF+: sehr gut (85 Punkte)
- FF: gut (70 Punkte)
- FF-: befriedigend (65 Punkte)
- F+: noch befriedigend (60 Punkte)
- F: ausreichend (50 Punkte)
- F-: schwach (30 Punkte)
- F--: sehr schwach (0 Punkte)

Die Rentenzahlungen wurden ausgehend vom Branchenmittelwert vergleichend bewertet. Auszahlungen, die die jeweils durchschnittliche Rente um mindestens 20 Prozent überstiegen, wurden mit 100 Punkten bewertet. Auszahlungen, die mindestens 20 Prozent unter dem Durchschnitt lagen wurden mit 0 Punkten bewertet. Die übrigen Rentenzahlungen wurden relativ zu den beiden Extrempunkten bewertet.

# 7. Methodik

## Leistungsanalyse – Vorgehensweise

Folgende Annahmen bildeten die Analysegrundlage für die **Privat-Rente (Klassik)**:

- Versicherungsnehmer: unisex, 32 Jahre, geb. 01.01.1986
- Familienstand: ledig
- Vertragsart: Einzelvertrag, keine Tarife mit Sammelinkasso oder Rabattierungen aufgrund bestimmter Personenkreise, keine Beitragsdynamik, keine Zusatzversicherungen
- Rente ab 67 Jahren (01.01.2053)
- Beitrag: 100 Euro monatlich
- Todesfallleistung vor Rentenbeginn: Beitragsrückgewähr, alternativ Deckungskapital, alternativ Vertragsguthaben mindestens Beitragsrückgewähr, alternativ keine Leistung bei Tod vor Rentenbeginn
- Todesfallleistung nach Rentenbeginn: 10 Jahre Rentengarantiezeit, alternativ Differenzleistung, alternativ keine Leistung bei Tod nach Rentenbeginn
- Überschusssystem vor Rentenbeginn: verzinsliche Ansammlung, alternativ Bonusrente, alternativ Investmentfonds
- Überschusssystem nach Rentenbeginn: Dynamik, alternativ Teildynamik, alternativ Konstante, alternativ Bonus
- Versicherungsbeginn: 01.01.2018

**Ergebnisziel:** Garantierte Rente und Rente mit Überschuss im ersten Jahr sowie garantiertes Kapital und Kapital mit Überschuss.



# 7. Methodik

## Leistungsanalyse – Vorgehensweise

Folgende Annahmen bildeten die Analysegrundlage für die **Privat-Rente (fondsgebunden)**:

- Versicherungsnehmer: unisex, 32 Jahre, geb. 01.01.1986
- Familienstand: ledig
- Vertragsart: Einzelvertrag, keine Tarife mit Sammelinkasso oder Rabattierungen aufgrund bestimmter Personenkreise, keine Beitragsdynamik, keine Zusatzversicherungen
- Rente ab 67 Jahren (01.01.2053)
- Beitrag: 100 Euro monatlich
- Todesfallleistung vor Rentenbeginn: Vertragsguthaben mind. Beitragsrückgewähr, alternativ Deckungskapital, alternativ Mindesttodesfallsumme (50% der Beitragssumme), alternativ keine Leistung bei Tod vor Rentenbeginn
- Todesfallleistung nach Rentenbeginn: 10 Jahre Rentengarantiezeit, alternativ Differenzleistung, alternativ keine Leistung bei Tod nach Rentenbeginn
- Fondsanlage: Carmignac Patrimoine A EUR acc (ISIN FR0010135103), alternativ anderer weltweit orientierter Aktienfonds, 3% + 6% Wertentwicklung
- Überschusssystem nach Rentenbeginn: Dynamik, alternativ Teildynamik, alternativ Konstante, alternativ Bonus
- Versicherungsbeginn: 01.01.2018

**Ergebnisziel:** Mögliche Rentenwerte bei 3 % und 6 % Fondswertentwicklung im ersten Jahr sowie Ablaufleistungen bei 3 % und 6 % Fondswertentwicklung.

# 7. Methodik

## Leistungsanalyse – Untersuchungskriterien

<b>Leistungsanalyse</b>		<b>100,0%</b>
Privat-Rente (Klassik)		40,0%
Privat-Rente (fondsgebunden)		40,0%
Anzahl der Produktkategorien		20,0%
<b>Privat-Rente (Klassik)</b>		<b>100,0%</b>
<b>Leistung (Ratingnote Franke und Bornberg)</b>		<b>60,0%</b>
Aktiv	30,0%	
Komfort	30,0%	
<b>Rente und Ablaufleistung</b>		<b>40,0%</b>
Garantierte Rente	12,0%	
Rente inklusive Überschuss	8,0%	
Garantierte Ablaufleistung	12,0%	
Ablaufleistung inkl. Überschüsse gemäß 3%	8,0%	
<b>Privat-Rente (fondsgebunden)</b>		<b>100,0%</b>
<b>Leistung (Ratingnote Franke und Bornberg)</b>		<b>60,0%</b>
Aktiv	30,0%	
Komfort	30,0%	
<b>Rente und Ablaufleistung</b>		<b>40,0%</b>
Rente bei 3% Wertentwicklung	10,0%	
Rente bei 6% Wertentwicklung	10,0%	
Ablaufleistung bei 3% Wertentwicklung	10,0%	
Ablaufleistung bei 6% Wertentwicklung	10,0%	

	<b>Seite</b>
<b>A. Tester-Erlebnisse</b>	<b>41</b>
Positiv	41
Negativ	42
<b>B. Telefonischer Service</b>	<b>43</b>
<b>C. Service per E-Mail</b>	<b>45</b>
<b>D. Internetauftritt</b>	<b>47</b>
<b>E. Leistungsanalyse</b>	<b>49</b>
Privat-Rente (Klassik)	49
Privat-Rente (fondsgebunden)	51
<b>F. Allgemeine Methodik (Servicetests)</b>	<b>53</b>

# F. Allgemeine Methodik

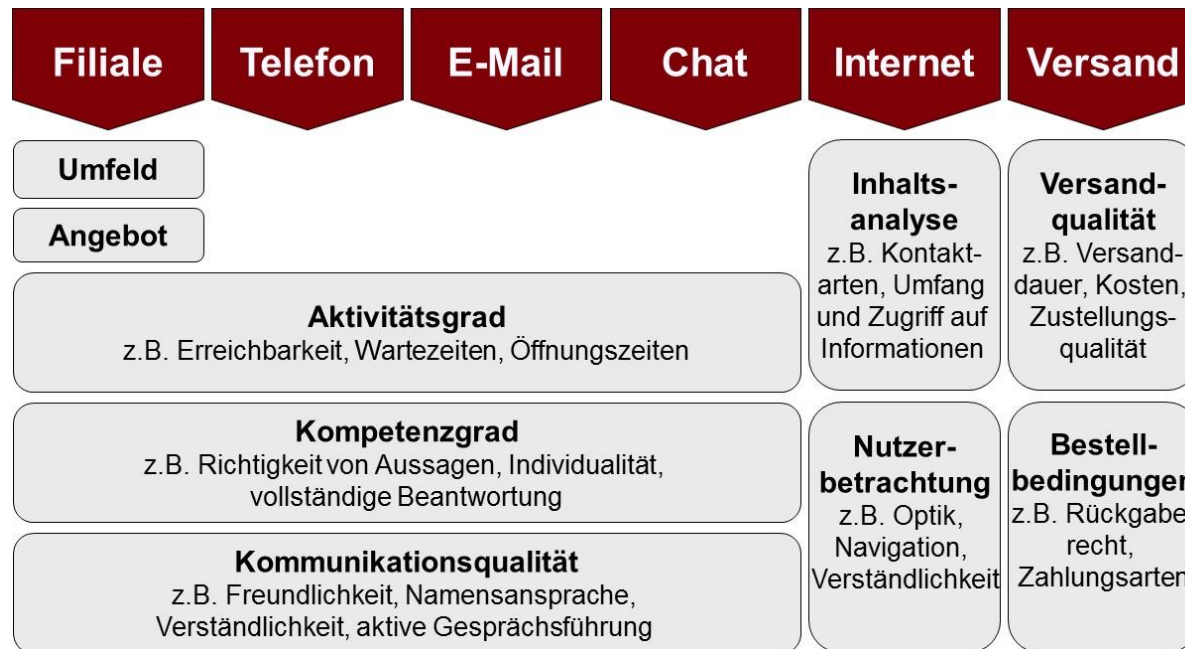
## Service-tests

- **Ziel:** Analyse des Services und der Leistungen von Unternehmen aus Verbrauchersicht
- **Basis:** Standardisierte, objektiv nachprüfbare Messverfahren der SERVQUAL/SERVPERF-Methodik, Erweiterung des Modells um Erkenntnisse aus der Verhaltensökonomie
- **Analyse:** Mehrdimensionaler Ansatz; Berücksichtigung der für Kunden relevanten Kontaktkanäle (Filiale vor Ort, Telefon, E-Mail und Kontaktformular, Online-Chat, Internetpräsenz der Unternehmen, Versand)
- **Verfahren:** Datenerhebung mithilfe von Mystery-Tests (= aktive, verdeckte Beobachtung durch geschulte Tester, die als Kunden auftreten und nach einem festgelegten und standardisierten Kriterienkatalog vorgehen)
- **Mystery-Aktivitäten:** Testkäufe, Testberatungen, Testanrufe, Test-E-Mails, Test-Chat-Gespräche auf Basis streng definierter, branchenübergreifender Vorgaben hinsichtlich Fragebögen, Rollenspiele und Kundenprofile
- **Internetanalyse:** Qualitätsmessung anhand quantitativer Inhaltsanalysen durch Experten sowie Nutzerbetrachtungen durch geschulte Tester

# F. Allgemeine Methodik

## Service-tests

Die Abbildung zeigt die Hauptkriterien der Servicetests mit wesentlichen Unterkriterien:



- Bewertungen basieren auf standardisierter Likert-Skala mit fünf Ausprägungen
- Einheitliche Überführung ermittelter Daten in ein Punktesystem (0 bis 100 Punkte)
- Einordnung der Werte in Qualitätssurteilsschema von „sehr gut“ bis „mangelhaft“