

DOKUMENTATION – Zusammenfassung

Beratungsstudie: Versicherungsvermittler 2021



„Mehr Transparenz – mehr Kundennähe“
Im Auftrag des Nachrichtensenders ntv
Hamburg, 16. November 2021

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 Dokumentation unterliegt einer Schutzgebühr in Höhe von 400 Euro (zzgl. MwSt.).

Fotoquellen: Oliver Görnandt-Schade (2), Getty Images/Wavebreakmedia

Sitz	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 Mystery-Shopping-Studien, Tests und Kundenbefragungen auf Basis standardisierter, objektiver und aktueller Marktforschungsmethodik
Mitarbeiter	Expertenteam aus Ökonomen, Soziologen und Psychologen sowie über 2.000 geschulte Testerinnen und Tester in ganz Deutschland
Beirat	Vorsitz: Brigitte Zypries / Bundesministerin a. D. (Wirtschaft und Justiz) Jochen Dietrich / ntv Nachrichtenfernsehen Marianne Voigt / Unternehmerin, Aufsichtsrätin Prof. Peter Wippermann / Trendforscher

Inhaltsverzeichnis

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

	Seite
1. Zahlen und Fakten zur Studie	5
2. Fazit	7
3. Gesamtergebnis	8
4. Die besten Unternehmen	10
5. Stärken und Schwächen der Branche	12
Beratungskompetenz	13
Lösungsqualität	15
Kommunikationsqualität	16
Wartezeiten und Erreichbarkeit	17
Qualität des Umfelds	18
Beratungserlebnis	19
6. Methodik	20
Anhang	36

1. Zahlen und Fakten zur Studie

Auftraggeber	Nachrichtensender ntv
Studienumfang	Vermittler von 14 Versicherungsunternehmen
Studienzeitraum	Juli bis November 2021
Studienkonzept	Erstellung in Zusammenarbeit mit Prof. Dr. Thomas Liebetruh (OTH Regensburg)
Analysebereiche	Beratung*
Serviceanalyse	Mystery-Tests, insgesamt 137 Servicekontakte (9** bzw. 10 je Anbieter) Umfassende Bewertung der Servicequalität anhand folgender Bereiche: <ul style="list-style-type: none">■ Beratungskompetenz (Fachkunde, individuelle Beratung etc.)■ Lösungsqualität (Gezielte Bedarfsanalyse etc.)■ Kommunikationsqualität (Freundlichkeit, Motivation etc.)■ Wartezeiten und Erreichbarkeit (Warte- und Öffnungszeiten etc.)■ Qualität des Umfelds*** (Raumgestaltung, Sauberkeit etc.)■ Beratungserlebnis (Gesprächsatmosphäre, Mehrwert etc.)

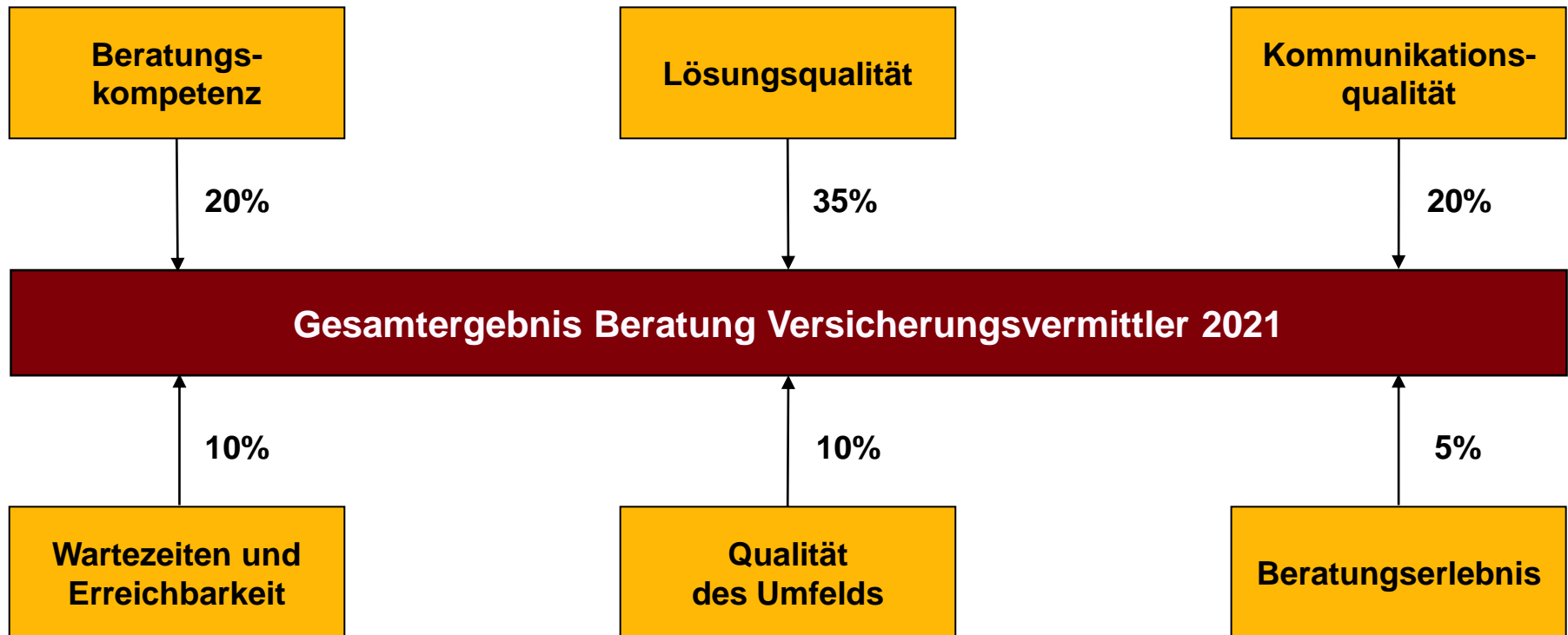
* Die Beratungen fanden hauptsächlich vor Ort statt. War dies nicht möglich, wurden diese über (Video-)Telefonate durchgeführt.

** Bei drei Anbietern konnten lediglich neun statt zehn Beratungen durchgeführt werden. Die geringere Fallzahl hat keinen Einfluss auf das Ergebnis.

*** Eine Beurteilung der Qualität des Umfelds erfolgte nur bei den Beratungen vor Ort, was sich nicht negativ auf die Bewertungen auswirkte.

1. Zahlen und Fakten zur Studie

Bewertungskriterien und Gewichtungen



3. Gesamtergebnis

Gesamtergebnis Beratung Versicherungsvermittler			
Rang	Unternehmen	Punkte*	Qualitätsurteil
1	Allianz	83,7	sehr gut
2	Alte Leipziger	82,5	sehr gut
3	Generali	80,8	sehr gut
4	R+V	80,6	sehr gut
5	Ergo	77,4	gut
6	LVM	77,3	gut
7	Axa	76,3	gut
8	Versicherungskammer Bayern	75,7	gut
9	Gothaer	74,7	gut
10	Württembergische	73,5	gut
11	Zurich	73,4	gut
12	SV Sparkassenversicherung	73,0	gut
13	HDI	72,7	gut
14	Debeka	72,7	gut
	Branche (Mittelwert)	76,7	

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

Gesamtergebnis Beratung Versicherungsvermittler 100%			Beratungs- kompetenz 20%		Lösungs- qualität 35%		Kommunikations- qualität 20%		Wartezeiten und Erreichbarkeit 10%		Qualität des Umfelds** 10%		Beratungs- erlebnis 5%	
Rang	Unternehmen	Punkte*	Rang	Punkte*	Rang	Punkte*	Rang	Punkte*	Rang	Punkte*	Rang	Punkte*	Rang	Punkte*
1	Allianz	83,7	2	87,0	1	77,3	4	87,3	10	93,5	1	86,4	2	77,0
2	Alte Leipziger	82,5	1	88,4	3	70,2	1	91,9	4	97,2	2	82,9	1	77,4
3	Generali	80,8	8	82,5	2	76,7	9	83,8	3	97,4	10	76,9	6	65,5
4	R+V	80,6	4	86,0	4	70,0	2	91,4	1	99,8	14	70,3	3	72,0
5	Ergo	77,4	9	82,5	5	69,1	11	81,8	8	94,8	9	77,1	7	63,5
6	LVM	77,3	3	86,4	11	62,2	3	87,6	6	95,6	3	78,9	5	66,0
7	Axa	76,3	7	82,6	8	63,8	6	84,5	5	97,0	13	74,5	4	67,0
8	Versicherungskammer Bayern	75,7	5	84,4	7	64,5	10	83,4	14	88,3	11	76,7	11	61,5
9	Gothaer	74,7	12	77,4	9	63,5	8	83,9	13	92,3	4	78,8	11	61,5
10	Württembergische	73,5	14	72,5	6	64,8	12	81,0	12	92,6	6	77,6	10	62,3
11	Zurich	73,4	11	77,8	10	62,8	13	78,1	9	94,4	7	77,2	13	60,5
12	SV Sparkassenversicherung	73,0	6	83,1	14	54,2	5	85,3	7	95,3	12	76,5	9	62,9
13	HDI	72,7	13	76,0	13	57,8	6	85,0	11	92,9	5	78,6	8	63,0
14	Debeka	72,7	10	78,2	12	61,1	14	76,4	2	97,6	7	77,2	14	57,5
	Branche (Mittelwert)	76,7		81,8		65,6		84,4		94,9		77,8		65,5

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.

** Eine Beurteilung der Qualität des Umfelds erfolgte nur bei den Beratungen vor Ort, was sich nicht negativ auf die Bewertungen auswirkte.

4. Die besten Unternehmen

	1. Platz	2. Platz	3. Platz
Gesamtergebnis	Allianz	Alte Leipziger	Generali
Beratungskompetenz	Alte Leipziger	Allianz	LVM
Lösungsqualität	Allianz	Generali	Alte Leipziger
Kommunikationsqualität	Alte Leipziger	R+V	LVM
Wartezeiten und Erreichbarkeit	R+V	Debeka	Generali
Qualität des Umfelds*	Allianz	Alte Leipziger	LVM
Beratungserlebnis	Alte Leipziger	Allianz	R+V

* Eine Beurteilung der Qualität des Umfelds erfolgte nur bei den Beratungen vor Ort, was sich nicht negativ auf die Bewertungen auswirkte.

6. Methodik

Hintergrund der Studie

Im Fall der Fälle abgesichert sein – Versicherungsgesellschaften in Deutschland bieten Versicherungsverträge für eine Vielzahl von Schadens- oder Leistungsfällen an.* Risiken wie Invalidität, Schäden oder Unfälle wurden im Jahr 2019 in Deutschland durch 446,2 Millionen Versicherungsverträge abgesichert.**

Bei einer Vielzahl unterschiedlicher Versicherer und Tarife ist das Versicherungsgeschäft für den Laien häufig kaum zu durchdringen. Abhilfe versprechen sich Interessierte oft von einer aufklärenden Beratung beim Versicherungsvermittler ihres Vertrauens. Somit ist der Versicherungsvermittler ein wichtiges Bindeglied zwischen Kunde und Versicherungsgesellschaft. Der Kunde profitiert von den Leistungen des Versicherungsvermittlers bzw. der Vermittler klärt alle offenen Fragen und kümmert sich in jeder Hinsicht um den Kunden. Die Versicherungsgesellschaft vertraut seinerseits dem Versicherungsvermittler, der für den Abschluss neuer Verträge sorgt und neue Kunden für die Versicherungsgesellschaft gewinnt.

Das Ziel dieser Studie war es, zu analysieren, welche Versicherer – durch seine Ausschließlichkeitsvermittler – kompetente persönliche Beratungen bieten, wie serviceorientiert sich die Berater zu den Themen Altersvorsorge, Risikoversicherung und Sachversicherungen zeigen und wo die Bedürfnisse der Kunden individuell herausgearbeitet werden.

* Vgl. Finanztip Verbraucherinformation GmbH (2021): Wichtige Versicherungen. Welche Versicherungen Du brauchst und welche nicht, Online unter: <https://www.finanztip.de/sinnvolle-versicherungen/> (Abrufdatum: 29.06.2021).

** Vgl. Gesamtverband der Deutschen Versicherungswirtschaft e.V. (2020): Statistisches Taschenbuch der Versicherungswirtschaft 2020; Bestand an Versicherungsverträgen nach Sparte; Tabelle 8.

6. Methodik

Untersuchungsumfang

In dieser Studie wurden die größten 14 Filialversicherer berücksichtigt (gemessen an der Summe der Bruttobeiträge aus Lebens- und Unfall-/Schadensversicherung (2019)). Es wurden nur die Versicherer berücksichtigt, deren Produktangebot mindestens die Versicherungsleistungen Unfallversicherung, Privathaftpflichtversicherung, Lebensversicherung und Berufsunfähigkeitsversicherung umfassten.

Folgende 14 Versicherungsgesellschaften wurden in der Studie berücksichtigt (in alphabetischer Reihenfolge):

- Allianz
- Alte Leipziger
- Axa
- Versicherungskammer Bayern
- Debeka
- Ergo
- Generali
- Gothaer
- HDI
- LVM
- R+V
- SV Sparkassenversicherung
- Württembergische
- Zurich

6. Methodik

Vorgehensweise

- Die Tests fanden vom 11. August bis zum 18. Oktober 2021 in 33 deutschen Städten statt (siehe Anhang). Am häufigsten wurden Filialen in Hamburg, Köln und München getestet.
- Für jede Beratung vereinbarten die Tester vorab einen Termin mit den Versicherungsvermittlern. Die Gespräche fanden anschließend in den Beratungsbüros statt. Sofern eine Beratung vor Ort nicht möglich war, erfolgte diese telefonisch oder per Video, was sich nicht negativ auf die Bewertungen auswirkte.
- Die Beratungsqualität wurde anhand von neun* beziehungsweise zehn Rollenspielen (inklusive spezifischem Profil) zu unterschiedlichen Themenbereichen analysiert.

* Bei drei Anbietern konnten lediglich neun statt zehn Beratungen durchgeführt werden. Die geringere Fallzahl hat keinen Einfluss auf das Ergebnis.

6. Methodik

Rollenspiele – Modellfall Altersvorsorge

Rollenspiel A1: Riester-Rente

- Single, Mitte 20 bis Mitte 30
- Kaufmännischer Angestellter, keine Kinder
- Monatseinkommen: 2.700 Euro brutto/ca. 1.750 Euro netto
- Renteneintrittsalter: 67 Jahre

Das Hauptinteresse des Kunden im Hinblick auf seine zusätzliche Rente lag in der Nutzung der staatlichen Förderung. Daher interessierte er sich für eine Riester-Rente. Der Kunde wünschte sich von seinem Vorsorgeprodukt eine Rendite von zwei bis drei Prozent, wusste aber nicht, ob dies derzeit überhaupt realisierbar ist. Er wäre aber bereit, ein moderates Verlustrisiko einzugehen. Erfahrungen mit Wertpapieren wurden bislang noch nicht gesammelt. Er wollte gern die maximale staatliche Zulage erhalten und war in der Lage, dafür jeden Monat den entsprechenden Betrag aufzubringen. Er informierte sich zudem, was mit den Zulagen passiert, wenn man nicht den vollen Mindestbetrag zahlen kann und ob sie versteuert werden.

6. Methodik

Rollenspiele – Modellfall Altersvorsorge

Rollenspiel A2: Riester-Rente

- Single, Mitte 30 bis Mitte 40
- Kaufmännischer Angestellter, keine Kinder
- Monatseinkommen: 4.000 Euro brutto/ca. 2.380 Euro netto
- Renteneintrittsalter: 67 Jahre

Der Interessent gab vor, als zusätzliche Altersvorsorge eine Riester-Rente abschließen zu wollen. Bislang hatte er noch keine weiteren Altersvorsorgeprodukte abgeschlossen. Er wünschte sich eine Rendite von zwei bis drei Prozent, war sich aber nicht sicher, ob dies derzeit überhaupt realistisch ist. Er wäre aber bereit, ein moderates Verlustrisiko einzugehen. Wertpapiererfahrungen hatte er bislang noch nicht gesammelt. Er würde gerne die maximale staatliche Zulage erhalten und könnte dafür jeden Monat den entsprechenden Betrag aufbringen. Er erkundigte sich zudem über zertifizierte Riester-Verträge und ob die Einzahlungen steuerlich abgesetzt werden können.

6. Methodik

Rollenspiele – Modellfall Altersvorsorge

Rollenspiel B1: Privat-Rente (klassisch)

- Single, Mitte 20 bis Mitte 30
- Kaufmännischer Angestellter, keine Kinder
- Monatseinkommen: 2.700 Euro brutto/ca. 1.750 Euro netto
- Renteneintrittsalter: 67 Jahre

Der Kunde hatte bislang noch keine Altersvorsorgemaßnahmen getroffen und stand einer Zusatzrente mit staatlicher Förderung (Riester-Rente) aufgrund der eingeschränkten Flexibilität kritisch gegenüber. Er erwartete von seiner Altersvorsorge eine Rendite von drei Prozent und legte viel Wert auf Sicherheit. Erfahrungen mit Wertpapieren wurden bislang nicht gesammelt. Der Interessent erkundigte sich darüber, was er tun könne, wenn er einmal in die Situation käme, seine Beiträge nicht mehr zahlen zu können. Er interessierte sich auch, ob Angehörige die bereits geleisteten Einzahlungen erhalten, sollte er während der Ansparphase versterben.

6. Methodik

Rollenspiele – Modellfall Altersvorsorge

Rollenspiel B2: Privat-Rente (fondsgebunden)

- Single, Mitte 30 bis Mitte 40
- Kaufmännischer Angestellter, keine Kinder
- Monatseinkommen: 4.000 Euro brutto/ca. 2.380 Euro netto
- Renteneintrittsalter: 67 Jahre

Der Interessent gab an, etwas für seine Altersvorsorge tun zu wollen und sich dafür ein unverbindliches Angebot einholen zu wollen. Er hatte bislang noch keine Altersvorsorgemaßnahmen getroffen und stand einer Zusatzrente mit staatlicher Förderung (Riesterrente) aufgrund der eingeschränkten Flexibilität kritisch gegenüber. Generell hatte er sich mit den Inhalten der Altersvorsorge bisher aber noch nicht aktiv beschäftigt. Er erwartete von seiner Altersvorsorge eine Rendite von drei bis sechs Prozent und würde dafür auch ein moderates Verlustrisiko eingehen. Wertpapiererfahrungen hatte er bislang keine gemacht. Im Rahmen der Beratung erfragte der Kunde, ob die eingezahlten Beiträge vor Verlusten geschützt sind. Weiterhin informierte er sich zu Möglichkeiten, falls er seine Beiträge nicht mehr zahlen könnte.

6. Methodik

Rollenspiele – Modellfall Altersvorsorge

Rollenspiel C: Rürup-Rente

- Single, ca. 40 Jahre
- Selbstständig (seit fünf Jahren), keine Kinder
- Jahreseinkommen: ca. 50.000 Euro (je nach Auftragslage)
- Renteneintrittsalter: 65 Jahre

Das grundsätzliche Anlageziel des Kunden war die Sicherung seiner Altersvorsorge. Da er als Selbstständiger über kein fixes Einkommen verfügte, wollte er ein Produkt abschließen, das hinsichtlich der Beitragszahlungen möglichst flexibel ist. Bislang wurden noch keine weiteren Altersvorsorgeprodukte abgeschlossen. Er wünschte sich von seinem Vorsorgeprodukt eine Rendite von drei bis fünf Prozent und war bereit, dafür ein geringes Verlustrisiko einzugehen. Erfahrungen mit Wertpapieren wurden bislang noch nicht gesammelt. Der Selbstständige erfragte, was mit dem angesparten Kapital passieren würde, wenn er während der Ansparphase bzw. Auszahlungsphase versterben sollte. Auch wollte er wissen, ob es sinnvoll sei, die Versicherung zu kündigen, wenn er die Beiträge nicht mehr zahlen könne.

6. Methodik

Rollenspiele – Modellfall Risikovorsorge

Rollenspiel D1: Berufsunfähigkeitsversicherung (ledig)

- Single, 20 bis Ende 30 Jahre
- Kaufmännischer Angestellter, keine Kinder
- Monatseinkommen: 2.500 Euro brutto/ca. 1.600 Euro netto
- Renteneintrittsalter: 67 Jahre
- Keine Vorerkrankungen, Nichtraucher, keine Extremsportarten, Beitragsdynamik möglich

Das Ziel der Beratung war es, sich privat gegen eine Berufsunfähigkeit abzusichern, um auch im Fall der Fälle den gewohnten Lebensstandard beibehalten zu können. Dafür wollte der Interessent sich ein unverbindliches Angebot erstellen lassen. Seine Vorkenntnisse zum Thema Berufsunfähigkeitsversicherung waren bislang noch vergleichsweise gering. Hinsichtlich der Versicherungssumme hatte er noch keine genauen Vorstellungen, hatte jedoch gehört, dass ca. 75 Prozent des Nettogehaltes abgesichert werden sollten. Die Berufsunfähigkeitsversicherung sollte bis zum Rentenbeginn laufen. Während der Beratung ließ sich der Kunde die Begriffe abstrakte sowie konkrete Verweisung erklären und erfragte, was der Unterschied zwischen Erwerbsunfähigkeit und Berufsunfähigkeit ist.

6. Methodik

Rollenspiele – Modellfall Risikovorsorge

Rollenspiel D2: Berufsunfähigkeitsversicherung (verheiratet)

- Verheiratet, 20 bis Ende 30 Jahre
- Kaufmännischer Angestellter, keine Kinder (aber in Planung)
- Monatseinkommen: 3.000 Euro brutto/ca. 1.850 Euro netto
Monatseinkommen Ehepartner: 2.700 Euro brutto/ca. 1.700 Euro netto
- Renteneintrittsalter: 67 Jahre
- Keine Vorerkrankungen, Nichtraucher, keine Extremsportarten, Beitragsdynamik möglich

Der Interessent wollte den Verlust, den eine Berufsunfähigkeit mit sich bringen kann, durch eine entsprechende Versicherung ausgleichen. Die Berufsunfähigkeitsversicherung sollte bis zum 67. Lebensjahr laufen. Er wusste nicht, wie hoch die Versicherungssumme sein sollte, hatte aber gehört, dass man mindestens 75 Prozent des Gehalts absichern sollte. Er hatte sich mit den Inhalten der Berufsunfähigkeitsversicherung bislang nur wenig beschäftigt. Ferner war er am Ausschluss der abstrakten Verweisung interessiert. Der Kunde informierte sich außerdem über die Sinnhaftigkeit einer Berufsunfähigkeit für einen Büroangestellten und welcher Beruf bei einem späteren Jobwechsel versichert ist.

6. Methodik

Rollenspiele – Modellfall Risikoversorge

Rollenspiel E: Unfall- und Risikolebensversicherung

- Verheiratet, 30 bis 50 Jahre
- Kaufmännischer Angestellter, 1 Kind (6 Jahre; schulpflichtig)
- Monatseinkommen: 3.500 Euro brutto/ca. 2.100 Euro netto
Monatseinkommen Ehepartner: 3.000 Euro brutto/ca. 1.850 Euro netto
- Keine Vorerkrankungen, Nichtraucher, keine Extremsportarten, keine Haustiere

Der Kunde plante innerhalb des nächsten Jahres den Erwerb einer Immobilie, daher wollte er sich und seine Familie mit einer Unfall- sowie einer Risikolebensversicherung absichern. Die Invaliditätsleistung sollte fünf Jahresbruttogehälter betragen. Gewünscht war für die Unfallversicherungen eine Laufzeit bis zum Renteneintritt. Die Risikolebensversicherung sollte zunächst für die Absicherung des Kindes angeboten werden und dementsprechend bis zu dessen 25. Lebensjahr laufen. Der Partner war bereits abgesichert. Der Interessent erkundigte sich auch über die Bestimmung der Schwere der körperlichen Beeinträchtigung und was passiert, wenn vergessen wird, eine Vorerkrankung anzugeben.

6. Methodik

Rollenspiele – Modellfall Sachversicherungen

Rollenspiel F1: Privathaftpflicht- und Hausratversicherung

- Verheiratet, Anfang 20 bis 35 Jahre
- Kaufmännischer Angestellter, 1 Kind (3 Jahre; ganztags in der Kindertagesstätte)
- Monatseinkommen: 2.500 Euro brutto/ca. 1.700 Euro netto
Monatseinkommen Ehepartner: 3.000 Euro brutto/ca. 1.850 Euro netto
- Keine Selbstbeteiligung, Absicherung bei Schlüsselverlust gewünscht, keine Haustiere

Der Interessent gab an, vor kurzem umgezogen und nun auf der Suche nach einer Privathaftpflicht- sowie einer Hausratversicherung zu sein. Er wollte sich ein unverbindliches Angebot erstellen lassen, hatte sich aber mit den Inhalten der Versicherung bislang noch nicht aktiv beschäftigt. Er hatte gehört, dass die Versicherungssumme mindestens 3 Millionen betragen sollte, würde hierbei aber den Empfehlungen des Beraters folgen. Zudem sollten Ehepartner/in und das Kind mitversichert werden. Der Kunde interessierte sich für Rabattmöglichkeiten bei einer jährlichen Zahlungsweise des Versicherungsbeitrags. Schäden, welche nicht von der Haftpflichtversicherung übernommen werden, und die Absicherung im Ausland standen außerdem im Fokus der Beratung.

6. Methodik

Rollenspiele – Modellfall Sachversicherungen

Rollenspiel F2: Privathaftpflicht- und Hausratversicherung

- Verheiratet, Anfang 35 bis 60 Jahre
- Kaufmännischer Angestellter, 1 Kind (6 Jahre; schulpflichtig)
- Monatseinkommen: 3.500 Euro brutto/ca. 2.100 Euro netto
Monatseinkommen Ehepartner: 3.000 Euro brutto/ca. 1.850 Euro netto
- Keine Selbstbeteiligung, Absicherung bei Schlüsselverlust gewünscht, keine Haustiere

Der Kunde hatte sich bei seinem Umzug viele Möbel und Einrichtungsgegenstände neu angeschafft und wollte deswegen nun auch eine Hausrat- sowie eine Privathaftpflichtversicherung abschließen. Die Hausratversicherung sollte eine Grundsicherung umfassen. Ehepartner/in und Kind des Kunden sollten beide mitversichert werden. Der Kunde ging davon aus, dass die Versicherungssumme mindestens drei Millionen Euro betragen müsse und wollte sich diesbezüglich eine Empfehlung vom Berater geben lassen. Er erkundigte sich zudem nach Rabattmöglichkeiten bei einer jährlichen Zahlungsweise des Versicherungsbeitrags. Des Weiteren interessierte er sich für Diebstahlfälle, welche von der Versicherung nicht übernommen werden, sowie ob Wertsachen standardmäßig in der Hausratversicherung mitversichert sind.

6. Methodik

Untersuchungskriterien

Beratung*	100,0%	
Beratungskompetenz		20,0%
Richtigkeit der Aussagen	4,0%	
Vollständigkeit der Aussagen	3,0%	
Strukturierte Beratung	2,0%	
Individuelle Beratung	3,0%	
Inhaltliche Verständlichkeit	2,0%	
Glaubwürdigkeit des Berater	3,0%	
Kenntnis und Darstellung der Kostenstruktur	2,0%	
Technologiekompetenz**	1,0%	
Lösungsqualität		35,0%
Gezielte Bedarfsanalyse:		
Anliegen	9,0%	
Finanzielle Situation	8,0%	
Lebenssituation	5,0%	
Bedarfsgerechte Antworten	2,0%	
Aufzeigen des Kunden- oder Produktnutzens	2,0%	
Aufzeigen von Produktalternativen	2,0%	
Relation Gesprächsdauer und -ergebnis	1,0%	
Einfache Lösung des Anliegens	1,0%	
Bewertung des Lösungsvorschlages	3,0%	
Abschlussbereitschaft	2,0%	

* Die Beratungen sollten vor Ort stattfinden. War dies nicht möglich, wurden sie per (Video-)Telefonat durchgeführt.

** Dieses Kriterium wurde nur bei einer Beratung vor Ort oder per Video-Telefonat bewertet.

6. Methodik

Untersuchungskriterien

Beratung* (Fortsetzung)		
Kommunikationsqualität		20,0%
Positive Gesprächseröffnung	1,0%	
Persönliche Vorstellung des Beraters	1,0%	
Namensansprache	1,0%	
Aktive Gesprächsführung	2,0%	
Interaktionsqualität	2,0%	
Blickkontakt**	1,0%	
Freundlichkeit	4,0%	
Motivation	3,0%	
Der Berater nahm sich genügend Zeit	2,0%	
Akustische Verständlichkeit	1,0%	
Positive Formulierungen	1,0%	
Positive Verabschiedung	1,0%	
Wartezeiten und Erreichbarkeiten		10,0%
Zustande gekommene Beratungen im Erstkontakt	3,0%	
Anteil der Beratungen, die innerhalb 5 Minuten begannen	2,0%	
Wartezeit bis zur Beratung	4,0%	
Gesprächsunterbrechungen	1,0%	

* Die Beratungen sollten vor Ort stattfinden. War dies nicht möglich, wurden sie per (Video-)Telefonat durchgeführt.

** Dieses Kriterium wurde nur bei einer Beratung vor Ort bewertet.

6. Methodik

Untersuchungskriterien

Beratung* (Fortsetzung)		
Qualität des Umfelds		10,0%
Diskrete Beratungsatmosphäre**	2,0%	
Sauberkeit der Räumlichkeiten**	1,0%	
Gestaltung der Räumlichkeiten**	1,0%	
Raumatmosphäre**	1,0%	
Sitzmöglichkeiten**	1,0%	
Barrierefreies Umfeld**	1,0%	
Erscheinungsbild der Berater**	1,0%	
Getränkeangebot**	1,0%	
Äußeres Erscheinungsbild des Gebäudes**	1,0%	
Beratungserlebnis		5,0%
Authentischer Berater	1,0%	
Gesprächsatmosphäre/Wohlfühlfaktor	2,0%	
Mehrwert der Beratung	1,0%	
Erinnerungswert	1,0%	

* Die Beratungen sollten vor Ort stattfinden. War dies nicht möglich, wurden sie per (Video-)Telefonat durchgeführt.

** Dieses Kriterium wurde nur bei einer Beratung vor Ort bewertet.

	Seite
A. Tester-Erlebnisse	37
Positiv	37
Negativ	38
B. Städteverzeichnis	39
C. Allgemeine Methodik (Servicetests)	40

B. Städteverzeichnis

- Bad Homburg
- Bayreuth
- Berlin
- Braunschweig
- Dachau
- Darmstadt
- Dresden
- Erfurt
- Gießen
- Göppingen
- Hamburg
- Hamm
- Hechingen
- Jena
- Kerpen
- Kiel
- Köln
- Leipzig
- Limburg
- Lörrach
- Mannheim
- München
- Nürnberg
- Rostock
- Rotenburg (Wümme)
- Saarbrücken
- Scheeßel
- Sittensen
- Sömmerda
- Stuttgart
- Viersen
- Weil am Rhein
- Wolfsburg

C. 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 Kundinnen und Kunden relevanten Kontaktkanäle (Filiale vor Ort, Telefon, E-Mail und Kontaktformular, Online-Chat, Video-Call, Internetpräsenz der Unternehmen, Versand)
- **Verfahren:** Datenerhebung mithilfe von Mystery-Tests (= aktive, verdeckte Beobachtung durch geschulte Testerinnen und Tester, die als Kunden auftreten und nach einem festgelegten und standardisierten Kriterienkatalog vorgehen)
- **Mystery-Aktivitäten:** Testkäufe, Testberatungen, Testanrufe, Test-E-Mails, Test-Chats, Test-Video-Calls auf Basis streng definierter, branchenübergreifender Vorgaben hinsichtlich Fragebögen, Rollenspiele und Kundenprofile
- **Online-Service:** Qualitätsmessung anhand quantitativer Internetanalysen durch Expertenteam sowie Nutzerbetrachtungen durch geschulte Testerinnen und Tester

C. 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“