

## PRESSEMITTEILUNG

### Servicestudie: Direktversicherer 2013

#### **Informative Websites, Mängel bei der Beratung – Testsieger ist Hannoversche vor Ergo Direkt und Cosmos Direkt**

**Hamburg, 26.09.2013** – Der Vorteil von Direktversicherern liegt auf der Hand: Sie bieten oft eine ähnlich umfangreiche Produktpalette wie „klassische“ Versicherer, sind aber meist deutlich günstiger. Allerdings müssen die Kunden dafür auf einen Berater vor Ort verzichten – die Produkte werden direkt über das Internet angeboten. Tarife und Konditionen vieler Versicherungen sind jedoch oft schwer durchschaubar – umso wichtiger ist ein guter Kundenservice per Telefon, E-Mail oder auf den Websites. Welcher Anbieter schlägt sich hier am besten? Das Deutsche Institut für Service-Qualität hat im Auftrag des Nachrichtensenders n-tv neun bedeutende Direktversicherer unter die Lupe genommen.

Ergebnis des Tests: Insgesamt war die Servicequalität der Versicherer befriedigend. Nur wenige Anbieter boten sowohl telefonisch als auch per E-Mail eine überzeugende Beratung. Insbesondere bei telefonischen Anfragen zu den Produkten offenbarten die Mitarbeiter Defizite. In jedem fünften Telefonat waren die Antworten unvollständig, in einigen Fällen sogar falsch. Eine individuelle Beratung war ebenfalls nicht selbstverständlich: „Die Angestellten gingen oft nicht gezielt auf die Anliegen der Anrufer ein, sondern spulten standardisierte Antworten ab“, moniert Markus Hamer, Geschäftsführer des Deutschen Instituts für Service-Qualität. Im Bereich E-Mail-Service wurden fast alle Anfragen relativ schnell bearbeitet – im Durchschnitt warteten die Interessenten zwölf Stunden auf eine Antwort. Allerdings lieferten die Mitarbeiter bei der Hälfte der Antworten nur unvollständige Informationen und gingen entweder auf Teilfragen nicht ein oder verwiesen auf die telefonische Hotline.

Die Qualität der Internetauftritte der Direktversicherer fiel dagegen erfreulich aus: „Viele Anbieter stellten zum Beispiel Produktübersichten und -details, Tarifrechner und Hinweise zum Vorgehen im Versicherungsfall bereit“, erläutert Service-Experte Hamer. Auch durch die insgesamt verständliche Aufbereitung und die gute Strukturierung der Inhalte auf den Websites konnten viele Versicherer punkten.

Testsieger wurde die Hannoversche. Der Versicherer überzeugte durch die beste telefonische Beratung und E-Mail-Beantwortung. Die Mitarbeiter gingen individuell auf den Anrufer ein und gaben vollständige und korrekte Auskünfte. Auf E-Mail-Anfragen reagierte das Unternehmen schnell. Auf dem zweiten Rang platzierte sich Ergo Direkt. Der Anbieter kam in jedem Teilbereich unter die Top-3. Der Internetauftritt bot mit zahlreichen speziellen Funktionen, wie etwa einem Kundenbereich, den größten Informationsumfang. Cosmos Direkt belegte Rang drei. Das Unternehmen punktete vor allem durch eine gute Website mit vielen verständlichen Informationen.

Mehr dazu: n-tv Ratgeber – Test, Donnerstag, 26.09.2013, um 18:35 Uhr.

Das Deutsche Institut für Service-Qualität analysierte insgesamt neun Direktversicherer. Die Servicequalität wurde anhand von jeweils zehn Telefon- und E-Mail-Tests, zehn Internet-Nutzerbetrachtungen und je einer Inhaltsanalyse der Website pro Unternehmen untersucht. Insgesamt flossen 279 Service-

#### Geschäftsführung:

Bianca Möller, Markus Hamer,  
Marcus Schad

#### 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

kontakte in die Analyse ein. Der Fokus lag auf der Qualität des persönlichen Kontakts per Telefon und E-Mail, zu dem die Kompetenz in der Kundenberatung, die Berücksichtigung von Kundeninteressen sowie die Freundlichkeit und Einhaltung kommunikativer Standards zählten.

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](mailto:m.hamer@disq.de)  
[www.disq.de](http://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.