

PRESSEMITTEILUNG

Vertrauensradar: Filial- und Direktversicherer

Vertrauenswürdigkeit von Unternehmen im Social-Media-Check – Testsieger sind R+V und HUK24

Hamburg, 20.05.2014 – Die Menschen posten auf Facebook, twittern oder kommentieren in Foren, Blogs und auf Verbraucherportalen – Web 2.0, das „Mitmach-Internet“, ist Realität. Doch welches Verhältnis zu den Unternehmen kommt hierbei zum Ausdruck? Das Deutsche Institut für Service-Qualität (DISQ) hat in Kooperation mit dem Sozialwissenschaftlichen Institut Schad (S.W.I.) den „Vertrauensradar“ entwickelt, der die Frage nach der wahrgenommenen Vertrauenswürdigkeit von Firmen beantwortet. Im Fokus der aktuellsten Erhebung: die 18 größten Direkt- und Filialversicherer.

Testsieger Kundenvertrauen im Bereich Versicherer wurde R+V Versicherung. Auf die Plätze zwei und drei kamen Württembergische und Debeka. Unter den Direktversicherern erzielte HUK24 den ersten Rang. CosmosDirekt platzierte sich auf Rang zwei vor Hannoversche auf Rang drei.

Im Auftrag des Magazins DUB Unternehmer analysierten das DISQ und das S.W.I. die zehn größten Versicherer mit Vertriebsnetz sowie die acht größten Direktversicherer. Beiträge aus sozialen Netzwerken, Foren, Blogs, Bewertungsportalen und Newsseiten wurden mithilfe von Social-Media-Monitoring-Tools analysiert und nach aktuellsten marktforscherischen Standards ausgewertet. Relevant hierbei: Meinungsäußerungen, in denen Aspekte wie Kompetenz, Integrität und Wohlwollen (Benevolenz) der Unternehmen ausgedrückt wurden. Beiträge, welche die Unternehmen selbst lancierten, wurden ausgefiltert. In das Gesamtergebnis für jedes Unternehmen flossen die Daten aus den Bereichen Kundenvertrauen und Medienecho ein.

DUB Unternehmer berichtet ausführlich über die Ergebnisse des Vertrauensradars in der kommenden Ausgabe, die am 6. und 7. Juni zum dritten Mal als Supplement von WirtschaftsWoche und Handelsblatt sowie mit mehr Seiten und Inhalten am Kiosk erscheint.

Veröffentlichung nur unter Nennung der Quelle:
Deutsches Institut für Service-Qualität in Kooperation mit S.W.I.

Ansprechpartner für die Presse:

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 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.

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