

PRESSEMITTEILUNG

Kundenbefragung: Versicherer des Jahres 2014

Transparenz und Service ausbaufähig – Münchener Verein beliebtester Versicherer vor R+V und Aachen-Münchener

Hamburg, 19.06.2014 – Mit einem Umsatz von 195 Milliarden Euro zählt die Versicherungsbranche zu einer der umsatzstärksten in Deutschland. Eine imposante Summe, die aber über die Kundenbeziehung nichts aussagt. Es stellt sich die spannende Frage: Wie zufrieden sind die Versicherungsnehmer mit ihren Anbietern? Dies klärt eine Kundenbefragung, die das Deutsche Institut für Service-Qualität im Auftrag des Nachrichtensenders n-tv durchführte.

Insgesamt schnitten die deutschen Versicherer befriedigend ab. Allerdings zeigten sich deutliche Unterschiede in der Wahrnehmung der einzelnen Unternehmen. So sicherten sich zwei Anbieter das Qualitätsurteil „Sehr gut“, zehn erzielten in puncto Kundenzufriedenheit ein „Gut“. Zwölf waren befriedigend, während zwei Versicherer nicht über ein „Ausreichend“ hinaus kamen.

Als aus Kundensicht größte Schwäche stellte sich die mangelnde Transparenz und Produkt-Verständlichkeit heraus. Mehr als ein Drittel – rund 36 Prozent – der Befragten waren in diesem Punkt gegenüber ihrem Anbieter geteilter Meinung oder sogar ausdrücklich unzufrieden. Auf nur etwas mehr Zustimmung stieß das Preis-Leistungs-Verhältnis: Eher oder sehr zufrieden zeigte sich ein vergleichsweise niedriger Anteil von rund 66 Prozent der Befragungsteilnehmer.

Bedenklich war auch, dass insgesamt fast jeder vierte Versicherte über ein Ärgernis mit der eigenen Versicherung berichtete. Bei allen 26 bewerteten Versicherungsunternehmen waren negative Erlebnisse der Kunden zu verzeichnen. „Es kristallisierten sich einige Unternehmen heraus, die überdurchschnittlich häufig für Kundenfrust sorgten. Bei den unrühmlichen Spitzenreitern waren es jeweils 34 Prozent der Kunden, die ein Ärgernis mit ihrem Anbieter hatten“, so Markus Hamer, Geschäftsführer des Deutschen Instituts für Service-Qualität.

Mit dem Service der Versicherer zeigten sich rund zwei Drittel der Befragten eher oder sehr zufrieden. Auf die größte Zustimmung stieß die Qualität der Produkte, die von gut 77 Prozent der Kunden positiv bewertet wurde. Auf ein weiteres Ergebnis weist Marktforschungsexperte Markus Hamer hin: „Oft zeigt sich die wahre Qualität der Versicherung erst, wenn ein Schaden eingetreten ist. Immerhin gut 72 Prozent der hiervon Betroffenen, waren mit der Regulierung des Schadens überwiegend zufrieden.“

Mehr dazu: n-tv Ratgeber – Test, Donnerstag, 19.06.2014 um 18:35 Uhr.

Als beliebtestes Unternehmen und damit als „Versicherer des Jahres 2014“ ging Münchener Verein aus der Kundenbefragung hervor. Der Anbieter überzeugte mit hohen Zufriedenheitswerten in allen Bereichen sowie auch der höchsten Weiterempfehlungsbereitschaft. Den zweiten Rang belegte R+V. Einen wichtigen Baustein für die gute Platzierung bildete die TOP-3-Platzierungen in den Bereichen Service, Preis-Leistungs-Verhältnis sowie Transparenz und Verständlichkeit. Auf Rang drei platzierte sich Aachen-Münchener und punktete aus Sicht der Kunden vor allem bei der Qualität der Produkte, mit der sich rund 91 Prozent der Befragten eher oder sehr zufrieden zeigten.

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

Als beliebtester Direktversicherer konnte sich Cosmos Direkt profilieren, der über alle abgefragten Kriterien hinweg gute Zufriedenheitswerte erzielte.

In die Online-Befragung über die Websites www.n-tv.de und www.disq.de sowie über ein Online-Panel flossen insgesamt 4.718 Kundenbewertungen ein. Jeder Befragte bewertete nur das Unternehmen, bei dem er die meisten Versicherungen abgeschlossen hatte. Im Mittelpunkt der Panel-Befragung standen die Meinungen der Kunden zu den Bereichen Service, Preis-Leistungs-Verhältnis, Qualität der Produkte sowie Transparenz und Verständlichkeit. Kundenärgernisse sowie die Weiterempfehlungsbereitschaft flossen ebenfalls in die Gesamtbewertung ein. Berücksichtigt wurden alle Anbieter, zu denen sich mindestens 100 Kunden geäußert hatten. Dies traf auf 26 Versicherungsunternehmen zu.

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.