

PRESSEMITTEILUNG

Studie: Insurtechs 2017

Fehlendes Kundenvertrauen – Digitale Versicherungsmakler oft noch mit Defiziten – Testsieger ist Friendsurance

Hamburg, 06.09.2017 – Aufstrebende Fintech-Unternehmen gibt es auch im Versicherungsbereich: Hier bieten sogenannte Insurtechs ihre Maklerdienste an. Kunden sollen durch Vereinfachung und Komfort profitieren, etwa mit Angebotsvergleichen und einer digitaler Policenverwaltung. Wirklich überzeugen können allerdings nur wenige Lösungen. Das zeigt die Studie des Deutschen Instituts für Service-Qualität, welches im Auftrag des Nachrichtensenders n-tv sieben Insurtechs getestet hat (*Sendehinweis: n-tv Ratgeber – Geld, Mittwoch, 13.09.2017, 18:35 Uhr*).

Bedienungsfreundlich, aber nicht immer transparent

Im Gesamtergebnis erreichen die Insurtechs im Schnitt ein befriedigendes Resultat, nur zwei können sich das Qualitätsurteil „gut“ sichern. Dabei zeigen bereits die Internetauftritte Defizite, etwa bei den oft nur lückenhaften Kontaktinformationen. Überraschend ist beispielsweise, dass lediglich zwei der sieben Online-Anbieter eine Kontaktaufnahme via Chat ermöglichen.

In puncto Produktinformation und Einstieg in die Nutzung zeigen sich Licht und Schatten. Hier liegen die Stärken der Insurtechs im Bereich Übersichtlichkeit, Bedienungsfreundlichkeit sowie in den sehr umfangreichen themenspezifischen Informationen. Auch die Registrierung wird zumeist als schnell und mehrheitlich positiv bewertet. Dagegen sind in über drei Viertel der Fälle nicht alle relevanten Informationen auch leicht zugänglich; die Kostendarstellung wird in über 52 Prozent der Bewertungen als nicht transparent eingestuft.

Vertrauenswürdigkeit als Knackpunkt

Ein nur durchschnittliches Ergebnis erbringt auch die Insurtech-Nutzung. Positiv werden die komfortable Anwendung und die Übersichtlichkeit des Kundenbereichs und der Policenverwaltung eingestuft. Häufiger Kritikpunkt ist dagegen der mangelnde Informationsgehalt im Nutzungsprozess. Nicht nur in Einzelfällen kommt es im Test zudem zu Problemen bei der Nutzung; in rund 37 Prozent der Fälle ist den Kunden nicht zu jedem Zeitpunkt klar, was von ihnen erwartet wird.

Markus Hamer, Geschäftsführer des Deutschen Instituts für Service-Qualität: „Ein geringes Kundenvertrauen ist für Insurtechs fatal, aber genau hier zeigt sich Verbesserungsbedarf. Auf Basis der Nutzungserlebnisse stuften nur 54 Prozent der Kunden die Anbieter als vertrauenswürdig ein. Nur wenige Insurtechs können insgesamt wirklich überzeugen.“

Die besten Unternehmen

Testsieger ist Friendsurance mit dem Qualitätsurteil „gut“. Das Unternehmen profiliert sich mit dem besten Internetauftritt sowie den besten Bewertungen hinsichtlich Information und Einstieg. Die Website besticht mit einem hohen Informationswert und zahlreichen Kontaktmöglichkeiten, unter anderem einer

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:

Markus Hamer

Beirat:

Jochen Dietrich, Johann C. Lindenberg

Ust.-Id.-Nr. DE249603922

Amtsgericht Hamburg HRA 104009

Persönlich haftende Gesellschafterin:

buscha Verwaltungsgesellschaft mbH,

Amtsgericht Hamburg HRB 97297

Chat-Funktion. Die Registrierung und der nachfolgende Prozess sind transparent. Darüber hinaus schneidet Friendsurance auch in puncto Nutzung mit einem positiven Ergebnis ab.

Den zweiten Rang belegt Clark, ebenfalls mit dem Qualitätsurteil „gut“. Der Nutzungsprozess ist hier nicht nur schnell, sondern im Vergleich am komfortabelsten. Vor allem die App punktet mit einer übersichtlichen Gestaltung und einem großen Informationsumfang. Darüber hinaus erzielen sowohl der Internetauftritt als auch der Bereich Information und Einstieg gute Ergebnisse.

Auf Platz drei positioniert sich GetSafe. Den Produkteinstieg durchlaufen die Kunden hier komfortabel und vergleichsweise schnell; beide Merkmale gelten für das Nutzungserlebnis. Die Verwendung der digitalen Unterschrift ist kundenfreundlich umgesetzt. Zudem punktet die Website mit umfangreichen themenspezifischen Informationen.

Das Deutsche Institut für Service-Qualität analysierte sieben Insurtech-Unternehmen mit Maklermandat. Die Untersuchung setzte sich aus einer Inhaltsanalyse des Internetauftritts sowie einer Customer-Experience-Untersuchung der Websites und Apps zusammen. Es erfolgten je Anbieter drei Analysen der Kundenerlebnisse bei der Produktinformation und beim Einstieg sowie neun bei der Produktnutzung. Insgesamt flossen 91 Kontakte mit den Insurtechs in die Untersuchung ein.

Veröffentlichung nur unter Nennung der Quelle:
Deutsches Institut für Service-Qualität im Auftrag von n-tv

Pressekontakt:

Martin Schechtel
Tel.: +49 (0)40 / 27 88 91 48 - 20
E-Mail: m.schechtel@disq.de
www.disq.de

DISQ Deutsches Institut für
Service-Qualität GmbH & Co. KG
Dorotheenstraße 48
22301 Hamburg
Tel.: +49 (0)40 / 27 88 91 48-0
Fax: +49 (0)40 / 27 88 91 48-91
E-Mail: info@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.