

PRESSEMITTEILUNG

Kundenbefragung: Versicherer des Jahres 2021

Hohe Zufriedenheit der Versicherten, Kundenärgernisse aber keine Seltenheit – Münchener Verein auf Platz eins

Hamburg, 08.09.2021 – Die Kundenbefragung „Versicherer des Jahres 2021“ belegt eine hohe Zufriedenheit mit der Versicherungsbranche. Im Top-10-Ranking der Erhebung, die das Deutsche Institut für Service-Qualität im Auftrag des Nachrichtensenders ntv durchgeführt hat, positionieren sich acht Filial- und zwei Direktversicherer (*Veröffentlichungshinweis: www.ntv.de/tests*).

Gutes Branchenergebnis

Die Kundenzufriedenheit mit den Versicherern bewegt sich auf einem hohen Niveau und steigt im Vergleich zum Vorjahr von 73,2 Punkte auf aktuell 75,2 Punkte. Damit verfestigt sich der positive Trend der letzten Jahre. Drei Versicherer erzielen das Kundenurteil „sehr gut“, 19 Unternehmen sind „gut“ und zehn weitere schneiden mit „befriedigend“ ab.

Als ein Zufriedenheitsgarant stellt sich vor allem die Qualität der Produkte heraus. Rund 83 Prozent der Befragten zeigen sich mit Aspekten wie dem Leistungsumfang oder dem Produktspektrum eher oder sogar sehr zufrieden. Doch auch in den Bereichen Service und Preis-Leistungs-Verhältnis erzielt die Branche bei den Kunden insgesamt gute Ergebnisse.

Bei der Transparenz und Verständlichkeit, etwa der Produkte, Informationen und Vertragsunterlagen, wird am ehesten noch Verbesserungspotenzial, gesehen. Mehr als jeder fünfte Befragte (rund 22 Prozent) bewertet diesen Bereich bei seinem Versicherungsunternehmen nicht positiv.

Trend zur Cloud des Versicherers

Nutzten 2020 erst 47 Prozent der Kunden ein Online-Portal ihres Versicherers, etwa um ihre Verträge digital abzulegen, sind es aktuell bereits rund 73 Prozent. Dagegen haben Versicherungsdienstleister auf Basis digitaler Technologien weiterhin einen schweren Stand: Nicht einmal ein Viertel der Befragten konnte mit dem Begriff Insurtechs überhaupt etwas anfangen und nur ein verschwindend geringer Anteil von 2,6 Prozent hat deren Dienste schon einmal aktiv genutzt.

Markus Hamer, Geschäftsführer des Deutschen Instituts für Service-Qualität: „Trotz des guten Branchenergebnisses fällt ein Aspekt negativ auf: der relativ hohe Anteil an erlebten Kundenärgernissen. Angesichts der so zahlreichen Alternativen am Versicherungsmarkt kann sich dies trotz hoher Grundzufriedenheit schnell zu einem Wechselgrund auswachsen.“

Die beliebtesten Versicherungsunternehmen

Münchener Verein ist mit dem Qualitätsurteil „sehr gut“ der Versicherer des Jahres 2021 und bestätigt damit den Erfolg der Vorjahre. Insbesondere hinsichtlich der Qualität der Produkte punktet das Unternehmen: Gut 85 Prozent der Kunden zeigen sich hiermit eher oder sogar sehr zufrieden. Zudem zeigen die Befragten die höchste Weiterempfehlungsbereitschaft mit einem Net Promoter Score (NPS) von +86,8. Weitere Pluspunkte: Ein als sehr gut wahrgenommener Service sowie eine niedrige Ärgernisquote.

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:

Brigitte Zypries (Vorsitz),

Jochen Dietrich, Marianne Voigt,

Prof. Peter Wippermann

Ust.-Id.-Nr. DE249603922

Amtsgericht Hamburg HRA 104009

Persönlich haftende Gesellschafterin:

buscha Verwaltungsgesellschaft mbH,

Amtsgericht Hamburg HRB 97297

Den zweiten Rang belegt die DEVK (Qualitätsurteil: „sehr gut“). Eine der Stärken des Versicherers liegt beim Preis-Leistungs-Verhältnis (Rang eins), für das rund 88 Prozent der befragten Versicherten eine positive Antwortoption wählen. Im Vergleich am stärksten ausgeprägt ist auch die Zufriedenheit mit dem Bereich Transparenz und Verständlichkeit. Darüber hinaus erreicht der Versicherer die zweithöchste Weiterempfehlungsbereitschaft (NPS = +82,1).

Auf Platz drei positioniert sich die Württembergische, ebenfalls mit einem sehr guten Gesamturteil. Beim Service steht hier die beste Platzierung der Branche zu Buche – der Anteil an Kunden, die hier die bestmögliche Antwortoption wählen, fällt mit gut 66 Prozent ausgesprochen hoch aus. Weitere Stärken sind aus Kundensicht die Qualität der Produkte sowie das Preis-Leistungs-Verhältnis.

Unter den Direktversicherern erzielt Adam Riese, zugehörig zur Wüstenrot & Württembergische-Gruppe, mit einem guten Gesamturteil den ersten Platz (Gesamtrang: sechs). In puncto Qualität der Produkte sowie Preis-Leistungs-Verhältnis zeigen sich die Kunden sehr zufrieden. Für den Service wählen rund 81 Prozent der Versicherten eine positive Antwortoption. Die Plätze zwei und drei unter den Direktversicherern belegen die Hannoversche vor CosmosDirekt, beide ebenfalls mit dem Kundenurteil „gut“.

In die Online-Befragung flossen insgesamt 11.368 Beurteilungen von Privatkunden einer Versicherung ein. Im Fokus der Panel-Befragung stand die Zufriedenheit der Kunden mit dem Service, dem Preis-Leistungs-Verhältnis, der Qualität der Produkte sowie der Transparenz und Verständlichkeit. Zudem flossen Kundenärgernisse sowie die Bereitschaft zur Weiterempfehlung in die Gesamtbewertung ein. In der Einzelauswertung wurden alle Unternehmen berücksichtigt, zu denen mindestens 100 Kundenmeinungen eingingen. Dies traf auf 32 von 69 bewerteten Versicherern zu.

Veröffentlichung unter Nennung der Quelle:
Deutsches Institut für Service-Qualität im Auftrag von ntv

Pressekontakt:

Martin Schechtel
Tel.: +49 (0)40 / 27 88 91 48-20
E-Mail: m.schechtel@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
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. Über 2.000 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.