



Kontakt: Gute Anbieter kommunizieren mit ihren Versicherten auf allen modernen Kanälen

Versicherungen

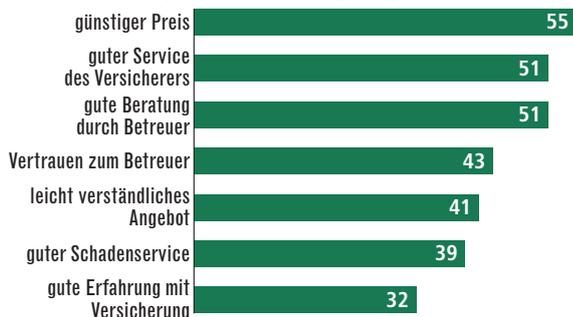
DER KUNDE IST KÖNIG

Versicherungsunternehmen gelten oft als intransparent, teuer und im Leistungsfall unwillig. Dass dem aber meist gar nicht so ist, zeigen zahlreiche Kundenurteile

Guter Service gefragt

Für mehr als die Hälfte aller Kunden ist ein guter Service des Versicherers vertragsentscheidend. Auch andere vertrauensbildende Faktoren sind wichtig.

Gründe für die Wahl eines Versicherers aus Kundensicht
in Prozent der Befragten (Mehrfachnennungen möglich)



Quelle: Statista 2017

Nicht erst seit dem Siegeszug moderner Marketinglehren stellen Firmen gern den Kunden in den Mittelpunkt ihrer unternehmerischen Entscheidungen. Seit jeher schon ist ehrwürdigen Kaufleuten bewusst, dass Kundenorientierung einer der entscheidenden Erfolgsfaktoren ihres jeweiligen Gewerbes ist – und daran hat sich bis heute nichts geändert. Dennoch scheint es derzeit eher so, als würden sich viele Unternehmen erst selbst wieder an dieses uralte Paradigma erinnern müssen. In großen Worten und teuren Kampagnen wird diese eigentliche Selbstverständlichkeit neu vermarktet.

Davon bleibt auch die deutsche Versicherungswirtschaft nicht verschont. Kämpft sie doch schon lange mit dem anhaltenden Problem, eher als kundenfeindlich verschrien zu sein. Mit fragwürdigen Methoden nutzlose Policen verticken, dafür ordentlich Geld kassieren und sich im Ernstfall weigern, die versprochene Leistung zu zahlen, lauten etwa weit verbreitete Vorurteile. Oder verkürzt

auf Stammtischniveau gebracht: „Erst angelockt, dann abgezockt.“

Insofern erscheint es durchaus als richtiger Ansatz, wieder mehr den Kundennutzen der Assekuranzprodukte herauszustellen. Sei es im Gesundheitsschutz, in der Altersvorsorge samt Langlebigkeit oder in der finanziellen Risikoabsicherung. In diesen Fragen führt letztlich kein Weg an den Policen der Versicherungsbranche vorbei. Selbst die junge Generation hält nach aktuellen Studien Versicherungen für nützlich. Auch die derzeit allenthalben ausgerufenen Digitalisierungsoffensiven der Versicherer dienen unter anderem dazu, Kunden den Vertragsschluss, das Policenmanagement und die Leistungsabrechnung zu erleichtern.

Weiche Faktoren als harte Währung. Aber war denn bisher alles schlecht? Lag der Kundenservice wirklich so im Argen? Das kann sinnvollerweise eigentlich nur einer richtig beurteilen: der Kunde selbst. Schließlich bringen reale Skandale und lautstarke Kritiken stets mehr Auf-

merksamkeit als eine still zufriedene Kundschaft. FOCUS-MONEY wollte daher gemeinsam mit dem Analysehaus ServiceValue von den Versicherungskunden wissen, wie sie aus eigener Erfahrung den Service ihrer Gesellschaft beurteilen. Sei es in puncto Erreichbarkeit, Hilfsbereitschaft, Änderungsbedarf, Antragsfragen, Leistungsabwicklung oder welche sonstigen persönlichen Anliegen auch immer zum Kontakt mit dem Anbieter führten.

Das Ergebnis ist eindeutig: Auf einer Schulnotenskala von Eins bis Sechs schneidet keiner der Versicherer mit einer schlechteren Durchschnittsnote als 2,95 ab. 17 Lebensversicherern und 15 privaten Krankenversicherern vertrauen die Kunden sogar ganz besonders (s. unten). Sie erreichen eine deutlich bessere Beurteilung als der Durchschnitt aller Anbieter. Selbst diese Gesellschaften arbeiten aber natürlich auch weiterhin an ihrer Kundenorientierung. Bekanntlich ist ja das Bessere stets des Guten Feind. ■

WERNER MÜLLER

BEWERTUNG

Wem Kunden vertrauen

Zur Ermittlung des besten Kundenservices in der Versicherungsbranche hat die Analyse- und Beratungsgesellschaft ServiceValue eine Online-Befragung unter Versicherungskunden durchgeführt. Nebenstehende Frage konnten diese nach dem Schulnotensystem bewerten. Aus den mehr als 10000 Bewertungen wurde dann jeweils separat für die Lebens- und die privaten Krankenversicherer ein Durchschnittswert gebildet. Alle Gesellschaften über dem Schnitt können also mit einem „sehr guten“ Kundenservice überzeugen. Wer dann innerhalb dieser besseren Hälfte wiederum überdurchschnittliche Kundenurteile erhält, dem wird sogar ein „hervorragender“ Kundenservice bescheinigt. In den unten stehenden Tabellen sind die Gesellschaften einer Bewertungsklasse dann jeweils in alphabetischer Reihenfolge aufgeführt.

Frage:

„Bitte bewerten Sie den Kundenservice der Lebensversicherer/privaten Krankenversicherer aus eigener Erfahrung, wenn Sie innerhalb der letzten zwölf Monate im persönlichen, telefonischen, schriftlichen oder Online-Kontakt mit dem jeweiligen Versicherungsunternehmen standen.“

Notenskala:

- | | |
|---|--------------|
| 1 | Sehr Gut |
| 2 | Gut |
| 3 | Befriedigend |
| 4 | Ausreichend |
| 5 | Mangelhaft |
| 6 | Ungenügend |

Lebensversicherung

Versicherung	Bewertung
Allianz	Hervorragend
Axa	Hervorragend
Debeka	Hervorragend
HanseMerkur	Hervorragend
HUK-Coburg	Hervorragend
R+V	Hervorragend
WVK	Hervorragend
Alte Leipziger	Sehr Gut
Condor	Sehr Gut
Continentale	Sehr Gut
CosmosDirekt	Sehr Gut
Ergo	Sehr Gut
Europa	Sehr Gut
Hannoversche	Sehr Gut
Nürnberg	Sehr Gut
Württembergische	Sehr Gut
Zurich	Sehr Gut

Private Krankenversicherung

Versicherung	Bewertung
Allianz	Hervorragend
Debeka	Hervorragend
DEVK	Hervorragend
HanseMerkur	Hervorragend
HUK-Coburg	Hervorragend
R+V	Hervorragend
Axa	Sehr Gut
Barmenia	Sehr Gut
Deutscher Ring	Sehr Gut
DKV	Sehr Gut
Ergo Direkt	Sehr Gut
Gothaer	Sehr Gut
LVM	Sehr Gut
Nürnberg	Sehr Gut
Signal	Sehr Gut

Quelle: ServiceValue

