

Presse

Ergebnis für den Kunden

Mehr Anrufe und SMS, weniger Briefe

- Note 1,8 für die Allianz in Kundenzufriedenheit
- Alle Serviceprozesse stehen auf dem Prüfstand
- Digitalisierung erhöht Kundenorientierung

Die Gesamtzufriedenheit der Kunden mit der Allianz liegt unverändert bei Note 1,8. In den Bereichen Produkte, Beratung, Service und Leistung bewerteten die Kunden das Unternehmen 2015 sogar besser als im Vorjahr. Seit fünf Jahren misst die Allianz Deutschland die Zufriedenheit ihrer Kunden und veröffentlicht die Werte im Bericht „Ergebnis für den Kunden“.

Gute Noten mit Steigerungspotenzial: „Wir haben unser Ziel noch lange nicht erreicht und werden alles tun, um uns weiter zu verbessern“, sagt Bernd Heinemann, Vorstand der Allianz Deutschland AG.

Kundenservice wird sich spürbar verbessern

Die Allianz hat sich viel vorgenommen, um ihre Kunden zu begeistern. Seit einem Jahr stellt der Versicherer schrittweise alle Serviceprozesse aus Kundenperspektive auf den Prüfstand – vom Antrag bis zum Schaden- oder Leistungsfall –, um diese zu vereinfachen und zu beschleunigen.

Hunderte von einzelnen Maßnahmen tragen dazu bei, den Kundenservice bis 2017 spürbar zu verbessern. Dazu zählt zum Beispiel, dass Allianz Kundenbetreuer künftig schneller erreichbar sind und auch selbst öfter zum Telefon greifen, um komplexe Sachverhalte zu klären oder Fragen der Kunden direkt zu beantworten, anstatt einen Brief zu schreiben. Außerdem soll die Kommunikation per E-Mail und SMS weiter erhöht werden. Die Datensicherheit bleibt dabei oberstes Gebot. Wo immer möglich, soll zudem auf zusätzliche Unterlagen, Unterschriften, Originale oder Beglaubigungen von Kunden verzichtet werden, um Bearbeitungsschleifen zu vermeiden.

In verschiedenen Bereichen, etwa bei einem Leitungswasser-Schaden oder der Kasko-Versicherung, werden Kunden per SMS über den Bearbeitungsstand ihres Falles informiert. Dieser Service kommt bei den Allianz Versicherten sehr gut an und wird weiter ausgebaut.

Mit SchadenApp kleinere Schäden innerhalb von wenigen Stunden regulieren

Um für ihre Kunden die besten Produkte und Services anzubieten, treibt die Allianz die Digitalisierung weiter mit Hochdruck voran. Die neue SchadenApp, die Mitte des Jahres 2016 auf den Markt kommt, beschleunigt den Regulierungsprozess von Kaskoschäden. Wer einen Schaden an seinem Fahrzeug meldet, kann sich künftig den Link zum Download der App schicken lassen. Anschließend fotografiert er den Schaden und leitet die Bilder zusammen mit weiteren Angaben via App an die Allianz. Bei einfachen Fällen kann der Sachbearbeiter die Schadenhöhe in der Regel direkt anhand der Fotos feststellen. Entscheidet sich der Kunde für eine Auszahlung, wird die Überweisung innerhalb von wenigen Stunden angestoßen.

Das Angebot auf allianz.de wird kontinuierlich ausgebaut und weiter mobilfähig gemacht, damit sich Interessierte immer und überall mit dem Smartphone über Produkte und Leistungen der Allianz informieren können. Derzeit kommt knapp ein Fünftel der Nutzer von allianz.de über ein mobiles Endgerät auf die Website.

„Die meisten Kunden informieren sich zuerst im Internet, schließen aber überwiegend im persönlichen Gespräch ab“, so Heinemann. Eine Schlüsselrolle kommt deshalb der Verbindung zwischen Online- und Offline-Welt zu. Hier setzt das Pilotprojekt „Digitale Agentur 2.0“ an. Mit Computer und Webcam sind künftig zum Beispiel ortsunabhängige Beratungen möglich, und das erhöht das Tempo für den Kunden.

Alle Noten im Überblick:

Bereiche	Note 2015	Note 2014	Prinzipien und Werte	Note 2015	Note 2014
Produkte	1,8	1,9	Schnelligkeit	1,4	1,4
Beratung	1,5	1,6	Kompetenz	1,4	1,4
Service	2,1	2,2	Engagement	1,4	1,4
Schaden	1,8	1,8	Fairness	1,7	1,8
Leistung	1,8	1,9	Transparenz	1,4	1,5
Kommunikation	1,6	1,6			

Den Bericht „Ergebnis für den Kunden“ gibt es im Papierformat, im Internet oder als pdf unter www.allianzdeutschland.de/kundenbericht.

München, 1. März 2016

Weitere **Presseinformationen der Allianz Deutschland AG** finden Sie auf unserem Internetportal <https://www.allianzdeutschland.de>

Kontaktdaten:

Allianz Deutschland AG

Julia Roebke

Telefon: 089.3800-12948

E-Mail: julia.roebke@allianz.de

Ulrike Strauß

Telefon: 089.3800-12944

E-Mail: ulrike.strauss@allianz.de

Christian Teichmann

Telefon: 089.3800-7578

E-Mail: christian_ernst.teichmann@allianz.de

Die Einschätzungen stehen wie immer unter den nachfolgend angegebenen Vorbehalten.

Vorbehalt bei Zukunftsaussagen

Soweit wir in diesem Dokument Prognosen oder Erwartungen äußern oder die Zukunft betreffende Aussagen machen, können diese Aussagen mit bekannten und unbekanntem Risiken und Ungewissheiten verbunden sein. Die tatsächlichen Ergebnisse und Entwicklungen können daher wesentlich von den geäußerten Erwartungen und Annahmen abweichen. Neben weiteren hier nicht aufgeführten Gründen können sich Abweichungen aus Veränderungen der allgemeinen wirtschaftlichen Lage und der Wettbewerbssituation, vor allem in Allianz Kerngeschäftsfeldern und -märkten, aus Akquisitionen sowie der anschließenden Integration von Unternehmen und aus Restrukturierungsmaßnahmen ergeben. Abweichungen können außerdem aus dem Ausmaß oder der Häufigkeit von Versicherungsfällen (zum Beispiel durch Naturkatastrophen), der Entwicklung von Schadenskosten, Stornoraten, Sterblichkeits- und Krankheitsraten beziehungsweise -tendenzen und, insbesondere im Bank- und Kapitalanlagebereich, aus dem Ausfall von Kreditnehmern und sonstigen Schuldern resultieren. Auch die Entwicklungen der Finanzmärkte (zum Beispiel Marktschwankungen oder Kreditausfälle) und der Wechselkurse sowie nationale und internationale Gesetzesänderungen, insbesondere hinsichtlich steuerlicher Regelungen, können entsprechenden Einfluss haben. Terroranschläge und deren Folgen können die Wahrscheinlichkeit und das Ausmaß von Abweichungen erhöhen. Die Gesellschaft übernimmt keine Verpflichtung, Zukunftsaussagen zu aktualisieren.