

Servicestudie: Versicherer 2016 / Schwächen in vielen Servicebereichen – Lange Wartezeiten sorgen für Kundenfrust – Testsieger ist HUK-Coburg

Wer Kontakt zu einer Versicherung aufnimmt, erwartet eine fachkundige Beratung. Am Telefon und bei Anfragen per E-Mail ist aber zunächst Geduld gefragt. Das zeigt die Studie des Deutschen Instituts für Service-Qualität, welches im Auftrag des Nachrichtensenders n-tv den Service von 20 Versicherern mit Vermittlernetz getestet hat (Sendehinweis: n-tv Ratgeber – Geld, Mittwoch, 31.08.2016, 18:35 Uhr).

Nur ein Versicherer „gut“

Der Service der getesteten Versicherer lässt viele Wünsche offen – Defizite treten in allen untersuchten Bereichen auf: am Telefon, per E-Mail und auch im Internet. Vier Anbieter zeigen insgesamt nur eine ausreichende Leistung, das Gros der Unternehmen ist in der Gesamtbewertung „befriedigend“. Lediglich ein Unternehmen kann sich das Qualitätsurteil „gut“ sichern. „Im Test ist bei vielen Versicherern Verbesserungspotenzial erkennbar – teilweise besteht im Hinblick auf den Service sogar akuter Handlungsbedarf“, bemerkt Markus Hamer, Geschäftsführer des Deutschen Instituts für Service-Qualität.

E-Mail-Service mit größten Mängeln

Von 200 Anfragen per E-Mail bleibt mehr als ein Drittel von den Versicherern unbeantwortet. Besonders negativ fallen drei Unternehmen auf, die nicht einmal jede zweite E-Mail bearbeiten. Auch die Reaktionszeit der Unternehmen ist wenig kundenfreundlich: Bis eine E-Mail eingeht, vergehen im Schnitt fast volle zwei Tage (47,8 Stunden). Zudem lohnt sich das Warten bei Weitem nicht immer – mehr als jede zweite eingegangene Antwort-E-Mail (60,2 Prozent) liefert nur unvollständige Auskünfte. Und: Nicht selten wird der Interessent aufgefordert, zunächst weitere Kontaktdaten preiszugeben, obwohl die Fragen dies nicht erfordern.

Ärgernis Hotline-Wartezeiten

Die Mitarbeiter können am Telefon jedoch mit ihrer Kompetenz punkten. Zwei Falschaussagen zu den Themen Berufsunfähigkeitsrente und Abdeckung bei einer Rechtsschutzversicherung stehen 98,9 Prozent korrekte Auskünfte gegenüber. Die mangelnde Individualität der Beratung ist jedoch ein häufiger Kritikpunkt. Und: Der Anruf beim Versicherungsunternehmen stellt sich nicht selten als eine Geduldprobe heraus. Im Test beträgt die Wartezeit bis zum Gesprächsbeginn im Schnitt rund 54 Sekunden. In puncto Service können im Test am ehestens noch die Websites der Unternehmen überzeugen. Die meisten Internetauftritte sind intuitiv navigierbar und die Kontaktinformationen oft umfassend. Auch stehen fast überall Service-Formulare etwa für Datenänderungen oder zur Schadensmeldung zur Verfügung. Standards wie ein Hilfebereich oder rechtliche Bedingungen wie AGB liefert hier allerdings nur etwa jeder zweiter Versicherer.



Versicherer mit dem besten Service

HUK-Coburg geht als Testsieger und einziger Anbieter mit dem Qualitätsurteil „gut“ aus der Studie hervor. Ausschlaggebend ist insbesondere der überzeugende Service am Telefon. Die Hotline punktet im Test mit kurzen Wartezeiten von durchschnittlich 17 Sekunden. Die Mitarbeiter beantworten die Kundenfragen stets korrekt, freundlich und meist auch vollständig. E-Mails werden zudem schneller bearbeitet als bei den meisten Mitbewerbern: Antworten kommen innerhalb eines Tages an. Auch der Internetauftritt erzielt ein positives Ergebnis. Auf Platz zwei positioniert sich die AachenMünchener. Das Unternehmen bietet den vergleichsweise besten Service per E-Mail: Anfragen werden schnell bearbeitet und korrekt beantwortet. Eine weitere Stärke ist der telefonische Service – die Mitarbeiter beweisen Kompetenz und gehen individuell auf die Anrufer

ein. Den dritten Rang belegt Axa. Überzeugen kann insbesondere der Internetauftritt, der einen hohen Informationswert bietet. Er liefert beispielsweise wie nur wenig andere Anbieter ein Glossar mit der Erklärung von Fachbegriffen und Hinweise zum Vorgehen im Versicherungsfall. Nutzer bewerten auch die Übersichtlichkeit und Optik der Website positiv. E-Mail-Anfragen bearbeitet das Unternehmen souverän und zuvorkommend.

Das Deutsche Institut für Service-Qualität testete den Service von 20 großen Versicherern mit Vermittlernetz. Die Servicequalität wurde bei jedem Unternehmen anhand von zehn verdeckten Telefon- sowie E-Mail-Tests (Mystery-Calls und -Mails), zehn Prüfungen der Internetauftritte durch geschulte Testnutzer und einer detaillierten Inhaltsanalyse der Website ermittelt. Im Fokus standen hier unter anderem der Informationswert und die Bedienungsfreundlichkeit. Insgesamt flossen 620 Servicekontakte mit den Versicherern in die Auswertung ein.

Pressekontakt:

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

Unternehmen

DISQ Deutsches Institut für Service-Qualität GmbH & Co. KG
Dorotheenstraße 48
22301 Hamburg

Internet: www.disq.de

Über DISQ Deutsches Institut für Service-Qualität GmbH & Co. KG

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.