

Vertreter begeistern ihre Kunden beim Service mehr als die Zentrale oder Versicherungsmakler



Mehr als die Hälfte (54%) der Privatkunden sind nach einem Servicekontakt mit ihrem Versicherungsvertreter besonders weiterempfehlungsbereit (Promotoren). Damit erreichen die Versicherungsvertreter den höchsten NPS von 37 für ihren Kundenservice. Auch die Mitarbeiter von Versicherungsbüros werden mit einem NPS von 34 für ihre Kundenorientierung gelobt. Ein Servicekontakt zur Zentrale eines Versicherers erreicht nur einen NPS von 16 und selbst Bankberater (19) und Versicherungsmakler (14) können nicht das Niveau von Vertretern halten. Lediglich Vergleichsportale werden mit einem NPS von 36 ähnlich gut im Servicekontakt erlebt wie Agenturen. Auch ein digitaler Servicekontakt zu einer Gesellschaft erhält mit einem NPS von 25 gehobene Kundenbeurteilung.

Bei der konkreten Beurteilung der Service- und Beratungsqualität werden ebenso Vertreter und ihre Versicherungsbüromitarbeiter sowie Versicherungsmakler besser als andere Kontaktwege beurteilt. Hierbei erreichen Vergleichsportale nur eine durchschnittliche und der Kontakt zur Zentrale oder über einen digitalen Servicebereich eine unterdurchschnittliche Beurteilung. Besonders häufig werden diese Gesellschaften hinsichtlich der Service- und Beratungsqualität von ihren Kunden erwähnt (alphabetische Reihenfolge): AXA, DEVK, Die Bayerische, Itzehoer, LVM, SDK, SIGNAL IDUNA, R+V Versicherung, SV Sparkassenversicherung und Württembergische.

Dies sind die Ergebnisse der Sirius Campus Marktuntersuchung „Servicebarometer Assekuranz 2025“ mit 7.051 untersuchten Servicekontakten. In der repräsentativen Online-Befragung unter privaten Versicherungskunden wurden acht unterschiedliche Servicekontakte der letzten sechs Monaten im Erhebungszeitraum von Oktober bis November 2024 betrachtet.



Beratungskompetenz bei Vertragsanpassungen und -abschlüssen wird sichtbar

Beim Beratungsprozess erzielen Versicherungsanbieter den höchsten NPS von 37 für eine Vertragsanpassung und einen von 36 für einen Abschluss. Auch die Servicekontakte zu Schadenregulierungen erreichen einen NPS von 31 und Leistungsregulierungen einen von 26. Nur die eher kritischen Servicekontakte Kündigungen (6) sowie Reklamationen und Beschwerden (-3) führen häufiger zu Kundenenttäuschungen. „Der Versicherungsbranche kann damit insgesamt eine hohe Kompetenz bei der Versicherungsberatung attestiert werden. Und im Moment der Wahrheit – bei Regulierungen – hält sie ihre Versprechen“, interpretiert Dr. Oliver Gaedeke, Gründer und Geschäftsführer von Sirius Campus, die Ergebnisse.

Die meisten Servicekontakte von Versicherungskunden finden zu Kfz-Versicherungen (23%), privaten Krankenzusatzversicherungen (11%) und Wohngebäudeversicherungen (10%) statt. Auch bedingt durch geringere Marktdurchdringungen sind Servicekontakte zu privaten Pflegeversicherungen (4%), Krankenvollversicherungen (5%), Rechtsschutzversicherungen (6%) und Berufsunfähigkeitsversicherungen (6%) seltener.



Begeisterungsfähigkeit ist auch eine Mentalitätssache

Versicherungskunden unterscheiden sich erheblich, wenn sie auf die berühmte NPS-Frage zur Weiterempfehlungsbereitschaft auf einer Skala von sehr unwahrscheinlich bis sehr wahrscheinlich antworten sollen. Jüngere Kunden vergeben mit einem NPS von 21 deutlich kritischere Beurteilungen als Ältere mit 33. Noch größer sind die Unterschiede, wenn die Heuristiken und der Stil beachtet wird, wie sich Kunden bei ihren Versicherungsangelegenheiten verhalten. Über die Marktsegmentierung der Select Typen vergeben Partner, sehr absicherungs- und serviceorientierte Kunden, den höchsten NPS von 58. Die verhandlungsstarken und innovationsorientierten Optimierer liegen mit einem NPS von 34 noch über dem Durchschnitt aller Servicekontakte (26). Die unsicheren und schnell überforderten Vorsichtigen (11) sowie die sparwütigen und onlineaffinen Eigenständigen (16) sind weitaus reservierter bei ihrer Antwort auf die NPS-Frage. „Nachkontaktbefragungen sind eine Voraussetzung, um ein professionelles Servicemanagement zu realisieren. Die Nutzung passender externer Benchmarks ist dabei sehr wichtig, um Investition in Serviceverbesserungen richtig und wirksam zu platzieren. Deswegen ist nur eine faktenbasierte Messung auf der Ebene konkreter Serviceerlebnisse sinnvoll,“ gibt Dr. Oliver Gaedeke zu bedenken.

Am 5. März 2025 veranstaltet Sirius Campus eine Online-Konferenz zum Servicebarometer, in dem die über 70 konkreten Serviceerlebnisse über die fünf Erlebnisfelder Kommunikation, Prozess, Beziehung, Unterstützung und Führung. Dabei werden die Wirkung der konkreten Serviceerlebnisse auf den NPS und die Kundenbindung als Service-Level-Analysen vorgestellt. Interessierte Servicemanager von Versicherungsanbietern können sich kostenfrei hier anmelden. Weitere Fragen beantwortet Dr. Oliver Gaedeke (oliver.gaedeke@siriuscampus.de, 0152 38 24 66 40).