

## AMC-Expertenbefragung : Wie verständlich sind die Versicherer

**Wie verständlich kommunizieren die Versicherungsunternehmen? Wo besteht Handlungsbedarf? Im Januar 2013 befragte der AMC seine Mitgliedsunternehmen, 29 Versicherungen antworteten. Gefragt wurde nach Wichtigkeit und Erfüllungsgrad der Verständlichkeit in der schriftlichen Kommunikation mit Bestandskunden, bei Produktinformationsblättern, Vertragsunterlagen, Dialogmarketing-/Werbeunterlagen und bei Webseiten. Hier die Ergebnisse und Erkenntnisse der Befragung.**

**Wie verständlich kommunizieren die Versicherungsunternehmen? Wo besteht Handlungsbedarf? Im Januar 2013 befragte der AMC seine Mitgliedsunternehmen, 29 Versicherungen antworteten. Gefragt wurde nach Wichtigkeit und Erfüllungsgrad der Verständlichkeit in der schriftlichen Kommunikation mit Bestandskunden, bei Produktinformationsblättern, Vertragsunterlagen, Dialogmarketing-/Werbeunterlagen und bei Webseiten. Hier die Ergebnisse und Erkenntnisse der Befragung.**

- Die Wichtigkeit des Themas wird von allen Teilnehmern erkannt. Insbesondere in der schriftlichen Kommunikation, bei Produktinformationsblättern und bei Vertragsunterlagen klaffen Wichtigkeit und Erfüllungsgrad jedoch auseinander – hier besteht für viele Versicherer hoher Handlungsbedarf. Dessen sind sich die Befragten auch bewußt.
- Eine wesentliche Methode zur Erfüllung der Verständlichkeitsziele ist die Gestaltung und Einhaltung einer einheitlichen Corporate Language. Die Existenz einer solchen wird lediglich von vier Versicherungen als „voll erfüllt“ angegeben, wobei nur eines dieser Unternehmen die Corporate Language durchgängig in der schriftlichen Kommunikation nutzt. 2/3 der Teilnehmer geben an, dies nicht oder nur zum Teil zu erfüllen.
- Zur kontinuierlichen Verbesserung ist die regelmäßige Messung der Verständlichkeit in der schriftlichen Kommunikation wesentlich. Hier geben lediglich sechs Versicherer an, dies voll oder zumindest zum Großteil zu erfüllen.
- Verständlichkeitsmanagement kann nur bei ausgeprägter Management-Attention erfolgreich sein. Es sollten also klar definierte Zuständigkeiten und Verantwortungen organisatorisch verankert werden. Fast die Hälfte der Teilnehmer gibt jedoch an, dass es keine organisatorische Einheit für Verständlichkeitsmanagement im Hause gibt.
- Auch abteilungsübergreifendes Arbeiten beim Thema Verständlichkeitsmanagement kommt zu kurz. Nur ein Drittel der befragten Gesellschaften sieht dies als erfüllt an.

Verständlichkeitsmanagement scheint bei vielen Unternehmen zwar angekommen zu sein, wird jedoch nicht in der Konsequenz betrieben, dass die Vorteile effektiv ausgeschöpft werden. Die Stellschrauben sind die organisatorische Verankerung des Themas sowie dann folgerichtig der Einsatz und die Nutzung methodischer Hilfsmittel. Die Vorteile eines erfolgreichen Verständlichkeitsmanagements liegen neben weichen Faktoren wie Imageeffekten insbesondere auch in der Reduktion von Kommunikationsprozesskosten. Mehr Verständlichkeit bedeutet besseres Verständnis, weniger Nachfragen und letztlich bessere Geschäfte. Die Gründe „pro Verständlichkeit“ sind eingängig, lassen sich jedoch nur schwer rechnen. Dies macht klar, weshalb das Thema „Verständlichkeitsmanagement“ von der obersten Führungsebene getragen werden muss. Die Initiierung des Themas liegt jedoch sinnvollerweise bei den betroffenen Fachabteilungen.

Um hier eine solide Basis bereitstellen zu können, bietet der AMC zusammen mit seinem Partner Communication Lab eine Workshopreihe „Verständlichkeitsmanagement“ an. Termine / Inhalte: 9.04.2013 Regeln für eine Corporate Language / 10.04.2013 AVB und Vertragsunterlagen /

23.04.2013 PIB. Mehr dazu: [amc-forum.de](http://amc-forum.de).

Über 100 Unternehmen der Finanzdienstleistungsbranche sind heute Teil des AMC-Netzwerks. Das AMC-Netzwerk bietet seinen Mitgliedsunternehmen Trends, Anregungen und Erfahrungen für Marketing und Vertrieb. Praxisorientiert und mit persönlichem Zugang für Fach- und Führungskräfte. Weiterbildung inklusive.

**Kontakt:**

Désirée Schubert

E-Mail: [schubert@amc-forum.de](mailto:schubert@amc-forum.de)

Telefon: 0221 / 39 85 973

AMC Finanzmarkt GmbH

Georgstraße 5a

50676 Köln

Internet: [www.amc-forum.de](http://www.amc-forum.de)

amc logo