

Studie: Versicherungskunden mit Serviceleistung ihrer Zentrale überwiegend zufrieden – kein Unterschied zu Online-Kontakt

Die meisten Versicherungsnehmer in Deutschland (89 Prozent) sind mit der Servicequalität der Zentrale ihrer Versicherungsgesellschaft zufrieden. Doch rund jeder Neunte (11 Prozent) wurde nach einem Kontakt zum Versicherer in 2012 hinsichtlich der Servicequalität enttäuscht und beurteilte die Kundenorientierung des Innendienstes seiner Versicherungsgesellschaft als „mittelmäßig“ oder „schlecht“.

Die meisten Versicherungsnehmer in Deutschland (89 Prozent) sind mit der Servicequalität der Zentrale ihrer Versicherungsgesellschaft zufrieden. Doch rund jeder Neunte (11 Prozent) wurde nach einem Kontakt zum Versicherer in 2012 hinsichtlich der Servicequalität enttäuscht und beurteilte die Kundenorientierung des Innendienstes seiner Versicherungsgesellschaft als „mittelmäßig“ oder „schlecht“. Dies ist das Ergebnis der Studie „Servicebarometer Assekuranz 2013“ des Kölner Marktforschungs- und Beratungsinstituts YouGov, für die 10.040 private Entscheider und Mitentscheider in Versicherungsangelegenheiten kontinuierlich über das Jahr 2012 repräsentativ befragt wurden.

Kein Abrieb der Kundenbindung durch Online- statt Telefonkontakt

Grundvoraussetzung für eine Kundenbegeisterung beim Innendienstkontakt ist eine gute Erreichbarkeit: 88 Prozent der Befragten geben an mit dieser zufrieden zu sein. Hierbei sind das individuelle Eingehen auf Kundenanliegen, sowie verbindliche und aufmerksame Ansprechpartner wichtig.

Mehr als jeder Vierte (28 Prozent) tritt mit der Zentrale wegen seiner Kfz-Versicherung in Kontakt, gefolgt von der Haftpflicht- (zehn Prozent) und Hausratversicherung (neun Prozent). Dabei sind allgemeine Beratung (28 Prozent), Fragen zum laufenden Vertrag (23 Prozent) und das Thema Schadenfall (22 Prozent) die häufigsten Gründe für die Kontaktaufnahme mit der Versicherungszentrale.

Kunden mit Telefonkontakt zu ihrer Gesellschaft sind genauso stark an diese gebunden (72, Messung über den YouGov Kundenbindungsindex) wie Kunden mit Online-Kontakt (72). Gleiches gilt für die Zufriedenheit mit den Online-Services selbst: 88 Prozent der Kunden sind mit dem Online-Kontakt der Gesellschaft zufrieden. „Für Kunden ist der Online-Kontakt nunmehr zu einem normalen Kommunikationsmittel geworden. Da die Kundenbindung auch nicht unter dem reinen Online-Service leidet, sollte eine kundenzentrierte Multi-Channel-Strategie für Versicherer einige Ränge in der Agenda nach oben aufrücken“, weiß Dr. Oliver Gaedeke, Vorstand und Leiter der Finanzmarktforschung bei YouGov.

Optimierungspotenzial bei computergestützten Bandansagen

Nachholbedarf scheint es bei der computergestützten Telefonführung, dem sogenannten Routing, zu geben: Ein Viertel der Befragten wurde beim letzten Anruf in der Zentrale durch eine automatische Ansage (IVR) weitergeleitet, wobei 70 Prozent mit dem System zurechtkamen. Nur eine einfache Bedienung und verständliche Ansagen erlauben es den Kunden die automatische Telefonführung zu erfassen.

Zu den marktbesten Versicherungszentralen in puncto Kundenservice zählen folgende Gesellschaften (aufgelistet in alphabetischer Reihenfolge): ERGO Direkt, LVM, Provinzial, Signal-Iduna und WGV. Die fünf marktbesten Versicherer mit dem besten Online-Kontakt sind

(aufgelistet in alphabetischer Reihenfolge): AachenMünchener, Continentale, DEVK, Gothaer und LVM.

Weitere Informationen zur Studie finden Sie unter:

<http://research.yougov.de/services/servicebarometer-assekuranz/>

Pressekontakt:

Nikolas Buckstegen

- Manager PR -

Telefon: 0221 / 420 61 - 444

E-Mail: nikolas.buckstegen@yougov.de

Kontakt zur Studienleitung:

Stephanie Müller

- Consultant -

Telefon: 0221 / 420 61 - 436

E-Mail: stephanie.mueller@yougov.de

Laura-Isabella Tkocz

- Consultant -

Telefon: 0221 / 420 61 - 467

E-Mail: laura-isabella.tkocz@yougov.de

Unternehmen:

YouGov Deutschland AG

Gustav - Heinemann - Ufer 72

50968 Köln

Über YouGov Deutschland AG:

YouGov ist ein im Jahr 2000 gegründetes, börsennotiertes Marktforschungsinstitut und einer der Pioniere im Einsatz von Online-Erhebungen zur Bereitstellung hochwertiger Daten in den Feldern Markt- und Sozialforschung. Neben dem Hauptsitz in London umfasst die weltweite YouGov-Gruppe u.a. Standorte in den USA, Skandinavien, Deutschland und dem Nahen Osten. YouGov ist ausgewiesener Spezialist für die Erforschung der Finanzdienstleistungs- und Versicherungsmärkte. Zahlreiche Unternehmen vertrauen seit vielen Jahren auf unsere Leistungen und unsere Erfahrung. YouGov liefert die relevanten Informationen rund um Marken, Produkte, Zielgruppen und Servicequalität und damit hochwertiges Entscheidungswissen für die Strategieentwicklung und die Optimierung von Marketing und Vertrieb. Individuelle Ad-Hoc-Studien werden ergänzt durch zahlreiche, zum Teil langjährige Monitorings im Privat- und Gewerbekundenmarkt, Image- und Werbetrackings, Vertriebspartnerbefragungen und kontinuierliche Studien zu Produktinnovationen. Wir verzahnen unsere fundierten wirtschaftspsychologischen Analysen zudem mit onlinebasiertem Realtime Research für tägliche Informationen "in Echtzeit".

Weitere Informationen finden Sie unter www.research.yougov.de

