

Kundendialog in der Assekuranz: Individuelle Bearbeitung auch online gewünscht

Beim Online-Kundenservice in der Assekuranz wünschen sich Kunden in erster Linie individuelle und korrekte Bearbeitung ihrer Anliegen. Diese beiden Kriterien haben beim Online-Dialog mit jeweils 21 Prozent den stärksten Einfluss auf die Kundenbindung.

Beim Online-Kundenservice in der Assekuranz wünschen sich Kunden in erster Linie individuelle und korrekte Bearbeitung ihrer Anliegen. Diese beiden Kriterien haben beim Online-Dialog mit jeweils 21 Prozent den stärksten Einfluss auf die Kundenbindung. Aber auch eine zügige und unbürokratische (20 Prozent), verständliche (20 Prozent) und vollständige (19 Prozent) Bearbeitung wirkt sich positiv auf die Kundenbindung aus. Zu diesem Ergebnis kommt das jährliche Monitoring [„Servicebarometer Assekuranz 2014“](#) des Marktforschungs- und Beratungsinstituts YouGov. Über 10.000 Privatkunden werden jährlich zu ihren faktischen Service- und Leistungserfahrungen mit Versicherern befragt und hinsichtlich ihrer Bedeutung für die Kundenbindung und optimalen Service-Levels analysiert.

Digitalisierung für Kunden keine „Entmenschlichung“

Die qualitative YouGov-Trendstudie [„Service-Architektur 2025 im Finanzdienstleistungsmarkt“](#) zeigt ebenfalls, dass digitale Kontaktkanäle zunehmend relevanter werden. Die Kunden erwarten von ihrer Gesellschaft diesbezüglich einen weiteren Ausbau des Kontaktangebots. „Eine zunehmende Digitalisierung bedeutet für Kunden dabei nicht eine ‚Entmenschlichung‘, sondern eröffnet neue Möglichkeiten, mit Kundenservice und Beratern bequem in Kontakt zu treten“ weiß Dr. Oliver Gaedeke, Vorstand und Leiter der Finanzmarktforschung bei YouGov.

Dabei ist ein zunehmendes Angebot an (digitalen) Self-Services durchaus im Sinne der Kunden, da es deren Bedürfnisse nach Autonomie, Kontrolle sowie zeitlicher und räumlicher Flexibilität erfüllt. Die Praktikabilität der digitalen Angebote der Versicherer ist dabei besonders entscheidend, denn User von heute sind pragmatisch und nutzen digitale Angebote nur dann, wenn sie wirklich effizient sind.

Versicherungskunden von Online-Kanälen begeistert

Bei Betrachtung der Gründe für die Wahl des Online-Kontaktkanals steht laut Servicebarometer Assekuranz die Beratung zur Kfz-Versicherung (22 Prozent) an erster Stelle, gefolgt von Haftpflicht (10 Prozent) und Hausrat (8 Prozent). Geht es um die allgemeine Bewertung der Kunden des Online-Kontaktkanals, so können die Versicherer durchaus zufrieden sein. Insgesamt sind fast zwei Drittel (64 Prozent) der Kunden vom Online-Kontakt mit ihrer Gesellschaft begeistert. Hierbei werden die einzelnen größeren Versicherungsgesellschaften recht ähnlich beurteilt. Die Allianz, HUK24 und HUK-COBURG (genannt in alphabetischer Reihenfolge) schneiden am besten ab.

Im Rahmen der Studie [„Servicebarometer Assekuranz 2014“](#) wurden folgende Versicherer hinsichtlich Kundenbindung und Weiterempfehlungsbereitschaft, faktischen Leistungs- und Serviceerfahrungen an allen Kontaktpunkten (Vertreter, Makler, Bank, Geschäftsstelle, Innendienst, Internet und Online-Kundendialog) und den Prozessen (Abschluss, Vertragsänderung, Schadenregulierung, Leistungsfall PKV, Leistungsfall Vorsorge, Wiederanlage, Beschwerde) untersucht:

AachenMünchener (Allfinanz), ADAC, ADVOCARD, Allianz, Allsecur, ALTE LEIPZIGER, ARAG, AXA, Barmenia, Basler, Central, Concordia, Continentale, CosmosDirekt, D.A.S., DA Direkt, DBV, DEVK, Debeka, Deutscher Ring, Direct Line, DKV, ERGO, ERGO Direkt, EUROPA, Generali, Gothaer, Hannoversche, HanseMerkur, HDI, HUK24, HUK-COBURG, LVM, NÜRNBERGER, Provinzial, Roland, R+V, SIGNAL IDUNA, SV Sparkassenversicherung, VGH, VHV, VHV, Volksfürsorge, wgv, Württembergische und Zurich.

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: presse@yougov.de

Kontakt zur Studienleitung:

Jana Fricke

- Consultant -

Telefon: 0221 / 420 61 - 453

E-Mail: jana.fricke@yougov.de

Unternehmen:

YouGov Deutschland AG

Gustav - Heinemann - Ufer 72

50968 Köln

Internet: www.yougov.de

Über YouGov Deutschland AG:

YouGov ist ein 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, Vertriebspartner-befragungen 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

