

SERVICEQUALITÄT BESIEGELT

Neben guten Produkten macht auch umfassender Service einen Spitzenversicherer aus. Testsiegel helfen Kunden bei der Anbieterwahl.



WWK
VERSICHERUNGEN

BESTER SERVICE

ANALYSE JUNI 2016
Die 100 größten deutschen Versicherer im Dreijahres-Check (2013-2016)

DUB **n-tv**
www.dub.de/auszeichnung

100

Siegel stehen für Vertrauen. Genau deswegen werden sie von etlichen Versicherungen auch zur Kundengewinnung genutzt. Doch längst nicht alle nutzen diese Möglichkeit.

Fotos: iLexx/iStock.com (1), PR (1), Xavier Arnau/iStock.com (2)

Warren Buffett ist der wohl bekannteste Investor der Welt. Man solle nur das kaufen, was man auch versteht, dieser Ratschlag wird ihm zugeschrieben. An der schnelllebigen Börse keine einfache Anforderung, aber auch nicht in Sachen Versicherungen – angesichts völlig unterschiedlicher Tarife und Serviceangebote ist die Orientierung schwierig. Abhilfe bieten Testsiegel.

Sie geben Auskunft darüber, wie nahbar Versicherungen für ihre Kunden sind, und vermitteln damit auch einen Eindruck von der Leistungsstärke des Unternehmens. Denn die Qualität dieser Finanzhäuser bemisst sich nicht allein an der Güte ihrer Produkte, sondern auch an der Wertigkeit ihres Service. Beides ist für den Kunden wichtig – denn was nützt der beste Versicherungsvertrag, wenn Rückfragen dazu nur zögerlich beantwortet werden? Und beides ist für die potenziellen Kunden nur schwer einzuschätzen. Wer kann schon das Kleingedruckte eines Versicherungsvertrags beurteilen oder eben die Serviceleistungen eines Anbieters? Gut also, wenn das Dienstleistungsniveau von neutraler Stelle bewertet wird.

S.W.I. Finance hat das im Auftrag der Deutschen Unternehmerbörse (DUB.de) erledigt und dazu die hundert größten Versicherer Deutschlands in einem zweistufigen Verfahren anhand von Studien unter die Lupe genommen.

ZWEI STUFEN, EIN SIEGEL

In Stufe eins wurde zunächst geprüft, welche Untersuchungen, zum Beispiel Kundenbefragungen, Aussagen über den Service der Versicherer treffen. In Stufe zwei analysierte S.W.I. Finance, welche

SIEGELSIEGER – SERVICEQUALITÄT VON VERSICHERERN		
Die folgende Tabelle zeigt das Ergebnis der zehn bestplatzierten Unternehmen		
Anbieter	Punkte*	Rang
WWK	100,0	1
LVM	76,7	2
AachenMünchener	60,3	3
DEVK	52,0	4
Direkt Line	40,4	5
ARAG	38,7	6
VGH	37,9	7
Debeka	34,1	8
Alte Leipziger/Hallesche	29,2	9
HanseMerkur	26,9	10

* Punkte auf einer Skala von 0–100 (100 Punkte sind maximal erreichbar). Dem niedrigsten Wert in der Analyse (das Fehlen von Servicesiegeln) wurden 0 Punkte und dem höchsten (das beste Verhältnis aus Servicesiegeln und Studienteilnahmen) 100 Punkte zugeordnet. Den übrigen Werten wurden entsprechend Punkte dazwischen zugewiesen.

Quelle: S.W.I. Finance

Unternehmen welche Siegel für die Vertrauensbildung auf ihren Websites einsetzen. Solche Siegel können Versicherungsunternehmen, die in Studien erfolgreich abgeschnitten haben, gegen eine Gebühr nutzen.

Sie setzen sie zum Beispiel auf ihren Homepages zur Werbung ein, um die potenziellen Kunden bei der Entscheidung zu unterstützen. Bislang dominieren Produktsiegel, nicht solche zum Kundendienst. In den Servicestudien waren zwar viele Unternehmen vertreten, doch blieb der Einsatz entsprechender Siegel zur Vertrauensbildung häufig aus. Einige Anbieter ragen allerdings heraus, wie S.W.I. Finance ermittelt hat.

Immerhin 175 Studien mit im Schnitt 17 berücksichtigten Versicherungen gingen dabei über die Schreibtische der Analysten – in der Summe mehr als 3 000 Datensätze. In die Auswahl kamen nur Unternehmen, die in mindestens zehn Studien berücksichtigt wurden und deren Assekuranzprodukte für jedermann zu haben waren.

Immer im Fokus stand dabei die Kernfrage, welche Anstrengungen die geprüften Finanzhäuser unternehmen, um als Serviceanbieter wahrgenommen zu werden. Und das nicht nur punktuell, sondern über den Zeitraum von 2013 bis Juni 2016.

DEUTLICHE UNTERSCHIEDE BEI DEN GEPRÜFTEN UNTERNEHMEN

Herausgekommen ist ein klares Bild darüber, wie die größten Versicherer im Land in Sachen Service dastehen – offenbar ganz unterschiedlich. Während etwa die zehntplatzierte HanseMercur 29,6 Punkte erzielte, lieferte der Branchenprimus WWK mit 100 Zählern nicht nur fast viermal so viel, sondern erreichte auch die höchstmögliche Wertung. Die Ratio dahinter: Die WWK nutzte in Relation zu ihren Studienteilnahmen die meisten Servicesiegel.

Die Siegel zeigen damit, wer in Sachen Servicesieger vorn liegt und wer sich noch verbessern kann. Damit werden Versicherungen transparenter für Kunden. Und an einem deutlichen Mehr an Transparenz dürfte auch Warren Buffett seine Freude haben. ■

„SERVICE ALS MASSSTAB“

Versichern ist nicht nur reine Mathematik, das Errechnen von Risiken. Versichern bedeutet auch, den Kontakt zum Kunden zu pflegen.



■ Julius Spörl, Bereichsleiter Kundenkommunikation WWK Versicherungen.

Die WWK Versicherung erzielte im Vergleich der 100 größten Anbieter die höchste Wertung beim Kundenservice. Julius Spörl, Bereichsleiter Kundenkommunikation bei der WWK, über das Erfolgsrezept des Testsiegers.

Herr Spörl, welchen Stellenwert nimmt die Serviceorientierung in Ihrem Haus ein?

Das ist leicht erklärt: Wir sind ein Serviceversicherer. Das ist unser Anspruch – und zwar in allen Bereichen unseres Unternehmens. Ob im Dialog mit Kunden oder dem Vertrieb. Und an diesem Anspruch lassen wir uns auch gern messen. Mit Erfolg, wie auch dieser Testsieg zeigt.

Woran lässt sich guter Service festmachen?

Zunächst einmal ist Service für uns kein einmaliger Vorgang, sondern wird kontinuierlich an den Bedürfnissen und den Lebensphasen des Kunden ausgerichtet. Unsere Versicherungsnehmer und Vertriebspartner wünschen sich Kundenberater, die sich um sie kümmern. Diesem Wunsch kommen wir nach und setzen auf Berater, die ihre Servicebereitschaft und ihre Kundenorientierung unter Beweis stellen. Wir gehen proaktiv auf Menschen zu, arbeiten Anliegen rasch und kompetent ab. Die WWK steht für die Nähe zu ihren Kunden und dem Vertrieb. ■

Weitere Informationen unter www.wwk.de