

VersicherungsJournal.de

Vertrieb & Marketing vom 18.4.2011

Welche Versicherer die beste Qualität bieten

Das [Deutsche Institut für Service-Qualität GmbH & Co. KG](#) (DISQ) hat im Auftrag des [Handelsblatts 24 Versicherungs-Unternehmen](#) hinsichtlich ihrer Beratungs-, Unternehmens- und Produktqualität getestet. Unter den Außendienst-Versicherern wurde die [Axa](#) Testsieger, unter den Direktversicherern die [Asstel](#).

Erneut hat das DISQ mit einer umfangreichen Batterie von verdeckten Testkäufen, Testanrufen, Test-E-mails und einer Unternehmens- und Produktanalyse durch das Analysehaus [Franke und Bornberg](#) eine Reihe Versicherungs-Unternehmen auf den Prüfstand gestellt.

18 Versicherer mit Gesamtnote

Diesmal ging es um die private Vorsorge mit Schwerpunkten bei den Produkten Unfall-, Risikolebens-, Haftpflicht- und Berufsunfähigkeits-Versicherung. Getestet wurden den Angaben zufolge 24 Versicherer, davon 15 mit Außendienst und neun Direktversicherer. Allerdings wurden letztendlich nur 13 Außendienst- und fünf Direktversicherer vollständig bewertet, bei den übrigen fehlten im Bereich der Leistungsanalyse – Unternehmens- und Produktleistungen – offensichtlich notwendige Angaben.

Das Gesamturteil setzt sich bei den Außendienst-Versicherern zu 40 Prozent aus der Servicequalität und zu 60 Prozent aus der Leistungsqualität zusammen. Bei den Direktversicherern wurde die Gewichtung mit 30 zu 70 Prozent verändert, weil hier die Bewertung der Beratung vor Ort entfällt.

Ansonsten mussten sich alle Versicherer einem Test stellen, wie ihre Mitarbeiter mit telefonischen und mit E-Mail-Anfragen umgehen und wie aussagekräftig und serviceorientiert der Internetauftritt gestaltet ist.

Wenige Besuche, viele Kontakte

Die Beratung vor Ort wurde mit jeweils fünf Testbesuchen pro Versicherer bewertet, noch weniger als seinerzeit [Finanztest](#) zugrunde gelegt hatte. Damit ist der Einfluss von Zufallsergebnissen zu stark, um hieraus einen repräsentativen Rückschluss auf die Beratungsqualität aller Vermittler der jeweiligen Gesellschaft ziehen zu können.

Allerdings reichert DISQ die Untersuchung um jeweils zehn telefonische und jeweils zehn E-Mail-Kontakte an. Auch die Homepages wurden neben einer Inhaltsanalyse den Angaben zufolge jeweils zehn unterschiedlichen Nutzern gezeigt.

Daraus errechnet DISQ über alles 819 Kontakte beziehungsweise Kontaktversuche – im Fall einiger unbeantworteter Anfragen – zu Versicherern oder 36 Kontakte je Außendienst-beziehungsweise 31 Kontakte je Direktversicherer.

Was die Tester wissen wollten

Die Testszenarien bezogen sich schwerpunktmäßig auf jeweils eines der Szenarien Wunsch nach einer umfassenden, Kosten-Nutzen-optimierten Unfallversicherung, einer Privathaftpflicht-Versicherung für eine Familie, einer Risikolebens-Versicherung als Hinterbliebenenvorsorge und eventuellem späterem Baustein einer Immobilienfinanzierung sowie einer Berufsunfähigkeits-Versicherung.

Die Szenarien sahen zum Teil vor, dass der Kunde sich uninformiert gibt und grundsätzliche Beratung zum Nutzen der jeweiligen Produkte nachfragt oder sogar Skepsis zeigt, ob der Versicherer ein Leistungsversprechen einhalten wird.

Die Leistungsanalyse setzt sich zu 30 Prozent aus einem Unternehmens-Rating und zu 70 Prozent aus einer Produktbewertung der verschiedenen, von den Versicherern jeweils angebotenen Versicherungsprodukte zusammen.

Sieger

Am besten schnitt unter den Außendienst-Versicherern die Axa ab, gefolgt von [AachenMünchener](#) und [Allianz](#). Bei den Direktversicherern setzte sich die zur [Gothaer](#) gehörende Asstel gegen [Cosmos](#) und [Europa](#) durch.

Die Versicherer mit der besten Beratungs- und Produktqualität

Rang	Versicherer	Normierte Punktzahl
Außendienst-Versicherer		
1	Axa	76,6
2	AachenMünchener	74,9
3	Allianz	74,2
4	Gothaer	70,1
5	HUK-Coburg	63,8
Direkt-Versicherer		
1	Asstel	62,7
2	Cosmos	60,1
3	Europa	51,5
Quelle: DISQ 2011		

Kritik an Beratungsleistung

DISQ kritisiert einmal mehr, dass die Vermittler teilweise eine mangelhafte Bedarfsanalyse durchgeführt hätten. So sei die finanzielle Situation der Kunden fast durchgängig nicht hinterfragt worden.

Auch seien wichtige Themen wie beispielsweise Gesundheitsfragen in der Berufsunfähigkeits-Versicherung nicht thematisiert worden. „Dies ist bedenklich, da unvollständige Angaben über den Versicherungsnehmer zu Problemen beim Versicherungsschutz führen können“, warnt DISQ-Geschäftsführer Markus Hamer.

E-Mails seien im Durchschnitt erst nach zwei Tagen beantwortet worden, jede vierte sogar gar nicht. Kritisiert werden in mehr als sieben von zehn Fällen nicht ausreichend verständliche Texte.

Auch am Telefon waren die Tester nicht mit dem Gebotenen zufrieden. Hier seien in jedem fünften Fall fehlerhafte Aussagen gemacht worden.