

PRESSEMITTEILUNG

Studie im Auftrag des Handelsblatt: Risikovorsorge 2011

Defizite in der Beratung und große Prämienunterschiede – Testsieger sind AXA und asstel

Hamburg, 11.04.2011 – Nicht nur bei der Altersvorsorge reichen staatliche Leistungen längst nicht mehr aus. Auch bei Unfällen oder bei Berufsunfähigkeit müssen Bürger selbst vorsorgen. Doch welcher Anbieter ist im Bereich Risikovorsorge die erste Adresse? Wer bietet bezahlbare, leistungsstarke Produkte? Und wo finden die Kunden Top-Service? In einer umfangreichen Studie im Auftrag des Handelsblatt wurden der Service und die Produkte von insgesamt 24 Versicherern eingehend analysiert.

Testsieger und damit Bester Anbieter Risikovorsorge bei Versicherern mit Vermittlernetz wurde AXA. In allen Produktbereichen gehörte die Gesellschaft zu den besten drei Unternehmen. Pluspunkte waren vor allem die positiven Unternehmensratings sowie die günstigen Prämien der getesteten Risikolebens- und Berufsunfähigkeitsversicherungen. Württembergische wurde Servicesieger und glänzte durch kompetente und motivierte Mitarbeiter vor Ort.

asstel sicherte sich den Testsieg bei den Direktversicherern. Garant für die Spitzenplatzierung war das überragende Leistungsergebnis. Die analysierten Unfall-, Haftpflicht- und Risikolebensversicherungen bestachen mit der besten Produktbewertung aller Anbieter sowie mit attraktiven Jahresprämien. ERGO Direkt erzielte das beste Serviceergebnis der untersuchten Direktversicherer und überzeugte dabei vor allem durch die schnelle Beantwortung von Anfragen per Telefon und E-Mail.

Größtes Manko bei den Versicherern mit Vermittlernetz war die nur mangelhafte Bedarfsanalyse bei den Beratungen vor Ort. Die finanzielle Situation der Testkunden wurde in den Gesprächen fast vollständig ausgeklammert. Zudem wurden zu häufig zentrale Aspekte, wie beispielsweise Gesundheitsfragen bei Berufsunfähigkeitsversicherungen, nicht thematisiert. „Dies ist bedenklich, da unvollständige Angaben über den Versicherungsnehmer zu Problemen beim Versicherungsschutz führen können“, kommentiert Markus Hamer, Geschäftsführer des Instituts.

Deutliche Defizite zeigten sich auch bei Anfragen per Telefon oder E-Mail. Nur gut die Hälfte der Beratungen erfolgte strukturiert, bei jedem fünften Versicherer kam es zu Falschaussagen. E-Mails wurden im Durchschnitt erst nach knapp zwei Tagen beantwortet, jede vierte blieb sogar gänzlich ohne Rückmeldung. Über 70 Prozent der Antworten waren zudem nicht verständlich genug formuliert. „Gerade bei Versicherungsthemen wünschen sich Verbraucher klare und verständliche Auskünfte von den Anbietern“, kritisiert Serviceprofi Hamer.

Große Unterschiede offenbarten die Produktbewertungen auf Basis von Daten des Ratingunternehmens Franke und Bornberg. Besonders bei der Höhe der Prämie gab es teilweise enorme Unterschiede. Je nach Versicherungsprodukt und Anbieter beliefen sich die Einsparpotenziale auf bis zu 80 Prozent. „Allerdings sollten Verbraucher auch Produkt- und Unternehmensratings bei ihrer Entscheidung mit einbeziehen“, so Hamer.

Das Marktforschungsinstitut untersuchte 15 Versicherer mit Vermittlernetz sowie 9 Direktversicherern in den Bereichen Unfall-, Haftpflicht, Risikolebens - und Berufsunfähigkeitsversicherung. Basis für die Studie mit knapp 820 Testkontakten waren verdeckte Anfragen per Telefon und E-Mail sowie eine umfassende Analyse der Internetseiten. Wenn möglich fanden auch Testberatungen vor Ort statt. Darüber hinaus erfolgte in Kooperation mit Franke und Bornberg eine umfassende Bewertung der Unternehmensratings und der angebotenen Produkte.

Das Deutsche Institut für Service-Qualität prüft unabhängig anhand von mehrdimensionalen Analysen die Dienstleistungsqualität von Unternehmen und Branchen. Dem Verbraucher liefert das Institut bedeutende Anhaltspunkte für Kaufentscheidungen. Unternehmen gewinnen wertvolle Informationen für ihr Qualitätsmanagement.

Veröffentlichung nur unter Nennung der Quelle:
Deutsches Institut für Service-Qualität im Auftrag von Handelsblatt

Ansprechpartner:
Markus Hamer
Telefon: 040 / 41 11 69 26
E-Mail: m.hamer@disq.de

DISQ Deutsches Institut für
Service-Qualität GmbH & Co. KG
Curio-Haus
Rothenbaumchaussee 17
D-20148 Hamburg
Fon: +49 (0) 40 41 11 69 25
Fax: +49 (0) 40 41 11 69 22
info@disq.de · www.disq.de