

PRESSEMITTEILUNG

Studie Beratung von Versicherern 2011

Berater vernachlässigen Bedarf der Kunden – Testsieger ist Versicherungskammer Bayern, überregional führt Allianz

Hamburg, 13.01.2011 – Zu häufig versäumen es Versicherungsberater, die Bedürfnisse von Kunden gezielt und umfassend zu ermitteln. Nicht immer entsprechen die erstellten Angebote daher dem individuellen Bedarf. So das Ergebnis einer aktuellen Studie des Deutschen Instituts für Service-Qualität im Auftrag des Nachrichtensenders n-tv.

Insgesamt boten die Versicherungsunternehmen eine gute Beratung vor Ort. Positiv beurteilten die Testkunden dabei das ansprechende Umfeld, die zuverlässige Termineinhaltung sowie die freundlichen und motivierten Berater.

Große Defizite in der Studie zeigten sich allerdings bei der Bedarfsanalyse, die lediglich ausreichend war. Die Lebenssituation der Kunden wurde zwar detailliert erfasst, großes Manko war jedoch die mangelnde Analyse der finanziellen Situation. „In jedem fünften Gespräch zum Thema Berufsunfähigkeit fehlte die Frage nach der Höhe des Erwerbseinkommens. Gerade weil dieses letztendlich abgesichert werden soll, darf dieser Aspekt nicht fehlen“, so Markus Hamer, Geschäftsführer des Marktforschungsinstituts. Bei nur einem Sechstel der Beratungen zur Altersvorsorge wurden laufende Kredite und nur bei einem Drittel der Testkunden vorhandene Geldanlagen erfasst. „So verwundert es nicht, dass knapp ein Drittel der Angebote nicht auf die individuellen Bedürfnisse passten“, so Serviceexperte Hamer.

„Testsieger Beratung von Versicherern 2011“ wurde Versicherungskammer Bayern. Die Mitarbeiter berieten kompetent und sehr verständlich und gingen in den Beratungen stets gezielt auf die individuellen Bedürfnisse der Kunden ein. Allianz auf Rang zwei wurde bester überregionaler Versicherer. Die Berater konnten dank der vorbildlichen Bedarfsanalyse genaue Kundenprofile erstellen und so passgenaue Lösungskonzepte präsentieren. Nürnberger folgte auf Rang drei. Stärken waren das ansprechende Umfeld und die überzeugenden Beratungsgespräche, in denen der Produktnutzen besonders gut dargestellt wurde.

Das Marktforschungsinstitut untersuchte 15 regionale und überregionale Versicherer in 15 deutschen Städten. Basis für die Analyse waren insgesamt 150 verdeckte Testberatungen vor Ort zu den Themen Altersvorsorge, Risikoversicherung und Sachversicherungen.

Mehr dazu: n-tv Ratgeber – Test, Donnerstag, 13. Januar 2011, um 18:35 Uhr

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 n-tv

Ansprechpartnerin:

Bianca Möller
Telefon: 040 / 41 11 69 27
E-Mail: b.moeller@disq.de