

Pressemitteilung

Vier Lebensversicherer punkten mit hoher Kundenorientierung

Die 15 größten Lebensversicherer auf dem Prüfstand

Köln, 25.11.2015. Die klassische Lebensversicherung wurde längst um eine Vielzahl an Alternativen ergänzt und deckt heute eine breite Produktpalette ab. Welche Lebensversicherer ihre Kunden nicht nur durch ein umfangreiches Angebot überzeugen, sondern auch in der Kundenorientierung stark aufgestellt sind, untersucht die aktuelle Vergleichsstudie der Analysegesellschaft ServiceValue. Deutlich positiv heben sich aus Kundensicht CosmosDirekt, AachenMünchener, Allianz und SV Sparkassen Versicherung vom Markt ab.

Dies zeigt der im zweiten Jahr durchgeführte „ServiceAtlas Lebensversicherer 2015“, der die 15 größten Anbieter nach Beitragseinnahmen auf den Prüfstand stellt. Für die Benchmarkstudie wurden 1.775 Kundenurteile zu über 20 allgemeinen und spezifischen Service- und Leistungsmerkmalen auf vier Qualitätsdimensionen bzw. Einzelkategorien eingeholt.

Die kundenorientiertesten Lebensversicherer

Im Gesamtergebnis über alle Dimensionen führt CosmosDirekt das Ranking an. Ebenfalls eine „sehr gute“ Bewertung über die vier Einzelkategorien erhalten AachenMünchener, Allianz und SV Sparkassen Versicherung. Darüber hinaus weisen fünf weitere Gesellschaften eine überdurchschnittlich gute Bewertung auf.

Rang	Anbieter	Bewertung
1.	CosmosDirekt	sehr gut
2.	AachenMünchener	sehr gut
3.	Allianz	sehr gut
4.	SV SparkassenVersicherung	sehr gut
5.	AXA	gut
6.	Versicherungskammer Bayern	gut
7.	Württembergische	gut
8.	ERGO	gut
9.	Debeka	gut
10.	R+V	-
11.	Alte Leipziger	-
12.	HDI	-
13.	Zurich Deutscher Herold	-
14.	Generali	-
15.	Nürnberger	-

Während der Gesamtsieger CosmosDirekt auch den Testsieg in den Einzelkategorien „Produkte“ und „Preis-Leistungs-Verhältnis“ verzeichnet, liegt die AachenMünchener bei den beiden anderen Dimensionen „Kundenberatung“ und dem „Kundenservice“ vorne.

Eine „sehr gute“ Bewertung in mindestens einer Einzelkategorie weisen neben den vier Top-Gesellschaften auch AXA („Produkte“), Versicherungskammer Bayern („Produkte“ und „Kundenberatung“), Württembergische („Kundenberatung“), ERGO („Kundenservice“) und Debeka („Preis-Leistungs-Verhältnis“) auf.

Gute Beratung stärkt Kundenbindung

Die Einzelkategorie „Kundenberatung“ hat wie im Vorjahr einen sehr hohen Einfluss auf die Kundenbindung. Im Vergleich der einzelnen konkreten Leistungs- und Servicemerkmale erzielen die „Kostentransparenz“ und der „Umgang mit Beschwerden und Reklamationen“ die höchsten Kundenbindungswerte. Doch zeigen sich die Kunden bei diesen Merkmalen nicht entsprechend zufrieden. Die höchste Kundenzufriedenheit besteht derzeit bei der fachlichen Kompetenz der Mitarbeiter sowie ihrer Erreichbarkeit und der Verständlichkeit in der Beratung.

Mehr Information und Kostentransparenz erwünscht

Die Einzelkategorie „Preis-Leistungs-Verhältnis“ wird über alle Anbieter aus Kundensicht am schwächsten bewertet. Besonders bei der Kostentransparenz sehen die Kunden weiterhin deutlichen Optimierungsbedarf. Zudem liegt der höchste Unzufriedenheitswert beim Merkmal der regelmäßigen Information.

„Um das Vertrauen in ihre Leistungen zu stärken, sollten sich die Versicherer gerade bei Änderungen in ihrer Produktlandschaft transparenter und kommunikativer gegenüber ihren Kunden zeigen.“, kommentiert Dr. Claus Dethloff, Geschäftsführer der ServiceValue GmbH.

Die 116-seitige Wettbewerbsstudie „ServiceAtlas Lebensversicherer 2015“ kann über die ServiceValue GmbH bezogen werden. Die Studie enthält ausführliche Gesamtergebnisse sowie detaillierte Einzelprofile zu den 15 größten Lebensversicherern.

Pressekontakt

Ena Sipkar
ServiceValue GmbH
Dürener Straße 341
D-50935 Köln
Tel.: + 49.(0)221.67 78 67 -51
E-Mail: E.Sipkar@ServiceValue.de
www.ServiceValue.de