

# CCV-Fachgruppe Versicherungscallcenter

## Guter Service – Sein und Schein bei Versicherern



„Mehr Transparenz – mehr Kundennähe“

Düsseldorf, 30. Januar 2020

# UNTERNEHMEN KONTAKT

DEUTSCHES INSTITUT  
FÜR SERVICE-QUALITÄT



Dorotheenstraße 48  
22301 Hamburg  
Fon: 040 27 88 91 48 11  
Fax: 040 27 88 91 48 91  
m.hamer@disq.de  
www.disq.de

Markus Hamer  
Geschäftsführender  
Gesellschafter

DISQ Media



Dorotheenstraße 48  
22301 Hamburg  
Fon: 040 27 88 91 48 12  
Fax: 040 27 88 91 48 91  
b.moeller@disqmedia.de  
www.disq.de

Bianca Möller  
Geschäftsführerin

# INHALT

1. Das Marktforschungsinstitut
2. Marktforschungsmethoden
3. Service bei Versicherern – Sein und Schein
4. Siegel – Servicequalität zeigen

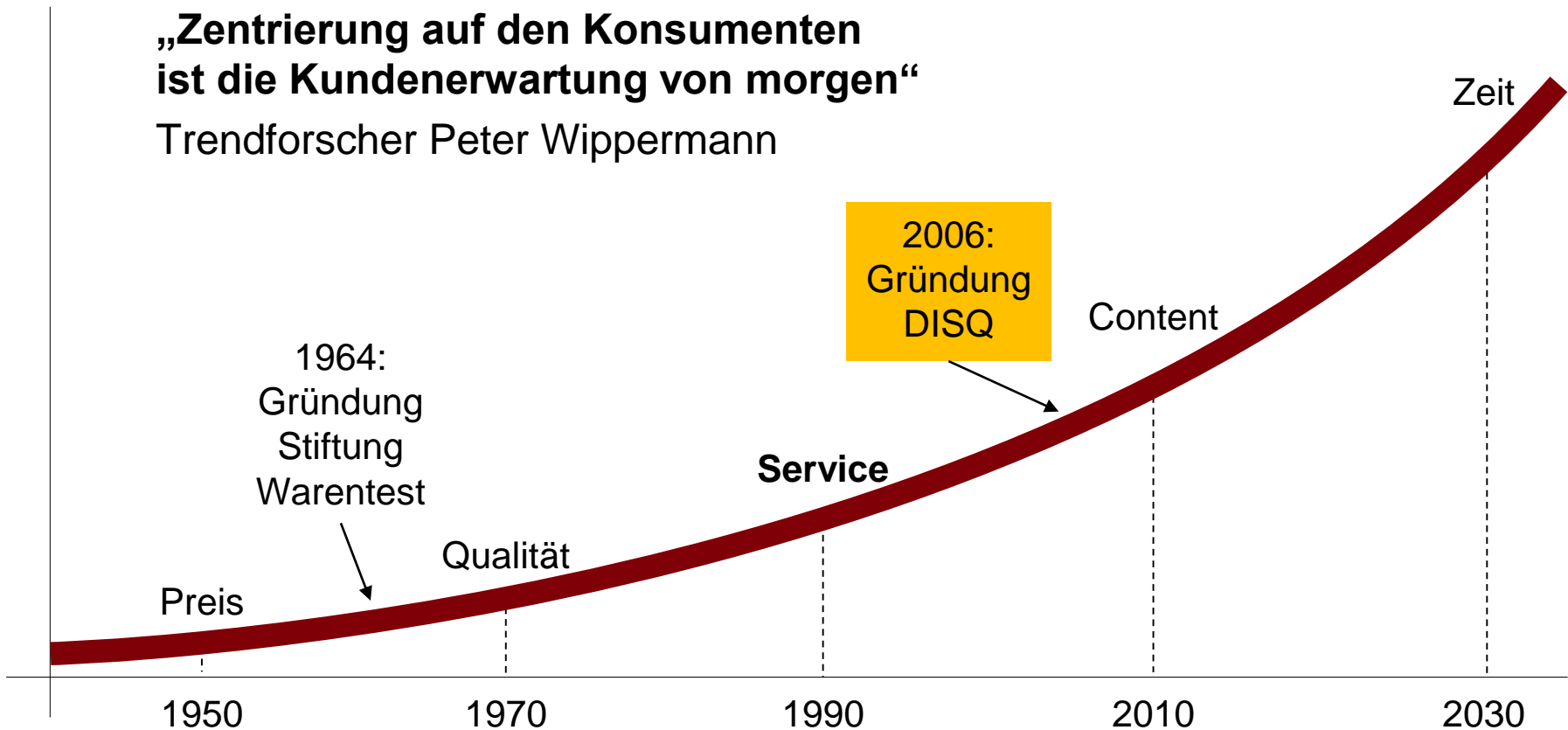
Das Deutsche Institut für Service-Qualität ist  
der **beste Qualitätskompass** für smarte **Verbraucher**.

Mit unseren Werten

**Objektivität, Unabhängigkeit, Transparenz**  
bieten wir **Orientierung** und fördern **fairen Wettbewerb**.

# 1. Das Marktforschungsinstitut

## Evolution der Kundenerwartung



Quelle: Trendbüro, 2015

# 1. Das Marktforschungsinstitut





# 1. Das Marktforschungsinstitut

## **Gründung**

Juni 2006 in Hamburg

## **Ziele**

Transparenz schaffen; Verbesserung der Servicequalität in Deutschland

## **Status**

Privatwirtschaftliches Institut (ohne öffentliche Zuschüsse), verbraucherorientiert, unabhängig (keine Studien im Auftrag von Unternehmen, keine Beratung)

## **Ausrichtung**

Mediendienstleister für TV-Sender sowie Publikums- und Fachpresse

## **Aufgabenfeld**

Durchführung von Servicestudien, Tests und Kundenbefragungen auf Basis standardisierter, objektiver und aktueller Marktforschungsmethodik

## **Mitarbeiter**

Expertenteam aus Ökonomen, Soziologen und Psychologen sowie rund 2.000 geschulte Tester in ganz Deutschland

## **Beirat**

Brigitte Zypries, Bundesminister a. D. (Vorsitzende),  
Jochen Dietrich, n-tv Nachrichtenfernsehen,  
Marianne Voigt, Unternehmerin, Aufsichtsrat  
Prof. Peter Wippermann, Trendforscher

## **Gutachter**

Prof. Dr. Thomas Liebetruh, OTH Regensburg

## **Studien**

Rund 900 Studien, ca. 4.000 Unternehmen,  
über 250.000 Testerkontakte, rund 500.000 Kundenmeinungen

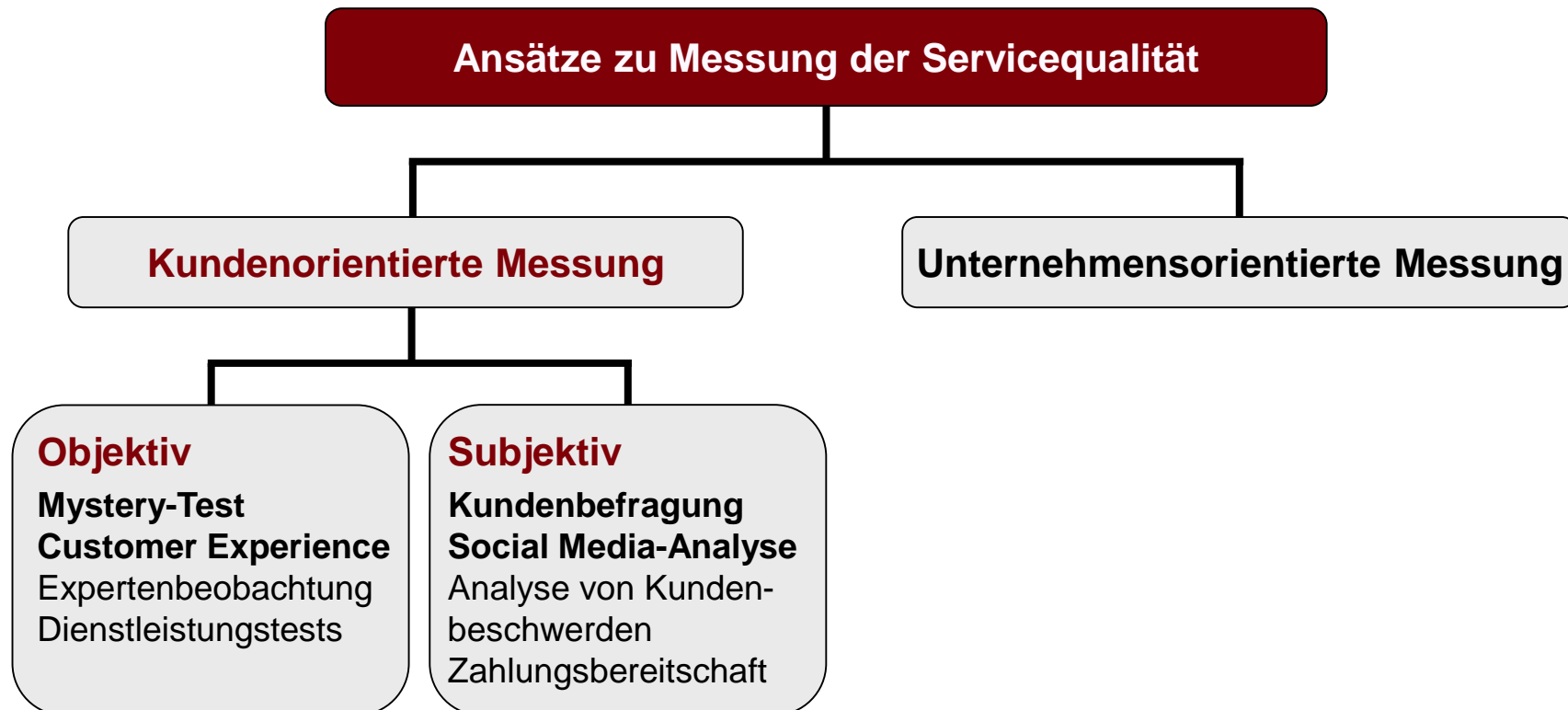
# INHALT

1. Das Marktforschungsinstitut
- 2. Marktforschungsmethoden**
3. Service bei Versicherern – Sein und Schein
4. Siegel – Servicequalität zeigen



## 2. Die Marktforschungsmethoden Ansätze und Auswahl

**Serviceerlebnis aus Kundensicht:** Für die Messung von Servicequalität bieten sich je nach Zielsetzung unterschiedliche Verfahren an. Primär werden objektive Mystery-Tests und flankierend Kundenbefragungen durchgeführt.



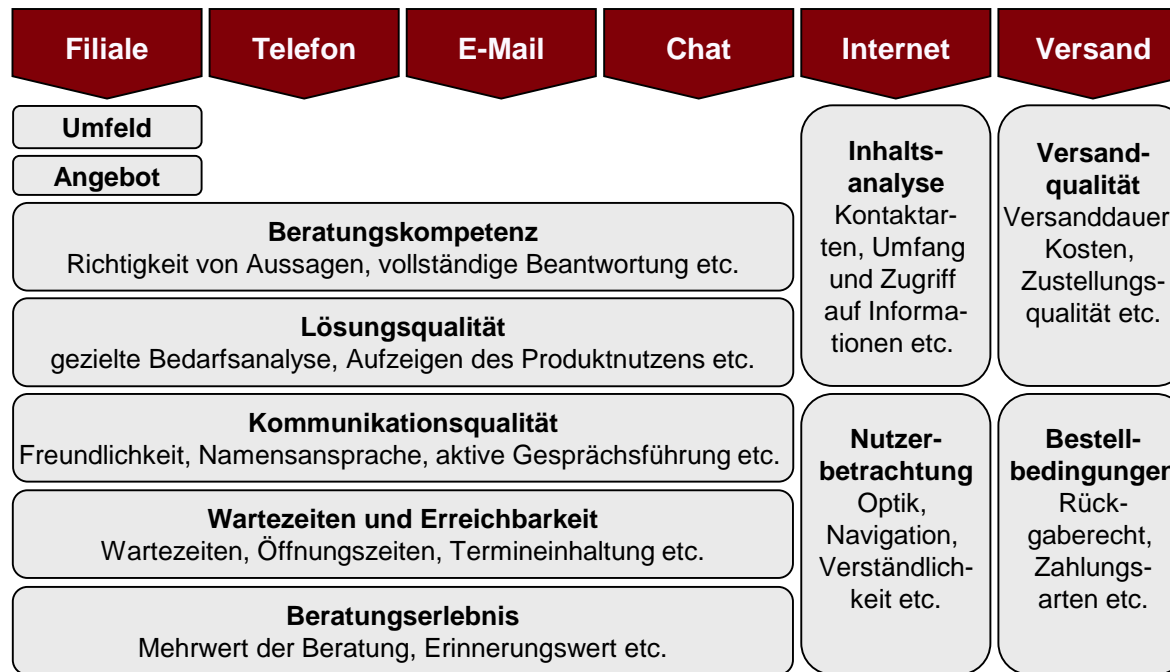
## 2. Die Marktforschungsmethoden

### Mystery-Tests (1/2)

- **Ziel:** Analyse des Services und der Leistungen von Unternehmen aus Verbrauchersicht
- **Basis:** Standardisierte, objektiv nachprüfbare Messverfahren der SERVQUAL/SERVPERF-Methodik, Erweiterung des Modells um Erkenntnisse aus der Verhaltensökonomie
- **Analyse:** Mehrdimensionaler Ansatz; Berücksichtigung der für Kunden relevanten Kontaktkanäle (Filiale vor Ort, Telefon, E-Mail und Kontaktformular, Online-Chat, Internetpräsenz der Unternehmen, Versand)
- **Verfahren:** Datenerhebung mithilfe von Mystery-Tests (= aktive, verdeckte Beobachtung durch geschulte Tester, die als Kunden auftreten und nach einem festgelegten und standardisierten Kriterienkatalog vorgehen)
- **Mystery-Aktivitäten:** Testkäufe, Testberatungen, Testanrufe, Test-E-Mails, Test-Chat-Gespräche auf Basis streng definierter, branchenübergreifender Vorgaben hinsichtlich Fragebögen, Rollenspiele und Kundenprofile
- **Internetanalyse:** Qualitätsmessung anhand quantitativer Inhaltsanalysen durch Experten sowie Nutzerbetrachtungen durch geschulte Tester
- **Begutachtung:** Die Konzepte zu den Studie werden in Zusammenarbeit mit Prof. Dr. Thomas Liebetruth (OTH Regensburg) erstellt.

## 2. Die Marktforschungsmethoden Mystery-Tests (2/2)

Die Abbildung zeigt die Hauptkriterien der Servicetests mit wesentlichen Unterkriterien:



- Bewertungen basieren auf standardisierter Likert-Skala mit fünf Ausprägungen
- Einheitliche Überführung ermittelter Daten in ein Punktesystem (0 bis 100 Punkte)
- Einordnung der Werte in Qualitätsurteilsschema von „sehr gut“ bis „mangelhaft“

## 2. Die Marktforschungsmethoden Customer Experience-Analyse

- **Ziel:** Messung der Service-Qualität an Kundenkontaktpunkten (Touchpoints)
- **Verfahren:** Qualitative Prozessanalyse
- **Fokus:** Kundenerlebnis von der ersten Information auf der Internetseite bzw. in der App bis hin zur Produktnutzung
- **Analyse:** Eindrücke und Erlebnisse werden mithilfe eines standardisierten Fragebogens erfasst und ausgewertet
- **Zentrale Analysedimensionen:** Schnelligkeit, Einfachheit und Komfort
- **Inhaltsanalyse:** Relevante Informationen über Produkt/Dienstleistung, allgemeine Informationen, Kontaktinformationen
- **Kundenerlebnis:** Qualitative Evaluation mittels geschulter Testkunden, Testkunden informieren sich unter Berücksichtigung von vorab festgelegten Aufgabenstellungen über ein zu analysierendes Produkt und wählen den angebotenen Produkteinstieg (z. B. Registrierung)

## 2. Die Marktforschungsmethoden

### Kundenbefragung

- **Verfahren:** Internetgestütztes Verfahren des Computer Assisted Web Interviewing (CAWI). Die Interviewten füllen die Fragebögen direkt online aus.
- **Analyse:** In der Befragung kommt ein standardisiertes Befragungsinstrument zum Einsatz. Die Zufriedenheitswerte werden branchenübergreifend auf einer Likert-Skala mit fünf Ausprägungen erhoben, die in ein Punktesystem von 0 bis 100 überführt wird.
- **Rekrutierung:** Allgemeine Verbraucherbefragungen basieren auf einem Online-Access-Panel. Spezielle Personenkreise werden dagegen über verschiedene Kontaktwege durch gezielte Ansprache für eine Teilnahme gewonnen.
- **Untersuchungssample:** Das offene Design der Fragebögen gewährleistet, dass jedes Unternehmen/jede Marke der betrachteten Branche in die Untersuchung eingehen kann.
- **Stichprobengröße:** Der Stichprobenumfang einer Kundenbefragung richtet sich nach dem Untersuchungsziel und der Branche. Unternehmen/Marken, welche 100 bzw. 80 Kundenmeinungen erreichen, werden einzeln ausgewertet.
- **Qualitätskontrolle:** Kontrollfragen und rotierende Elemente im Design des Fragebogens, ausreichende Stichproben, die Prüfung von IP-Adressen und eine sorgfältige Datenbereinigung stellen die Qualität der Ergebnisse sicher.

## 2. Die Marktforschungsmethoden Social Media-Analyse

- **Ziel:** Analyse der Positionierung von Unternehmen im Internet
- **Analyse:** Mehrdimensionaler Ansatz; Berücksichtigung der für Kunden relevanten Beiträge in der Medienberichterstattung (schlagwortbasierte Einschränkung der Grundgesamtheit) sowie ausgewählter Leistungskennzahlen (z. B. Anzahl der Twitter-Follower, Anzahl der „Gefällt-mir-Angaben“ bei Facebook, App-Bewertungen)
- **Verfahren:** Social-Media-Monitoring mithilfe von Brandwatch Analytics von insgesamt rund 25 Millionen Websites, Foren, Blogs, Presseseiten sowie Beiträgen in sozialen Netzwerken
- **Umfang:** Der Umfang einer Social-Media-Analyse richtet sich nach dem Untersuchungsziel und der Branche; Unternehmen, die mindestens 100 bzw. 80 Beiträge in der digitalen Berichterstattung im Untersuchungszeitraum aufweisen, werden ausgewertet
- **Stimmungsbild:** Einordnung der Beiträge in positiv, neutral oder negativ; die Bewertung der Unternehmen errechnet sich aus dem Verhältnis der positiven und negativen Beiträge
- **Qualitätskontrolle:** Sorgfältige Kontrolle und Optimierung der schlagwortbasierten Suchanfragen zur Sammlung der Grundgesamtheit der digitalen Beiträge

# INHALT

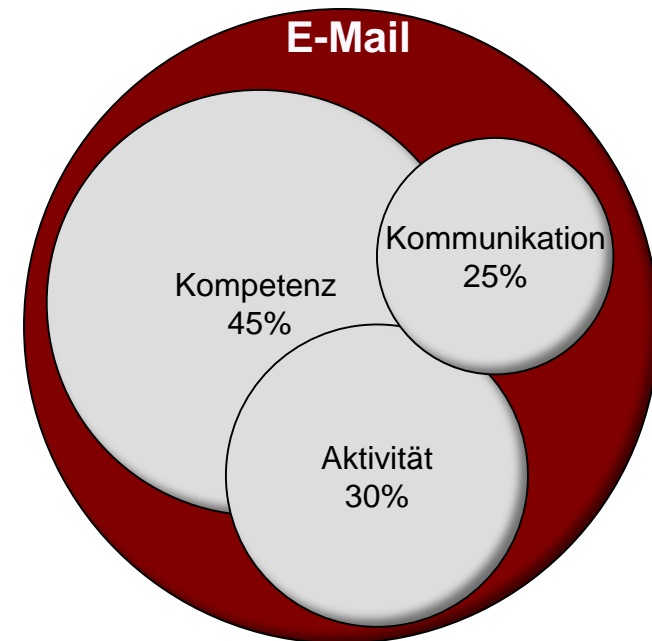
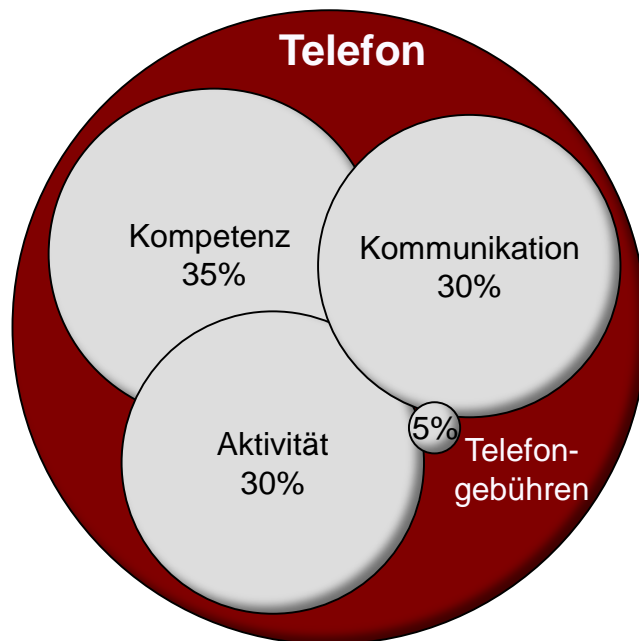
1. Das Marktforschungsinstitut
2. Marktforschungsmethoden
- 3. Service bei Versicherern – Sein und Schein**
4. Siegel – Servicequalität zeigen



### 3. Service bei Versicherern – Sein und Schein Jahresanalyse

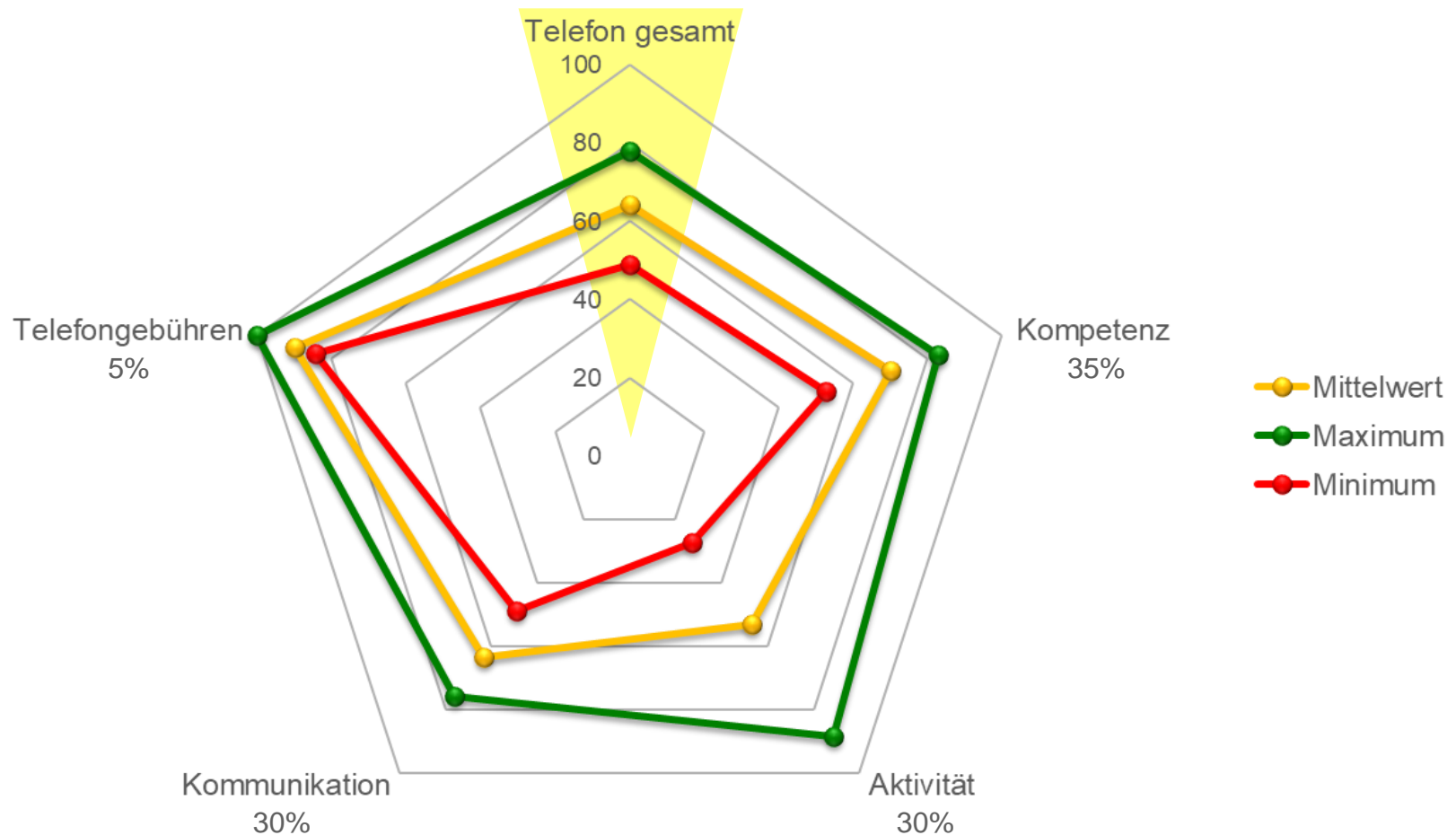
**Jahresanalyse 2019: Bester Service per Telefon und per E-Mail** (im Auftrag von n-tv, veröffentlicht am 5.2.2019)

- Insgesamt 29 Studien aus 2018 zu 346 Unternehmen: davon 3 Studien zu Versicherern  
Private Krankenversicherer, Direktversicherer, Kfz-Versicherer
- 44 Versicherer, 1.110 Servicekontakte: 540 Telefonanrufe und 570 E-Mail-Anfragen



### 3. Service bei Versicherern – Sein und Schein Jahresanalyse

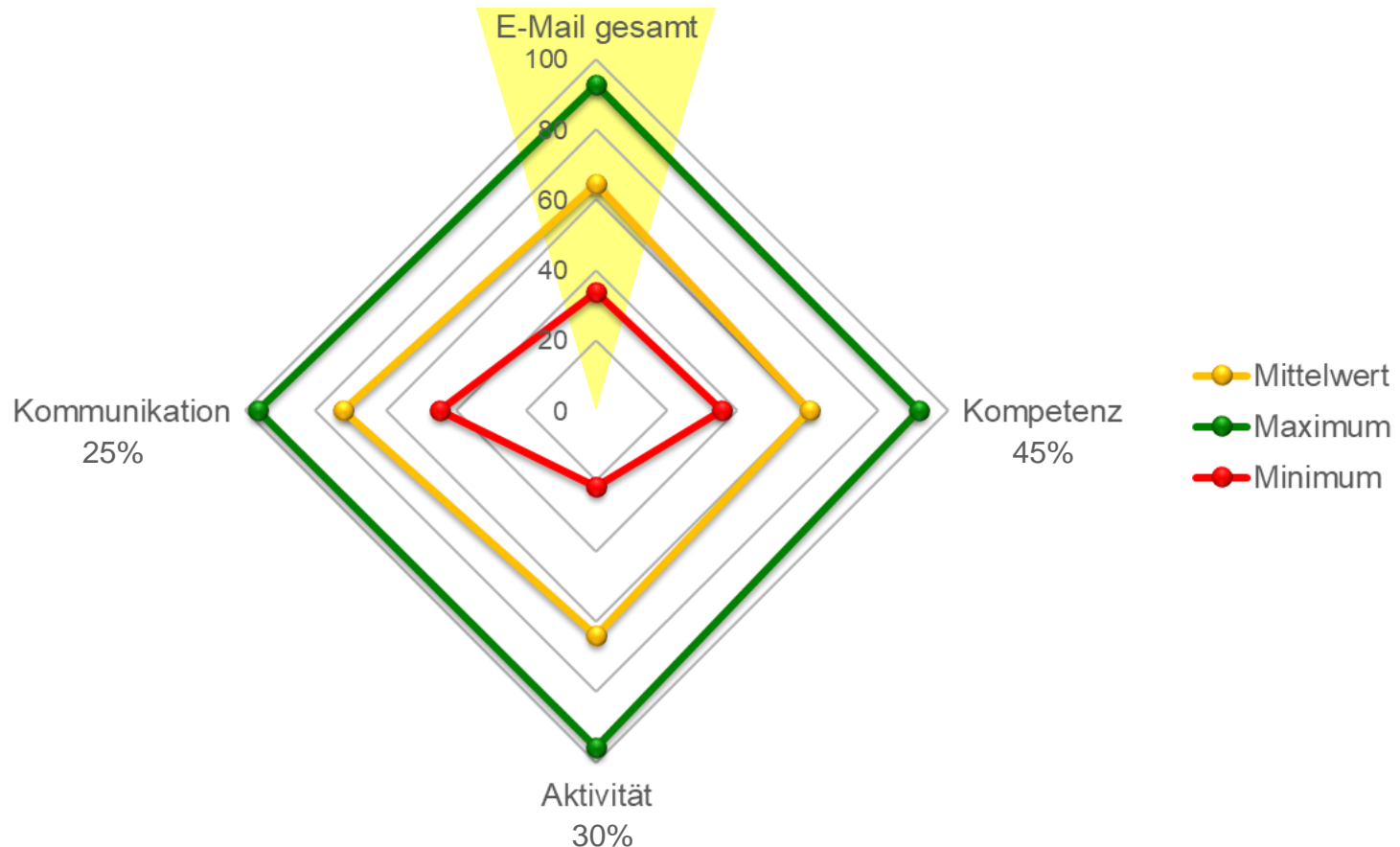
#### Jahresanalyse: Service per Telefon – Branche



### 3. Service bei Versicherern – Sein und Schein Jahresanalyse

#### Jahresanalyse: Service per E-Mail – Branche

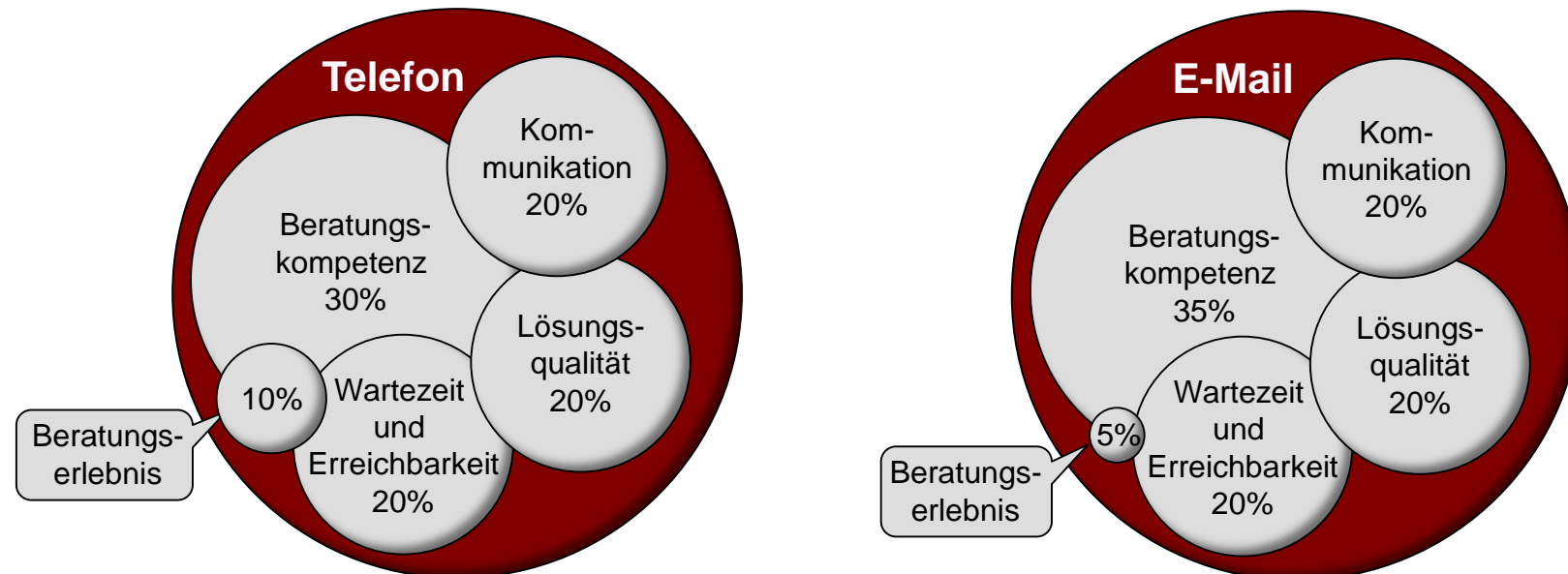
- 8 von 44 Versicherern beantworteten weniger als 50% der E-Mails



### 3. Service bei Versicherern – Sein und Schein Deutschlands beste Versicherungen

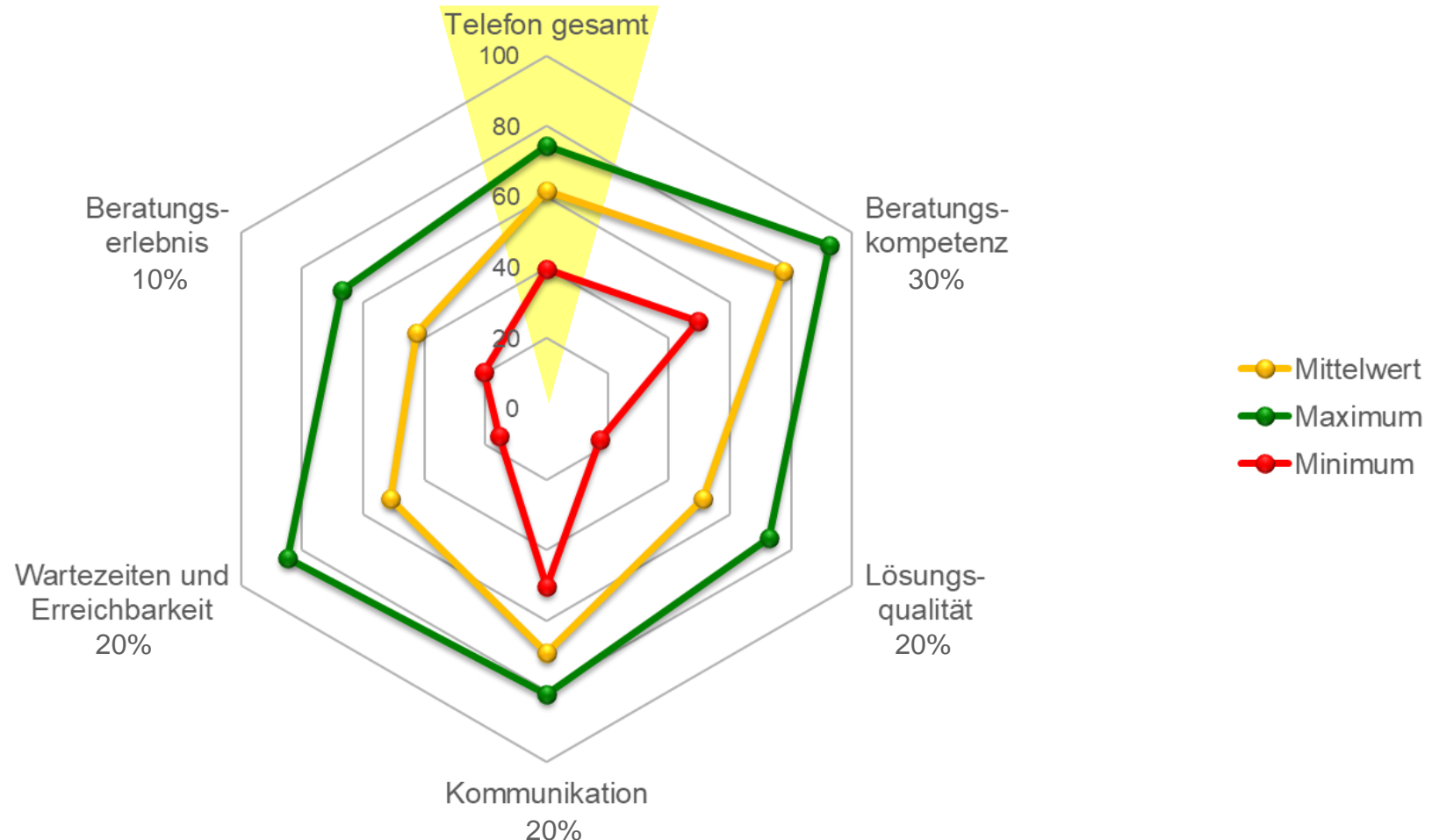
**Deutschlands beste Versicherungen 2019** (zusammen mit n-tv und Franke und Bornberg)

- 6 Produktbereiche: Privatrente und Altersvorsorge, Fahrzeug, Privatschutz, Gesundheit und Pflege, Risikoleben und Unfall, Arbeitskraftabsicherung
- 110 Versicherer, davon 55 Serviceanalysen unterzogen
- 550 Servicekontakte: 275 Telefonanrufe und 275 E-Mail-Anfragen



### 3. Service bei Versicherern – Sein und Schein Deutschlands beste Versicherungen

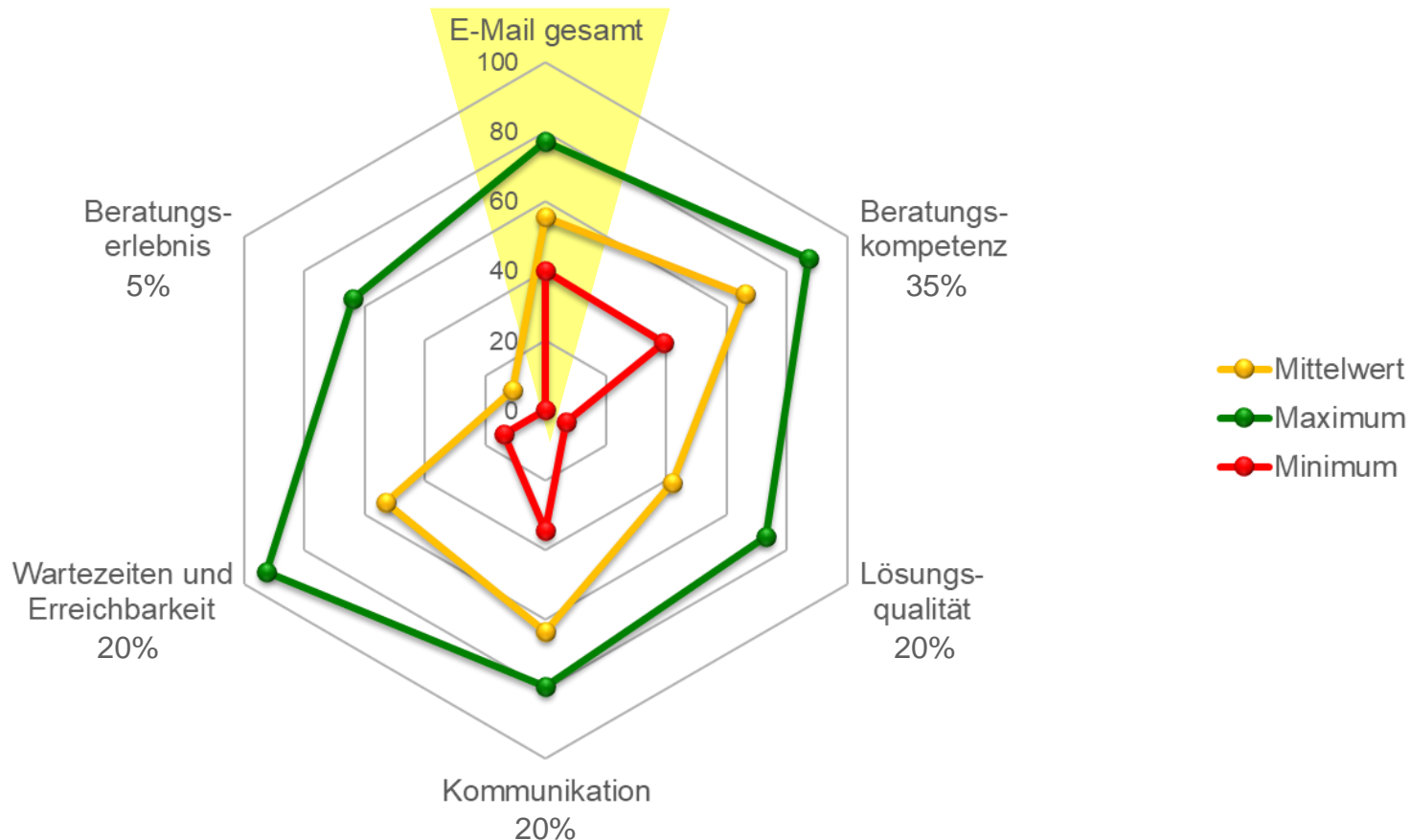
#### Deutschlands beste Versicherungen: Service per Telefon – Branche



### 3. Service bei Versicherern – Sein und Schein Deutschlands beste Versicherungen

#### Deutschlands beste Versicherungen: Service per E-Mail – Branche

- 6 von 55 Versicherern beantworteten weniger als 40% der E-Mails



### 3. Service bei Versicherern – Sein und Schein Thesen

#### **Lernen wir vom Kunden? Helfen uns Insights der Besten?**

- Kompetenz und Kommunikation sind das Fundament – nicht weniger, aber auch nicht mehr
- Empathie und Emotionen sind mindestens genauso wichtig wie Fachwissen
- Lösungen, nicht weitere Probleme => Lösungskompetenz stärken (v.a. Lösungsprozesse)
- Schaffen wir Beratungserlebnisse, denn nur so bleibt gute Leistung im Gedächtnis und aus Zufriedenheit (NPS?) wird Loyalität

#### **Kundenperspektive ist der Erfolgsgarant und führt zu Loyalität:**

- Was will der Kunde? => Bedarf analysieren, Fragetechniken schärfen
- Wie versteht mich der Kunde am besten? => Sprache variieren, Einfühlungsvermögen schärfen
- Wie mache ich den Kunden glücklich, nicht nur zufrieden? => Emotionen transportieren, nicht nur Fakten
- Nicht Problemfokussierung, sondern Lösungen in den Mittelpunkt stellen



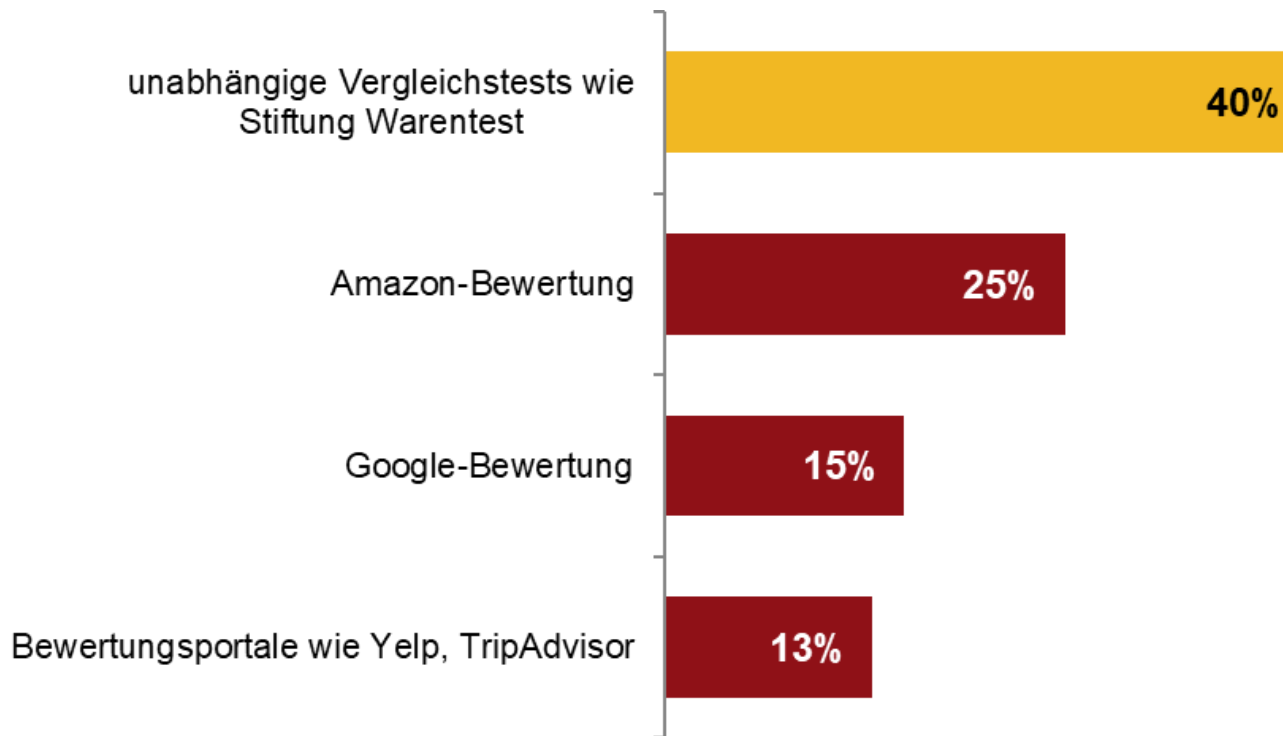
# INHALT

1. Das Marktforschungsinstitut
2. Marktforschungsmethoden
3. Service bei Versicherern – Sein und Schein
- 4. Siegel – Servicequalität zeigen**

## 4. Siegel – Servicequalität zeigen Verbraucherbefragung zu Siegeln (1/4)

### Bevölkerungsrepräsentative Befragung, GfK 2019

Wodurch werden Entscheidungen beim Einkauf stark oder sehr stark beeinflusst?

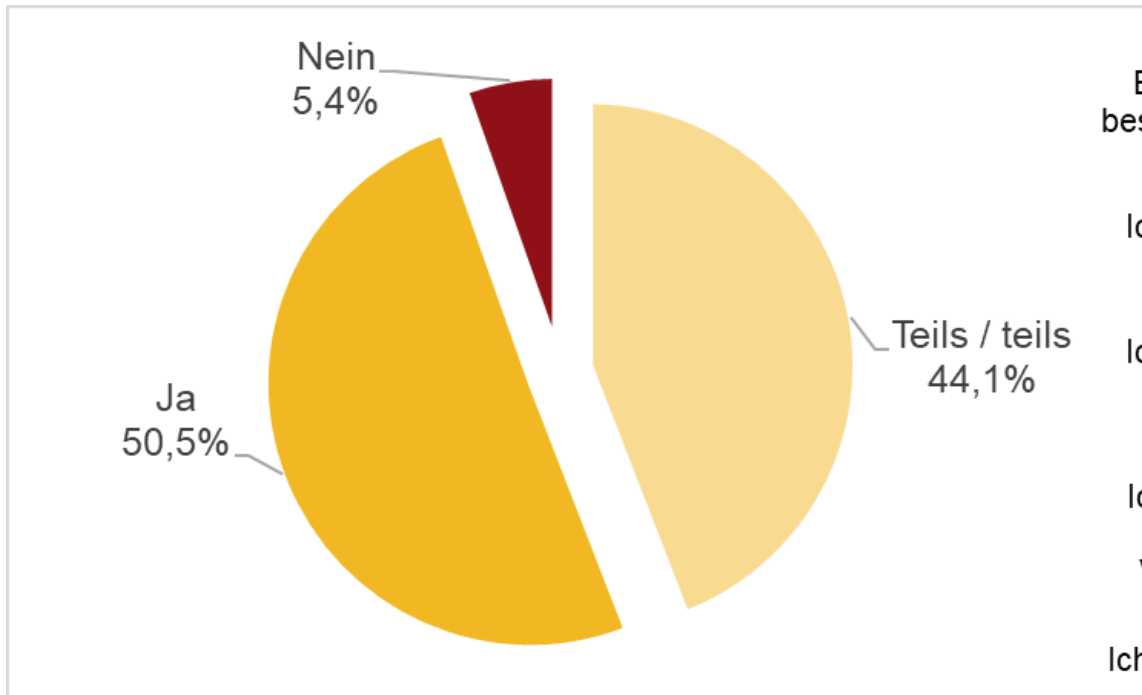


Quelle: Greven Medien/GfK, 2019, 1.000 Befragte, bevölkerungsrepräsentatives Online-Panel, Mehrfachnennungen möglich

## 4. Siegel – Servicequalität zeigen Verbraucherbefragung zu Siegeln (2/4)

### Bevölkerungsrepräsentative Befragung

Können Testsiegel bei Entscheidungen für Produkte und Dienstleistungen hilfreich sein?



Wie stehen Sie zu folgenden Aussagen?

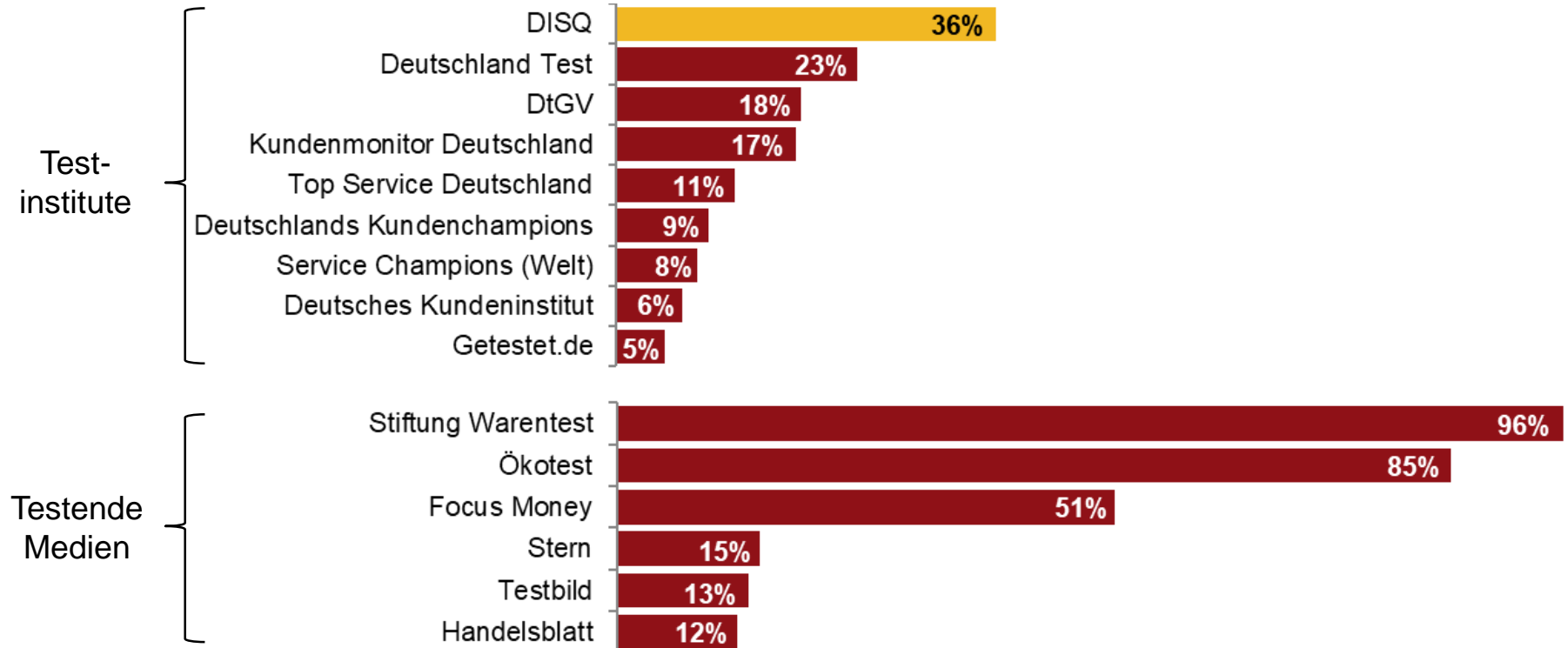


Quelle: Bevölkerungsrepräsentative Befragung, 1.010 Befragte, ResponDi-Online-Panel, Dez. 2019

## 4. Siegel – Servicequalität zeigen Verbraucherbefragung zu Siegeln (3/4)

### Bevölkerungsrepräsentative Befragung

Welche der folgenden Testsiegel sind Ihnen bekannt?



Quelle: Bevölkerungsrepräsentative Befragung, 1.010 Befragte, Respondi-Online-Panel, Dez. 2019

## 4. Siegel – Servicequalität zeigen



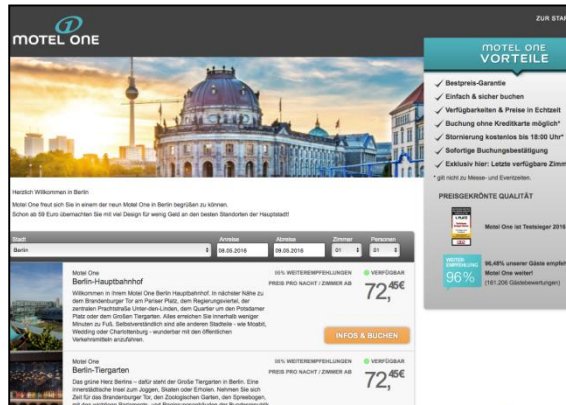
**Werbung im öffentlichen Raum:**  
Großflächenplakate an Flughäfen,  
Fahrzeugwerbung, Fahnen, Schilder  
am Point of Sale.

Namhafte Unternehmen wie Höffner, DHL,  
Optiker Bode, AVD, Commerzbank und  
Lieferando setzen auf Außenwerbung mit  
Testsiegeln.



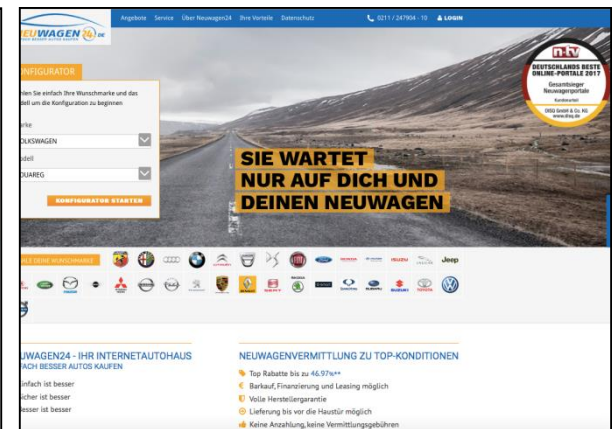
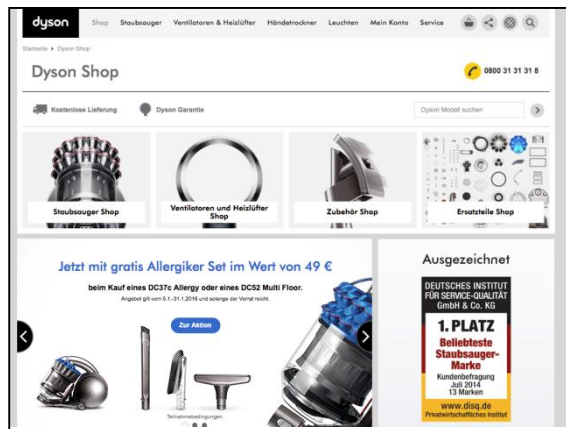
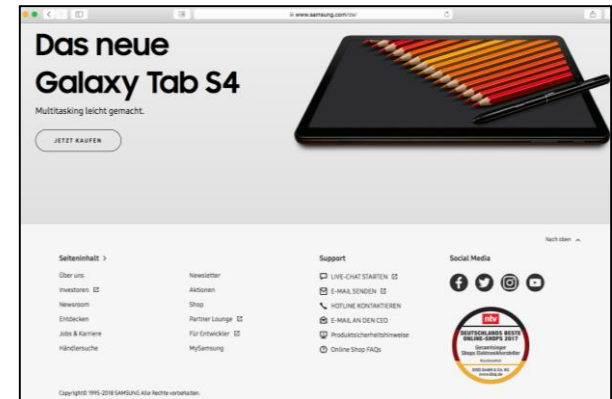


# 4. Siegel – Servicequalität zeigen

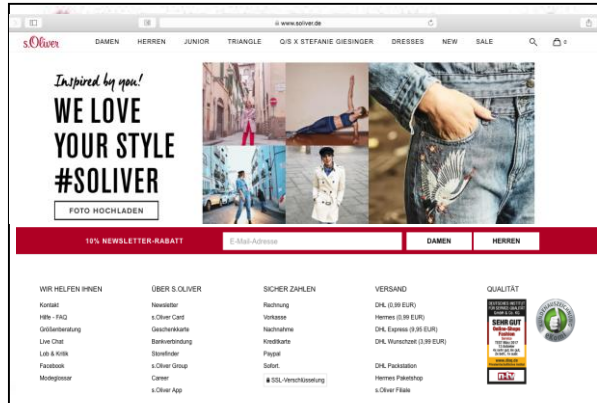


**Homepage:**  
Marken-Hersteller, Hotels,  
Onlineportale und  
Energieanbieter nutzen das  
DISQ-Testsiegel:

Motel One, Samsung, Dyson,  
N-Ergie, Neuwagen24

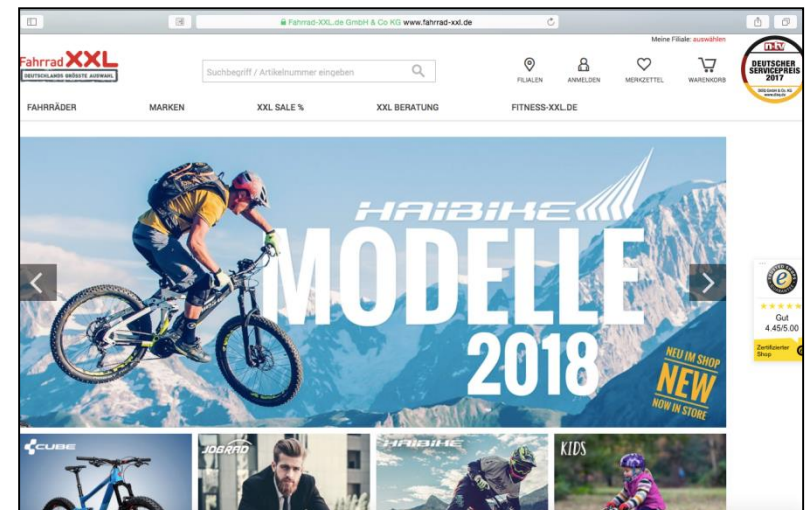
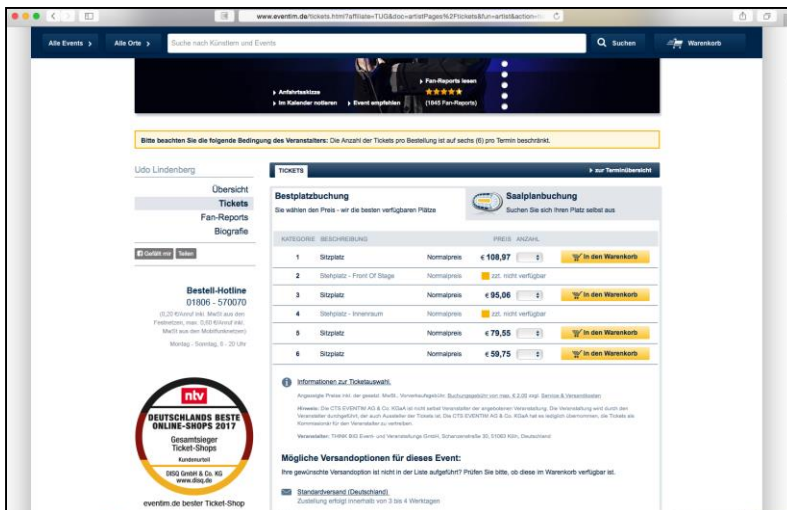


# 4. Siegel – Servicequalität zeigen



**Homepage:**  
Einsatz des DISQ-  
Testsiegels im  
Footer, im Header, am  
Seitenrand

s.Oliver, Vergleich.de,  
Eventim, Fahrrad XXL





# 4. Siegel – Servicequalität zeigen



## Erweiterte Berichterstattung zur Auszeichnung auf Webseiten: TUI Camper, Bobshop

https://www.tuicamper.com/magazin/deutschlands-beste-online-portale/

**TUI CAMPER**

REISEPLANUNG > CAMPER-BUCHUNG > MEINE VORTEILE > MERKZETTEL

Große Verbraucherbefragung mit rund 25.000 Kundenmeinungen

In der Verbraucherbefragung von DISQ in Kooperation mit dem Nachrichtensender n-tv wurden die Preisträger auf Basis von rund 25.000 Kundenmeinungen in insgesamt 37 Kategorien ermittelt. Insgesamt wurden 398 Online-Portale bewertet, wobei nur 221 Anbieter mit mindestens 80 Kundenmeinungen berücksichtigt wurden. Im Fokus der Befragung standen die Kundenzufriedenheit mit den Online-Portalen hinsichtlich Angebot & Leistung, Kundenservice sowie des Internetauftritts. Insbesondere die Qualität und Vielfalt der Dienstleistung, die Kontaktmöglichkeiten, die Bearbeitung von Kundenanfragen sowie der Informationswert und die Bedienungsfreundlichkeit der Internetseite waren ausschlaggebende Kriterien.

**ntv**  
**DEUTSCHLANDS BESTE ONLINE-PORTALE 2018**  
Preisträger  
Portale Wohnmobilvermietung  
Kundenurteil - www.disq.de  
Preisträger Top 3 in dieser Kategorie  
DEUTSCHES INSTITUT FÜR SERVICE-QUALITÄT GmbH & Co. KG

Für TUI CAMPER nahm Ilka Lauenroth, Leiterin TUI Cars, Camper und Bootsferien die Auszeichnung im Rahmen einer Preisverleihung das ganze Team ankommt. Eine die beste Motiv werden", so La

Wir vom TUI CAMPER-Team möchten uns an dieser Stelle für d bedanken und hoffen, alle Wohnmobilfreunde auch weiterhin m überzeugen zu können.

**BOBSHOP - DEUTSCHLANDS BESTER RADSPORT ONLINE-SHOP 2017!**

Kundenservice und -zufriedenheit hat für Bobshop stets oberste Priorität. Es ist für uns selbstverständlich unsere Kunden bestmöglich zu bedienen, zu beraten und ihnen bei Fragen und Problemen zu helfen. Denn ein zufriedener Kunde ist schließlich die beste Referenz.

So werden wir natürlich auch zukünftig kontinuierlich daran arbeiten, unseren Kunden den allerbesten Service zu bieten!

Erfahren Sie mehr auf [www.disq.de](http://www.disq.de)



**BOBSHOP**

NEWSLETTER ABONNIEREN UND 100 € GUTSCHEIN GEWINNEN!

Service & mehr  
Verkauf & Lieferung  
Rücksendung & Umtausch  
FAQ  
Kontakt  
Individualisierbare Verkleidung

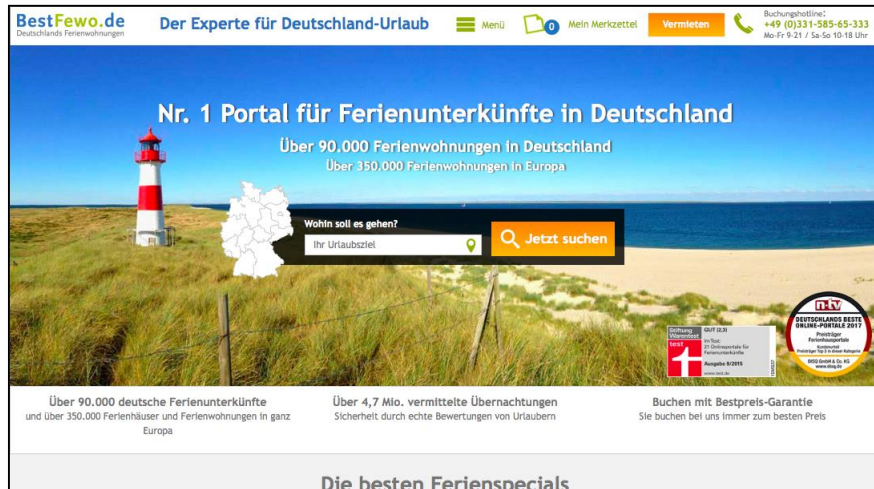
Bobshop  
Starke alle  
Partnersysteme  
Dienstreise  
Hilfswesen  
A&B

Bezahlmethoden  
VISA  
MasterCard  
PlayPay  
Klarna

Jetzt Sie ein!

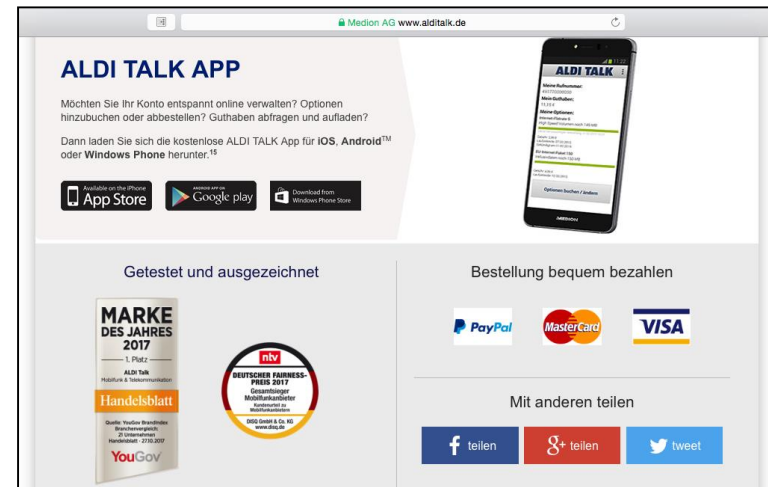
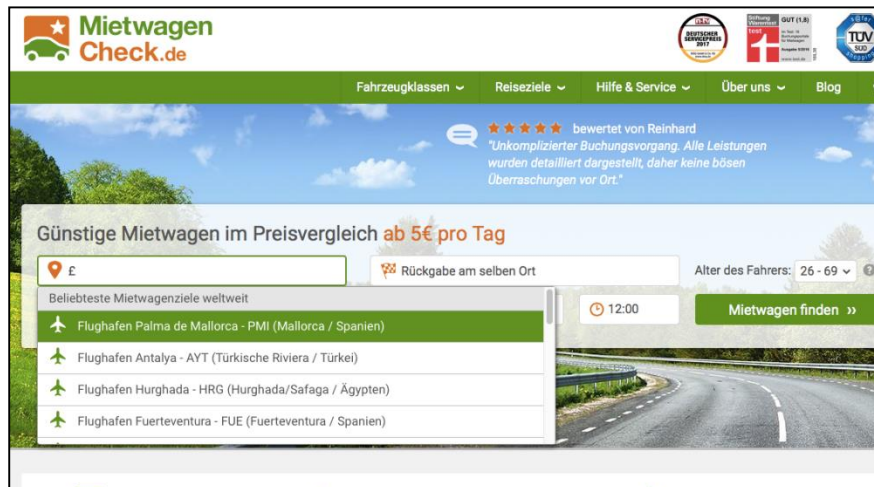
Facebook & Instagram

# 4. Siegel – Servicequalität zeigen



**Homepage:**  
Einige Anbieter kombinieren das DISQ-Siegel mit Auszeichnungen von Stiftung Warentest, TÜV oder Handelsblatt

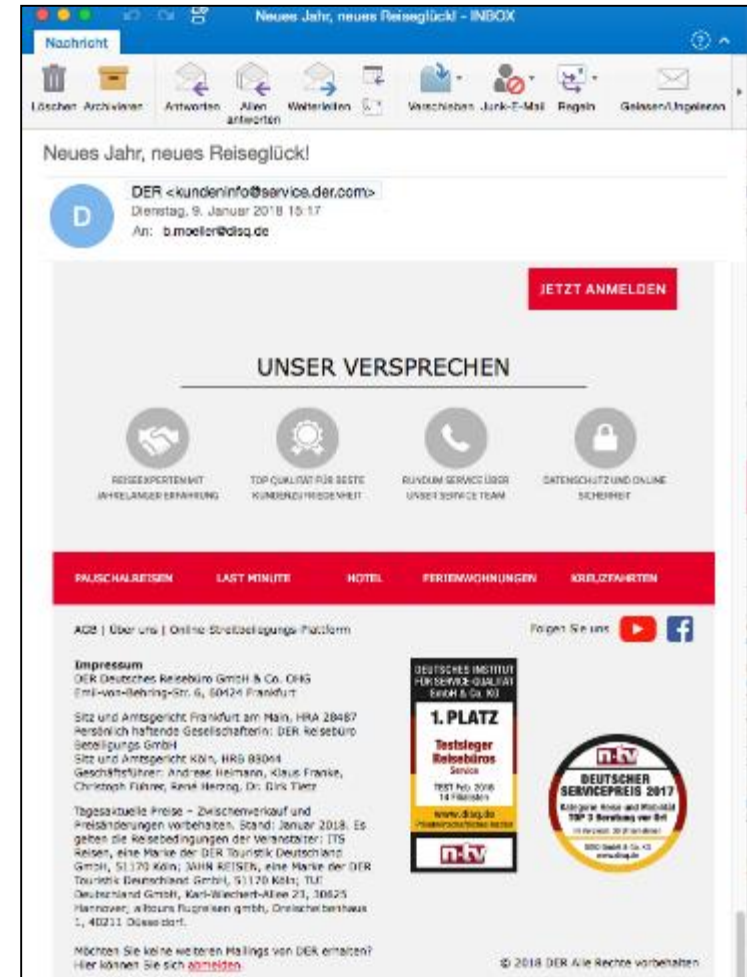
BestFewo.de, MietwagenCheck, ALDI Talk





# 4. Siegel – Servicequalität zeigen

**Nutzung bei Facebook  
und per E-Mail:**  
Optical Express, HLX,  
DER Reisebüro



# 4. Siegel – Servicequalität zeigen



## Multichannel: City-Lights, Website

Parship-Tour Mission Ratgeber parship.de Mitglieder-Login

**Parship** ♥  
Deutschlands größte Partnervermittlung

Partnersuche beim Testsieger

Ich bin Ich suche

eine Frau  eine Frau  
 ein Mann  einen Mann

Kostenlos anmelden

Parship-bleiben Ausgezeichnet  
Parship ist Testsieger des Deutschen Instituts für Service Qualität  
befragung 2013 in Uni Duisburg-Essen Kundenbefragung April 2017

DEUTSCHES INSTITUT FÜR SERVICE-QUALITÄT GmbH & Co. KG  
**1. PLATZ** Beliebteste Partnervermittlung Kundenbefragung April 2017 5 Online-Anbieter  
www.disq.de  
Prüfungsinstitut

JCDecaux

Parship ♥

Alle 11 Minuten verliebt sich ein Single über

**Parship** ♥

Jetzt parshippen

STROER

DEUTSCHES INSTITUT FÜR SERVICE-QUALITÄT GmbH & Co. KG  
**1. PLATZ** Beliebteste Partnervermittlung Kundenbefragung April 2017 5 Online-Anbieter  
www.disq.de  
Prüfungsinstitut

## 4. Siegel – Servicequalität zeigen

### Multichannel: TV-Spots mit Siegel





# 4. Siegel – Servicequalität zeigen

## Weitere Werbeformen:

Redaktionelle Online-Anzeige (Cosmos Direkt), Flyer/Paketbeileger (Schwab), Online-Banner (Hallo Pizza)

Schon probiert? Der neue Telekom 7 Browser: eMail-Konten anzeigen ✓ sicher surfen ✓ Nachrichten & Wetter ✓ **Kostenlos herunterladen**

LOGOUT Zum Kundencenter  
E-Mail-Adresse  
E-Mail Passwort

147 Wetter Luft Shopping Telefonate Weben Tarife & Produkte Hilfe

Home Nachrichten Sport **Wirtschaft** Unterhaltung Lifestyle Auto Spiele Eltern Digital Reisen Ratgeber E-online.de/hi Mehr

Sie sind hier: Home > Wirtschaft > Versicherungen > Kfz-Versicherung > Die Autoversicherung bei der Nummer 1 (aktuell)

**CosmosDirekt.**  
Die Versicherung.

**Die Autoversicherung bei der Nummer 1\*  
DAS BESTE, WAS IHREM AUTO PASSIEREN KANN.**

Die Autoversicherung vom beliebtesten Kfz-Versicherer (DISQ 05/2015) – das Beste, was Ihrem Auto passieren kann! Sparen Sie bis zu 40% der Beiträge<sup>1</sup> und profitieren Sie vom besten Schadenservice (Kfz-Kasko, KUBUS Kundenzeit 2015). Frühentschlossene, die sich schon jetzt für den Wechsel zu CosmosDirekt zum 01.01.2016 entscheiden, sind eindeutig im Vorteil.

**Wechselbonus** noch bis 30.09. **25 €** amazon.de Gutschein

**1. PLATZ**  
Beliebtester Kfz-Versicherer Kundenbefragung 05/2015  
31 Dienst- und Fahrenscenter  
www.disq.de

EXKLUSIV FÜR SIE ALS VIP:  
**IHR AUSGEZEICHNETER VIP SERVICE**

Beate Stepany  
VIP Team Mitarbeiterin

Annett Straußing  
VIP Team Mitarbeiterin

Helle Winges  
VIP Team Mitarbeiterin

DEUTSCHES INSTITUT FÜR SERVICE-QUALITÄT GmbH & Co. KG  
**1. PLATZ**  
Telefonischer Kundenservice  
Dienst-Stufe  
Universitätsklinikum  
Städtisches im  
TEST Nov. 2014  
10 Anbieter  
www.disq.de

**Schwab**

Hier bin ich **VIP**

18:28 41 %

Home Nacht der KI... Nacht der KI... Nacht der K... Nacht der KI... Nacht der KI... Apfelkom...

**104. Foto von lescant11**

Zutaten  
800 g Apfel  
1 EL Zitronensaft  
250 ml Wasser  
2 EL Zucker

Zum Verfeinern:  
1/2 TL Zimt, gemahlener

Zubereitung  
Anzahlzeit: ca. 30 Min. / Schwierigkeitsgrad: normal / Kalorien p. P. keine Angabe

Der Zitronensaft mit dem Wasser in eine Schüssel geben.  
Die Äpfel waschen, schälen, vierteln, entkernen, in Scheiben schneiden und in das Zitronenwasser geben.  
Die Apfelscheiben mit dem Zitronenwasser und dem Zucker zum Kochen bringen, bei mittlerer Hitze 15-20 Minuten köcheln lassen.  
Das gegarte Kompott in eine Glasschüssel füllen und mit Zimt garniert servieren.

**1. PLATZ**  
Telefonischer Kundenservice  
Dienst-Stufe  
Universitätsklinikum  
Städtisches im  
TEST Nov. 2014  
10 Anbieter  
www.disq.de

# 4. Siegel – Servicequalität zeigen

## Print-Anzeigen: Lidl, 1&1, SBK



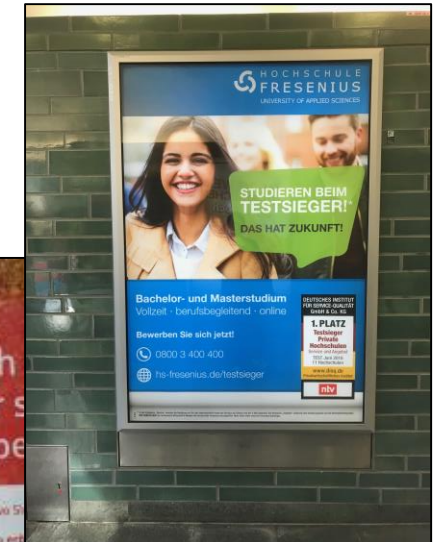


# 4. Siegel – Servicequalität zeigen



## Point of Sale:

Plakat Hellweg, Aufsteller Schulte Ufer, Kassen-Display Bäckerei Junge, Plakat Haspa, U-Bahn Hochschule Fresenius

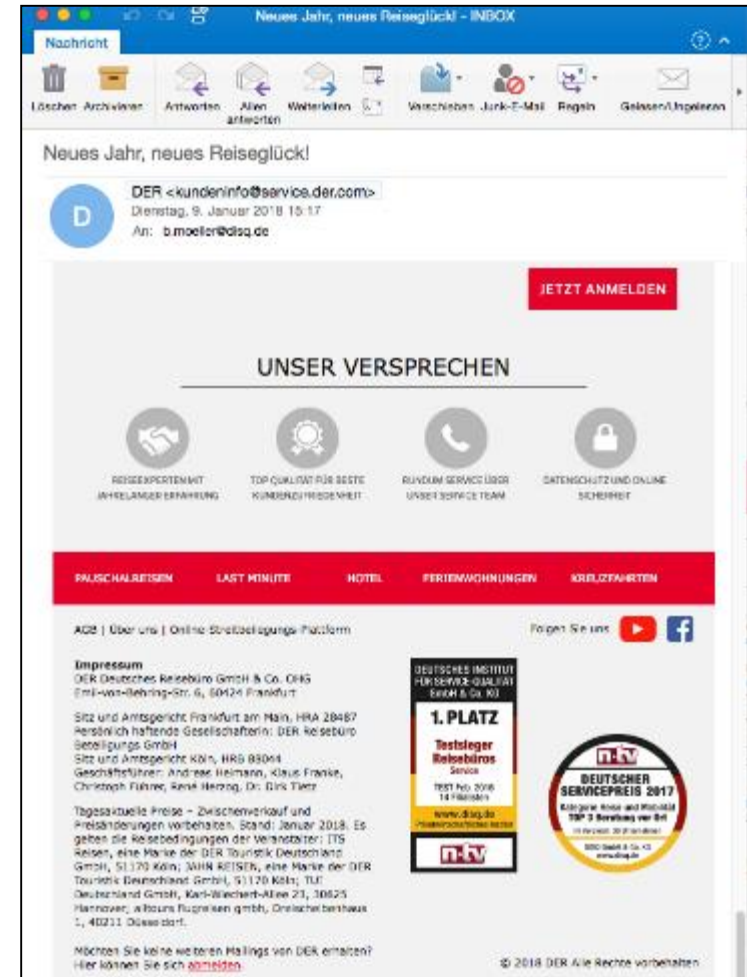




# 4. Siegel – Servicequalität zeigen

**DEUTSCHES INSTITUT  
FÜR SERVICE-QUALITÄT**

**Nutzung bei Facebook  
und per E-Mail:**  
Optical Express, HLX,  
DER Reisebüro



# ZIEL – Erschöpft und zufrieden?

