



Kündigungen vorbeugen, Kündiger zurückgewinnen, richtig auf Beschwerden reagieren

Bestellformular
auf Seite 12

Kundenmonitor Assekuranz:
Highlight 1/2024 „Umgang mit Kündigungen und Beschwerden“

Untersuchung zum Umgang von Versicherern mit Kündigungen und Beschwerden inklusive Empfehlungen zur Stornoprophylaxe, zur Rückgewinnung sowie zur bestmöglichen Reaktionsweise

Hintergrund und Zielsetzung

Beschwerden und Kündigungen sind im Versicherungsalltag keine Seltenheit, der Umgang damit ist bislang jedoch wenig schmeichelhaft für die Assekuranz: Zuletzt lag die Zufriedenheit der Versicherer meist nur im einstelligen Prozentbereich oder lediglich knapp darüber.

In Zeiten digitaler Kommunikation muss eine zeitnahe und ansprechende Reaktion jedoch kein Zufall sein, sondern kann auch die Kundenbeziehung auf ein neues Level heben. Gerade bei nicht materiellen Produkten wie Versicherungen ist der Kunde häufig auf die Beurteilung sekundärer (Service-)Leistungen angewiesen, um sich ein Urteil über seinen Versicherer zu erlauben.

Wie bereits beim letzten Durchgang 2018 werden im vorliegenden Highlight-Bericht die Themen Umgang mit Kündigungen und Umgang mit Beschwerden, die zuvor jeweils als separate Highlights erhoben wurden, vereint – ausgehend von den zugrundeliegenden Motiven.

Im ersten Teil „Stornoanalyse“ stehen die Ursachen und die Folgen von Kündigungen und Kündigungsgedanken im Mittelpunkt sowie die Frage, ob und wie ein Versicherungskunde vom einem einmal gefassten Kündigungsgedanken wieder abgebracht werden kann. Im zweiten Teil „Beschwerdemanagement“ geht es um den konkreten Umgang mit Beschwerden. Darüber hinaus werden zu beiden Bereichen „Stornoanalyse“ und „Beschwerdemanagement“ generelle Einstellungen aller Befragten erhoben – also auch derer, die bislang weder an Beschwerden noch Kündigungen gedacht haben.



Die angemessene Reaktion auf eine Kündigung bietet dem Versicherer die große Chance, den Kunden wieder zurückzugewinnen. Denn dies wäre tatsächlich häufig möglich und wird – insbesondere in den Sachsparten – viel zu oft vernachlässigt.

Zu vielen Fragen liegen Vergleichswerte aus 2018 vor: Wenn möglich und sinnvoll werden diese in die Ergebnisübersichten einbezogen

Untersuchungsinhalte des Highlights „Umgang mit Kündigungen und Beschwerden“

Kapitel 1: Anlässe für Kündigungsgedanken und Beschwerden	Kapitel 2: Stornoanalyse	Kapitel 3: Beschwerdemanagement
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Übersicht: Unzufriedenheit, Beschwerden, Kündigungen, Kündigungsgedanken ▪ Hauptgründe für Unzufriedenheit und Kündigungsgedanken ▪ Kündigungs- und Beschwerdeanteil nach Gründen für Kündigungsgedanken ▪ Von Kündigungsgedanken und Beschwerden betroffene Sparten 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Einstellungen zu Versicherungskündigungen ▪ Einstellung zu Kündigungsprophylaxe und Kündiger-Rückgewinnung ▪ Reaktionen auf Unzufriedenheit / Kündigungsgedanken ▪ Reaktion des Versicherers und Zufriedenheit mit der Reaktion ▪ Dauer der Kündigungsbearbeitung ▪ Reaktionsweg des Versicherers ▪ Möglichkeiten der Rückgewinnung ▪ Wechsler: Zeitspanne zwischen Kündigung und Neuabschluss ▪ Gründe für die Nicht-Kündigung ▪ Dauerhaftigkeit des Kündigungsverzichts 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Einstellungen zu Versicherungsbeschwerden ▪ Adressat der Beschwerde ▪ Kommunikationsweg der Beschwerdeabgabe ▪ Kommunikationsweg der Beschwerdereaktion ▪ Zufriedenheit mit der Reaktion auf Beschwerden ▪ Schnelligkeit der Beschwerdereaktion und Dauer der Bearbeitung ▪ Details zur Beschwerdebearbeitung ▪ Zufriedenheit mit dem Ergebnis der Beschwerde ▪ Gründe für das Unterlassen einer Beschwerde



Fotos © canva

Deutlich verbesserte Versicherer-Reaktion auf Kündigungen und Beschwerden – aber noch reichlich Luft nach oben

Pressemitteilung vom 27.08.2024

Kündigungen und Beschwerden wurden von Versicherungsunternehmen über viele Jahrzehnte äußerst stiefmütterlich behandelt: Zuletzt (2018) gaben 7 Prozent der befragten Kündiger an, sie seien mit der Reaktion auf ihre Kündigung zufrieden gewesen. Minimal besser wurde die Reaktion auf eine Beschwerde beurteilt: 9 Prozent der Beschwerdeführer berichteten 2018 von einer zufriedenstellenden Reaktion der Versicherung. Mittlerweile wurde das Thema offensichtlich ernsthaft angegangen: 32 Prozent der Kündiger und 25 Prozent der Beschwerdeführer beurteilen die Reaktion der Versicherung mit „ausgezeichnet“ oder „sehr gut“, was in etwa eine Verdrei- bis -vierfachung der Zufriedenheit innerhalb von nur 6 Jahren bedeutet. Auf der anderen Seite verbleibt jedoch noch immer eine explizit unzufriedene Mehrheit: 41% der Kündiger und sogar 47% der Beschwerdeführer zeigen sich deutlich verstimmt und beurteilen die Versicherer-Reaktion mit „mittelmäßig“ oder sogar „schlecht“.

Leistungen, Beitragshöhe und Betreuung sind Hauptgründe für Unzufriedenheit und Kündigungsgedanken

Kündigungen und Beschwerden sind eher Männer- als Frauensache. Der Anteil der Männer, die eine Kündigung erwogen bzw. durchgeführt haben, liegt um 9 bis 11 Prozentpunkte höher als bei den Frauen. Insgesamt geht der Anteil der Kündigungen und Beschwerden seit Jahren leicht zurück. Parallel steigt auch die Gesamtzufriedenheit, was auch mit der zunehmenden Altersmilde einer insgesamt alternden Kundenstruktur zusammenhängt. Für die Kündigungsgedanken und die teilweise dahinter liegende Unzufriedenheit werden vor allem 3 Gründe genannt: Die Höhe der Beiträge, der Umfang und die Qualität der Leistungen sowie fehlende oder schlechte Betreuung. Erst danach folgen weitere Probleme wie fehlerhafte Bearbeitungen, falsche Informationen und Unzufriedenheit mit einer Regulierung.

Digitale Kommunikation und Eingehen auf den Kunden sind Schlüssel zum Erfolg

Ein wichtiger Grund für die höhere Zufriedenheit ist in der zunehmenden Digitalisierung der Kommunikation zu finden. Immer weniger Kunden kündigen oder beschwerten sich persönlich, telefonisch oder postalisch – dafür werden häufiger E-Mail oder Kundenportale genutzt. Dies eröffnet den Versicherern die Möglichkeit, auf Kündigungen wie Beschwerden zeitnah und mit System zu reagieren. Besonders positiv wirkt die Reaktion des Versicherers, wenn dem Kunden Verständnis entgegengebracht wird – also Bedauern geäußert oder Entschuldigungen ausgesprochen werden. Überzeugungsversuche, die die Wichtigkeit, Qualität oder Notwendigkeit des Vertrags betonen, bringen Kündiger hingegen nicht von ihrem Vorhaben ab. „Wichtig ist es natürlich auch, sich vorab darüber im Klaren zu sein, welche Kunden gehalten werden sollen und welche nicht“, ergänzt Christoph Müller, Geschäftsführer und Gründer der Sirius Campus GmbH.

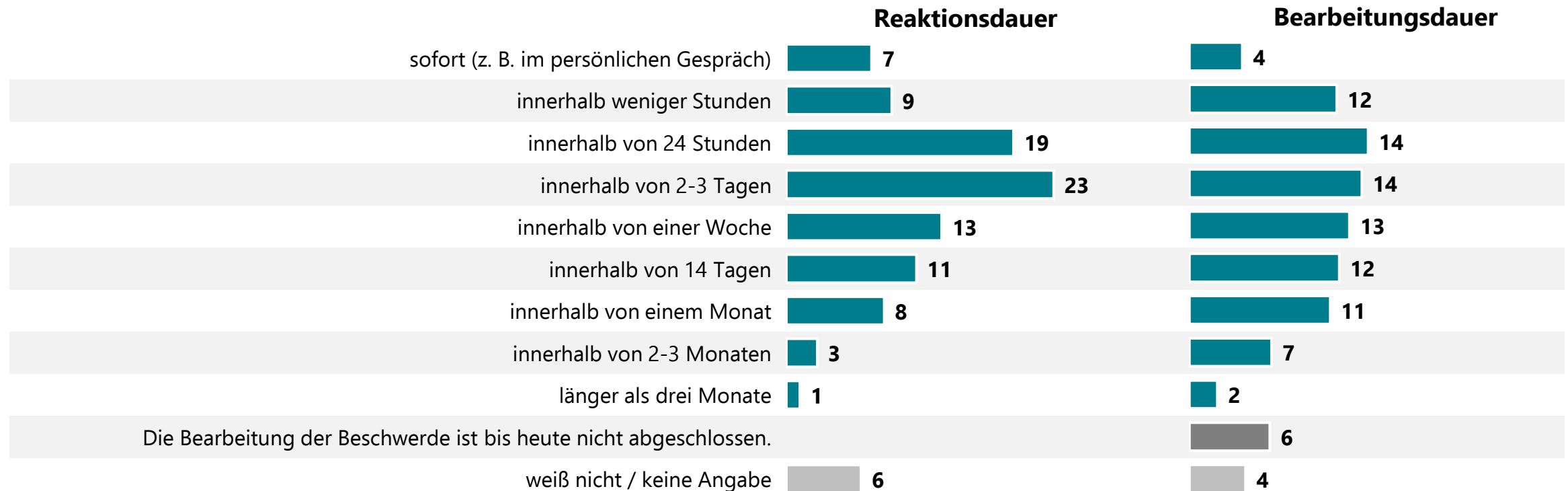
Kündigungsrückgewinnung: Viele Chance bleiben ungenutzt

Grundsätzlich erfordern Kündigungen schnelle Reaktionen. Wenn der Kunde einen Wechsel plant, wird der neue Vertrag in rund der Hälfte der Fälle innerhalb einer Woche abgeschlossen. Nur in 40 Prozent der Fälle berichten Kündiger von einem Rückgewinnungsversuch ihrer Versicherungsgesellschaft. Dabei stünde jeder zweite Kündiger einer Rückgewinnung grundsätzlich offen gegenüber. In Summe führt dies dazu, dass bei 27 Prozent der Kündiger kein Rückgewinnungsversuch erfolgt, obwohl eine Rückgewinnung möglich gewesen wäre. Vor allem bei älteren Kunden ist eine Rückgewinnung häufig möglich, wird aber nicht versucht. Auch in den Sachversicherungen besteht generell ein hohes ungenutztes Potenzial der Kündiger-Rückgewinnung, während die Rückgewinnung in Leben und Kranken häufig besser funktioniert.

16 Prozent der Beschwerden werden innerhalb weniger Stunden erledigt – eine erste Reaktion erfolgt meist innerhalb von 3 Tagen

Schnelligkeit der Beschwerdereaktion und Dauer der Bearbeitung: Übersicht

**Wann hat die Versicherungsgesellschaft auf Ihre Beschwerde reagiert? (Reaktionsdauer)
Und wann war die Bearbeitung Ihrer Beschwerde abgeschlossen? (Bearbeitungsdauer)**



Angaben in %; Basis: Befragte mit Beschwerden an Versicherungsgesellschaften, auf die eine Reaktion erfolgte; n=432

Detaillierte Darstellung der Einstellungen und Entwicklungen beim Umgang mit Kündigungen und Beschwerden mit zahlreichen Längsschnitten

Stichprobe und Methodik



2.020 Entscheider und Mitentscheider

in Versicherungsangelegenheiten
zwischen

18 und 69 Jahren

im **April/Mai 2024** im Rahmen des
YouGov-Online-Panels mittels standardisierter
Online-Interviews befragt

Hochgerechnet auf die Gesamtbevölkerung
repräsentiert diese Stichprobe eine
Bevölkerungsgruppe von
50,8 Mio. Personen

Handlungsnaher Untersuchungsansatz

- Umfassende Untersuchung zu verschiedenen Themen des Umgangs mit Kündigungen und Beschwerden: Ursachen für Kündigungsgedanken und Unzufriedenheit, Möglichkeiten durch angemessene Reaktion Kundenbindung zu stärken und Kündiger zurückzugewinnen
- Erhebung anhand tatsächlicher Kündigungs- und Beschwerdefälle inkl. Treiberanalysen – welche Reaktion führt zu höherer, welche Reaktion zu geringerer Zufriedenheit der Kunden?

Differenzierte Zielgruppenbetrachtung

- Ergebnisanalyse nach Altersgruppen, Geschlecht, Stand der Vorsorge und sofern bedeutsam anderer Zielgruppen
- Differenzierte Betrachtung der Select Typen, um entscheidungspsychologische Besonderheiten im Markt abzubilden
- Im Ergebnisworkshop (Option „Management-Advice“): Herausarbeitung zielgruppenspezifischer Strategien je nach thematischem oder vertrieblischem Schwerpunkt

„Umgang mit Kündigungen und Beschwerden“ ist eine Schwerpunktuntersuchung aus dem Kundenmonitor Assekuranz 2024

Überblick Kundenmonitor Assekuranz 2024

Kundenmonitor Assekuranz Basisbericht: Die Marktuntersuchung über den privaten Versicherungsmarkt in Deutschland	Kundenmonitor e-Assekuranz: Der Vertriebswege-Monitor	Schwerpunktthemen 2024
<p>Alle Basisdaten im Längs- und Querschnitt:</p> <ul style="list-style-type: none">▪ Produktbesitz▪ Reichweiten, Marktanteile (Gesamt und pro Sparte)▪ Anbindungsquoten (Cross-Selling-Quoten) und Bedarfsdeckungsquoten▪ Kundenbindung und Kundenzufriedenheit▪ Versicherungswechsel▪ Versicherungsmentalität <p>Darüber hinaus sind die vollständigen Wettbewerbsdaten der ca. 40 kundenstärksten Versicherer enthalten.</p>	<p>Der Kundenmonitor e-Assekuranz legt den Fokus auf das gesamte Vertriebswegespektrum und vertieft die Themen Online-Angebote der Versicherer und digitale Kontaktwege.</p> <ul style="list-style-type: none">▪ Vertriebswegeakzeptanz und -nutzung▪ Vertriebswegenutzung bei Neuabschlüssen▪ Nutzung des Internetangebots von Versicherern▪ Digitale Kontakte, Beratungen und Services▪ Online-Trends im Versicherungsmarkt	<p>Die Schwerpunktthemen 2023 wurden im Kreis der Bezieher abgestimmt :</p> <ol style="list-style-type: none">1. <u>Umgang mit Kündigungen und Beschwerden</u>2. Ökosysteme - Serviceerwartung und -akzeptanz3. Digitale Kommunikation unter Einsatz von KI4. Kundenbindung und Weiterempfehlung

* weitere Informationen schicken wir Ihnen auf Anfrage gerne zu

Bildung zahlt sich aus: Die zentralen Erkenntnisse dieser Untersuchung vermitteln wir in Online-Workshops an euer Team

Angebot für einen interaktiven Online-Workshop

Behavioral Economics hat auch festgestellt, dass Lesen anstrengend ist und schnell ermüdet.

Dagegen bleiben aktivierende Vorträge und Präsentationen dann im Kopf, wenn **klare und einfache Antworten auf die drängendsten Fragen** geliefert werden.

Viele unserer Kunden nutzen regelmäßig die Chance, über Teams oder vergleichbare Online-Tools die **zentralen Anpacks aus unserer Untersuchung** in das Unternehmen zu tragen.

Unsere **Handlungsempfehlungen zu den spezifischen Herausforderungen** entfalten ein zusätzliches Potenzial, Kommunikation und Vertriebsprozesse zu optimieren.

Sprecht uns für eine Terminfindung und Abstimmung der Inhalte gerne an.



Schadenmanagement, Online-Tarifrechner, Beratung und **Kfz-Versicherungs-Jahresendgeschäft 2024**

Jährlich zur
Jahresendrallye in der
Kfz-Versicherung

Angebot für eine Mehrbezieheruntersuchung

- Die Sirius Campus Benchmark-Untersuchung analysiert das Wechselverhalten im Kfz-Jahresendgeschäft 2024 bei Treuen, Wechselbereiten und Wechslern. Auswertungen finden nach den Select Typen und differenzierenden soziodemographischen Merkmalen statt. Mit Zeitreihen von 2019 bis 2024 werden auch die coronabedingten Veränderungen beim Such- und Abschlussverhalten aufgezeigt.

Treiber für das Wechselverhalten:

- Zeitpunkt der Wechselaktivität
- Impulse, Wechselmotive und Hauptmotiv
- Informationspunkte
- Beratungsorte für Angebote
- Anzahl genutzter Angebote
- Verhandlungen mit bisherigem Anbieter
- Abschlussort

Wechsel

Wechselbereite

Treue

Entscheidungsprozess:

- Wechselverhalten
- Gründe für Wechsel / Treue
- Überzeugung / Kaufverstärker
- Vorteile und Leistungsumfang der neuen Kfz-Versicherung
- Gesparte Versicherungsprämie

- 2024 mit drei Highlights

- **Schadenmanagement**
- **Erfahrungen mit Online-Tarifrechnern**
- **Erfahrungen mit persönlichen Beratungen**

- Untersuchung zum Kfz-Jahresendgeschäft*:

- Market Profile: Untersuchung zum Wechselverhalten 4.200 €
- **Market Profil PLUS 1: Auswahl von einem Highlight 5.400 €**
- **Market Profil PLUS 2: Auswahl von zwei Highlights 6.400 €**
- **Market Profil PLUS 3: alle drei Highlights enthalten 6.900 €**

- Für mehr Informationen zur Untersuchung kontaktieren Sie uns gerne:
Oliver Gaedeke (oliver.gaedeke@siriuscampus.de, Direkt: +49 (0) 152 38 24 66 40)



Wechselaktivität bei Kfz-Versicherungen im Jahresendgeschäft 2024

Angebot zu einer Marktuntersuchung

Dr. Oliver Gaedeke
15.08.2024

Bild: Rudy and Peter Skitterians auf Pixabay

Alle Preise verstehen sich zzgl. der ges. MwSt.

Personalgewinnung in der Assekuranz

Potenzial für den Versicherungs- und Bankenvertrieb

Angebot für eine Mehrbezieheruntersuchung

Die Untersuchung arbeitet heraus wie **Top-Mitarbeitende** gewonnen werden können und gibt konkrete Empfehlungen zu den Handlungsfeldern **Arbeitgeberimage, Anzeigengestaltung, Informations-, Bewerbungs- und Onboarding-Prozess**.

1. Einzelinterview

Hintergründe, Emotionen und Meinungen

- Warum VU-Branche?
- Image VU-Branche
- Motivation Bewerbung VU-Branche
- Informationssuche
- Job-Erwartungen an AG
- Ablauf Bewerbungsprozess

3. Candidate Journey

- erster Impuls und Motivation
- Informationsprozess
 - welche Kanäle sind interessant?
- Bewerbungsprozess
- Onboarding-Prozess
- Mitarbeitermotivation
 - was führt zu einer langfristigen Bindung?

2. Bewerber-Profil

Persönliche und berufliche Entwicklung

- Stärken und Qualifikationen

Image Assekuranz, Assekuranz als Arbeitgeber, Wettbewerber-Branchen

Mediennutzung

4. Werbemitteltest

Werbung

- Wahrnehmung Recruiting Werbung
- (1) Test Printwerbung
→ Welche Formulierungen wirken am besten?
- (2) Test Bewegtbild-Werbung
→ Welcher Versicherer kommt am besten an?

▪ Bestelloptionen

- Silver: Tabellenband, Bericht, Ergebnisworkshop
- Gold: + Test ein indiv. Werbemittel
- Diamond: + Test zwei indiv. Werbemittel + indi. Ergebnisworkshop

- Für mehr Informationen zur Untersuchung kontaktieren Sie uns gerne: Katharina Päßgen
(katharina.paeffgen@siriuscampus.de, Direkt: +49 (0) 152 38 24 66 42)



Der Kunde des Versicherungsmaklers

Präferenzen, Einstellungen und Anforderungen von Maklerkunden

Angebot für eine Zielgruppenanalyse

Die Untersuchung stellt die **Präferenzen, Einstellungen und Anforderungen** von Maklerkunden dar, wie sich diese von **anderen Kunden unterscheiden** und wie man sie zum **Neuabschluss über den Makler aktiviert**.

Die Untersuchung beinhaltet **trennscharfe Auswertungen über verschiedene Nutzungstufen*** des Maklers in den Kapiteln:

Ansprache durch den Versicherer

- Duzen / Gendern
- E-Mail vs. Post

Beratung und Vertrieb

- Kommunikationskanäle
 - Online-Beratung
- Erwartungen an Beratung

Service-Erwartungen an Versicherungen

- Telefonie-Erwartungen
- digitale Services

Altersvorsorge

- Vorsorgestand / -absicht
- Produktauswahlkriterien
 - ETFs

Gütesiegel

- Bekanntheit / Vertrauen
- Auswirkungen von Siegeln
- Online-Bewertungen

Nachhaltigkeit

- Einstellung Nachhaltigkeit
 - Relevanz von Nachhaltigkeitsaktivitäten

Treiberanalyse:

Welche Faktoren führen zu **mehr Abschlüssen** über den Makler?



Bestelloptionen

- Kunden des Kundenmonitor Assekuranz (2.500 €)
- Neukunden (3.900 €)
- Neukunden PLUS: Bericht + 1 [Highlight des Kundenmonitor Assekuranz](#) (7.900 €)

Für mehr Informationen zur Untersuchung kontaktieren Sie uns gerne: Onat Murtezaoglu

onat.murtezaoglu@siriuscampus.de, Direkt: +49 (0) 152 38246641



*potenzielle Maklerkunden; tatsächlichen Maklerkunden; Makler als Hauptbetreuer; Kunden mit Maklerabschluss in letzten 2 Jahren

Bestellung der Marktuntersuchung „Umgang mit Kündigungen und Beschwerden“ aus dem Kundenmonitor Assekuranz 2024

Bitte als Scan an info@siriuscampus.de

Mit dem Ankreuzen bestelle ich verbindlich die folgende Ergebnislieferung der oben genannten Untersuchung

Auswahl aus drei Varianten

Market Profile

Untersuchungsbericht „**Umgang mit Kündigungen und Beschwerden**“
inkl. Management Summary

4.900 €

Management Advice

Untersuchungsbericht
„**Umgang mit Kündigungen und Beschwerden**“
inkl. Management Summary

+

Individuell vorbereiteter **Ergebnisworkshop**
(persönlich oder online) inkl.
Handlungsempfehlungen

6.400 €

Sales Focus

Untersuchungsbericht
„**Umgang mit Kündigungen und Beschwerden**“
inkl. Management Summary

+

Untersuchungsbericht „**Der Kunde des Versicherungsmaklers**“
(Regelpreis 3.900 €)

7.900 €



Hiermit akzeptieren wir die Angebotsbedingungen auf der folgenden Seite.

Name, Vorname:	E-Mail:
Abteilung / Position:	Tel.:
Unternehmen:	Unterschrift:
Straße, Nr.:	Stempel:
PLZ Ort:	Datum:

*Alle Preise verstehen sich zzgl. der ges. MwSt.

Angebotsbedingungen für Mehrbezieher-Untersuchungen

Angebotsbedingungen

Die Preise für die vorgestellte Marktuntersuchung beziehen sich nur auf die dargestellten Leistungen und dazugehörigen Bedingungen. Änderungen der Leistungen erfordern eine textliche Vertragsanpassung inkl. angepasster Leistungsbeschreibung und angepasstem Investitionsumfang für den Auftraggeber.

Die Rechte am konzeptionellen und methodischen Vorgehen inkl. spezifischer Analysekonzepte und Nutzung existierender Kunden-, Berater- oder Vermittlertypen liegen und verbleiben unbefristet bei der Sirius Campus GmbH.

Es gelten die gesetzlichen Bestimmungen für Gewährleistungen im Rahmen der projektbezogenen Leistungen für Beratung und Forschung. Die Sirius Campus GmbH haftet nicht für die Umsetzung von Handlungsempfehlungen durch den Auftraggeber für wirtschaftliche oder andere Zwecke des Unternehmens und möglicher Folgeschäden.

Diese Marktuntersuchung sowie alle einzelnen Untersuchungsergebnisse sind Eigentum der Sirius Campus GmbH.

Den Beziehern ist nur eine unternehmensinterne Verwendung der Untersuchungsergebnisse gestattet. Die Weitergabe an Dritte ist nicht gestattet.

- Einzelne Ergebnisse aus dem Bericht dürfen ohne Rücksprache mit Sirius Campus den Außendienstmitarbeitern (Ausschließlichkeitsvertrieb) des eigenen Unternehmens zur Verfügung gestellt werden. Dies gilt auch z. B. für Vertriebsmitarbeiter in kooperierenden Sparkassen. Dabei wird nicht die komplette Marktuntersuchung weitergeleitet, sondern nur Auszüge oder Einzelergebnisse.

Veröffentlichungen in der Presse sind nicht ohne Zustimmung durch Sirius Campus möglich.

Bei Fragen spricht uns gerne an

Kontakt



Christoph Müller

Gründer & Geschäftsführer

Christoph.Mueller@siriuscampus.de

Direkt: +49 152 38 24 66 44



Dr. Oliver Gaedeke

Gründer & Geschäftsführer

Oliver.Gaedeke@siriuscampus.de

Direkt: +49 152 38 24 66 40

Entscheidungsprozesse mit Behavioral Economics optimieren und Erfolge ernten

Über Sirius Campus

Select Typen **jetzt** auch in der b4p-Mediaanalyse und mds-Online-Zählmaschine



Wirksame Angebote entwickeln



Kunden entschieden machen



Aufmerksamkeitsstarke Ansprache gestalten



Kauf- und Preisbereitschaft steigern



Absatz und Ertrag steigern





sirius
campus

Verkaufst du noch oder gestaltest du schon den Entscheidungsprozess deiner Kunden?

Sirius Campus GmbH | Im Klapperhof 33c | 50670 Köln

info@siriuscampus.de | +49 221 42 330 200 | www.siriuscampus.de

Geschäftsführer: Christoph Müller & Dr. Oliver Gaedeke | Sitz der Gesellschaft: Köln | Handelsregister: HRB 94315 | Amtsgericht Köln