
PRESSESPIEGEL

24.08.2018 AssCompact:
So ist es um die Fairness von Check24,
Clark, allesmeins & Co. bestellt
(Online-Ausgabe)

AssCompact
Fachmagazin für Risiko- und Kapitalmanagement

24. August 2018

So ist es um die Fairness von Check24, Clark, allesmeins & Co. bestellt

„Digitale Vermittler“ sind am Markt keine Exoten mehr. Haben sie anfangs für große Aufregung am Markt gesorgt, sind sie nun Teil des normalen Marktumfelds. ServiceValue hat sich die Unternehmen nun näher angesehen und in einer Studie deren Fairness gegenüber den Kunden untersucht. Die Marktforscher bescheinigen 14 InsurTechs dabei „überdurchschnittliche Werte“.

Bekanntermaßen hat die Digitalisierung auch die Finanz- und Versicherungswelt erfasst: FinTechs und InsurTechs sind mit Hilfe von Internet, Smartphone, Cloud-Computing, Big Data und Künstlicher Intelligenz dabei, den Umgang mit Geld zu vereinfachen. Bank- und Versicherungsgeschäfte werden automatisiert und sollen so flexibler und individueller werden. Entsprechend haben sich in den vergangenen Jahren auch digitale Makler und Berater am Markt etabliert. Vor diesem Hintergrund hat die Analyse- und Beratungsgesellschaft ServiceValue GmbH nun gemeinsam mit Fokus Money untersucht, wie es aus Kundensicht mit der Fairness dieser – wie ServiceValue sie nennt – „digitalen Versicherungsberater“ aussieht.

Fünf Teildimensionen für die Fairness

Im Rahmen der aktuellen Studie „Kundenurteil: Fairness von digitalen Versicherungsberatern 2018“ wurden anhand von Kundenurteilen 24 InsurTechs unter die Lupe genommen. Hierbei ging es nicht nur um Kundenorientierung, Ruf und Image der Unternehmen oder um die emotionale Bindung und Weiterempfehlungsbereitschaft der Kunden, sondern die Fairness der InsurTechs stand im Mittelpunkt.

PRESSESPIEGEL

Um den Begriff Fairness messbar zu machen, haben die Studienautoren fünf verschiedene Teildimensionen der Fairness bestimmt, denen mehrere konkrete Service- und Leistungsmerkmale zugeordnet werden können. So fragt die Teildimension „Faire Produktangebote“ unter anderem nach der Produktqualität, -transparenz und -vielfalt sowie nach dem Preis-Leistungs-Verhältnis. In der Teildimension „Fairer Vertragsordner“ geht es unter anderem um die Darstellung und Verwaltung sowie den mobilen Zugriff auf die Verträge. Die Mitarbeiter der InsurTechs, konkret ihre persönliche Erreichbarkeit und Hilfsbereitschaft sowie die gebotene Beratungsqualität, stehen im Fokus der Teildimension „Faire Kundenberatung“. Die Teildimension „Faire Kundenkommunikation“ überprüft hingegen unter anderem die Verlässlichkeit von Aussagen sowie die Schnelligkeit in der Vermittlung von relevanten Informationen. In der Teildimension „Fairer Schadenservice“ stehen letztendlich die (Un-)kompliziertheit der Schadenmeldung sowie die Abwicklung des Schadens insgesamt im Blickpunkt.

14 Unternehmen mit überdurchschnittlichen Werten

Das Gesamtergebnis haben die Studienautoren dann aus dem ungewichteten Mittelwert aller Teildimensionen errechnet. Die Note „gut“ erhalten im Fairness-Ranking alle „digitalen Berater“, die hierbei einen überdurchschnittlichen Wert erzielen konnten. InsurTechs, die sich sogar über dem Durchschnitt der mit „gut“ bewerteten Unternehmen platzieren konnten, erhalten die Bewertung „sehr gut“. Dies ist im Ranking sieben Gesellschaften gelungen. Es sind (in alphabetischer Reihenfolge): allesmeins, asuro, Check24, Clark, Haftpflichthelden, Verivox und Volders.

Eine „gute“ Bewertung erhielten ebenfalls sieben Unternehmen (in alphabetischer Reihenfolge): Community Life, friendsurance, Knip, mypension.de, OnlineVersicherung.de, Schutzklick und wefox.

Über die Studie

Für die Studie „Kundenurteil: Fairness von digitalen Versicherungsberatern 2018“ von Focus Money und der ServiceValue GmbH wurden über 1.000 Kunden online zu 24 InsurTechs befragt. Sie konnten bis zu drei Unternehmen bewerten, bei denen sie in den vergangenen zwölf Monaten Kunden waren.