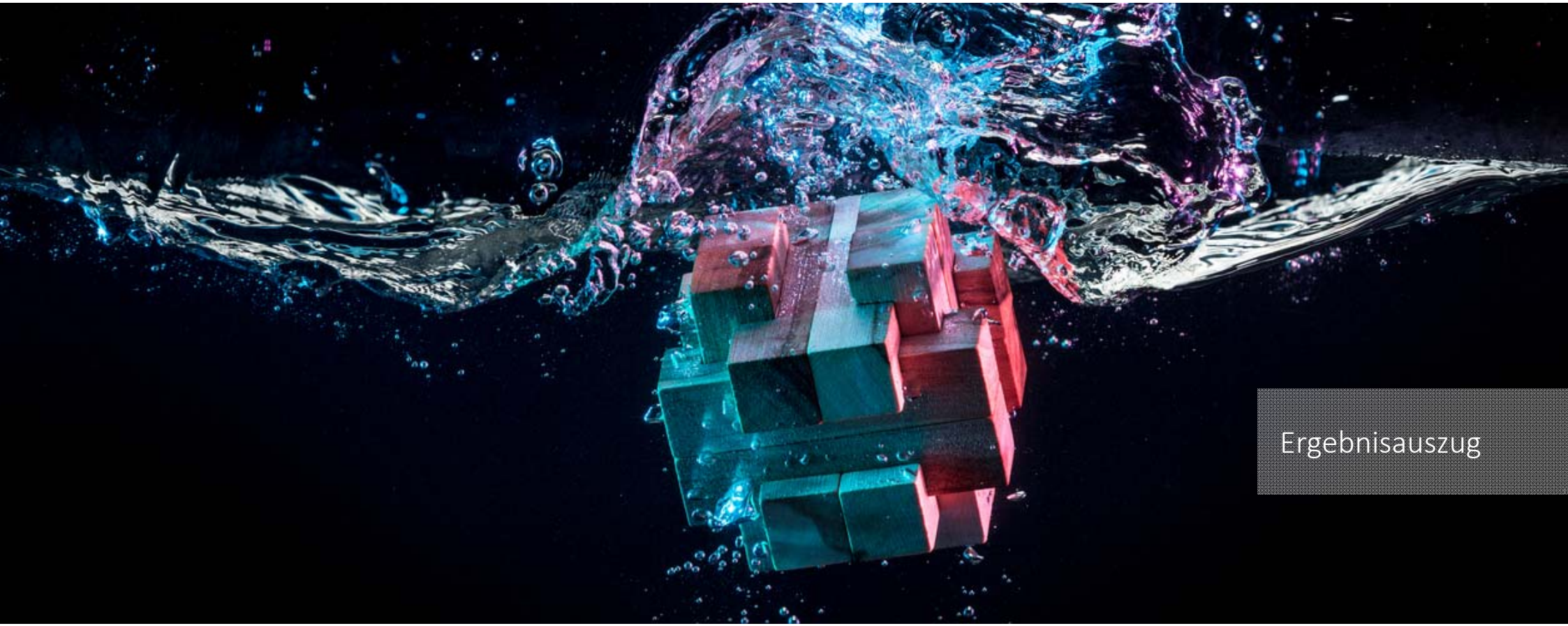


HORN & COMPANY

H&C-Index – Komposit-Versicherer Privatkunden

Studienergebnisse

Dezember 2023

Was unterscheidet den H&C-Index von anderen Kundenzufriedenheitsstudien?

Ansatz des H&C-Index für Komposit-Versicherer Privatkunden

	Grundlage	Beschreibung
	Praxisorientierte Ausrichtung	Der H&C-Index berücksichtigt Einzelkomponenten, die eine hohe Relevanz für die aktuellen Initiativen unserer Kunden haben – oft entstanden aus Fragestellungen in unseren Projekten
	Individuelle Erkenntnisse	Die Befragung deckt Versicherer-individuell auf, welche Faktoren einen hohen bzw. auch einen geringen Einfluss auf die Gesamtzufriedenheit der Kunden haben („Kunden-DNA“)
	Berücksichtigung Rahmenbedingungen	Die Ergebnisse der Studien werden im Kontext der individuellen Aufstellung der Versicherer analysiert (strategische Ausrichtung, Betriebsmodell …)
	Handlungs-orientierter Ansatz	In gemeinsamer Diskussion mit den Versicherern werden individuelle Handlungsbedarfe und mögliche Ansatzpunkte für Weiterentwicklungen identifiziert
	Beziehungs-orientierte Befragung	Es werden Kunden mit einem zeitnah zurückliegenden relevanten Kontakt mit dem Versicherer befragt – gesamthaft zur allgemeinen Kundeneinstellung (nicht zu singulären Touch Points)
	Repräsentative Stichprobe	Es werden Kunden mittels Quotenverfahren unter Berücksichtigung relevanter Charakteristika ausgewählt – hohe Validität bei relativ geringer Stichprobengröße wird so sichergestellt
	Indirekte Befragung	Die Einflussfaktoren auf die Kundenzufriedenheit werden indirekt mittels statistischem Verfahren ermittelt – strategische Antworten („alles ist wichtig“) werden so vermieden

Versicherer der befragten Endkunden decken Großteil des Komposit-Marktes ab

Relevanz und Aussagekraft H&C-Index Komposit-Versicherer Privatkunden 2023

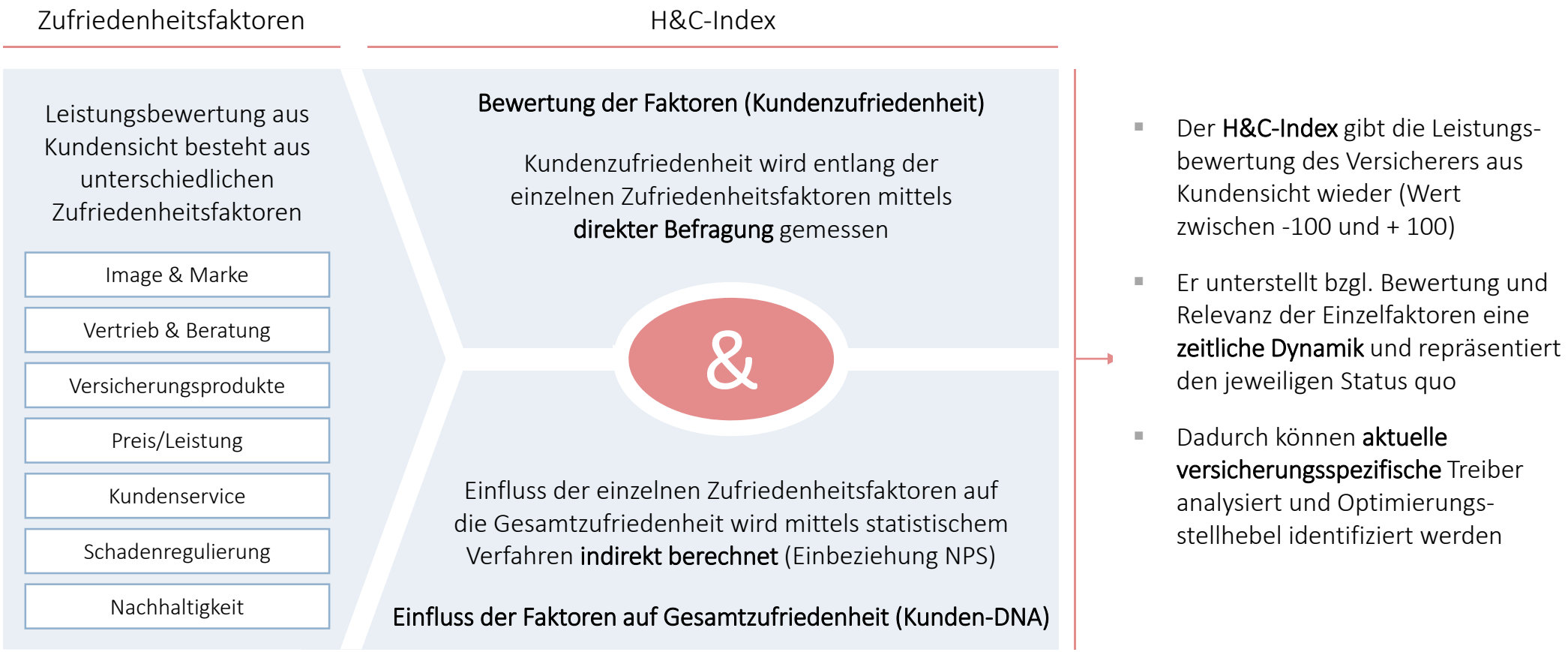
Übersicht enthaltener Komposit-Versicherer (D-A-CH)

- In Summe wurden rund **2.800 Kunden in Deutschland, Österreich und der Schweiz** im Rahmen der Studie befragt
- Die **Auswahl der Befragten** ist in Bezug auf Alter, Geschlecht, Regionalität etc. **repräsentativ** (Quotenverfahren)
- Die Studie deckt **Schlüsselakteure des Komposit-Versicherungsmarktes** in allen drei Ländern ab
- Im Folgenden werden Ergebnisse im Ländervergleich sowie exemplarisch für den **deutschen Markt** vorgestellt

Kunden wurden exklusiv für H&C-Index Komposit-Versicherer durch unabhängiges Marktforschungsinstitut repräsentativ ausgewählt und befragt

H&C-Index ermöglicht das Ableiten versicherungsspezifischer Optimierungsansätze

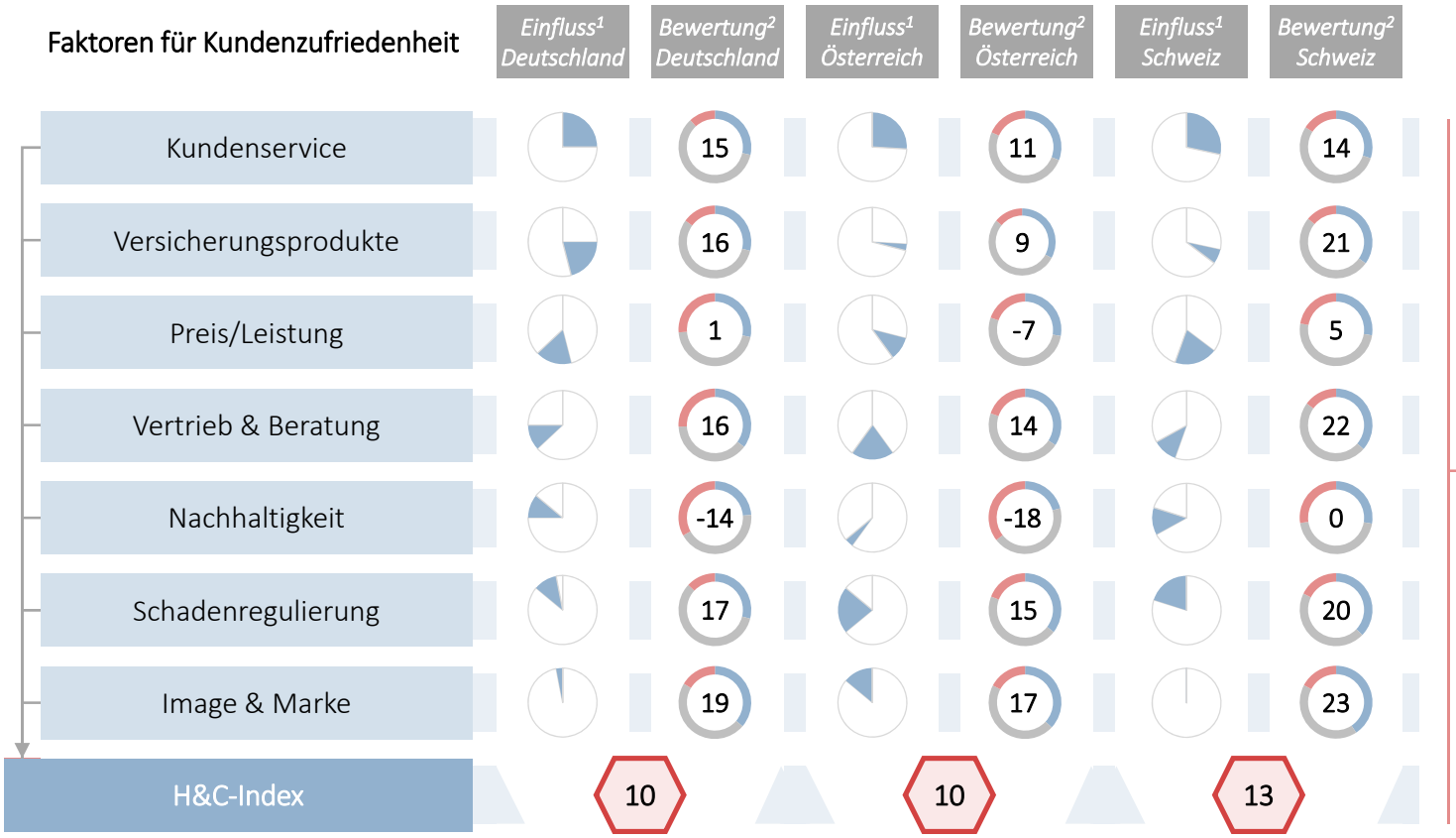
Aufbau H&C-Index



H&C-Index liegt für zentrale Wettbewerber vor und ermöglicht individuelle Vergleiche

Kunden in Deutschland, Österreich und Schweiz mit gleicher Gesamtzufriedenheit, …

Einflussfaktoren Kundenzufriedenheit



Gemeinsamkeiten und Unterschiede

- Das Niveau der **Gesamtzufriedenheit der Kunden** ist in Deutschland, Österreich und der Schweiz **vergleichbar**
- **Kundenservice** in **allen drei Märkten einflussreichster** Zufriedenheitsfaktor, der in **Deutschland** relativ **gut bewertet** wird
- **Hoher Einfluss** von **Versicherungsprodukten** in Deutschland bei gleichzeitig **guter Bewertung**
- **Image & Marke** in allen Märkten **gut bewertet**, aber **geringster Einfluss in Deutschland** und der **Schweiz**
- **Nachhaltigkeit unterschiedlichen Einfluss**, aber in allen drei Märkten **am schlechtesten** bewertet

… aber mit teils deutlich unterschiedlichen Kundenpräferenzen

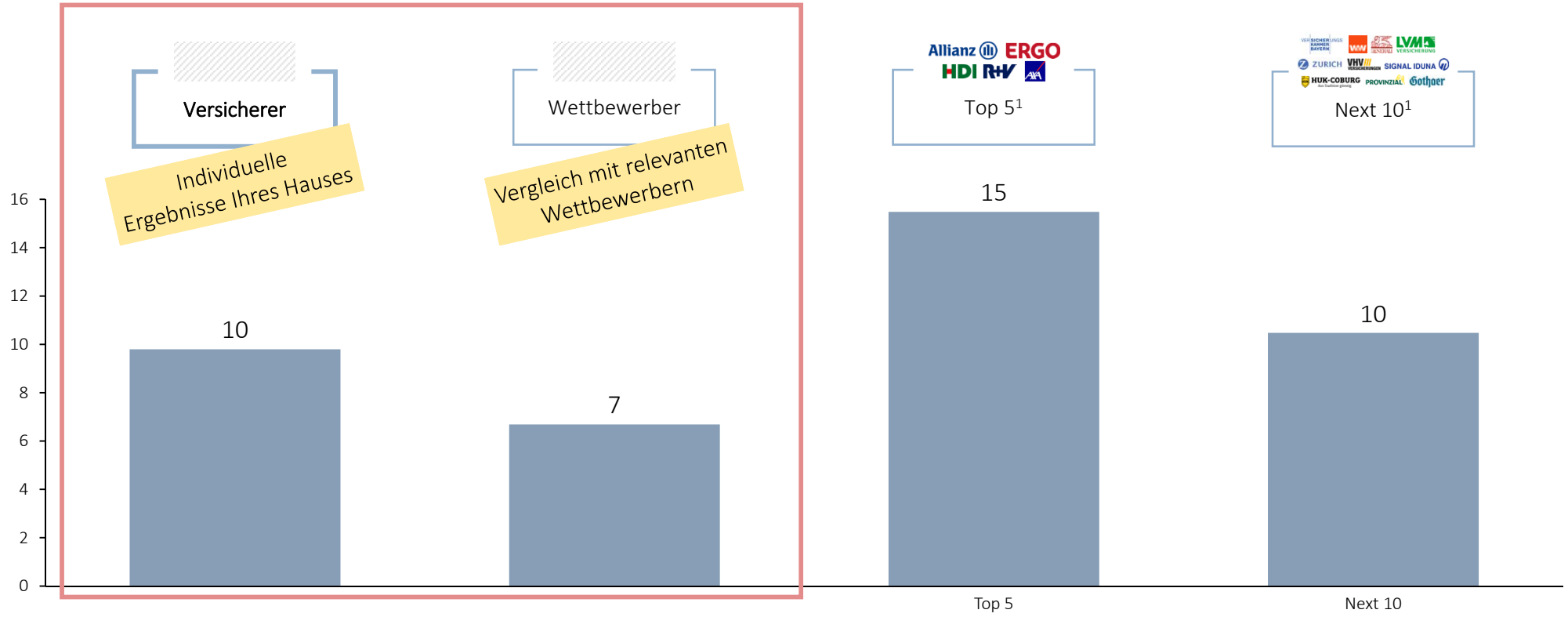
1 Einfluss der Zufriedenheit mit dem Faktor auf die Gesamtzufriedenheit; 2 Hinweis: Skala von -100 bis +100 – Berechnung Differenz zw. Anteil Promotoren und Anteil Kritikern (analog NPS)

Fokusanalysen: H&C-Index für Fokusversicherer, Wettbewerber und Größenklassen

H&C-Index Komposit-Versicherer 2023 im Vergleich

EXEMPLARISCH

H&C-Index für ausgewählte Versicherer in Deutschland



Versicherer können mit relevanten Wettbewerbern verglichen und im Gesamtmarkt eingeordnet werden

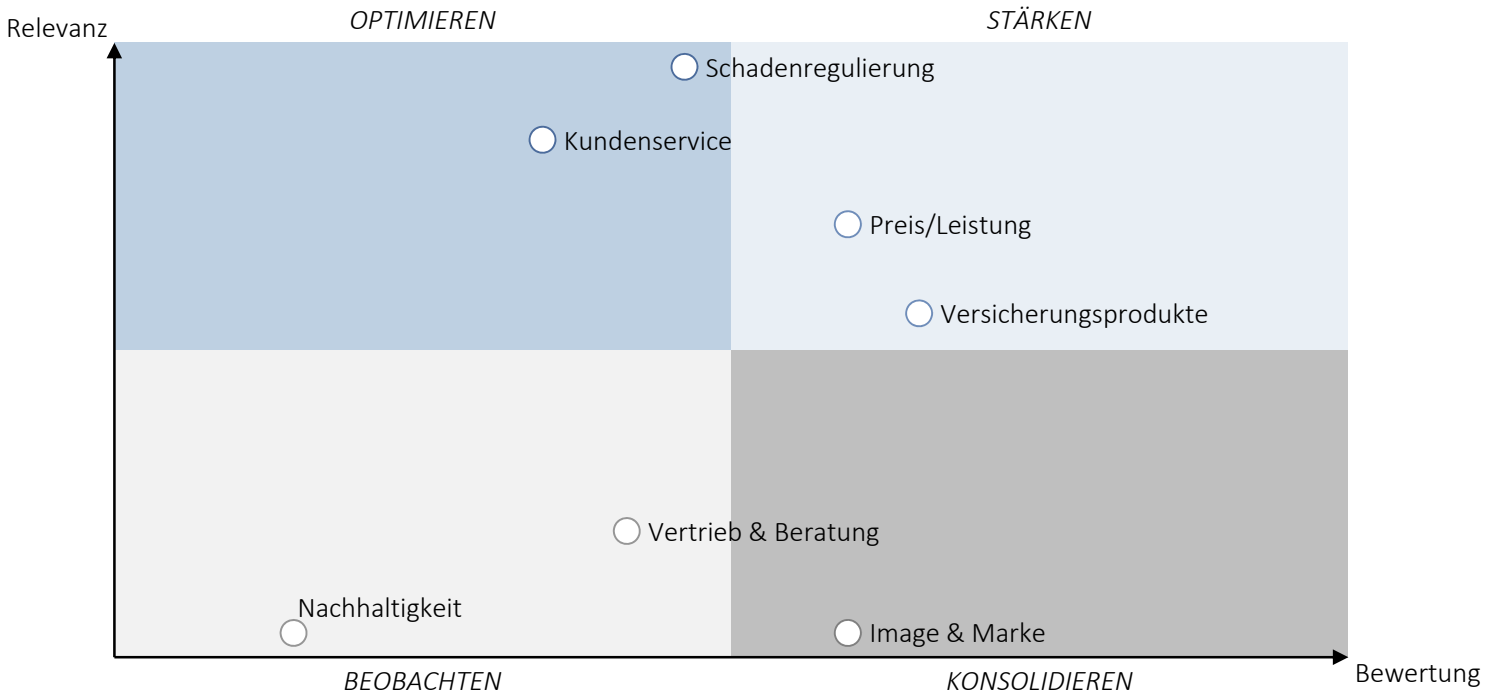
1 Deutsche Komposit-Versicherer nach Bruttobeiträgen

Über Kundenzufriedenheitsmatrix kann Maßnahmenportfolio geschärft werden

Stellhebel identifizieren

EXEMPLARISCH

Kundenzufriedenheitsmatrix für Beispielversicherer



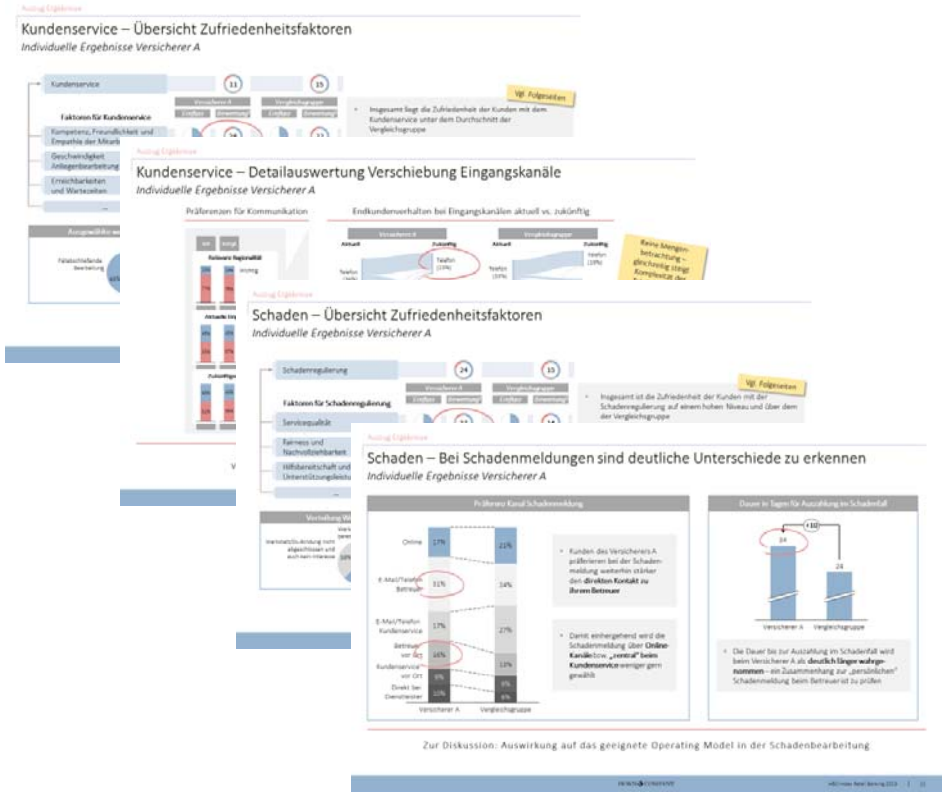
- Größter Stellhebel in den Bereichen Kundenservice und Schadenregulierung durch gezielte Maßnahmen angehen
- Vorteilhafte Positionierung in den Bereichen Preis/Leistung und Versicherungsprodukte stärken und abschöpfen
- Nachrangige Befassung der Bereiche Vertrieb & Beratung, Image & Marke und Nachhaltigkeit

Zur Ableitung konkreter Maßnahmen sind weiterführende Analysen zu jedem Zufriedenheitstreiber möglich – siehe Folgeseite

Spezifische Deep dives: Basis für Ausarbeitung identifizierter Stellhebel schaffen

Vertiefende Analysen

EXEMPLARISCH



Themenfokus Kundenservice und Schaden

Beispiele für vertiefende Analysen

- Analyse der aktuellen und zukünftigen Kanalnutzung nach Anlass/Thema und Kundengruppe
- Untersuchung konkreter Zufriedenheitstreiber beim Kundenservice in Abhängigkeit der Fallbearbeitung
- Aktuelle Positionierung der Kunden gegenüber möglichen Angeboten mit Werkstattbindung
- ...

Konkrete Maßnahmen herleiten

Weiterführende Analysen sind zur Herleitung konkreter Maßnahmen versicherungsspezifisch durchzuführen

Gerne blicken wir mit Ihnen zusammen auf Ihre individuellen Ergebnisse

Ihre Ansprechpartner

Autoren

Moritz von Carlowitz
Partner

Düsseldorf
Moritz.Carlowitz@horn-company.de
+49 (0) 162 2726 032
LinkedIn-Profil

Dr. Stephan Olk
Manager

Düsseldorf
Stephan.Olk@horn-company.de
+49 (0) 162 2726 087
LinkedIn-Profil

Beteiligte Experten

Peter Grossenbacher
Zürich
Peter.Grossenbacher@horn-company.de

Ruben Hermann
Zürich
Ruben.Hermann@horn-company.de

Dr. Ralf Seisreiner
Wien
Ralf.Seisreiner@horn-company.de

Alexander Kern
Wien
Alexander.Kern@horn-company.de

HORN & COMPANY

Internationale Top-Management-Beratung

DÜSSELDORF | BERLIN | FRANKFURT | HAMBURG | KÖLN | MÜNCHEN | NEW YORK | SINGAPUR | WIEN