

Wie ist der Umgang mit Sprachbarrieren bei Kundenanfragen 2024

Inklusion Studie – Kompositversicherer DE 2024



Inhalt

01 | Ziel der Studie

02 | Methodik: a.M.S.A.

03 | Studienwerte

04 | Fazit

05 | Top Performer Liste



01 Ziel der Studie

Ziel der Studie

A white rounded square icon containing a black question mark.

Studienfragen

Wie gehen Kompositversicherer mit Sprachbarrieren bei Kundenanfragen 2024 um?



Methode a.M.S.A.

Aliasbasierter Mystery Shopping Algorithmus (Kontaktanalysen per E-Mail).



Ergebnis

Große Spannweite der Ergebnisse. Insgesamt wurden zwar Defizite festgestellt, aber auch Unternehmen, die mit sehr gutem Beispiel vorangehen.

02

a.M.S.A.

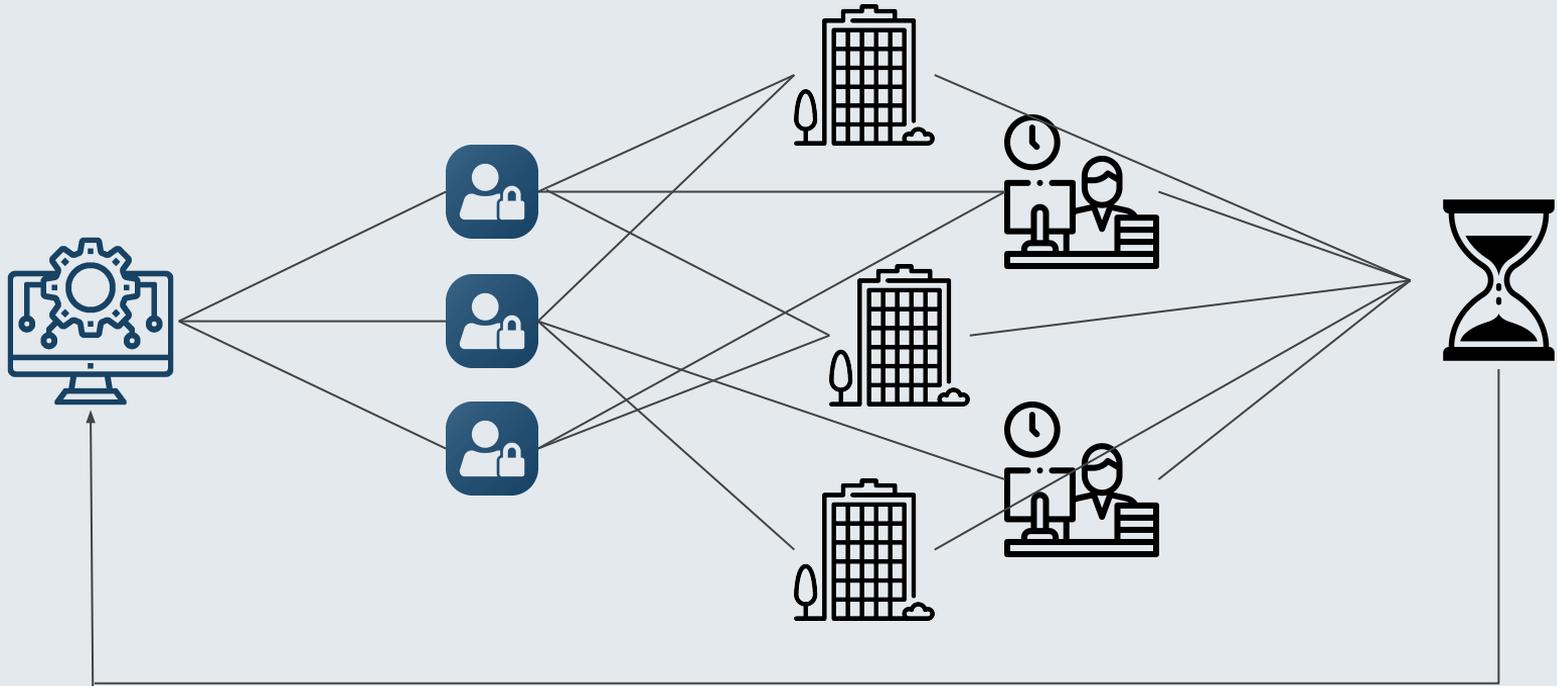
Aliasbasierter Mystery Shopping Algorithmus

Der Schlüssel:

authentische Accounts zum Reaktions und
Qualitätstest



a.M.S.A. Sequenz



a.M.S.A. Sequenz

Unsere Methodik setzt sich aus der mehrstufigen Mystery Shopping Sequenz zusammen. Die erhobenen Daten wertet der Fralytics Algorithmus nach Schnelligkeit der Antworten und inhaltliche Qualität aus.

Erhebungszeitraum: 12/2023

Die Bewertungskriterien übergreifend waren:

- Wie schnell kamen im durchschnittlich die Antworten? (<48h / >48h)
- Wie inhaltlich kundenorientiert sind die erhaltenen Antworten? (Kriterien in absteigender Wichtigkeit)
 - Sind alle Fragen vollständig beantwortet?
 - Zusätzliche Infos vorhanden?
 - Gab es eine Eingangsbestätigung?
 - Ist der formeller Stil verbraucherfreundlich?



03

Studien- werte

Studienwerte



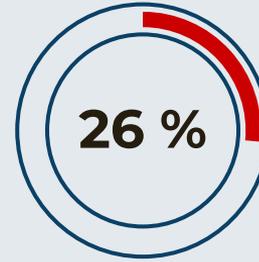
18 aus 86

Von 86 getesteten Kompositversicherer erzielten 18 Anbieter ein "sehr gutes" Ergebnis



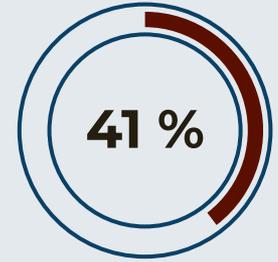
11 aus 86

11 Anbieter lagen immerhin im "soliden Mittel"



22 aus 86

22 Anbieter schnitten mit "unzureichend" ab

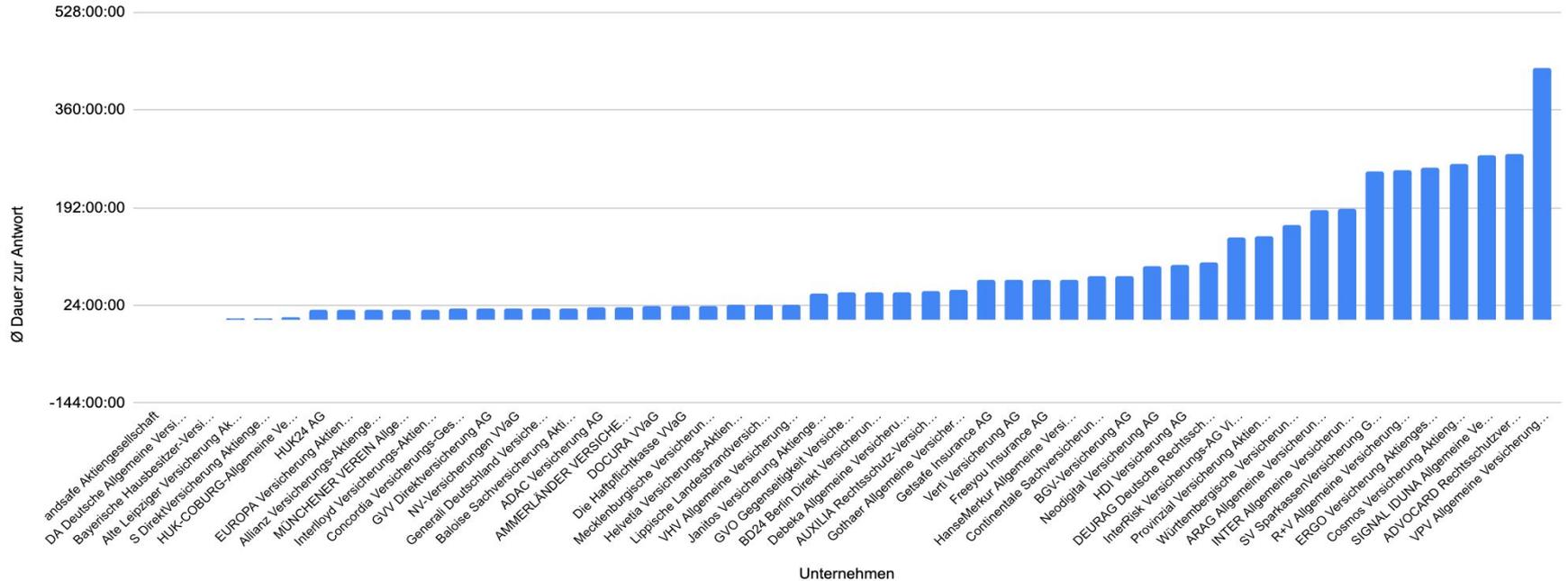


35 aus 86

35 Anbieter ignorierten Anfragen mit Sprachbarrieren.

Studienwerte (Ø Antwortdauer pro Unternehmen)

Ø Dauer zur Antwort



Studienwerte (keine Antworten erhalten auf Anfragen mit Sprachbarriere)

AGILA Haustierversicherung AG

Astra Versicherung AG

AXA Versicherung AG

BA die Bayerische Allgemeine Versicherung AG

Barmenia Allgemeine Versicherungs-AG

BavariaDirekt Versicherung AG

Bergische Brandversicherung Allgemeine Feuerversicherung V.a.G.

Condor Allgemeine Versicherungs-AG

CONSTANTIA Versicherungen AG.

DEVK Allgemeine Versicherungs-AG

DFV Deutsche Familienversicherung AG

Dialog Versicherung AG

Feuer- und Einbruchschadenkasse der BBBank in Karlsruhe

Feuersozietät Berlin Brandenburg Versicherung AG

IDEAL Versicherung AG

Itzehoer Versicherung

KRAVAG-ALLGEMEINE Versicherungs-AG

LVM Landwirtschaftlicher Versicherungsverein Münster AG

MVK Versicherung VVaG

Neuendorfer Brand-Bau-Gilde

NÜRNBERGER Allgemeine Versicherungs-AG

RheinLand Versicherungs AG

Rhion Versicherung AG

Sparkassen-Versicherung Sachsen Allgemeine Versicherung AG

Stuttgarter Versicherung AG

Süddeutsche Allgemeine Versicherung AG

TARGO Versicherung AG

Uelzener Allgemeine Versicherungs-Gesellschaft AG

uniVersa Allgemeine Versicherung AG

Versicherungskammer Bayern

VOLKSWOHLBUND SACHVERSICHERUNG AG

Waldenburger Versicherung AG

WGV-Versicherung AG

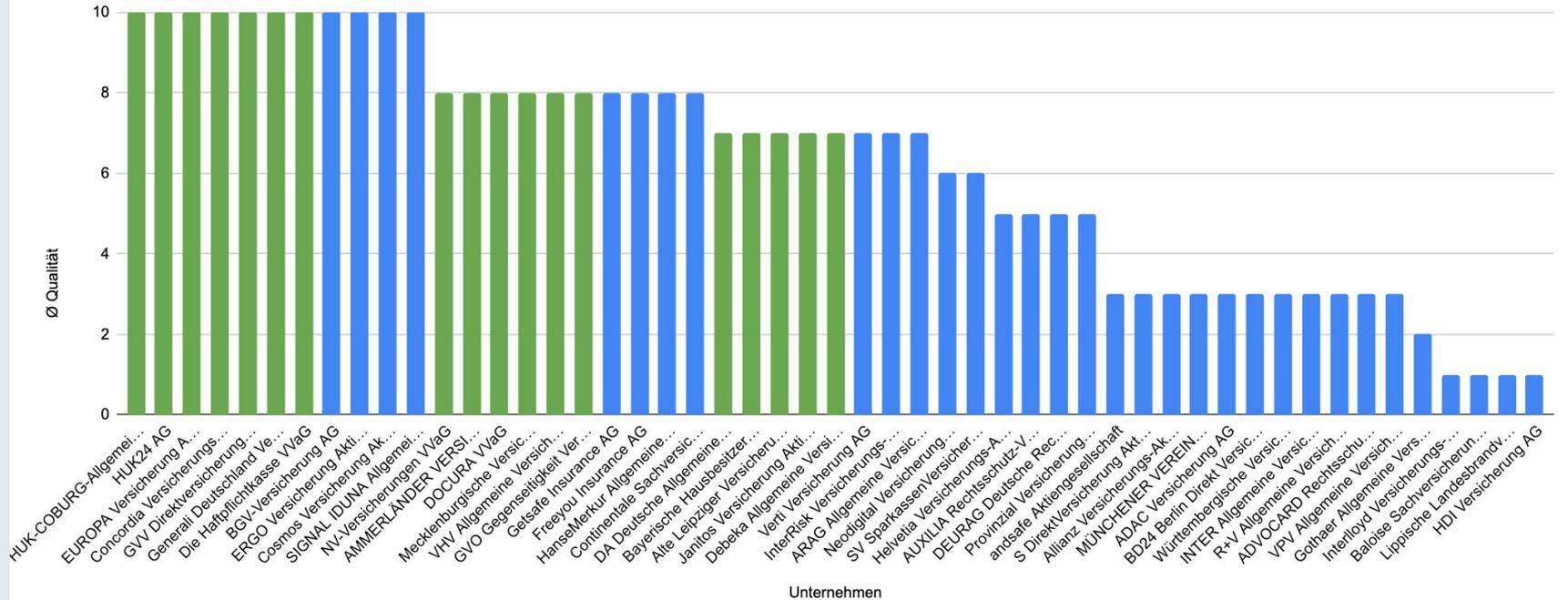
WWK Allgemeine Versicherung AG

ÖRAG Rechtsschutzversicherungs-AG

Studienwerte (inhaltliche Qualität)

Ø Qualität und Unternehmen

Grün hervorgehoben sind Testsieger, Kombination aus Qualität und schneller Reaktion





04

Fazit

Fazit

Die Studie zeigt, dass deutsche Kompositversicherer durchaus noch Verbesserungspotenzial hinsichtlich des Umgangs von Kundenanfragen, die ein Sprachproblem vorweisen, haben.

Die Ergebnisse der quantitativen Messungen zeigen, dass Kunden mit Sprachproblemen häufiger als Kunden ohne Sprachschwierigkeiten mit Problemen bei der Kontaktaufnahme mit ihrem Versicherer konfrontiert sind. Darauf folgen meist Unzufriedenheiten mit dem Kundenservice.

Die Analyse der Interviews mit Kunden mit Sprachproblemen verdeutlichen, dass diese häufig mit Vorurteilen und Diskriminierung konfrontiert sind. Kunden fühlen sich dadurch nicht ernst genommen und haben das Gefühl, dass ihre Anliegen nicht ausreichend berücksichtigt werden.

Die Studie zeigt, dass es für deutsche Kompositversicherer wichtig ist, sich mit dem Thema Sprachbarrieren auseinanderzusetzen. Sie sollten Maßnahmen ergreifen, um den Umgang mit Kundenanfragen mit Sprachproblemen zu verbessern. Zu diesen Maßnahmen gehören unter anderem:

- Schulungen für Mitarbeiter im Kundenservice: Mitarbeiter sollten sensibilisiert werden für die Herausforderungen, die Kunden mit Sprachproblemen haben. Sie sollten lernen, wie sie mit diesen Kunden angemessen und respektvoll umgehen können.
- Informationen in verschiedenen Sprachen: Kunden sollten über verschiedene Kanäle Informationen in ihrer Muttersprache erhalten können. Bestmöglich gilt dies auch für formelle Dokumente, wie Antragsformulare.
- Übersetzungsdienste: Kunden sollten die Möglichkeit haben, sich bei Bedarf von einem Übersetzer unterstützen zu lassen.

Die Umsetzung dieser Maßnahmen würde dazu beitragen, dass Kunden mit Sprachproblemen eine bessere Erfahrung mit ihrem Versicherer machen.

Versicherungsbote

**INKLUSION
TESTSIEGER**

Kundenservice

2
0
2
4

MUSTER AG

12/23 | geprüft wurden 86 Komposit-
versicherer auf ihren Umgang mit
Kunden die Sprachbarrieren aufweisen

Messergebnisse auf www.fralytics.de

100% transparent

 **FRA**LYTICS

05

**Top Performer
Liste Komposit
2024**

Top Performer Liste sortiert nach Ø Antwortdauer

Versicherungsbote

INKLUSION TESTSIEGER 2024
Kundenservice

MUSTER AG
12/23 | geprüft wurden 86 Komposit-
versicherer auf ihren Umgang mit
Kunden die Sprachbarrieren aufweisen
Messergebnisse auf www.fralytics.de
100% transparent

FRA LYTICS

Unternehmen	Ø Dauer zur Antwort	Ø Qualität
DA Deutsche Allgemeine Versicherung Aktiengesellschaft	0:13:00	7
Bayerische Hausbesitzer-Versicherungs-Gesellschaft a.G.	0:18:00	7
Alte Leipziger Versicherung Aktiengesellschaft	1:08:00	7
HUK-COBURG-Allgemeine Versicherung AG	3:57:00	10
HUK24 AG	15:41:00	10
EUROPA Versicherung Aktiengesellschaft	16:19:00	10
Concordia Versicherungs-Gesellschaft auf Gegenseitigkeit	17:53:00	10
GVV Direktversicherung AG	18:33:00	10
NV-Versicherungen VVaG	19:00:00	8
Generali Deutschland Versicherung AG	19:18:00	10
AMMERLÄNDER VERSICHERUNG Versicherungsverein a.G. (VVaG)	21:50:00	8
DOCURA VVaG	22:17:00	8
Die Haftpflichtkasse VVaG	22:18:00	10
Mecklenburgische Versicherungs-Gesellschaft auf Gegenseitigkeit	23:39:00	8
VHV Allgemeine Versicherung AG	25:52:00	8
Janitos Versicherung Aktiengesellschaft	44:22:00	7
GVO Gegenseitigkeit Versicherung Oldenburg VVaG	46:16:00	8
Debeka Allgemeine Versicherung AG	47:10:00	7

Ihre direkten Ansprechpartner

**Johannes
Bunk**

Co-Founder

j.bunk@fralytics.de

0176 / 63057549



Brand- Marketing Strategy

**Adrian
Waltenberger**

Co-Founder

a.waltenberger@fralytics.de

0176 / 83 29 29 59



Service & Analytics Strategy

Versicherungsbote

 **FRAlyTICS**