



**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“

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

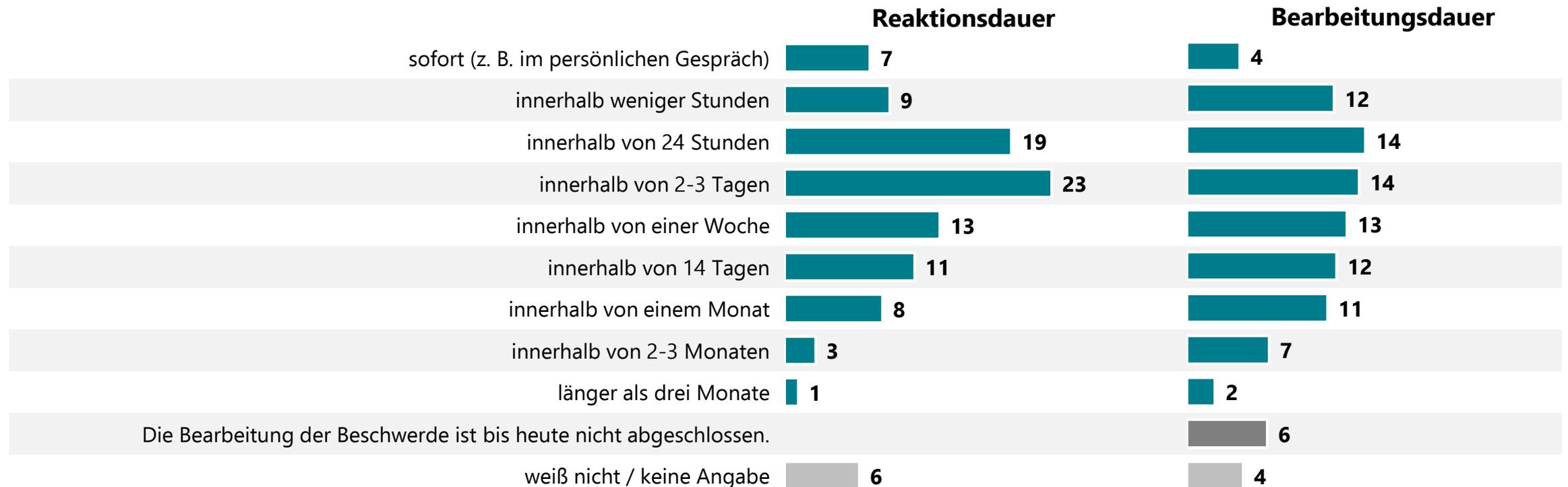


Fotos © canva

# 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

<b>Kundenmonitor Assekuranz Basisbericht: Die Marktuntersuchung über den privaten Versicherungsmarkt in Deutschland</b>	<b>Kundenmonitor e-Assekuranz: Der Vertriebswege-Monitor</b>	<b>Schwerpunktthemen 2024</b>
<p><b>Alle Basisdaten</b> im Längs- und Querschnitt:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>▪ Produktbesitz</li><li>▪ Reichweiten, Marktanteile (Gesamt und pro Sparte)</li><li>▪ Anbindungsquoten (Cross-Selling-Quoten) und Bedarfsdeckungsquoten</li><li>▪ Kundenbindung und Kundenzufriedenheit</li><li>▪ Versicherungswechsel</li><li>▪ Versicherungsmentalität</li></ul> <p>Darüber hinaus sind die vollständigen <b>Wettbewerbsdaten</b> der ca. 40 kundenstärksten Versicherer enthalten.</p>	<p>Der <b>Kundenmonitor e-Assekuranz</b> legt den Fokus auf das <b>gesamte Vertriebswegespektrum</b> und vertieft die Themen <b>Online-Angebote der Versicherer</b> und <b>digitale Kontaktwege</b>.</p> <ul style="list-style-type: none"><li>▪ Vertriebswegeakzeptanz und -nutzung</li><li>▪ Vertriebswegenutzung bei Neuabschlüssen</li><li>▪ Nutzung des Internetangebots von Versicherern</li><li>▪ Digitale Kontakte, Beratungen und Services</li><li>▪ Online-Trends im Versicherungsmarkt</li></ul>	<p>Die Schwerpunktthemen 2023 wurden im Kreis der Bezieher abgestimmt :</p> <ol style="list-style-type: none"><li>1. <b><u>Umgang mit Kündigungen und Beschwerden</u></b></li><li>2. Ökosysteme - Serviceerwartung und -akzeptanz</li><li>3. Digitale Kommunikation unter Einsatz von KI</li><li>4. Kundenbindung und Weiterempfehlung</li></ol>

\* 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.



# Personalgewinnung in der Assekuranz

## Potenzial für den Versicherungsvertrieb

### Angebot für eine Mehrbezieheruntersuchung

Die Untersuchung arbeitet heraus wie **High-Potentials\*** 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
- Ablauf Bewerbungsprozess

#### 3. Candidate Journey

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

#### 2. Profiling im Bewerbermarkt

##### Profiling

- Motivations-Typen
- Lebenseinstellung, berufliche Zukunft und Motive
- Ausbildung, Kompetenzen und Qualifikationen
- Job-Erwartungen
- Benefits

##### Image Assekuranz

#### 4. Werbemitteltest

##### Werbung

- Wahrnehmung Recruiting Werbung
- experimenteller Werbemitteltest mit systematischer Variation bestimmter Botschaften  
→ Welche Treatments wirken am besten?

#### ▪ Bestelloptionen

- Silver: Bericht zur quant. Untersuchung (4.500 €)
- Gold: + Ergebnis-Workshop (5.900 €)
- Diamond: + Bericht zur quali. Erhebung (7.900 €)

Für mehr Informationen zur Untersuchung kontaktieren Sie uns gerne: Rena Kloppers

rena.kloppers@siriuscampus.de, direkt: +49 (0) 152 38246498



Zielgruppe: Planer, Einsteiger und Abbrecher der Versicherungsbranche (16- bis 50-Jährige), \*Bewerber mit vielen Kompetenzen und Qualifikationen

# Versicherung der Zukunft – Was sind Erwartungen junger Menschen an die Versicherung von morgen?

Jetzt Ihren Vorteil im  
„War for young customers“  
sichern!

Eine qualitative Untersuchung mit und um die Gen Z

- Mit zurückgehenden Geburtenzahlen werden auch die nachfolgenden Generationen immer kleiner. Der „**War for young customers**“ ist bereits im vollen Gange. Aber wie steht die Gen Z eigentlich zu Versicherungen? Welche **Erwartungen** haben Sie an die **Versicherung von morgen**? Wie erreicht man die Gen Z auf **Social Media**? Diese und weitere Fragen haben wir untersucht.
- Innerhalb der qualitativen Einzelinterviews sowie Kreativgruppen wurden folgende Themen beleuchtet:
  - **Ansprache** der Gen Z, besonders mit online Fokus
  - **Versicherungsprodukte** für die Gen Z
  - **Serviceerwartungen** der Gen Z
  - Lebenswelt und **Perspektiven** der Gen Z
  - Blick der Gen Z auf das Thema **Nachhaltigkeit**: Will die Gen Z wirklich um jeden Preis den Planeten retten?
  - **Risikowahrnehmung** und allgemeine Einstellung der Gen Z gegenüber Versicherungen
  - **Digitale Lebenswelt** der Gen Z (**Kauf- & Informationsverhalten, Datensharing, digitale Services**)
- **Angebotsumfang:**
  - **Essential**: qualitative Ergebnisberichte der Einzelinterviews + Kreativgruppen (ca. 160 Seiten), inkl. Management Summary und Handlungsempfehlungen: 6.600 € zzgl. MwSt.
  - **Essential Plus**: wie Essential + quantitativer Grundlagenbericht (86 Seiten): 7.900 € zzgl. MwSt.
  - **Full Experience**: wie Essential Plus + individueller Ergebnisworkshop\*: 9.500 € zzgl. MwSt.
- Für mehr Informationen zur Untersuchung kontaktieren Sie uns gerne:  
Oliver Gaedeke ([oliver.gaedeke@siriuscampus.de](mailto:oliver.gaedeke@siriuscampus.de), Direkt: +49 (0) 152 38 24 66 40)

\* ggf. zzgl. Reisekosten oder als Online-Workshop



# Treffpunkt Gaming

## Potenzial für den Versicherungs- und Bankenvertrieb in einer wachsenden Affinity Group

### Angebot für eine Mehrbezieheruntersuchung

Die Untersuchung arbeitet heraus, was Gamer auszeichnet, welche Bedarfe sie für Versicherungen und Finanzprodukte haben und wie man sie am besten anspricht.



- Bestelloptionen
  - Silver: Tabellenband, Untersuchungsbericht, Teilnahme am Ergebnis-Workshop
  - Gold: wie Silber + Test von 1 bis 2 individuellen In-Game-Werbemitteln
  - Diamond: wie Gold + Test von 1 individuellen Angebot für eine In-Game-Versicherung
- Für mehr Informationen zur Untersuchung kontaktieren Sie uns gerne: Christoph Müller ([christoph.mueller@siriuscampus.de](mailto:christoph.mueller@siriuscampus.de), Direkt: +49 (0) 152 38 24 66 44)



# 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](mailto:Christoph.Mueller@siriuscampus.de)

Direkt: +49 152 38 24 66 44



### **Dr. Oliver Gaedeke**

Gründer & Geschäftsführer

[Oliver.Gaedeke@siriuscampus.de](mailto: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](mailto:info@siriuscampus.de) | +49 221 42 330 200 | [www.siriuscampus.de](http://www.siriuscampus.de)

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