



H&C Insurance Survey – Gewerbe

Studienergebnisse

Juni 2024

Was unterscheidet die H&C Insurance Survey von anderen Kundenbefragungen?

Ansatz der H&C Insurance Survey

- ✓ **Praxisorientierte Themen:** Wir befragen Endkunden zu Themenstellungen, die eine hohe Relevanz für die aktuellen Initiativen unserer Kunden haben – oft entstanden aus Fragestellungen in unseren Projekten.
- ✓ **Individuelle Erkenntnisse:** Die Befragung deckt versichererindividuell auf, welche Faktoren einen hohen bzw. auch einen geringen Einfluss auf die Gesamtzufriedenheit der Kunden haben („Kunden-DNA“).
- ✓ **Berücksichtigung individueller Rahmenbedingungen:** Die Ergebnisse der Studie werden, wenn möglich, im Kontext der individuellen Aufstellung der Versicherung analysiert (strategische Ausrichtung, Betriebsmodell, ...).
- ✓ **Handlungsorientierter Ansatz:** In gemeinsamer Diskussion mit den Versicherern werden individuelle Handlungsbedarfe und mögliche Ansatzpunkte für Weiterentwicklungen identifiziert.
- ✓ **„Beziehungsorientierte“ Befragung:** Es werden Kunden mit einem zeitnah zurückliegenden relevanten Kontakt mit dem Versicherer befragt – aber gesamthaft zur allgemeinen Kundeneinstellung (nicht zu singulären Touch Points).
- ✓ **Indirekte Befragung:** Die Einflussfaktoren auf die Kundenzufriedenheit werden indirekt per Regressionsanalyse ermittelt – strategische Antworten („alles ist wichtig“) werden so vermieden.

Versicherer der befragten Gewerbekunden decken Großteil des Marktes ab

Relevanz und Aussagekraft H&C-Insurance Survey

Übersicht Versicherer



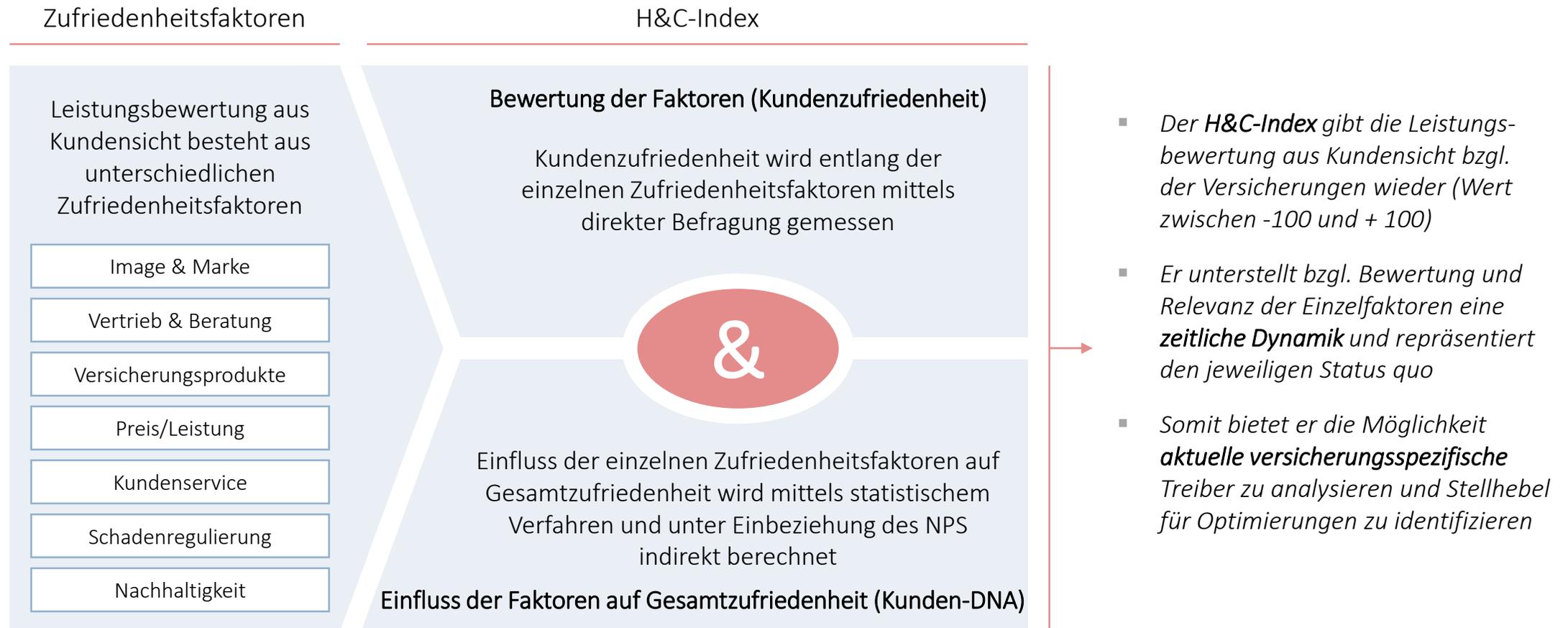
- In Summe haben **409 Gewerbekunden** als repräsentativ ausgewählte Endkunden an der Insurance Survey teilgenommen
- Die **Auswahl der Befragten** ist in Bezug auf Alter, Geschlecht, Regionalität etc. **repräsentativ** (Quotenverfahren)
- Im Folgenden werden Ergebnisse für den deutschen Markt vorgestellt

Kunden wurden exklusiv für H&C-Insurance Gewerbe Survey durch unabhängiges Marktforschungsinstitut¹ repräsentativ ausgewählt und befragt

¹ Innofact AG, Düsseldorf

H&C-Index ermöglicht das Ableiten versicherungsspezifischer Optimierungsansätze

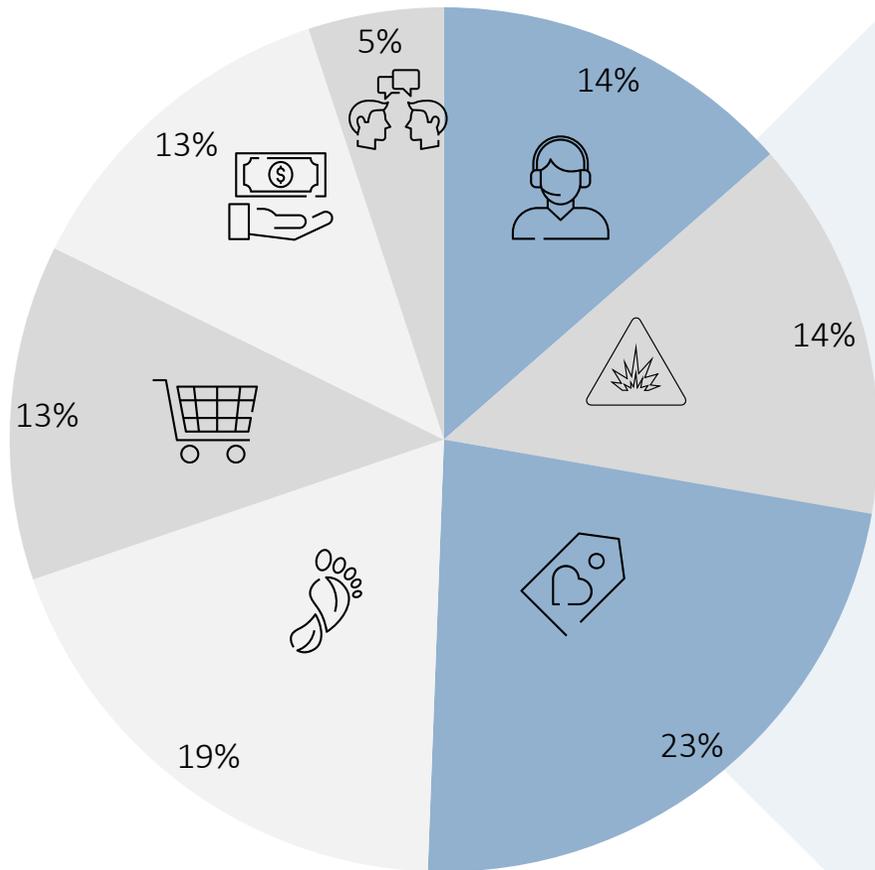
Aufbau H&C-Index



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

Sieben Einflussfaktoren prägen die Kundenzufriedenheit im gewerblichen Geschäft

Einflussfaktoren Kundenzufriedenheit



Icon	Einflussfaktor	Erklärung
	Image & Marke	1 Wahrnehmung des Versicherers bei Kunden
	Nachhaltigkeit	2 Berücksichtigung von Nachhaltigkeitsaspekten
	Schadenregulierung	3 Zufriedenheit im Schadensfall
	Kundenservice	4 Wahrnehmung der Kundenbetreuung
	Preis/Leistung	5 Zufriedenheit Versicherungsangebot
	Versicherungsprodukte	6 Individuelle Lösungen bzgl. Bedürfnisse/Risiken
	Vertrieb & Beratung	7 Vermittlung passender Versicherungsprodukte

Ranking Einfluss/Wichtigkeit

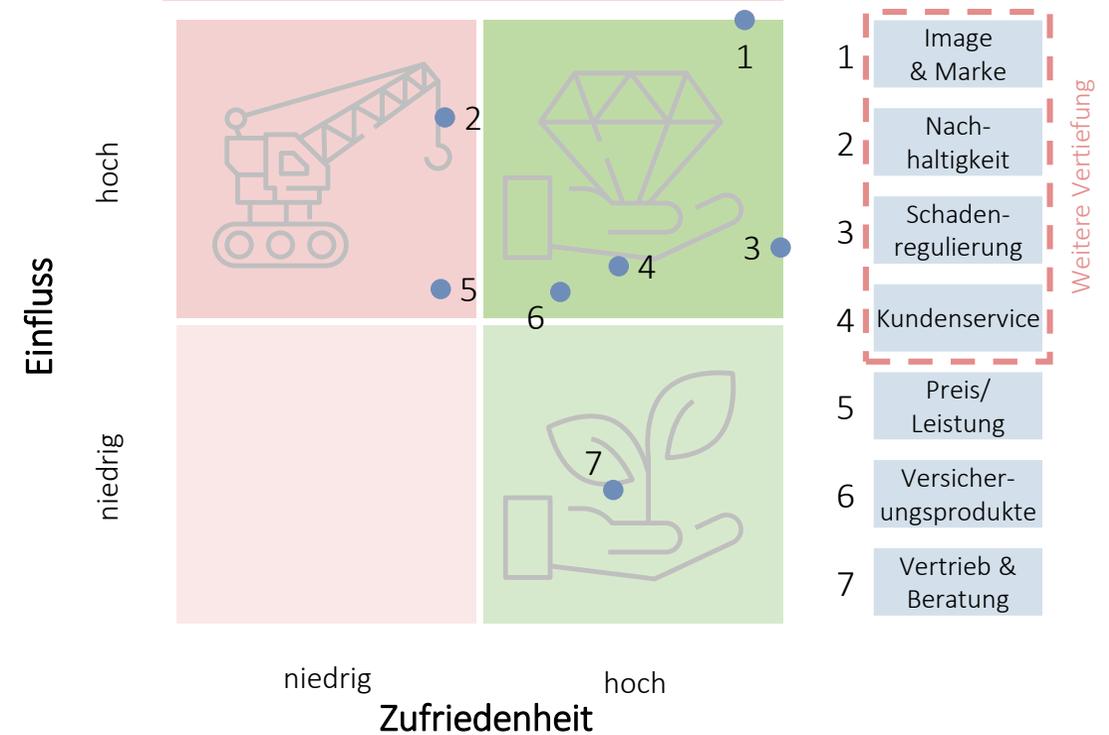
Impactmatrix gibt Aufschluss über die Zufriedenheit und den Einfluss der Kategorien

Analyse der Einflussfaktoren/Bewertungskategorien

Erklärung

- Der Effekt von sieben Faktoren wurde bzgl. Einfluss auf die Gesamtzufriedenheit und Zufriedenheit innerhalb des Faktors analysiert
- Darstellung Impactmatrix: Einfluss auf der Ordinate und die Zufriedenheit innerhalb des Einflussfaktors auf der Abszisse
- Die Impactmatrix schafft einen übersichtlichen und verlässlichen Ausgangspunkt für eine weitere Auseinandersetzung mit den Einzelkategorien

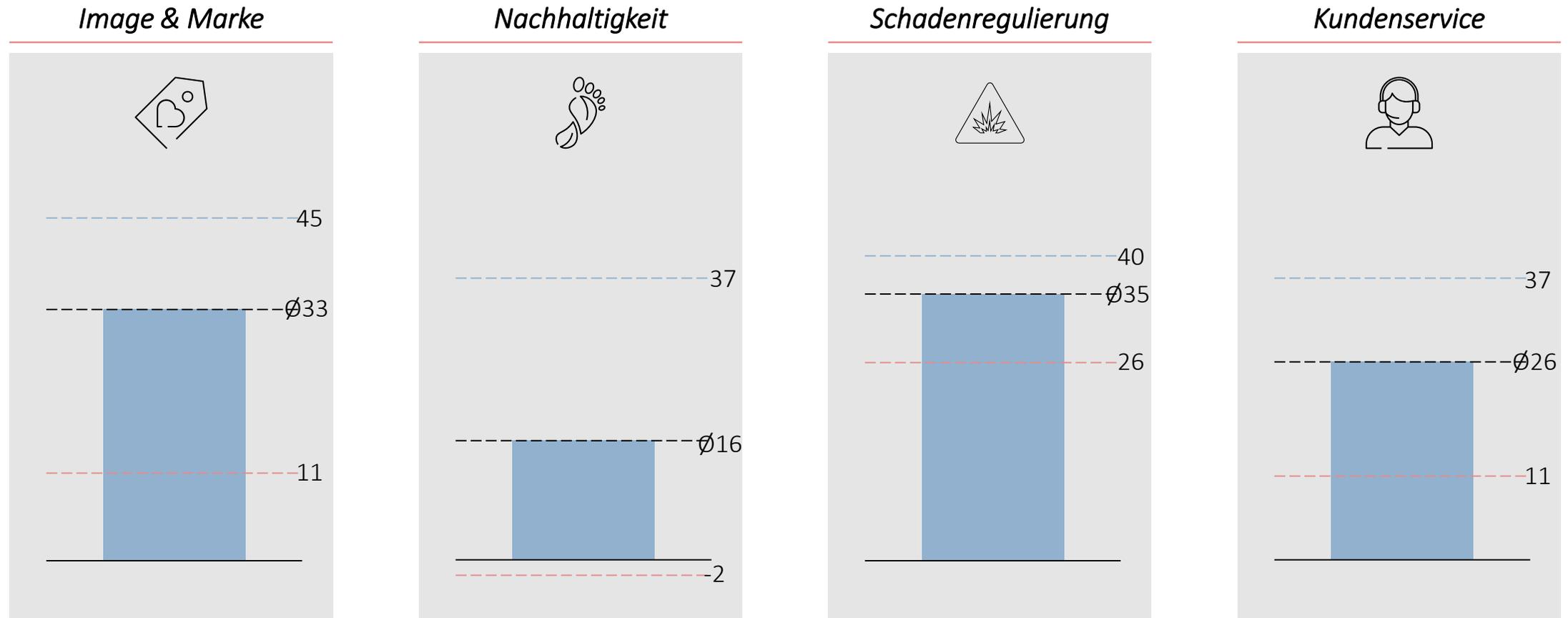
Impactmatrix der Gewerbekunden über die geprüften Versicherer



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

Übersicht der H&C-Index Werte in den Top 4 Einflussfaktoren

Große Varianz in der Zufriedenheit innerhalb der Bewertungsfaktoren

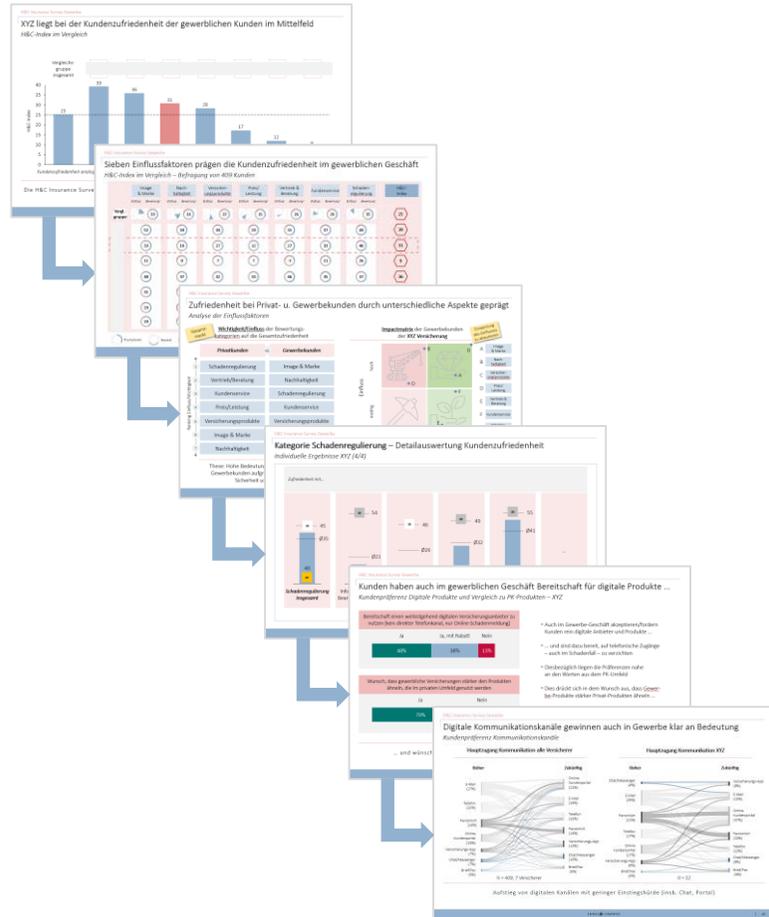


Analysen wurden auch auf Hausbasis durchgeführt, melden Sie sich gerne für Ihre hauseigene Analysen

Platzierung Versicherer: Platz 1 ----- Platz 7 -----

Detailfolien zu den wesentlichen Ergebnissen liegen je Versicherer vor

Übersicht Ergebnisformat und vertiefende Analysen

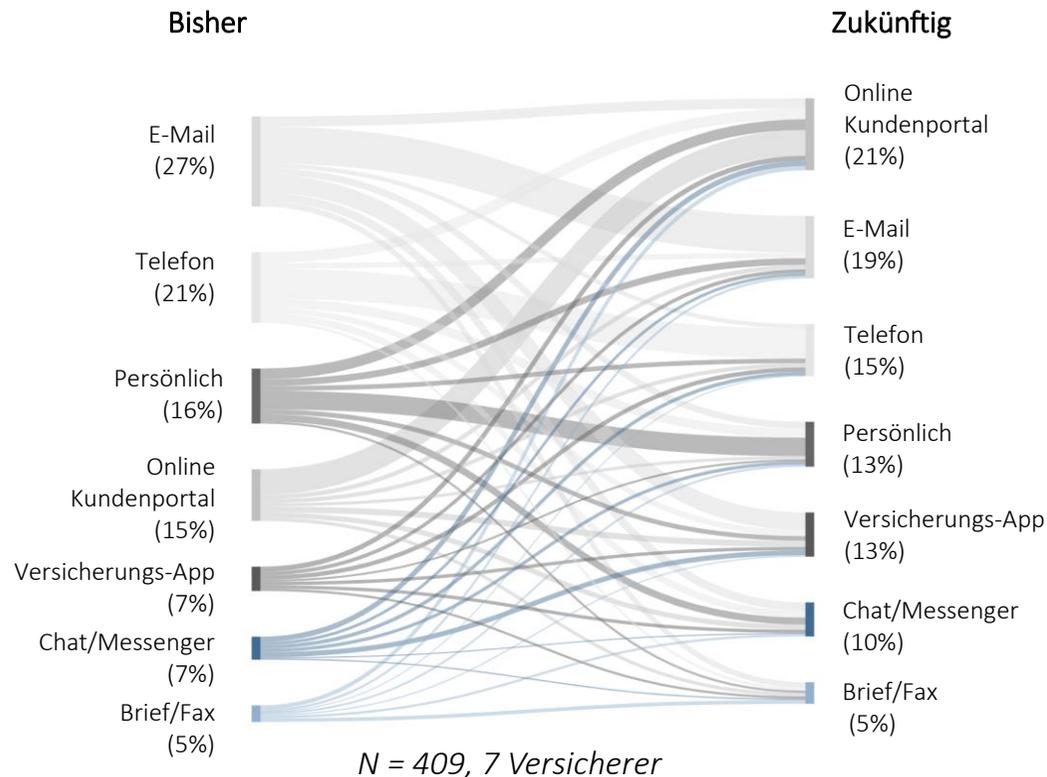


- 1 H&C-Index (Kennziffer für Kundenzufriedenheit) im Vergleich über die Versicherungshäuser der Teilnehmenden gewerblichen Kunden
- 2 Einfluss und Bewertung von Image & Marke, Nachhaltigkeit, Produkte, Preis/Leistung, Vertrieb & Beratung, Service, Regulierung auf H&C-Index
- 3 Treiber der Zufriedenheit bei Privat- und Gewerbekunden sowie Impactmatrix (Einfluss & Zufriedenheit) zur Visualisierung von Handlungsbedarfen
- 4 Detailauswertung zu Zufriedenheitstreibern in den Kategorien Produkte, Kundenservice, Vertrieb & Beratung, Schadenregulierung, etc.
- 5 Überprüfung der These, dass auch im gewerblichen Geschäft eine hohe Bereitschaft der Kunden für digitale Produkte besteht (Trend Privatgeschäft)
- 6 Kundenpräferenz hinsichtlich Kommunikations- und Zugangskanälen im Vergleich Heute und Zukunft

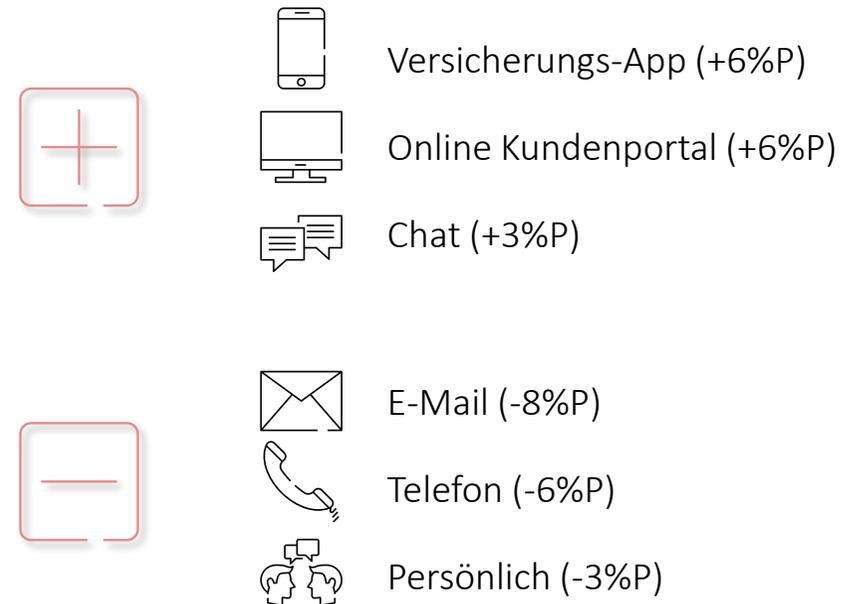
Digitale Kommunikationskanäle gewinnen auch in Gewerbe klar an Bedeutung

Kundenpräferenz Kommunikationskanäle

Hauptzugang Kommunikation alle Versicherer



Erkennbare Änderungen in der Kommunikation

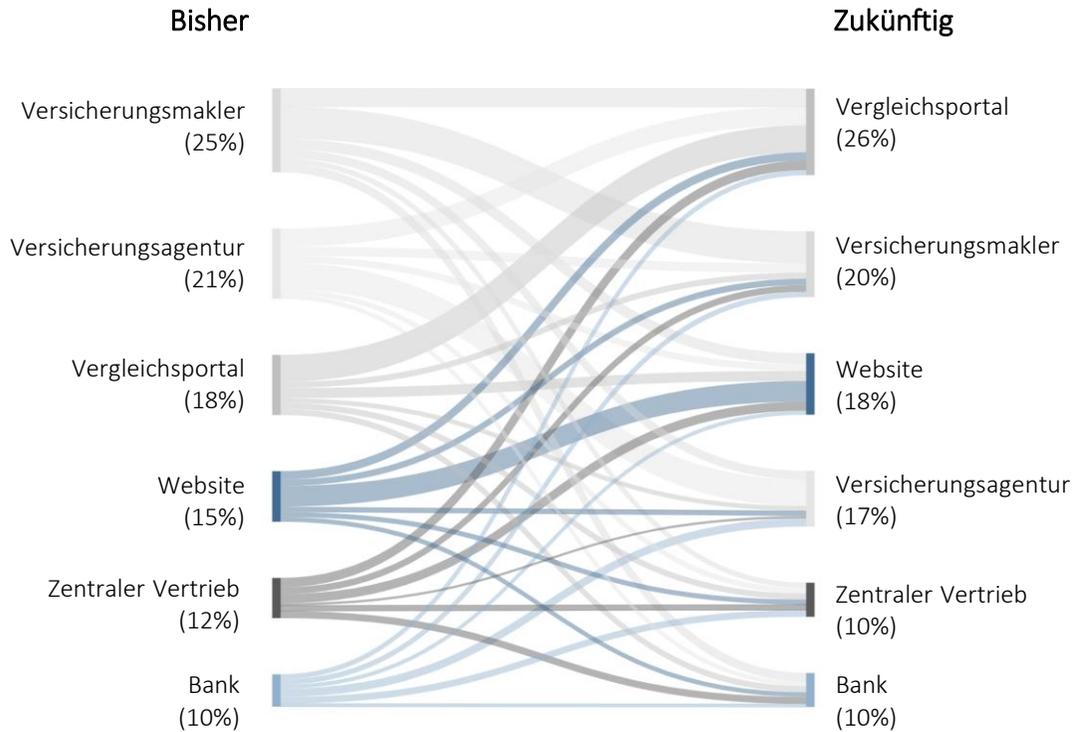


Aufstieg von digitalen Kanälen mit geringer Einstiegshürde (insb. App, Chat)

Gewerbekunden präferieren zukünftig stärker Vergleichsportale als Zugangskanal ...

Kundenpräferenz Zugangskanäle Produktabschluss

Hauptzugang Produktabschluss



N = 409, 7 Versicherer

Erkennbare Änderungen bei den Produktabschlüssen



... und nähern sich damit zunehmend den Präferenzen der Privatkunden an

Wir stehen für Sie als Ansprechpartner zur Verfügung

Autorenteam und Ansprechpartner

Moritz von Carlowitz



Partner

Düsseldorf

Moritz.Carlowitz@horn-company.de

+49 (0) 162 2726 032

Dr. Philipp Wanger



Senior Associate

München

philipp.wanger@horn-company.de

+49 (0) 162 2726 062

Dr. Niklas Kühsel



Associate

Hamburg

niklas.kuehnel@horn-company.de

+49 (0) 1522 2726 043

Jan-Luca Biester



Associate

Hamburg

jan-luca.biester@horn-company.de

+49 (0) 162 2627 373

HORN & COMPANY

Internationale Top-Management-Beratung

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