



## Telefonische Kommunikation der Makler mit Versicherern und Nutzung von Callcentern

Umfrage und Ergebnisstudie  
Februar 2011

Herausgegeben von



**Herausgeber:**

deutsche-versicherungsboerse.de  
Markgrafenstrasse 13  
12105 Berlin  
Telefon: 030 6098141-0  
Telefax: 030 6098141-99  
[info@deutsche-versicherungsboerse.de](mailto:info@deutsche-versicherungsboerse.de)  
<http://www.deutsche-versicherungsboerse.de/>

**Redaktion**

Friedel Rohde, Volker P. Andelfinger

**Titelgrafik**

dsgrafx, Debra Schläfer-Rohde

**Titelfoto-Quellen**

MEV-Verlag, Getty-Images

© deutsche-versicherungsboerse.de, Februar 2011

Nachdruck, Vervielfältigung und elektronische Publizierung der urheberrechtlich geschützten Umfrageergebnisse bzw. der hier enthaltenen Beiträge und Abbildungen - auch auszugsweise - ist ohne schriftliche Genehmigung der deutsche-versicherungsboerse.de nicht gestattet.

Alle im Text genannten Produktnamen sind eingetragene Warenzeichen bzw. Warenzeichen ihrer Hersteller. Änderungen, Irrtümer und Druckfehler vorbehalten.

## Vorwort

Sie kennen den Scherz bezüglich der Alzheimer-Krankheit: Bei allem Leiden hat es wenigstens den Vorteil, dass man jeden Tag neue Menschen kennen lernt. Diesen zwiespältigen Scherz kann man problemlos auf die Callcenter der Versicherungsunternehmen übertragen. Genau so wenig, wie Alzheimer-Patienten bzw. deren Angehörige über den Scherz lachen können, können dieses in Bezug auf die Callcenter die Versicherungsmakler, so der Tenor unserer Umfrage.

Callcenter, teilweise auch Service-Center oder Kompetenzzcenter genannt, erfreuen sich hoher Beliebtheit bei den Versicherungsunternehmen. Der Hauptgrund liegt auf der Hand: Einsparung von Prozesskosten.

Nur, wird hier nicht das Kind mit dem Bade ausgeschüttet? In dem abschließenden Kommentar eines Maklers, der sich an der Umfrage beteiligte, heißt es: „Wir haben oft den Eindruck, die Versicherungsunternehmen unternehmen alles, um Geschäft zu verhindern. Sie sind nur damit beschäftigt, durch Rationalisierungsmaßnahmen ihre Kosten zu verringern und alles nach ihren Wünschen zu gestalten. Das heißt: die gesamten Kosten und die gesamte Bürokratie auf die Vermittlerschaft abzuwälzen. Es soll alles bei ihnen abgeholt werden und alles mundgerecht wieder eingereicht werden, wenn möglich zum Nulltarif und die Kunden sind oft nur noch ein lästiges Übel mit dem man leben muss.“

Sicherlich sind Teile der Aussage diskussionswürdig, sie gibt aber doch die allgemeine Meinung der von uns befragten Makler wieder, die mit teilweise kräftigen Worten die Callcenter-Situation kommentierten und gleichzeitig an eine Verbesserung nicht glauben: „Es gibt keine Risikoträger mehr, nur noch Angsthasen und Bürokraten, aber diese Umfrage ändert auch nichts, die Vorstände interessiert das alles gar nicht.“

Ein anderer Makler formuliert seine Frustration mit anderen Worten: „Einige Fragestellungen wurden erfreulich intelligent gestellt. Helfen wird es nichts“.

Als roter Faden durch die Umfrage zieht sich der Wunsch der Makler, wie früher, „ihren“ Sachbearbeiter zurück haben wollen. Ist es wirklich so schwer, diesen immer wieder geäußerten Wunsch umzusetzen?

Wir meinen, nein. Vielleicht kann Sie diese Studie dabei unterstützen, die Prozesse in Ihrem Haus so zu verändern, dass die Makler wieder gern mit Ihnen kommunizieren. Dann, so betonen viele Makler in der Umfrage immer wieder, werden Sie Ihnen mehr Geschäft bringen.

Vor der Umfrage war ich der Meinung, die Situation ist schlimm, nach Sichtung der Ergebnisse und insbesondere der Kommentare der Makler war ich entsetzt. So dramatisch hatte ich mir die Situation nicht vorgestellt.

Offensichtlich sind es die großen Versicherer, die den Maklern den meisten Kummer bereiten, kleinere Unternehmen zeigen sich flexibler und somit maklerfreundlicher.

Die Kommentare der Makler lesen sich wie ein einziger Hilferuf der Maklerschaft nach besserem Service und insbesondere nach mehr Kompetenz in den Callcentern.

Viel Kritik gab es an den kostenintensiven 180er Nummern. Hier unterstellen einige Makler den Versicherern Abwehrmechanismen, nur damit sie nicht anrufen, frei nach der Maxime „Der einzige, der stört, ist der Makler“.

Manche Makler haben bereits die Konsequenzen gezogen: „Callcenter Anrufe werden von uns drastisch reduziert. Neugeschäft machen wir nur noch mit Gesellschaften mit Maklerbetreuer, die für mich und die Belange meiner Kunden da sind.“ Diesen Tenor hörten wir immer bei den Antworten.

Dass es aber auch besser gehen kann, zeigt ein Makler auf: „Wir sind Reiseversicherungsmakler. Die Callcenter in dieser Branche sind hervorragend. Die der Sachversicherer schlecht.“

Lassen Sie sich in die Gedankenwelt der Makler bezüglich der Callcenter entführen – es ist eine spannende Lektüre.

Ihr  
Friedel Rohde

## Inhaltsverzeichnis

<b>1</b>	<b>Management Summary .....</b>	<b>8</b>
<b>2</b>	<b>Methodik der Befragung .....</b>	<b>13</b>
<b>3</b>	<b>Fragen und Auswertung .....</b>	<b>16</b>
<b>3.1</b>	<b>Allgemein .....</b>	<b>16</b>
3.1.1	Wenn Sie an Ihr Kommunikationsverhalten in der Zusammenarbeit mit Versicherern denken, wie würden Sie den prozentualen Anteil der folgenden Kommunikationskanäle ungefähr einschätzen? Es geht dabei um die von Ihnen ausgehende Kommunikation.....	16
3.1.2	Wenn Sie einmal an typische Problemstellungen der letzten drei Monate denken: Mit welchem Medium haben Sie die besten Erfahrungen gemacht, um in der Zusammenarbeit mit einem Versicherer ein Problem konkret zu lösen? .....	22
3.1.3	Haben Sie bereits von der Einführung der DeMail und dem E-Postbrief als sichere Variante des E-Mail-Verfahrens gehört? Planen Sie die Nutzung dieser E-Mail-Verfahren? .....	25
<b>3.2</b>	<b>Nutzung telefonischer Kanäle.....</b>	<b>27</b>
3.2.1	Wenn Sie an die Nutzung der telefonischen Kontaktmöglichkeiten mit den Versicherern denken, wie teilt sich diese Kommunikation prozentual in der Praxis auf die folgenden Möglichkeiten auf?.....	27
3.2.2	In wie viel Prozent Ihrer Anrufe erleben Sie besetzte Leitungen oder der Anruf landet auf einem Anrufbeantworter?.....	38
<b>3.3</b>	<b>Callcenter der Versicherer.....</b>	<b>39</b>
3.3.1	Wenn Sie jetzt an telefonische Kontakte mit Versicherern im Jahr 2010 denken, die von einem Callcenter angenommen wurden: In wie vielen Fällen, prozentual gesehen, konnte ihr Anliegen im Durchschnitt direkt von der ersten Kontaktpersonen für sie zufrieden stellend gelöst werden? .....	39
3.3.2	Wenn Ihr Anliegen in einem Callcenter nicht von der ersten Kontaktperson gelöst werden konnte, wie oft wurden Sie im Jahr 2010 im Durchschnitt an eine andere Person weitergeleitet? .....	46

3.3.3	Wenn Sie einmal an Anrufe im Jahr 2010 denken, bei denen Sie von der Person, mit der Sie zuerst gesprochen haben, weitergeleitet wurden: Hatten Sie das Gefühl, dass die Informationen, die sie bereits gegeben hatten, dem neuen Gesprächspartner bereits bekannt waren oder mussten Sie Ihr Problem im Regelfall nochmals komplett neu erläutern? .....	50
<b>3.4</b>	<b>Automatisierte Auswahlmenüs in Callcentern .....</b>	<b>55</b>
3.4.1	In einigen Fällen, in denen Anrufe in Callcenter angenommen werden, gelangen Sie zunächst in ein automatisiertes Auswahlmenü, bei denen über Sprache oder Tastatureingabe bestimmte Themenbereiche vorher ausgewählt werden müssen. Wenn Sie einmal ausschließlich an Callcenter der Versicherer denken, in wie viel Prozent der Fälle mussten Sie im Jahr 2010 dort eine solche Vorauswahl treffen?.....	55
3.4.2	Wenn Sie eine Vorauswahl von Themenbereichen über ein automatisiertes Auswahlmenü treffen mussten, wie hilfreich bewerten Sie dieses im Regelfall? Bitte vergeben sie eine Schulnote. ....	60
<b>3.5</b>	<b>Wartezeiten .....</b>	<b>63</b>
3.5.1	Bei Anrufen, die bei einem Callcenter auflaufen, landen Anrufer in aller Regel zunächst in einer Warteschleife. Wie bewerten Sie die Wartezeiten? .....	63
3.5.2	Wenn Sie einmal an die Wartezeiten im Jahr 2010 denken, bis Sie den ersten Mitarbeiter bei dem angerufenen Unternehmen sprechen konnten, welche Wartezeit würden Sie persönlich als maximal zumutbar sehen? .....	67
<b>3.6</b>	<b>Bewertung von Callcentern.....</b>	<b>70</b>
3.6.1	Die Versicherungsunternehmen wollen mit der Einrichtung von Callcenter ihre eigene Effizienz steigern. ....	70
3.6.1.1	Wie sehen Sie die Auswirkungen in Ihrem eigenen Maklerunternehmen hinsichtlich Effizienz?.....	70
3.6.1.2	Wie sehen Sie die Auswirkungen in Ihrem eigenen Maklerunternehmen hinsichtlich der Qualität der Zusammenarbeit?.....	76
3.6.2	Wenn Sie an typische Anrufe bei Versicherern im Jahr 2010 denken, die in Callcentern abgewickelt werden, wie bewerten	

Sie folgende Kriterien von 1 (sehr gut) bis 6 (schlecht) nach Schulnoten im Erfahrungsdurchschnitt? .....	80
3.6.3 Wenn Sie zum Abschluss auch Callcenter von Pools und Dienstleistern bei Ihrer Arbeit nutzen, welche bewerten Sie hier besonders positiv? .....	86
<b>3.7 Bewertung der VU hinsichtlich telefonischer Erreichbarkeit .....</b>	<b>92</b>
3.7.1 Wenn Sie nun noch an die Versicherungsunternehmen denken, die aus Ihrer Sicht generell telefonisch sehr gut erreichbar sind (egal ob Sachbearbeiter, Maklerbetreuer oder Callcenter): Welche Unternehmen sind das? Bitte nennen Sie maximal drei Unternehmen aus der Liste. ....	92
3.7.2 Bezogen auf die drei von Ihnen genannten Unternehmen, die besonders gut telefonisch erreichbar sind: Worauf bezieht sich ihre positive Einschätzung?.....	96
3.7.3 Wenn Sie nun noch an die Versicherungsunternehmen denken, die aus Ihrer Sicht besonders schlecht erreichbar sind: Bitte nennen Sie auch hier maximal drei Unternehmen aus der Liste. ...	100
<b>3.8 Antwortzeiten bei verschiedenen Kommunikationskanälen .....</b>	<b>103</b>
3.8.1 Wenn Sie einmal an typische alltägliche Problemstellungen denken, wegen derer Sie bei einem Versicherer anrufen, bei denen Sie aber nicht sofort am Telefon eine Lösung bekommen haben: Wie lange sind Sie bereit, auf eine Lösung oder einen Rückruf zu warten? .....	103
3.8.2 Wenn Sie einmal an typische alltägliche Problemstellungen denken, wegen derer Sie den Versicherer per E-Mail (direkt an eine Kontaktperson) kontaktieren: Wie lange sind Sie bereit, auf eine Antwort zu warten? .....	108
3.8.3 Wenn Sie einmal an typische alltägliche Problemstellungen denken, wegen derer Sie den Versicherer per E-Mail über eine zentrale Mail-Adresse (info@adresse, Gruppenbriefkasten, Abteilungsbriefkasten) kontaktieren: Wie lange sind Sie bereit, auf eine Antwort zu warten? .....	112
<b>3.9 Erfahrungen mit Call-Back-Buttons in Makler-Extranets und Anrufbeantwortern .....</b>	<b>116</b>
3.9.1 Wenn ein VU einen Call-Back-Button anbietet, sind Sie bereit diesen zu nutzen? .....	117

3.9.2	Wenn Sie im Jahr 2010 auf einen Anrufbeantworter eines VU gesprochen haben, wie waren die Rückrufzeiten in Schulnoten? .	122
<b>3.10</b>	<b>Fragen zu Ihrer Person .....</b>	<b>124</b>
3.10.1	Sie sind: .....	124
<b>4</b>	<b>Rückmeldungen per E-Mail.....</b>	<b>127</b>