

Allianz Suisse

Kommunikation

Medienmitteilung

Resultate für den Kunden 2013/14

Allianz Suisse baut auf Kundenzufriedenheit

- **Allianz Suisse veröffentlicht den Bericht "Resultate für den Kunden 2013/14"**
- **Kundenbegeisterung für nachhaltiges Wachstum unerlässlich**
- **Zufriedenheit in zwei von drei Dimensionen gesteigert**
- **Allianz Suisse Kundenberatung erhält mit 9,03 Punkten Top-Note**

Zürich, 27. Januar 2014 – Heute veröffentlicht die Allianz Suisse den aktuellen Kundenbericht „Resultate für den Kunden 2013/14“. Bereits zum zweiten Mal in Folge dokumentiert das Versicherungsunternehmen die Zufriedenheit seiner Kunden in den Dimensionen Service, Beratung und Schaden und schafft so zusätzliche Transparenz.

Im Rahmen der internationalen Allianz-Initiative "Resultate für den Kunden", legt die Allianz Suisse auch dieses Jahr offen und transparent dar, wie ihre Kunden die Serviceleistungen an den drei Berührungspunkten Service, Beratung und Schaden beurteilen. Erneut sind mehr als 30'000 Kundenmeinungen in die Auswertung eingeflossen. "Wenn es um Kundenorientierung und Mehrwert für den Kunden geht, dann wollen wir zu den Besten gehören", erklärt Martin Jara, Leiter Marktmanagement und Mitglied der Geschäftsleitung der Allianz Suisse. Und weiter: „Wir wollen unsere Kunden verstehen und nehmen die gewonnenen Rückmeldungen der Umfragen sehr ernst. Denn nur so können wir unsere Dienstleistungen verbessern und optimal den Kundenbedürfnissen anpassen – darin liegt ein enormes Potenzial“.

Neben exzellenten Produkten trägt vor allem eine Top-Beratung, ein starker Service und eine effiziente Schadenbearbeitung zur Kundenzufriedenheit und damit auch zu nachhaltigem wirtschaftlichem Erfolg bei. Jara: „Um nachhaltig zu wachsen, müssen wir die Gruppe der von uns begeisterten Kunden vergrössern. Das ist uns bisher gut gelungen.“

Die konsequente Ausrichtung an den Bedürfnissen der Kunden ist ein wichtiger strategischer Baustein der Allianz Suisse. Denn nur zufriedene Kunden empfehlen die Produkte und Dienstleistungen des Unternehmens im Familien- oder Bekanntenkreis weiter, eine bedeutende Voraussetzung für zukünftiges Wachstums.

Um die Bedürfnisse noch besser kennen zu lernen, beurteilt der Kunde im Rahmen von Interviews die erlebte Servicequalität auf einer Skala von 0 bis 10. Für diese Methode werden zuerst relevante Ereignisse definiert, wie beispielsweise die Bearbeitung eines Schadensfalls oder die Qualität eines Beratungsgesprächs.

Kundenrückmeldungen zeigen Wirkung

Die Kundenrückmeldungen aus der letzten Umfrage haben schon zu konkreten Massnahmen geführt. So hat die Allianz Suisse ganz gezielt in die Ausbildung ihrer Mitarbeitenden im Kundenservicecenter investiert. Mit erfreulichem Resultat: In zwei der drei abgefragten Haupt-Dimensionen konnte die Allianz Suisse in den Augen ihrer Kunden gegenüber dem Vorjahr noch einmal zulegen.

Die Servicequalität haben die Kunden im Vergleich zum Vorjahr (8,3) mit 8,39 Punkten bereits leicht besser bewertet. Hier stach besonders die Gesprächsatmosphäre mit 8,48 Punkten hervor. Insgesamt konnten sämtliche Teil-Dimensionen aus Kundensicht zulegen.

Besonders zufrieden zeigten sich die Kunden mit der professionellen Beratung und benoteten diese sogar mit 9,03 Punkten (Vj: 9,02). Die rund 1'000 Berater der Allianz Suisse konnten sich in fast allen Teil-Dimensionen steigern. Insbesondere das Auftreten (9,19) und die Fachkompetenz (9,11) wurden, wie bereits bei der letzten Umfrage, speziell gut bewertet, wobei der Beratungsumfang noch Spielraum nach oben offen lässt (8,82).

Die Bewertung der Schadenbearbeitung hat sich mit 8,20 Punkten (Vj: 8,23) hingegen ganz leicht verschlechtert. Dabei lagen vier von fünf Teil-Dimensionen weit über dem Durchschnittswert der Haupt-Dimension Schaden: Einfachheit und Geschwindigkeit der Schaden erledigung (8,42), Freundlichkeit (8,56), Fachkompetenz der Mitarbeitenden (8,33) sowie Informationen zum weiteren Vorgehen (8,29).

Der Kundenbericht "Resultate für den Kunden 2013/14" steht Ihnen unter www.allianz.ch/kundenresultate zum Download zur Verfügung.

Weitere **Presseinformationen der Allianz Suisse** finden Sie auf unserem Internetportal www.allianz.ch/news

Für weitere Auskünfte

Kommunikation Allianz Suisse

Hans-Peter Nehmer, Telefon: 058 358 88 01; E-Mail: hanspeter.nehmer@allianz-suisse.ch

Harry H. Meier, Telefon: 058 358 84 14; E-Mail: harry.meier@allianz-suisse.ch

Über die Allianz Suisse Gruppe

Die Allianz Suisse Gruppe ist mit einem Prämienvolumen von über 4,1 Mrd. Franken eine der führenden Versicherungsgesellschaften der Schweiz. Zur Allianz Suisse Gruppe gehören unter anderem die Allianz Suisse Versicherungs-Gesellschaft AG, die Allianz Suisse Lebensversicherungs-Gesellschaft AG, die CAP Rechtsschutz-Versicherungsgesellschaft AG und die Quality1 AG. Die Geschäftstätigkeit der Allianz Suisse Gruppe umfasst Versicherung, Vorsorge und Vermögen. Sie beschäftigt rund 3'500 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter und ist Teil der internationalen Allianz Gruppe, die in über 70 Ländern auf allen Kontinenten präsent ist. 2013 wurde die Allianz Gruppe als Super Sector Leader des Dow Jones Sustainability Index (DJSI) ausgezeichnet. Seit dem Jahr 2000 ist das Unternehmen mit Spitzenpositionen in dem weltweit beachteten Nachhaltigkeitsindex vertreten.

In der Schweiz verlassen sich über 930'000 Privatpersonen und über 100'000 Unternehmen in allen Lebens- und Entwicklungsphasen auf die Beratung und den Versicherungs- und Vorsorgeschutz der Allianz Suisse. Ein dichtes Netz von 130 Geschäftsstellen sichert die Nähe zu den Kunden in allen Landesteilen.

Die Allianz Suisse ist offizieller Partner des Schweizerischen Roten Kreuzes, von Swiss Paralympic und des Swiss Economic Forum (SEF).

Vorbehalt bei Zukunftsaussagen

Soweit wir in diesem Dokument Prognosen oder Erwartungen äussern oder die Zukunft betreffende Aussagen machen, können diese Aussagen mit bekannten und unbekanntem Risiken und Ungewissheiten verbunden sein. Die tatsächlichen Ergebnisse und Entwicklungen können daher wesentlich von den geäusserten Erwartungen und Annahmen abweichen. Neben weiteren hier nicht aufgeführten Gründen können sich Abweichungen aus Veränderungen der allgemeinen wirtschaftlichen Lage und der Wettbewerbssituation, vor allem in Allianz Kerngeschäftsfeldern und -märkten, aus Akquisitionen sowie der anschliessenden Integration von Unternehmen und aus Restrukturierungsmassnahmen ergeben. Abweichungen können ausserdem aus dem Ausmass oder der Häufigkeit von Versicherungsfällen, Stornoraten, Sterblichkeits- und Krankheitsraten beziehungsweise -tendenzen und, insbesondere im Bankbereich, aus der Ausfallrate von Kreditnehmern resultieren. Auch die Entwicklungen der Finanzmärkte und der Wechselkurse sowie nationale und internationale Gesetzesänderungen, insbesondere hinsichtlich steuerlicher Regelungen, können entsprechenden Einfluss haben. Terroranschläge und deren Folgen können die Wahrscheinlichkeit und das Ausmass von Abweichungen erhöhen. Die hier dargestellten Sachverhalte können auch durch Risiken und Unsicherheiten beeinflusst werden, die in den jeweiligen Meldungen der Allianz SE an die US Securities and Exchange Commission beschrieben werden. Die Gesellschaft übernimmt keine Verpflichtung, die in dieser Meldung enthaltenen Aussagen zu aktualisieren.