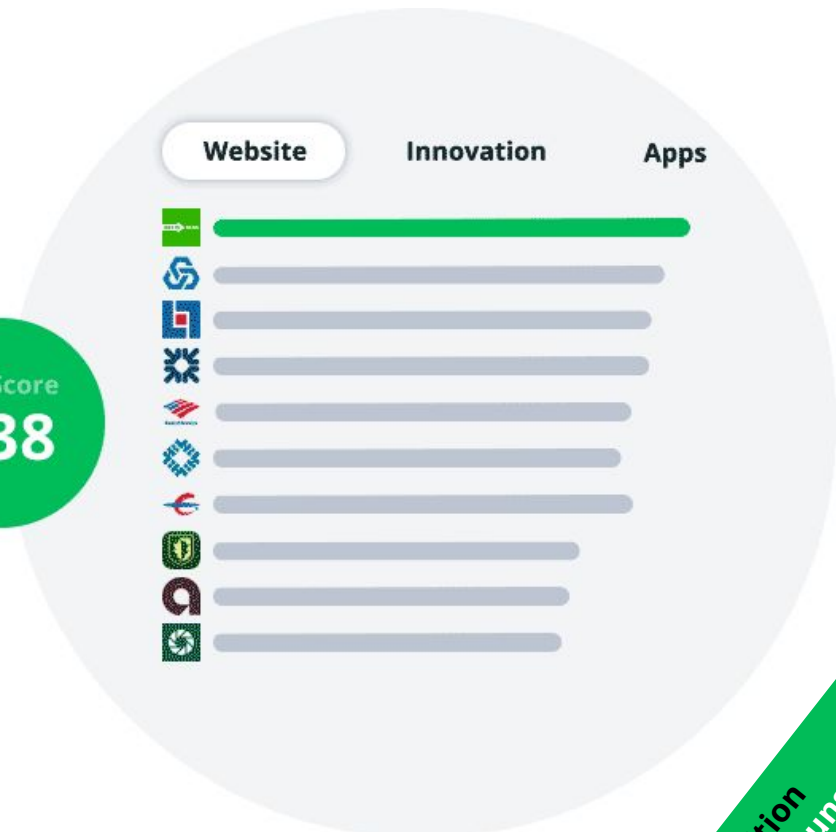


Finnoscoreconsult

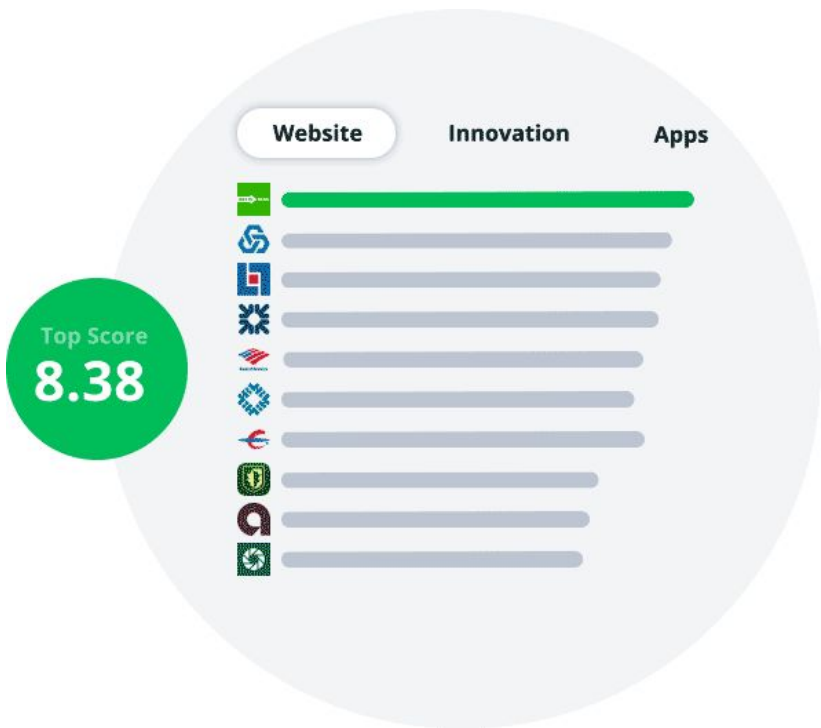
Finnoscore 2023: Deutschland Edition

Der unabhängige Versicherungs- & Bankenvergleich für Europa und Nordamerika.

Top Score
8.38



**Edition
Versicherungen**



1

Vorwort & Executive Summary

2

Methodik der Studie

3

Ergebnisse Deutschland

4

Über Finnoconsult

Wir kennen die Herausforderungen von Versicherungen und Banken.



Wir sind eine «Digital Consulting + Delivery Boutique» mit Fokus auf innovative Geschäftsmodelle und digitale Finanzdienstleistungen.

Erfolgreiche digitale Lösungen haben für uns eines gemeinsam: die Erfüllung realer Bedürfnisse und eine herausragende User Experience.

Wir bringen User-Experience mit FinTech- & InsureTech-Expertise zusammen und schaffen digitale Erlebnisse, die Kunden ansprechen.



https://clutch.co/profile/innoconsult_gmbh/insuretech

Vorwort & Executive Summary



Chris Berger
Co-Founder & CEO

Finnococonsult

[LinkedIn](#)

Warum machen wir diese Studie?

Im Banking führen wir die Finnscore-Studie bereits seit 2015 jährlich mit einem Sample von derzeit 250 Banken in Europa und Nordamerika durch. Viele der analysierten Institute durften wir zwischenzeitlich auch dabei unterstützen, ihr digitales Kundenerlebnis ganzheitlich oder punktuell zu optimieren. Da auch im Versicherungswesen der Bedarf an digitalen Services mit einer ansprechenden User Experience wächst, haben wir die Finnscore-Studie nun bereits zum zweiten Mal auch für Versicherungen durchgeführt.

Immer mehr InsureTechs, Neoversicherungen und weitere digitale Player versuchen Marktanteile der klassischen Versicherer zu erobern. Selbst für große etablierte Versicherungsinstitute bedeutet die Vielzahl an Möglichkeiten, diesem Trend etwas entgegenzusetzen, auch entsprechend hohe Aufwände. Stillstand allerdings ist keine Option, aktionistisch zu handeln schon gar nicht. Um Versicherungen dabei zu helfen, schnell von Best Practices zu lernen, erarbeiten wir jährlich eine Studie zum digitalen Reifegrad, aktuell von 139 Versicherungen unterschiedlichster Nationen in Europa und Nordamerika.

Dabei bewerten wir jedes Institut durch drei unabhängige Analysten anhand von 480 Kriterien rein aus Kundensicht und zeigen am Beispiel von Best Practices auf, wie die Top Performer in jedem der zehn Expertise-Bereiche vorgehen.

Die wesentlichen Erkenntnisse der Finnscore Studie 2023 / Versicherungen

Die Benutzerfreundlichkeit von Webseiten gewinnt immer mehr an Bedeutung und ist in diesem Jahr bei vielen Instituten die am stärksten ausgeprägte Finnscore-Dimension.

Da das Thema digitale Sicherheit auch in der Versicherungsbranche immer mehr an Bedeutung gewinnt, haben wir in diesem Jahr das Thema Cybersicherheit und Datenschutz explizit als neue Dimension aufgegriffen.

Traditionelle Versicherungen performen dieses Jahr im Schnitt etwas besser als Neoversicherungen. Dies rührt vor allem von der starken Performance der traditionellen Versicherer in den Dimensionen Cyber Sicherheit sowie Omnichannel Kommunikation. Allerdings schneiden die deutschen Neoversicherer in der Kategorie Mobile Services aufgrund ihrer intuitiven Produkte besser ab, als viele traditionelle Institute.

Der weiße, digitale Fleck bei vielen Versicherern: bei einem der sensibelsten Momente für den Kunden, der Online Schadensmeldung, bieten leider immer noch weniger als die Hälfte der Versicherer ein einfaches, UX-optimiertes Formular und die Möglichkeit, nicht nur Dokumente und Belege direkt hochzuladen, sondern auch Soforthilfe zu erhalten oder den Schaden schnell per Chat einzureichen.



1

Vorwort & Executive Summary

2

Methodik der Studie

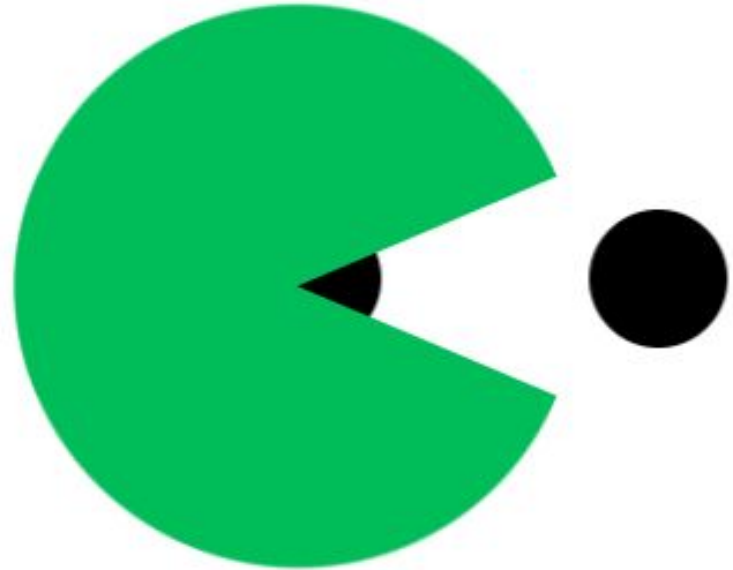
3

Ergebnisse Deutschland

4

Über Finnoconsult

Wie ist es um die
digitale Kompetenz
der Versicherungen
und InsureTechs in
Deutschland, Europa
& Nordamerika
bestellt?



Der unabhängige
Vergleich,
der objektive
Antworten liefert.

Der Finnoscore basiert ausschließlich auf öffentlich verfügbaren Informationen und **bewertet objektiv die digitale Reife und das Innovationserlebnis von Versicherungen.**

Die zusätzliche Einordnung der Ergebnisse übernimmt, mit mehr als **30 Jahren kumulierter Praxiserfahrung**, das Finnoconsult-Team.





Antwort darauf gibt die

Finnoscore Versicherungen 2023

Erfahren Sie, wie Kunden Versicherungen erleben. Wer sind die Gewinner, wer sind die Verlierer? Wie schneiden die traditionellen Versicherungen im Vergleich mit den InsureTechs ab?

Diese Informationen liefert unsere Studie „Finnoscore 2023 | Edition Versicherungen: Die digitale Customer Experience deutscher Versicherer“ in Zusammenarbeit mit der VERS Leipzig.

Wir machen die digitale Kompetenz mess- und vergleichbar.



Misst die Qualität und Attraktivität des digitalen Angebots aus **Sicht des Kunden**.



480 Kriterien in 11 Dimensionen* für eine **objektive Experten-Bewertung**. Zeitraum der Datenerhebung war Mai 2023 bis September 2023.



Analyse und Benchmark-Bericht von **139** traditionellen Versicherungen & Neoversicherungen aus 12 Ländern** in Europa und Nordamerika, davon 37 in Deutschland.

**Genauere Informationen zu den einzelnen Dimensionen finden sich im Anhang. Für weitere Details kontaktieren Sie uns gerne persönlich.*

***Sample wird laufend erweitert*

Überblick: Bewertungsdimensionen für Versicherungen (I)

Ziel des Finnoscore ist es, die sich ständig ändernden Bedürfnisse des Marktes widerzuspiegeln. Dieses Jahr wurden deshalb die Dimensionen Webseite, Onlineverkauf, Omnichannel Kommunikation und Mobile Services angepasst und erweitert. Den steigenden Erwartungen an die Benutzerfreundlichkeit von Webseiten tragen wir mit zehn neuen UI-Detailkriterien Rechnung. Die Dimension Mobile Services wurde um weitere UX-Kriterien (Gestaltung, Lesbarkeit, Navigation und Designlogik) der Seite ergänzt.



Webseite

- Funktion auf allen Geräten
- Barrierefreiheit
- UI Layout
- UI Interaktion
- UI Navigation
- UI Unterebenen
- UI Erreichbarkeit
- UI Farbe
- UI Touch Devices
- UI Ersteindruck
- UX Experience & Emotion
- UX Auffindbarkeit
- Qualität der Suchfunktion / Ergebnisrelevanz
- Page Speed



Onlineverkauf

- Qualität der Beschreibung
- Bedingungen Erklärung
- Preise
- CTAs
- Onlinerechner
- Wizard
- Kundenbewertungen
- Abschlussvorgang (langfristig)



Omnichannel-Kommunikation

- Online Beratung (Chat, Videochat, Chatbot)
- Feedbackformular
- Kontaktkanäle
- Schnelligkeit und Qualität einer Antwort
- Terminvereinbarung



Mobile Services

- Auffindbarkeit
- Kundenbewertungen
- Qualität der Beschreibung
- Funktionsumfang der Gesamtheit der Mobile Services
- Gestaltung/Attraktivität/Lesbarkeit
- Navigation/Orientierung
- Designlogik
- Prozesse mobil allg.

Überblick: Bewertungsdimensionen für Versicherungen (II)

Alle Dimensionen aus dem letzten Jahr wurden übernommen. Mit Cybersicherheit ist eine neue Dimension hinzugekommen, die im Zusammenhang mit der Verarbeitung sensibler privater Kundendaten immer wichtiger wird.



Online Marketing

- SEO
- Bezahlter Traffic



Kundenbindungsprogramme

- Programm(e)
- Attraktivität



Online Services

- Auffindbarkeit
- Funktionsumfang
- Qualität der Beschreibung



Cybersicherheit

- Authorisierung
- Datenschutz
- Gefühl von Sicherheit
- Sicherheitsmaßnahmen



Social Media & Community

- Social Media Präsenz
- Business Social Media Präsenz
- Reaktion auf Kundenfeedback



Schadensfall Onlinemeldung

- Zugang von Homepage
- Online-Meldungsprozess



Innovation & Soziale Verantwortung

- Soziale Verantwortung
- Darstellung der Innovation
- Nachhaltigkeitsagenda



- 1 Vorwort & Executive Summary
- 2 Methodik der Studie
- 3 Ergebnisse Deutschland
- 4 Über Finnoconsult

Key Findings des Finnoscore Versicherungen 2023

Deutschland (I)

Von allen Dimensionen schneidet **Webseite** am besten ab (7,30).

Die deutschen Institute haben in dieser Kategorie vor allem in folgenden Teilbereichen sehr gute Scores erzielt:

- Responsiveness / gute Funktionalität bei verschiedenen Geräten (9,21)
- Design Layout inkl. angemessenen Screenbreiten (9,09)
- Interaktions- und Navigations-Möglichkeiten und ihre Auffindbarkeit (8,47)

Die deutschen Versicherungen können in der Dimension **Mobile Services** den höchsten jährlichen Punktezuwachs generieren. Damit ist Mobile Services eine der Dimensionen mit höherer Gesamtzahl (5,75) im Vergleich zu vielen anderen Dimensionen. Die besten Ergebnisse wurden bei Navigation / Orientierung inkl. Online-Mahnung-Optionen, Tipps & Tricks sowie Online-Hilfs-Tools erzielt.

Aufholpotenzial haben die Institute beim Funktionsumfang ihrer Mobile Services. Hier liegt die Durchschnittsnote mit 3,87 hinter der Gesamtnote von 5,75 zurück.

Eine überdurchschnittliche Performance im Vergleich zu den anderen Dimensionen zeigt sich auch in der in diesem Jahr neu hinzugekommenen Dimension **Cybersicherheit**. Hier erreichen die deutschen Versicherer 6,83 Punkte.

Für die Kund:innen wird der Umgang mit ihren Daten immer wichtiger. Daher konzentrieren sich die Institute vor allem auf den Datenschutz: Gibt es eine klar gekennzeichnete Datenschutzrichtlinie oder wie sehen die Cookie-Einstellungen aus? Ein weiterer Fokus liegt auf der Vermittlung eines Sicherheitsgefühls z. B. wie gut Sicherheitszertifizierungen kommuniziert werden.

Key Findings des Finnoscore Versicherungen 2023

Deutschland (II)

62% der Versicherungen haben eine schnell auffindbare **Schadensmeldung** auf der Hauptseite oder nur einen Klick entfernt. Davon bieten 22 Versicherungen bzw. 59 % den User:innen nicht nur die Möglichkeit, die Dokumente sofort hochzuladen – tlw. sogar per Chatbot – und das alles auf Basis eines guten UI-Einreichungsformulars. Zudem können sie bei einigen den Bearbeitungsstatus sehen.

Insgesamt bietet zumindest die Hälfte der deutschen Versicherungen Online-Beratung als Teil ihrer **Omnichannel-Kommunikation**. Hierzu zählen unter anderem Chatbot sowie Livechat- und Videoberatungs-Optionen. Allerdings haben nur 24 % von ihnen eine Online-Terminvereinbarungsfunktion.

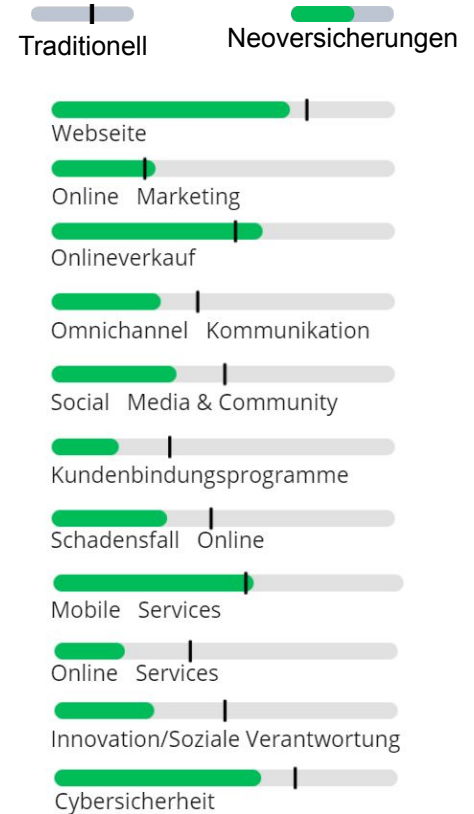
Ein weiteres wichtiges Handlungsfeld der Branche ist - vielleicht stärker denn je - das Thema **Innovation & Soziale Verantwortung**. Schon 70 % der Versicherungen haben eine gute Nachhaltigkeitsagenda mit inkludierten Produkten oder der Mitwirkung von Angestellten. 40 % davon haben mehreren Initiativen im Bereich der sozialen Verantwortung, dabei wird nicht nur die Community oder Region unterstützt, sondern es werden Seminare durchgeführt oder die Mitarbeiter:innen tragen mit freiwilliger Arbeit bei.

59 % der Versicherungen ermöglichen einen **Onlineverkauf** für ihre potenziellen Kund:innen. Dazu steht bei mehr als der Hälfte der gängigen Versicherungen ein direkt wählbarer Online-Abschluss zur Verfügung.

Hier übertreffen Neoversicherungen die traditionellen Versicherungen in Deutschland

Onlineverkauf – Neoversicherungen performen in dieser Dimension besser als traditionelle Versicherungen. Sie punkten hier mit übersichtlichen Preisdarstellungen für potenzielle Neukunden, gut platzierten und hervorgehobenen CTA Buttons, einer guten Darstellung der Kundenbewertungen sowie mit zahlreichen Online-Abschlussmöglichkeiten.

Mobile Services – Die mobilen Features sind oft auf der Hauptseite platziert, so dass User:innen diese schnell und leicht finden können. Neoversicherer haben spannende und intuitiv nutzbare App-Funktionen, mit guten ausführlichen Beschreibungen. Auch die Gestaltung der Mobilen Services am Mobiltelefon ist für die potenziellen Kund:innen gut auffindbar und lesbar und durch eine einfache Orientierung gekennzeichnet.





Hier übertreffen Neoversicherungen die Direkt-Anbieter in Deutschland

Omnichannel Kommunikation -

Terminvereinbarung – Neoversicherungen performen hier um einiges besser als die Direkt-Anbieter. Sie punkten nicht nur mit der Möglichkeit, dass potenzielle Kund:innen Termine selbständig online vereinbaren können, sondern bieten ihnen zusätzlich an, den oder die Betreuer:in auswählen zu können.

Social Media & Community -

Business Social Media Präsenz – Neoversicherungen führen ihre Seiten auf Business Social Media wie LinkedIn viel aktiver. Sie haben eine höhere Frequenz an Posts und sie bekommen aktive Reaktionen in Form von Likes und Kommentaren von User:innen. Dazu bleiben die Neoversicherungen aktiv in der Kommunikation und reagieren auf die meisten Kommentare.






Mobile Services -

Auffindbarkeit – In dieser Kategorie haben Neoversicherungen den Pluspunkt klar verdient. Sie machen es den Usern sehr leicht ihre Apps und die dazugehörigen Beschreibungen. Sie platzieren die Apps meist auf den Hauptseiten und heben diese farblich hervor.

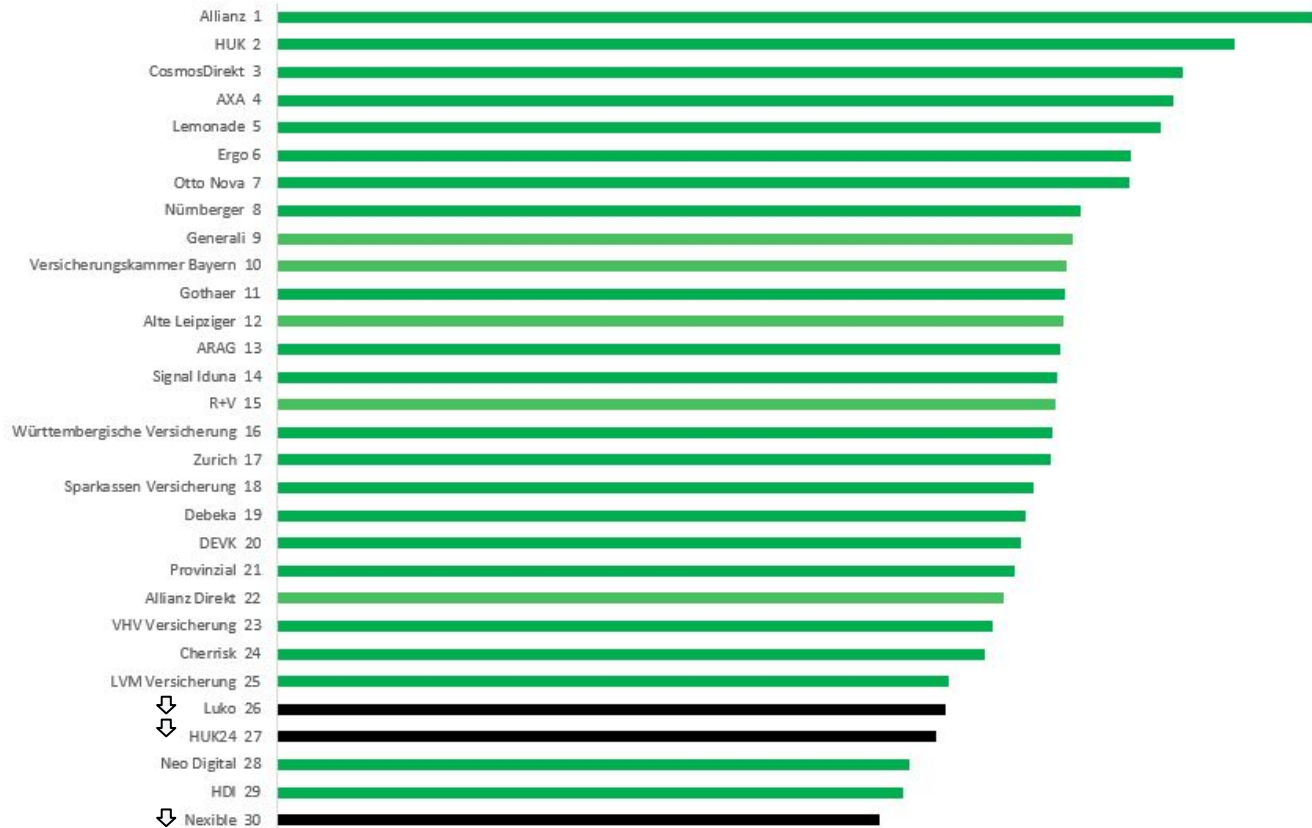
Kundenbewertungen – Die Apps von Neoversicherungen realisieren höhere Kundenbewertungen im iStore und playStore.

Qualität der Beschreibung – Die Darstellung der Apps ist auf einem guten Niveau. Dazu gibt es nicht nur ausführliche textliche Erklärungen, sondern bei manchen Neoversicherungen auch Videos. Was für die Vollständigkeit und Verständlichkeit von App Funktionen von großem Vorteil ist.

Top 5 Versicherungen Deutschland

	Versicherung	Land	Finnoscore
1	 Allianz	Deutschland	7,08
2	 HUK	Deutschland	6,53
3	 Cosmos Direkt	Deutschland	6,18
4	 AXA	Deutschland	6,11
5	 Lemonade	Deutschland	6,03

Finnoscore Versicherungen 2023 – Top 30 Deutschland





Wo die deutschen Top 3 Versicherungen gepunktet haben



Allianz

Kundenbindungsprogramme

Die attraktiven Programme der Allianz bieten Kunden die Möglichkeit, Vergünstigungen bei mehreren Produkten sowie bessere Preise und Rabatte für Einkäufe bei Vertragspartnern zu erhalten.

Innovation & Soziale Verantwortung

Die Allianz hat mehrere sichtbare Initiativen im Bereich der CSR. Nicht nur finanziell werden die Community und Regionen unterstützt, auch die Mitarbeitenden steuern mit ihrer freiwilligen Arbeit einiges bei.

Cybersicherheit

Die Versicherungs-Website zeigt DSGVO Sicherheitszertifizierungen, außerdem können die User schnell den Kontakt mit dem Security Team aufnehmen.



HUK

Webseite

Die Webseite bietet eine ansprechende Hauptseite mit schnell auffindbaren Informationen und Shortcuts für die wichtigsten Themen. Im Menü werden die Unterebenen übersichtlich in ihrer Gesamtheit dargestellt.

Omnichannel Kommunikation

Die Terminvereinbarung ist schnell auffindbar, potenzielle Kund:innen können Datum und Uhrzeit auswählen. Außerdem ist es möglich ad hoc Online Meetings zu starten.

Social Media & Community

Die HUK hat eine aktive Social Media-Präsenz, mit mehreren aktiven Kanälen und guter Engagement Rate.



Online Verkauf

Die Produkte werden gut präsentiert. Die Preise sind durch die Berechnungsmöglichkeiten schnell auffindbar und viele Produkte sind online abschließbar. Auszeichnungen und Kundenbewertungen dienen als zusätzliche Verkaufsargumente.

Mobile Services

Die mobile App ist auf der Hauptseite gut auffindbar. Mit dem QR-Code können die User diese schnell finden und herunterladen. Die App hat sehr gute Kundenbewertungen in der App Stores (4,7).

Innovation & Soziale Verantwortung

Cosmos Direkt legt großen Wert auf eine Nachhaltigkeitsagenda. Sie fördern eine sauberere und umweltfreundlichere Welt durch Investitionen in Unternehmen mit niedrigem CO2-Fußabdruck.

Die "ideale Versicherung" - die deutschen Top-Performer jeder Dimension 2023



Webseite

Allianz



Onlineverkauf

Lemonade



Loyalty

Allianz



Online Services

Gothaer



Online Marketing

wefox



Omnichannel - Kommunikation

Allianz



Schadensfall Onlinemeldung

Lemonade



Innovation & Soziale Verantwortung



Sparkassen Versicherung



Social Media & Community



Mobile Services

Lemonade



Cybersicherheit

Allianz

Lernen von den Besten!

Es gibt nicht "die beste" Versicherung, sondern in jeder Dimension Top Performer, an denen es sich zu orientieren lohnt.

Die Aufsteiger und Absteiger des Jahres 2023 (Deutschland)






Die **Gothaer** und die **Nürnberger** haben in diesem Jahr die höchsten Zuwächse zu verzeichnen. Dies ist vor allem auf die Mobile Services zurückzuführen, bei denen sie stark punkten konnten.

GetSafe und **BNP Paribas (Cardif)** haben bei ihrer Social Media Kanälen und Omnichannel Kommunikation an Punkten verloren.



Top 5 Aufsteiger






Bank

1	Gothaer	
2	Nürnberger	
3	Ottanova	
4	AXA	
5	CosmosDirekt	



Top 5 Absteiger

Bank

1	GetSafe	
2	BNP Paribas (Cardif)	
3	Nexible	
4	Luko	
5	HUK24	



1

Vorwort & Executive Summary

2

Methodik der Studie

3

Ergebnisse Deutschland

4

Über Finnoconsult

Key Facts Finnoconsult

- **Umsätze** 10 Mio. EUR p. a. (Durchschnitt der letzten drei Jahre)
- **Workforce** 45 Experten
- **Standorte** Berlin / Wien / Paris / Budapest / Zürich
- **Expertise**

Customer Insights Experten	Developer Web & Mobile	UX-Experten / UI-Designer
Business Analysten	IT-Architekten	Creatives / Innovation-Experts
Agile Facilitators / Scrum Masters	Requirements Engineers	Digital Marketing / Growth Hackers

- **Awards**



International Banking
Tech Awards '18:
3rd category "Mobile
Apps"



Constantinus-Award '18:
3rd category "Mobile Apps"



Handelsblatt
Diamond Star '18:
Finalist „Digital Banking“



Capital '20:
Top-rated FinApps

Unser Management-Team



Chris Berger
Finnoconsult

Chief Strategist / Head of Sales

Schlüssel-Funktionen (Auszug)

Erste Bank Group: CEO George Labs

2012-15

Bank Cler: Program Manager @ Cler Zak
2016-19

Sparda: Strategic Advisor @ Sparda Teo
2018-20

Mentor in FinTech Forum D.A.CH.



Martin Schachinger
Finnoconsult

Chief Creative / Head of Products

Schlüssel-Funktionen (Auszug)

Erste Bank Group: auth. Proxy George Labs

2012-15

Bank Cler: Productowner @ Cler Zak 2016-19
Sparda: Productowner @ Sparda Teo 2018-20



Guillaume Vaslin
FINNOSTUDIO

Chief Designer / Head of Marketing

Schlüssel-Funktionen (Auszug)

Bank Cler: Designer @ Cler Zak 2018-19

Sparda: Chief Designer @ Sparda Teo
2018-2021

Unsere Referenzen seit 2015 (Auszug)





Wir freuen uns, Sie persönlich kennenzulernen!

Sehr gerne erzählen wir Ihnen mehr über die Studie, unsere Expertise sowie unsere Best Practice Erfahrungen.

Berlin

Wien

Paris

Zürich

Budapest



~~MAN KÖNNTE~~
~~MAN SOLLTE~~
~~MAN MÜSSTE~~
Wir machen!



Chris Berger
Managing Director
Finoconsult

+43 664 8180166
chrisberger@finnoconsult.at
Rasumofskygasse 26 • 1030 Vienna
Österreich



Martin Schachinger
Managing Director
Finoconsult

+43 699 1350 7690
martin@finnoconsult.at
Rasumofskygasse 26 • 1030 Vienna
Österreich



Guillaume Vaslin
Managing Director
ENNO Studio

+43 664 8180166
gv@ennostudio.com
Skallitzer Strasse 68 • 10997 Berlin
Deutschland