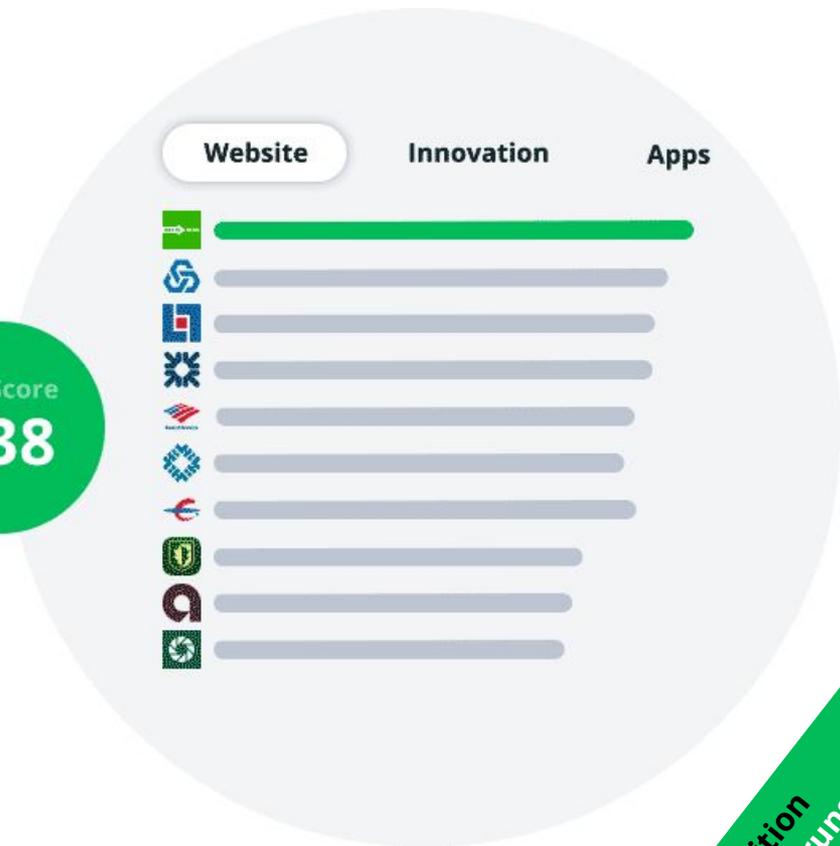


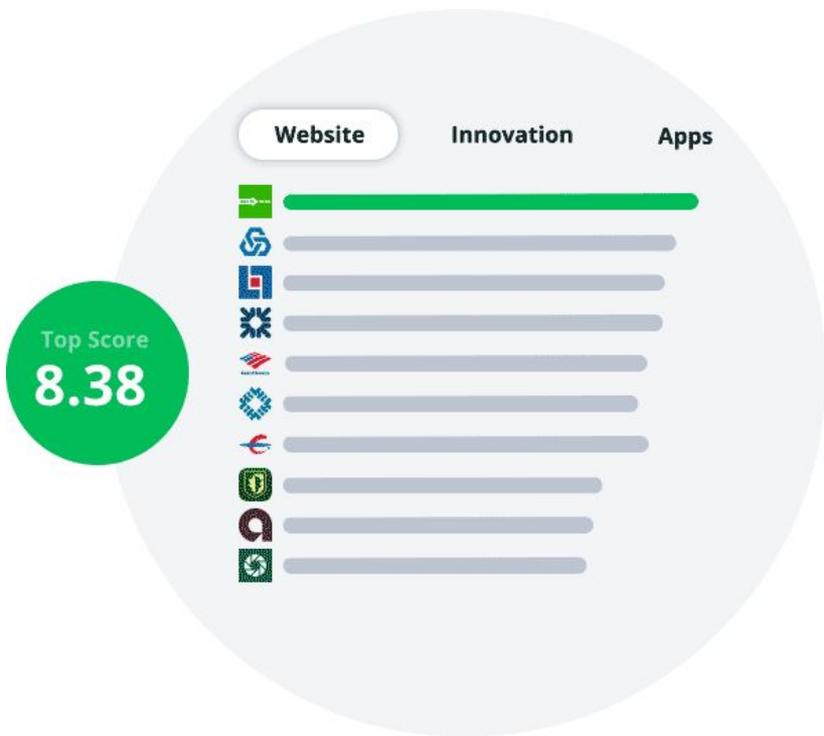
Versicherungen 2023

Der unabhängige Versicherungs- & Bankenvergleich für Europa und Nordamerika.

Top Score
8.38



Edition
Versicherungen



1

Vorwort & Executive Summary

2

Methodik der Studie

3

Ergebnisse International

4

Über Finnoconsult

Vorwort & Executive Summary



Chris Berger
Co-Founder & CEO

Finnoscult

[LinkedIn](#)

Warum machen wir diese Studie?

Im Banking führen wir die Finnoscult-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 Finnoscult-Studie nun bereits zum zweiten Mal 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. 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.

Die wesentlichen Erkenntnisse der FinnoscultStudie 2023 / Versicherungen

Die Benutzerfreundlichkeit von Webseiten gewinnt immer mehr an Bedeutung und ist in diesem Jahr bei vielen Instituten die am stärksten ausgeprägte Finnoscult-Dimension. Wir beobachten in diesem Jahr im Durchschnitt eine bessere Performance der traditionellen Versicherungen im Vergleich zu den Neo-Versicherungen. Dies ist vor allem auf die starke Leistung traditioneller Versicherer unter anderem in den Bereichen Online Marketing und Kundenbindungsprogramme zurückzuführen. Hingegen zeichnen sich Neoversicherer in der Kategorie Onlineverkauf und Schadensfall Online durch ihre transparente und benutzerfreundliche Darstellung aus und zeigen bessere Ergebnisse als viele traditionelle Institute.

Bei einem der sensibelsten Bereiche für den Kunden, der Online Schadensmeldung, bieten leider nur 30% 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.

Aus Skandinavien wurden einige interessante Institute in den Finnoscult aufgenommen, wobei Dänemark in vielen Kategorien führend ist. Deutschland zeigt bei vielen Dimensionen des Finnoscult stärkste Performance. Deutschland deckt 70% der Beispiele aus der Übersicht die 'ideale Versicherung' ab. Eine überdurchschnittliche Performance aus D.A.CH sehen wir auch in Österreich. Die Schweiz zeigt hingegen Aufholbedarf bei einigen Dimensionen wie Webseite und Schadensfall Online.



1

Vorwort & Executive Summary

2

Methodik der Studie

3

Ergebnisse International

4

Über Finnoconsult

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.



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 Online

- Zugang von Homepage
- Online-Meldungsprozess



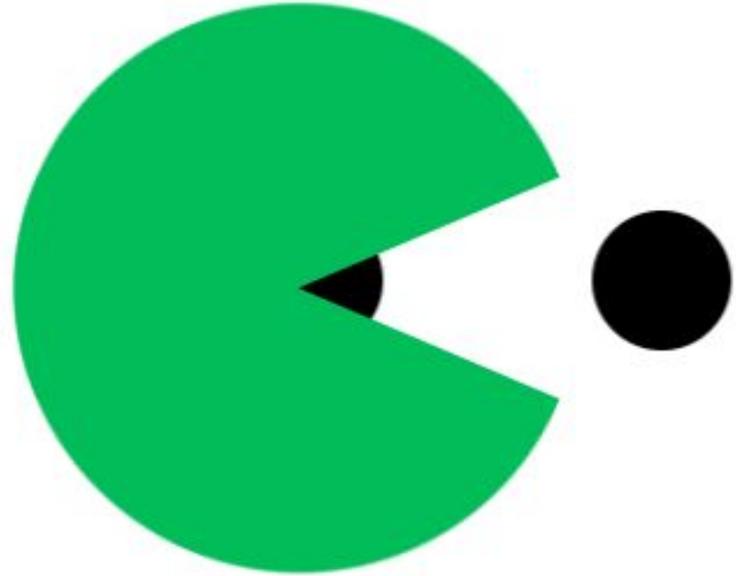
Innovation & Soziale Verantwortung

- Soziale Verantwortung
- Darstellung der Innovation
- Nachhaltigkeitsagenda



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

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



Key Findings des Finnoscore Versicherungen 2023

Insights zu den einzelnen Dimensionen:

Die Kundenerwartungen an die Personalisierung komplexer Produkte steigen. Eine große Rolle spielt hier die Option für end2end **Online-Terminvereinbarung mit einem Betreuer** mit genauem Datum und Uhrzeit. Diese Möglichkeit wird derzeit nur von 21% der Institute angeboten.

Bei einem der sensibelsten Momente für den Kunden, der **Online Schadensmeldung**, bieten nur 30% der Versicherer ein einfaches, UX-optimiertes Formular und die Möglichkeit, nicht nur Dokumente und Belege direkt hochzuladen, sondern auch sofortige Hilfe zu erhalten oder den Schaden schnell per Chat einzureichen.

36% der Versicherungen zeigen ihre **Soziale Verantwortung** nicht nur durch die Unterstützung der eigenen Community/Region, sondern auch durch ehrenamtliche Arbeit der Mitarbeiter oder das Angebot von Seminaren und Kursen zur Vermittlung von Versicherungswissen.

Die internationale Perspektive:

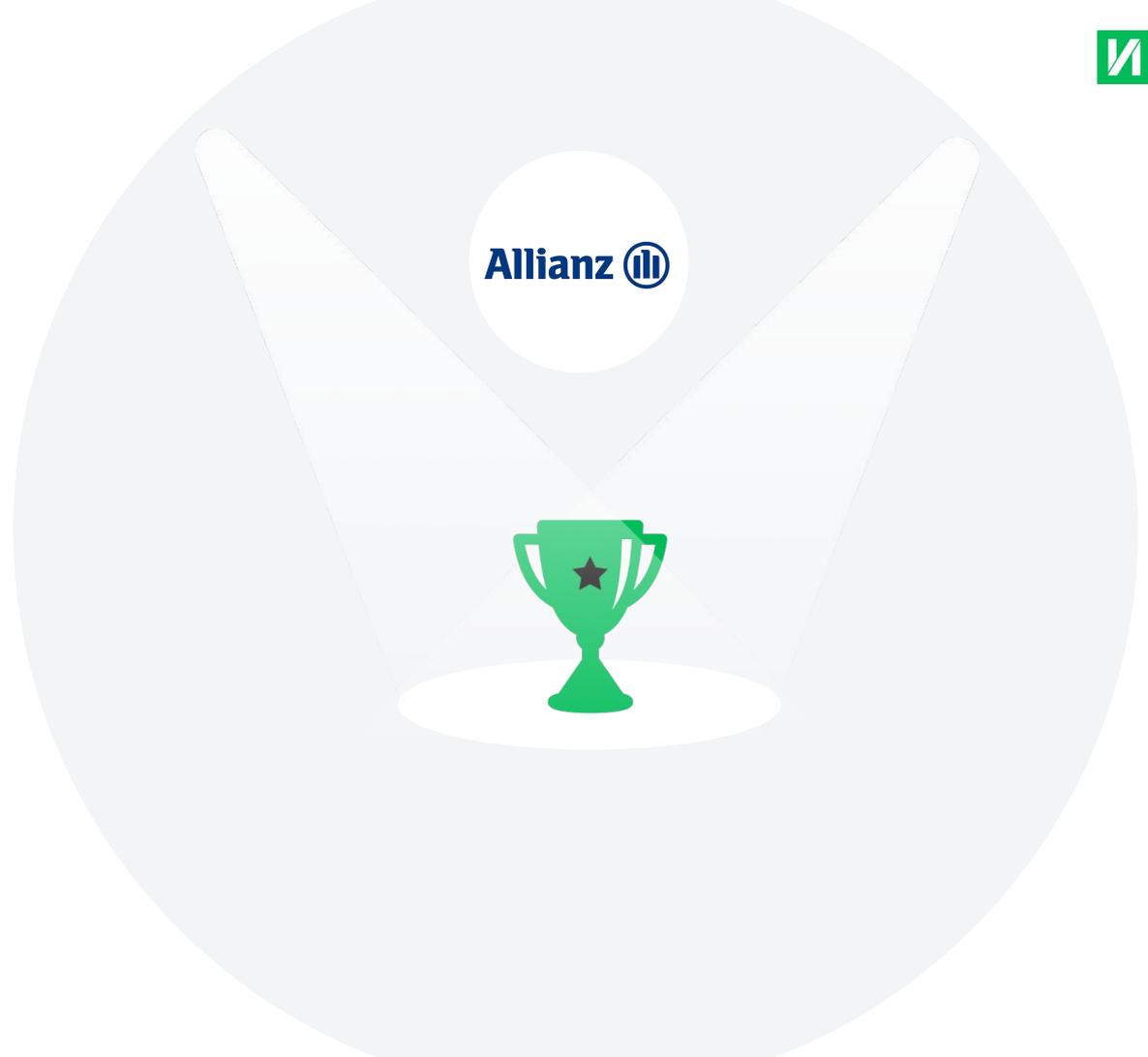
Es wurden einige spannende Player aus **Skandinavien** im Finnoscore ergänzt. Viele dieser Versicherungen weisen eine sehr gute Performance im Gesamtranking auf. Kundenbindungsprogramme und Online Marketing sind hier besonders stark. **Dänemark** ist im skandinavischen Vergleich in vielen Kategorien führend.

Im internationalen Vergleich schneidet die **Schweiz** unterdurchschnittlich ab. Die Schweizer Institute haben jedoch Stärken in den Dimensionen Omnichannel-Kommunikation und Onlineverkauf.

Generell haben **Webseite** und **Cybersicherheit** im Vergleich zu den anderen Dimensionen am meisten Punkte erzielt. **In der neuen Dimension Cybersicherheit** schneiden Dänemark, Frankreich und Rumänien gut ab. Besonders gut war ihre Performance in den Bereichen Authorisierungsprozesse und Datenschutz.

Finioscore
VERSICHERUNGEN

**Aaaaand the
winner is....**



Finnoscore – Top 10 Versicherungen

VERSICHERUNGEN

	Versicherung	Finnoscore
1	 Allianz (DE)	7,08
2	 HUK (DE)	6,53
3	 Wiener Städtische (AT)	6,44
4	 Cosmos Direkt (DE)	6,18
5	 AXA (DE)	6,11

	Versicherung	Finnoscore
6	 Lemonade (DE)	6,03
7	 Geico (US)	5,93
8	 Generali (AT)	5,88
9	 ERGO Ergo (DE)	5,82
10	 Ottonova (DE)	5,81

Hier übertreffen Neoversicherungen die traditionellen Versicherungen

- 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.
- Schadensfall Online** – hier Punkten die Neoversicherungen mit ihren Onlinemeldungsprozessen, die Einreichungsformulare benutzerfreundlich gestaltet und verfügen über Erklärungen zu spezifischen Feldern, sie bieten den Kunden nicht nur die Möglichkeit Rechnungen hochzuladen, sondern zusätzlich die Einreichung per Chatbot durchzuführen.
- Mobile Services** – Die mobilen Features sind oft auf der Hauptseite platziert, so dass die Nutzer sie schnell und einfach finden können. Neoversicherer haben spannende und intuitiv nutzbare App-Funktionen, mit guten ausführlichen Beschreibungen. Die Apps werden auch von den Nutzern in den Appstores gut bewertet.



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



Webseite



Aquilana
Versicherungen



Onlineverkauf



Lemonade™



Kundenbindungs-
programme



Wiener
Städtische



Online Services



Gothaer



Online
Marketing



Groupama



Omnichannel -
Kommunikation



Allianz 



Schadensfall
Online



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.

Top 5 Versicherungen Deutschland

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



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 Wertvolles bei.

Cybersicherheit

Die Versicherungs-Webseite zeigt DSGVO-Sicherheitszertifizierungen, außerdem können die User schnell 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 Kunden 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.



CosmosDirekt

Onlineverkauf

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 den App Stores (4,7).

Innovation & Soziale Verantwortung

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

Top 5 Versicherungen Schweiz

	Versicherung	Finnoscore
1	 Smile	5,47
2	 Generali	5,46
2	 Helvetia	5,46
4	 die Mobiliar	5,10
5	 Allianz	4,93



Wo die Schweizer Top 3 Versicherungen gepunktet haben



Helvetia

Omnichannel-Kommunikation

Potenzielle Kunden haben die Möglichkeit, direkt von der Hauptseite aus online einen Beratungstermin zu buchen. Nicht nur genaues Datum, Uhrzeit und Beratungsdauer können ausgewählt werden, es gibt auch die Möglichkeit sich für einen passenden Berater zu entscheiden.

Schadensfall Online

Der Prozess kann direkt von der Hauptseite gestartet werden, außerdem ist es möglich den Schaden mit Hilfe eines Chatbots einzureichen. Ein gutes User Interface mit Erklärungen zu spezifischen Feldern ist ebenfalls vorhanden.

Cybersicherheit

User können schnell die Datenschutzrichtlinien finden und sich mit der zuständigen Abteilung in Verbindung setzen, um ihre persönlichen Daten löschen zu lassen.



Generali

Webseite

Die Webseite bietet eine ansprechende Hauptseite mit schnell auffindbaren Informationen und Shortcuts für die wichtigsten Themen, mit guter Navigation und deutlicher Trennung von Hauptmenü und Meta-Navigation.

Social Media & Community

Sehr gute Business Social Media Präsenz mit vielen Reaktionen von Usern, sowie schnellen Rückmeldungen auf Kundenkommentare.

Online Services

Die Beschreibung der Funktionen ist nicht nur in Textform, sondern auch mit einem ausführlichen Erklärvideo schnell auffindbar. Außerdem haben die Kunden eine große Auswahl an Online-Services zur Verfügung.



Onlineverkauf

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

Mobile Services

Die mobile App ist schnell auf der Hauptseite auffindbar. Die App verfügt nicht nur über Standardfunktionen, sondern bietet zusätzliche Anreize für Kunden. Die sehr gute Bewertung in den Appstores liegt im Schnitt bei 4,6.

Innovation & Soziale Verantwortung

Smile zeigt auf der Webseite eine innovative Beratungsmethode für die Nutzer im virtuellen 3D-Metaverse.

Top 5 Versicherungen Österreich

		Versicherung	Finnoscore
1		UNIQA	5,66
2		Allianz	5,00
2		Zurich	4,97
4		Wüstenrot	4,77
5		Merkur Versicherung	4,51



Wo die österreichischen Top 3 Versicherungen gepunktet haben



Wiener Städtische



Generali



UNIQA

Omnichannel-Kommunikation

Alle Kontaktmöglichkeiten sind schnell auffindbar und von allen Seiten aufrufbar. Online-Beratung per Video und Live-Chat stehen den Usern zur Verfügung.

Kundenbindungsprogramme

Das breite Vorteilsprogramm bietet den Kunden Rabatte für mehrere Versicherungen, Einkaufsvorteile und Rabatte bei Vertragspartnern.

Innovation & Soziale Verantwortung

Die Versicherung legt großen Wert auf ihre Nachhaltigkeitsagenda. Dabei werden nicht nur die Mitarbeiter, sondern auch die Kunden einbezogen. Zum Beispiel Produkte, die umweltfreundliche Elektroautobesitzer mit Prämienrabatten fördern.

Webseite

Die Webseite bietet eine ansprechende Hauptseite mit schnell auffindbaren Informationen und Shortcuts für die wichtigsten Themen. Und einer gute Suchfunktion zur Unterstützung von Usern.

Omnichannel-Kommunikation

Die Versicherung hat eine sehr hohe Kundenorientierung, da schriftliche Test-Anfragen innerhalb von einem Werktag beantwortet werden und zwar mit korrekten und themenbezogenen Antworten.

Cybersicherheit

Die Webseite hat einen schnell auffindbaren Datenschutzbereich, außerdem ist es leicht für die User die Cookies-Einstellungen zu finden und diese anzupassen.

Social Media & Community

Die Social-Media-Kanäle sind schnell auf der Hauptseite auffindbar. UNIQA hat eine gute SoMe-Präsenz mit Reaktionen von Usern, sowie eine gute Engagement-Rate bei Youtube.

Schadensfall Online

Der Prozess kann direkt von der Hauptseite gestartet werden. Ein gutes User Interface mit Erklärungen zu spezifischen Feldern ist vorhanden, außerdem sieht der Kunde immer den Status des Prozesses.

Mobile Services

Die MyUNIQA App ist schnell durch die Hauptseite auffindbar. Die App bietet den Kunden viele nützliche Funktionen und einen guten Überblick über den Status der bereits eingereichten Anträge.

Antwort darauf gibt der **Finnoscore 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?

Finden Sie es heraus in der erweiterten Ausgabe der IFZ Studie '[Digital Insurance Experience](#)' in Zusammenarbeit mit dem Institut für Finanzdienstleistungen Zug IFZ und Adnovum.



1

Vorwort & Executive Summary

2

Methodik der Studie

3

Ergebnisse International

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

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