

Der Kundenbericht

Produziert mit Kunden und für Kunden

2013

Schwerpunkt Beraten: Fünf Vermittler und die Kunden, die sie begleiten

Verstehen: Neues von Kundenbeirat und Klartext-Initiative

Kümmern: Was wir unternehmen, wenn unsere Kunden Hilfe brauchen

Entwickeln: Lebensversicherung neu entwerfen – mit Unterstützung durch Kunden

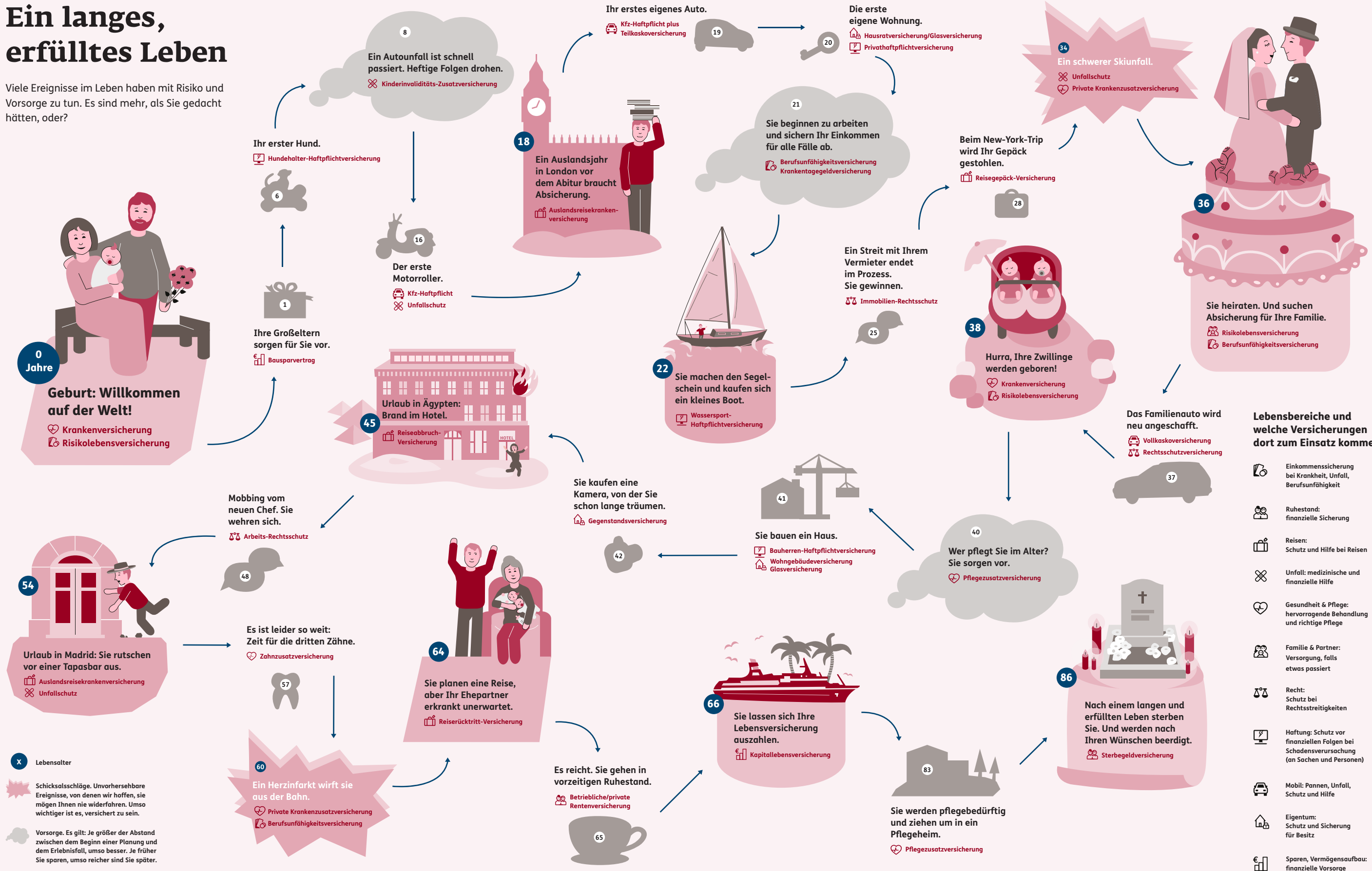
Vertrauen: Wie ERGO Portfolio und Kapitalanlagen sichert



ERGO

Ein langes, erfülltes Leben

Viele Ereignisse im Leben haben mit Risiko und Vorsorge zu tun. Es sind mehr, als Sie gedacht hätten, oder?



Lebensbereiche und welche Versicherungen dort zum Einsatz kommen

- Einkommenssicherung bei Krankheit, Unfall, Berufsunfähigkeit
- Ruhestand: finanzielle Sicherung
- Reisen: Schutz und Hilfe bei Reisen
- Unfall: medizinische und finanzielle Hilfe
- Gesundheit & Pflege: hervorragende Behandlung und richtige Pflege
- Familie & Partner: Versorgung, falls etwas passiert
- Recht: Schutz bei Rechtsstreitigkeiten
- Haftung: Schutz vor finanziellen Folgen bei Schadensverursachung (an Sachen und Personen)
- Mobil: Pannen, Unfall, Schutz und Hilfe
- Eigentum: Schutz und Sicherung für Besitz
- Sparen, Vermögensaufbau: finanzielle Vorsorge

- Lebensalter
- Schicksalsschläge. Unvorhersehbare Ereignisse, von denen wir hoffen, sie mögen Ihnen nie widerfahren. Umso wichtiger ist es, versichert zu sein.
- Vorsorge. Es gilt: Je größer der Abstand zwischen dem Beginn einer Planung und dem Erlebnisfall, umso besser. Je früher Sie sparen, umso reicher sind Sie später.



Was war gut?

Was kann besser werden?

Wie sollten wir uns verändern?



Mit Kunden und für Kunden produziert

Redaktionskonferenz mit Kunden. Die drei nebenstehenden Fragen diskutierten wir mit Mitgliedern des ERGO Kundenbeirats. Entsprechend den Antworten legten wir Themen und Stil des Kundenberichts fest



„Vor Ihnen liegt der zweite ERGO Kundenbericht. Erneut geben wir Antworten auf Fragen unserer Kunden. Wir berichten von Impulsen, die uns Kunden gegeben haben, von tollen Ideen und Anregungen, aus denen wir teilweise sogar neue Prozesse entwickelten. Wir erzählen von Herausforderungen und Entwicklungen des letzten Jahres und stellen uns erneut der Kritik – offen und ohne Visier. Das bleibt: Die Ziele des Kundenberichts sind nach wie vor, Transparenz und Offenheit zu schaffen, die Nähe zu unseren Kunden zu vertiefen und über Themen zu berichten, die für Kunden von Relevanz sind. Für einige dieser Themen konnten wir wieder ERGO Kunden gewinnen, Interviews mit Mitarbeitern von ERGO zu führen. Die Menge, Reichhaltigkeit und Qualität der Fragen hat uns auch dieses Jahr wieder begeistert.“

Das ist neu: Entsprechend den oben genannten Zielen haben wir ein paar Dinge verändert. Mehr Transparenz: Sie finden

dieses Jahr mehr Zahlen und Schaubilder, die Einblicke in interne Vorgänge bieten.

Mehr Nähe: Im Sinne unseres Schwerpunkt-Themas ‚Beratung‘ stellen wir Ihnen ab Seite 8 einige dieser vertrauensvollen Beziehungen zwischen Vermittlern und ihren Kunden vor – auch sie prägen den Alltag eines Versicherers.

Mehr Dialog: Themen und Ideen für den zweiten Kundenbericht haben wir in einer Redaktionskonferenz mit Mitgliedern unseres Kundenbeirats erarbeitet. Und wir haben den Kreis der Fragesteller erweitert und Prof. Dr. Jürgen Steiner eingeladen, unseren neuen einheitlichen Beratungsansatz kritisch zu durchleuchten. Jürgen Steiner ist renommierter Experte für Kundenberatung im Finanzsektor. Lesen Sie ab Seite 18, wie er der Beratungsreform auf den Zahn fühlt.

Das kommt: Herausgeber dieses Berichts für unsere Kunden ist der ERGO Kundenanwalt. In der Versicherungsbranche ist der ERGO Kundenanwalt eine bisher einzigartige Einrichtung. Inner-

halb von ERGO sind wir eine Abteilung, deren Mitarbeiter dafür verantwortlich sind, die Stimme des Kunden im Unternehmen einzubringen. Das bedeutet, dass wir im Konfliktfall reagieren: Wir vermitteln und schlichten.

Das bedeutet aber auch, dass wir in Zukunft mehr für unsere Kunden optimieren wollen.

Ganz im Sinne unseres Leitbilds „Versichern heißt verstehen“ werden wir die Stimme des Kunden noch tiefer ins Unternehmen tragen. Und sie in unseren Prozessen und Entwicklungen verankern.

Für unsere Kunden ist das eine gute Nachricht, denn auf diese Weise sind ihre Interessen noch fester im Denken, Planen und Handeln von ERGO integriert.

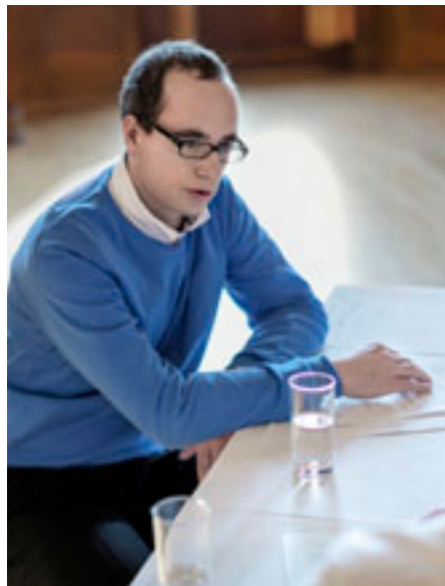
Für ERGO bedeutet das: Der Wandel, den wir angeschoben haben, geht weiter.

Bei der Lektüre des zweiten Kundenberichts wünsche ich Ihnen viel Vergnügen.“

→ Ralf Königs, ERGO Kundenanwalt

Inhalt

Der ERGO Kundenbericht 2013



„Wie kann ich sicher sein, dass sich mein Vermittler auch gut auskennt?“ Was Schornsteinfegermeister Thomas Klaube (oben) den langjährigen Leiter Bildung Vertrieb von ERGO noch fragte: **Seite 14**



„Wie verändert ihr das Verhalten eurer Vermittler?“, fragte Prof. Dr. Jürgen Steiner (oben links). Lesen Sie das Interview zum neuen ERGO Beratungsansatz ab **Seite 18**



Claudia Weiske wollte wissen, wie wichtig Transparenz für ERGO ist. Unsere Antwort darauf: **Seite 57**

„Woran macht ihr eigentlich fest, ob eure neuen Schreiben wirklich besser geworden sind?“, wollte Daniel Hildebrandt wissen. Unsere Antwort finden Sie auf **Seite 29**



„Was können Sie wirklich erreichen?“, fragte Kundenbeiratsmitglied Dieter Saar (Foto oben, links) ERGO Kundenanwalt Ralf Königs. Lesen Sie das komplette Gespräch ab **Seite 34**

David Behre verlor beide Unterschenkel bei einem Unfall. Heute ist er ein Top-Athlet. ERGO hat ihn unterstützt. Und er hat geholfen, die Unfallversicherung zu verbessern. Wie, das lesen Sie auf **Seite 42**



Kerstin Berns (oben) ist Unternehmerin, verheiratet und hat zwei Kinder. Für sie und ihren Mann stellt sich immer wieder eine Frage: „Wie sollen wir unser Geld anlegen, damit es möglichst sicher ist?“ Ihr Gespräch mit ERGO Vorstand Dr. Daniel von Borries lesen Sie ab **Seite 54**

Über ERGO

- 01 **Infografik: Ein Leben versichern**
- 06 **Das ERGO Jahr 2012 im Zeitraffer**
- 07 **Aktuelle Zahlen**

Digital ist besser?

Dafür gibt es jetzt die Onlineversion unseres ERGO Kundenberichtes 2013. Alle Inhalte, Videos und Grafiken auf einen Blick zum Entdecken sowie einzelne Beiträge zum Teilen. Zudem erhalten Sie viele wertvolle Informationen und direkte Kontakte zu unseren Ansprechpartnern. Einfach QR-Code scannen oder auf www.ergo.de/kundenbericht gehen und passende App für iPad oder Android-Tablet herunterladen.



Beraten

- 08 **Beziehungen fürs Leben**
Viele Kunden und Vermittler verbindet mehr als eine Police. Fünf Beispiele aus der Praxis
- 14 **Was macht gute Beratung aus?**
Kundeninterview mit Michael Beuchling, Leiter Bildung Vertrieb, über Ausbildung und Fortbildung
- 17 **Infografik: Antragsprüfung**
Nach welchen Kriterien die DKV Kundenanträge zur privaten Krankenversicherung prüft
- 18 **Ein Fahrplan für alle**
Schafft ERGO den Wandel? Ein Experte hinterfragt den neuen ERGO Beratungsansatz für Vermittler
- 22 **Beraten: Zahlen und Fakten**
Vermittleraus- und Fortbildung und Kundenzufriedenheit

Verstehen

- 24 **Sprecht ihr jetzt alle Klartext?**
Kundeninterview zur praktischen Umsetzung und den Erfolgen der Klartext-Initiative bei ERGO
- 28 **Könntet ihr nicht mal...?**
Wie uns Kunden mit ihren Tipps geholfen haben, besser zu werden. Fünf praktische Beispiele
- 29 **Textqualität ist messbar**
TextLab: Wie eine Software ERGO dabei hilft, jeden Tag verständliche Schreiben zu produzieren
- 30 **Der Kundenbeirat**
Wir lassen uns von unseren Kunden die Meinung sagen. Und merken: Das Gremium verändert ERGO
- 32 **Verstehen: Zahlen und Fakten**
Zeitgewinn dank Klartext. Welche Unworte wir gestrichen haben

Kümmern

- 34 **Ihr Mann für besondere Fälle**
Kundeninterview mit dem ERGO Kundenanwalt Ralf Königs
- 38 **Helfen, machen, kümmern**
Ausgewählte Fallbeispiele: DKV, Kundenanwalt und Soforthelfer
- 44 **Kümmern: Zahlen und Fakten**

Entwickeln

- 46 **Neu gedacht: Lebensversicherung**
Vorstand Frank Neuroth über eine überfällige Innovation
- 50 **ERGO im Handy, Tablet und Web**
Wichtiges unterwegs erledigen
- 52 **Entwickeln: Zahlen und Fakten**
- 53 **Infografik: Produktentwicklung**

Vertrauen

- 54 **Wie sicher ist unser Geld?**
Kundeninterview mit ERGO Vorstand Dr. Daniel von Borries
- 57 **Wie offen seid ihr wirklich?**
Wie ERGO Transparenz herstellt – für Kunden und Kritiker
- 58 **Vertrauen: Zahlen und Fakten**

ERGO Kennzahlen für Kunden

- 60 **Zahlen und Versprechen:**
Daran messen Sie unseren Erfolg
- 62 **Kontaktinfo & Impressum**
Adressen unserer Gesellschaften
- 63 **ERGO in Deutschland**
Infografik: Standorte, Service-Zentralen und Vermittlernetzwerk

Die fünf ERGO Instrumente für den Kunden

- Der Kundenbeirat** Neu für die Branche: ein Kundengremium, das uns auf höchster Ebene berät.
- Die Klartext-Initiative** Für unkompliziertere Briefe, Bedingungen und Texte, die man verstehen kann.
- Die Kundenwerkstatt** Ein interaktives Labor, das ERGO Mitarbeiter und Kunden zusammenbringt.
- Die Soforthelfer** Experten, die vor Ort im Einsatz sind, helfen und Unterstützung organisieren.
- ERGO Kundenanwalt** Die Kundenstimme bei ERGO setzt sich im Konfliktfall schlichtend für Ihre Belange ein.

Das ERGO Jahr im Zeitraffer

Auszeichnung, ein Nachhaltigkeitsbericht und eine für die Versicherungsbranche einzigartige Transparenzoffensive: So war

2012

19. Januar

Bestnote für „Berufsunfähigkeit“

Mit „hervorragend“ bewertet die unabhängige Agentur Franke und Bornberg erneut den ERGO Berufsunfähigkeitsschutz.

26. Januar

Mehr Frauenpower

Als fünfte Frau wird Dr. Christine Bortenlänger (Bayerische Börse AG / Börse München) Mitglied des Aufsichtsrats der ERGO Versicherungsgruppe. Ein Viertel der Sitze gehören damit Frauen.

22. Februar

Unwetter treiben Schäden

2011 war in Deutschland das sturmreichste Jahr in vier Jahrzehnten: Laut ERGO Schadensbilanz verursachten „Achim“, „Bert“ und „Frank“ die größten Kosten.

16. März

Marken-Award für ERGO

Seit 2010 bietet ERGO in Deutschland Versicherungen unter dem eigenen Namen an. Für den erfolgreichen Launch verleihen Marketing-Experten jetzt den sogenannten Marken-Award.

2. Mai

Einfach versichern – auch unterwegs

Storno- und Reiseabbruchversicherung gibt es bei der ERV jetzt immer im Gesamtpaket. So hatte es auch die Stiftung Warentest empfohlen, um mögliche Missverständnisse auszuschließen.

28. Mai

Meine Versicherungen online

Auf www.ergo.de können Kunden von D.A.S., DKV und ERGO in einem Extrabereich persönliche Daten bearbeiten, Bankverbindungen ändern, Schadensfälle melden oder Rechnungen einreichen.

4. Juni

Arzneimittelpreise vergleichen

Verbraucher vergleichen auf www.dkv.com jetzt eigenhändig und schnell jederzeit Arzneimittelpreise. Diese sehr nützliche Anwendung gibt es auch als App.

21. Juni

Unfallschutz nach Bedarf

Der neue ERGO Unfallschutz bietet wertvolle Assistenzleistungen, umfangreichen Beratungsservice und verbesserte finanzielle Leistungen. Für Schwerstverletzte gibt es ein Nachsorgeprogramm.

27. Juli

Effizienz im Vertrieb

ERGO verkündet, seine Vermittlerorganisationen in Deutschland zusammenzulegen. Das wird die Beratung für Kunden bundesweit einfacher und einheitlicher machen, reduziert Komplexität und spart außerdem Kosten.

29. September

Radikale Offenheit und Transparenz

Um Vertrauen zurückzugewinnen, veröffentlicht ERGO die Prüfungsergebnisse zum Fehlverhalten bei Wettbewerbsreisen und Incentives für alle einsehbar auf www.ergo.com/transparenz.

29. Oktober

Eine neue Fahrradversicherung

Für Fahrräder und Pedelecs bietet ERGO Direkt den Zweirad-Vollschutz „Velo-Protect“ an. Der schützt vor den Folgen von Diebstahl, Zerstörung, Elektronik- und Unfallschäden sowie Verschleiß.

31. Oktober

Nachhaltigkeitsbericht von ERGO

„Wie versteht ERGO Verantwortung?“ heißt unser erster Nachhaltigkeitsbericht. Er wurde nach den Richtlinien der Global Reporting Initiative (GRI) erstellt.

14. November

Ausgezeichnet: Klartext im Web

In der Studie „Assekuranz im Internet“ (Quelle: AMC Finanzmarkt GmbH) landet die DKV auf Platz 1. ERGO auf Platz 3 und ERGO Direkt auf Platz 8. Verglichen wurden mehr als 125 Erstversicherer.

4. Dezember

Senkung der Überschussbeteiligung

Nachhaltige Sicherheit für die Einlagen aller Kunden: Wegen anhaltend niedriger Zinsen an den Kapitalmärkten entscheidet ERGO, bei neuen Lebensversicherungen die Überschussbeteiligung zu senken.

Aktuelle Zahlen

Zum Einstieg ein paar Zahlen. Mehr finden Sie auf www.ergo.com

17,6 Mrd.

Euro zahlte ERGO im Jahr 2012 insgesamt an ihre Kunden aus. Etwa für Lebensversicherungen, Renten, Rechnungen von Ärzten oder Werkstätten.

18,6 Mrd. Euro

Beitragseinnahmen erwirtschaftete die Gruppe 2012.

5

Frauen gehören dem Aufsichtsrat der ERGO Gruppe an. Sie stellen damit ein Viertel der Mitglieder.

160 Jahre

ist es her, dass die Victoria Versicherungsgesellschaft gegründet wurde, die 1997 in ERGO aufging. Jüngster Unternehmens-Spross: ERGO Direkt – mit 29 Jahren.

12 Monate

können ERGO Mitarbeiter maximal aussetzen, wenn sie Angehörige pflegen.

30.000

Menschen arbeiten weltweit im Innendienst – und im angestellten Außendienst – für ERGO.

18.000

Vertriebspartner kümmern sich weltweit selbstständig und hauptberuflich um unsere Kunden.

12 Jahre

und länger arbeiten Mitarbeiter durchschnittlich bei ERGO.

35 %

unserer Mitarbeiter arbeiten außerhalb Deutschlands. In mehr als 30 Ländern weltweit.

In guten und in schlechten Zeiten

Viele Vermittler stehen ihren Kunden ein Leben lang zur Seite. Familien wachsen, Firmen werden gegründet, Freundschaften entstehen. Das schweißt zusammen. Fünf Geschichten von Menschen, die mehr verbindet als eine Versicherungspolice

Zwei Mann. Ein Wort

Drazenko Ciganovic ist kein Mann großer Worte. Er arbeitet still, präzise und, wenn es sein muss, 16 Stunden am Tag. Während er in der großen Montagehalle das Heck eines Mercedes kontrolliert, inspiziert sein Partner Heinz Kriescher penibel eine frisch lackierte Autotür. Überall um sie herum stehen Autoteile und Unfallwagen, die repariert werden wollen. Im Hintergrund dudelt laut ein Radio.

Wenn die beiden Männer miteinander reden, sprechen sie knapp, schnörkellos in melodischem Aachener Singsang. Sie wissen, was der andere meint, keine Zeit für überflüssiges Gerede. Gefragt, wie die Zusammenarbeit läuft, sagen beide „gut“, zucken mit den Schultern und lächeln. „Zuverlässigkeit und gemeinsame Ziele sind die wichtigste Voraussetzung“, sagt Drazenko Ciganovic. Heinz Kriescher hat die Werkstatt an diesem Ort 2006 gegründet. Drei Jahre später holte er Ciganovic und machte ihn zum Teilhaber. Seit 2011 betreibt Ciganovic zusätzlich zur Werkstatt ein Sachverständigenbüro.

Bei jedem dieser Schritte in die Selbstständigkeit war Vermittler Guido Haß an

Aachen. Vermittler Guido Haß (links) mit Drazenko Ciganovic, selbstständiger Karosseriebaumeister und Kfz-Sachverständiger, in dessen Werkstatt

Drazenko Ciganovic' Seite. Und auch für diese Beziehung gilt, dass sie mit weniger Worten auskommt, je länger sie währt; selbst wenn der eine im Anzug steckt und der andere im Blaumann.

Was vor Jahren mit einer Kranken- und einer Unfallversicherung begann, wurde bald erweitert. Jeder Wachstumschritt und neue Risiken in der Werkstatt mussten abgedeckt werden, Frau und Tochter sind jetzt auch über Haß versichert. „Er nimmt sich Zeit, ist nie genervt, auch wenn ich zum x-ten Mal dasselbe frage“, sagt Ciganovic: „Ich kann mich sogar an ihn wenden, wenn ich die Vertragsabrechnungen anderer Anbieter nicht verstehe.“

Dazu erklärt Haß: „Wenn er fragt, ob sich etwas für ihn lohnt, kriegt er eine ehrliche Antwort. Egal, ob das für mich vorteilhaft ist oder nicht.“

Vertrauen entsteht durch Erfahrungen. Für einen Vermittler bedeutet das, er muss für seine Kunden erreichbar sein. Der Karosseriebauer sagt: „Wann immer ich will, kann ich ihn auf dem Handy anrufen. Wenn er nicht sofort antwortet, weiß ich, dass er schnell zurückruft.“

Guido Haß weiß, lange wird das Telefonat eh nicht dauern. Drazenko Ciganovic ist kein Mann großer Worte.

Bewegende Dia-Filme: Erleben Sie unsere fünf ERGO „Beziehungskisten“ auf www.ergo.de/kundenbericht

Beraten

Was ERGO unternimmt, um Kunden richtig zu versichern

Familienbande

Wenn der 81 Jahre alte Erich Dierolf wissen will, wie es seinen sieben Kindern geht, müsste er eigentlich nur Martin Rascher fragen. Zumindest mit fünf von ihnen hat der Vermittler schon von Berufs wegen regelmäßig Kontakt: Denn die sind über ihn versichert – genauso wie Dierolf senior selbst und dessen Frau.

Martin Rascher kennt die Dierolfs seit frühester Kindheit. Mit Peter Dierolf besuchte er dieselbe Grundschule. Er ging im Dierolf'schen Elternhaus ein und aus, begleitete Lebenswege und Karrieren der Geschwister, manchmal als Freund, fast immer als Versicherungsexperte. Als sich ihre Wege trennten, blieb ihre Freundschaft bestehen. Peter Dierolf gründete

und führt ein Elektro-/ IT-Unternehmen. Er hat die Versicherungen über Martin Rascher laufen. Ebenso sein jüngerer Bruder Dirk; der ist selbstständiger Raumausstatter, natürlich auch in Untereisesheim. Verabredungen sind überflüssig. Dirk Dierolf und Martin Rascher sitzen zusammen im Gemeinderat, wo beide die Freien Wähler vertreten. „Hat man einen Schadensfall, erzählt man dem Martin einmal, was passiert ist“, sagt der Raumausstatter. „Danach hört man nichts mehr. Der löst das Problem einfach.“ „Der berät uns gut. Wir wissen bei ihm alles sicher in einer Hand“, pflichtet Bruder Peter Dierolf bei.

Die Geschäftspartnerschaft zwischen den Freunden begann 1980, als Vater Dierolf seine Kinder über Lebensver-



Untereisesheim. Vermittler Martin Rascher (oben, Mitte) mit Dirk Dierolf und dessen Vater Erich im Geschäft des Juniors. Unten: Drei Generationen Dierolf vereint



ERGO Beratung gewinnt den Deutschen Servicepreis

Gute Beratung hinterlässt nicht nur bei den Kunden einen positiven Eindruck: Die ERGO Versicherungsgruppe gehört zu den Preisträgern des Deutschen Servicepreises 2013.

In der Kategorie Versicherer hat ERGO bei der „Beratung vor Ort“ die Juroren durch eine gute Lösungskompetenz überzeugt und wurde damit zum zweitbesten Anbieter. Der Deutsche Servicepreis wurde zum dritten Mal vom Deutschen Institut für Servicequalität (DISQ GmbH & Co. KG) zusammen mit dem Nachrichtensender n-tv vergeben.

In insgesamt elf Kategorien wurden die Unternehmen mit der besten Servicequalität ermittelt. Dafür hat das Institut fast 50 Servicestudien aus verschiedenen Branchen ausgewertet sowie die Ergebnisse von mehr als 500 Unternehmen aus dem vergangenen Jahr.

sicherungen geschützt wissen wollte. Nach und nach wurden die Bedürfnisse immer differenzierter, mit jeder Lebensphase kamen neue Versicherungen hinzu, private wie betriebliche.

Fünfundzig bis sechzig Verträge, schätzt Martin Rascher, laufen in seinem Bestand insgesamt auf den Namen Dierolf.

Eine derart gewachsene Beziehung verträgt auch den einen oder anderen Rückschlag. Als 1986 ein Hochwasser bei einem der Dierolfs einen großen Schaden anrichtete, zahlte ERGO nicht. „Naturgewalt“, sagte der Sachbearbeiter in Düsseldorf, und da konnte auch Rascher nichts machen.

Ganz klar, dass so etwas die Familienbande nicht abreißen lässt. Diverse Dierolf-Enkel haben schon Verträge bei Martin Rascher laufen.

Unter Nachbarn

Diese Freundschaft beginnt mit einem Feuer. Mitte der Neunzigerjahre zieht Monika Semmler nach Frauendorf, eine kleine Gemeinde in der Nähe von Cottbus. Ihr Nachbar ist Andreas Schulz, seines Zeichens Ortsvorsteher. Als kurz darauf im ersten Stock seines Hauses ein Brand ausbricht, ist der Schaden immens.

Am nächsten Morgen, wenige Stunden nach dem Feuer, stehen die beiden vor dem gelöschten Gebäude. Sie wissen: Schulz' Haus ist über Semmlers Agentur versichert. Keine Frage also, die Vermittlerin übernimmt.

Sie kümmert sich um die Regulierung – so schnell und gewissenhaft, dass Nachbar Schulz ihr darauf seine kompletten Versicherungsunterlagen in die Hand drückt. Er bittet sie, die durchzusehen.

Und Monika Semmler wird fündig. Ihr fällt auf, dass Schulz Beiträge in die gesetzliche Rentenversicherung einzahlt; als Geschäftsführer einer GmbH ist er dazu nicht verpflichtet. Schulz holt sich das Geld zurück. Seitdem vertraut er Monika Semmler „zu 100 Prozent und im Schlaf“.

Als „ganz tolles Verhältnis“ bezeichnet auch Vermittlerin Monika Semmler die Beziehung, die man getrost als Freundschaft zweier Familien bezeichnen kann. Semmler ist beeindruckt vom Engagement ihres Kunden in der 330-Seelen-Gemeinde: „Alle wichtigen Impulse gehen



Frauendorf bei Cottbus. Vermittlerin Monika Semmler mit ihrem Kunden Andreas Schulz (links), Ortsvorsteher und Selbstständiger, in seinem Haus mit Familie



Die Vermittlerin (links) mit einer der drei Töchter von Andreas Schulz plus Enkelsohn. Alle drei Töchter des Ortsvorstehers heiraten im Sommer – am selben Tag

von ihm aus!“ Für Besprechungen müssen sie sich nicht groß verabreden. Sie sehen sich sowieso regelmäßig, im Sportverein oder im Förderverein. Alle Schulz'schen Versicherungen laufen über ihre Agentur. Wirklich alle? Fast: „Nur bei den Autos ist er noch abtrünnig“, sagt die Vermittlerin und lacht, „aber da hat er woanders tatsächlich einen besseren Tarif, da kann ich leider nichts machen.“

Natürlich sind auch die drei Töchter des Ortsvorstehers rundum über Monika Semmler versichert. Im Sommer heiraten die drei, alle am selben Tag, alle in Frauendorf, wo man gerne große Feste feiert. Und wer weiß, was in den Monaten nach den Flitterwochen ansteht?

Generationenwechsel

Wenn Vermittler Peter Heyden aus seinem Büro schaut, sieht er die Rückseite der Apotheke Brüssermann. Wenn er krank ist, kauft er dort seine Medikamente. Und wenn er samstags Brötchen holt, trifft er einen der Brüssermanns beim Bäcker, seit mehr als 25 Jahren.

So lange kennen sie sich nun, Peter Heyden und die Familie Brüssermann. Der Vermittler betreute zunächst den Senior, Victor Brüssermann, heute 87 Jahre alt. Es ging um eine Krankenversicherung, den Rest hatte der Apotheker woanders untergebracht. „Ich bin mit meinen Vorschlägen immer abgeblitzt“, erzählt der Vermittler. Im Jahr 2000 übernahm Sohn Georg Brüssermann die Apotheke. Auch der war nur an Krankenversicherungen interessiert. Heyden blieb geduldig. War zur Stelle, gab Ratschläge, wann immer erwünscht, jahrelang. „Er hat uns stets umsichtig beraten“, erzählt Victor Brüssermann: „Peter Heyden ist auch ein Interessenvertreter seiner Kunden, nicht bloß Agentur-Mann.“ So wuchs das Vertrauen.

Doch erst letztes Jahr kam der Durchbruch – nach mehr als zwei Jahrzehnten. Brüssermann junior bat Heyden, alle Versicherungen zu überprüfen. Heute laufen diverse Verträge über Heyden, es sollen mehr werden. „Ich weiß, er kümmert sich. Ich muss ihm nicht lange hinterhertelefonieren. Wenn es sein



Duisburg. Vermittler Peter Heyden mit Victor und Georg Brüssermann sowie Vermittler Lars Hölterhoff (ganz oben, von links) in der Apotheke der Kunden

muss, laufe ich mal kurz rüber oder er kommt in unser Geschäft“, sagt Georg Brüssermann: „Und er rät mir von einem Wechsel ab, wenn er mir keine besseren Konditionen gewähren kann.“

Vermittler Peter Heyden wird dieses Jahr 65. Auch er gibt sein Geschäft bald ab. Sein designierter Nachfolger heißt Lars Hölterhoff. So wird nun „Heyden junior“ nach und nach Hauptansprechpartner für „Brüssermann junior“. „Hier wächst ein neues Vertrauensverhältnis heran“, sagt Peter Heyden. Der Wechsel fällt umso leichter, weil er bereits angedeutet hat, dass er auch über den 65sten hinaus für bestimmte Kunden erreichbar bleiben will. Und Victor Brüssermann gehört natürlich dazu.



Generationenwechsel. Apotheker Georg Brüssermann hat den Laden von seinem Vater übernommen. Vermittler Lars Hölterhoff folgt in Peter Heydens Fußstapfen

Die Patin

Der erste Eindruck, den Katja Zimmermann von Janin Burgund hatte, war eindeutig: anstrengend! Sobald Katja Zimmermann die Vermittlerin am Telefon abgewimmelt hatte, rief die nach ein paar Tagen wieder an. Janin Burgund machte nur ihren Job: Sie wollte sich vorstellen, als Nachfolgerin des Vermittlers, der davor die Zimmermanns betreut hatte. Wollte schauen, ob alle Verträge in Ordnung sind und alles noch passt. Aber ihr Vorgänger hatte wohl einen so schlechten Eindruck hinterlassen, dass sich das Paar die Anruferin lieber vom Leib hielt. Irgendwann wollten sie den Termin aber hinter sich bringen.

Kaum saß Janin Burgund auf ihrer Couch, kündigten Katja und Maik Zimmermann ihre ERGO Haftpflichtversicherung. Aber irgendwann in den darauffolgenden 120 Minuten löste sich die Spannung auf in eine Welle gegenseitiger Sympathie, mit der niemand gerechnet hatte. „Wir empfanden sie als eine sehr positive, angenehme Erscheinung“, erinnert sich Katja Zimmermann. Als Janin Burgund die Zimmermanns verließ, war die Haftpflichtversicherung noch immer gekündigt. Aber unter ihrem Arm klemmte der Versicherungsordner des jungen Paares. Ob sie die Un-

terlagen vielleicht kritisch durchforsten könnte? Das Ergebnis: Diverse Policen wurden den Lebensumständen des jungen Paares angepasst.

„Wir wurden enge Freunde“, sagt Janin Burgund. „Es ist einfach passiert“, pflichtet ihr Katja Zimmermann bei. „Für mich ist das eher eine Ausnahme“, erklärt die Versicherungsfrau, „es ist ja nicht leichter, Distanz zu wahren, wenn man mit

Kunden auch privat enger ist.“ Auch Elija, der neun Monate alte Sohn der Zimmermanns, liegt ihr am Herzen. Vor seiner Geburt schloss sie für ihn eine Krankenzusatzversicherung ab, die sich bereits bewährte, als der Säugling einmal kurz in die Klinik musste. Doch die schönste „Vertragsbindung“ geht Janin Burgund mit den Zimmermanns im April ein: Sie wird Elijas Patentante.



Rüsselsheim/Trebur. Vermittlerin Janin Burgund mit Kundin Katja Zimmermann und deren Sohn Elija im Kinderzimmer des neun Monate alten Babys

Wie kann ich meinen Vermittler bewerten?

Überall verlangen Menschen Transparenz. Und wollen mit ihrer Meinung Veränderungen anschieben. Mit der Vermittlerbewertung im Internet geht ERGO darauf ein – und betritt damit als Versicherung echtes Neuland



„Wir hatten zunächst nur ein Pilotprojekt geplant. Aber dann lief es so gut, dass wir uns schnell für die Einführung entschieden. Seit Dezember 2012 erhalten alle ERGO Neukunden mit ihrer Police ein Begleitschreiben mit einem Bewertungscode. Damit können sie sich unter www.ergo.de/feedback anmelden und dort die Beratung beurteilen – innerhalb von 30 Tagen nach Vertragsabschluss.

Für Kompetenz, Verständlichkeit, Freundlichkeit und Engagement können sie jeweils bis zu fünf Sterne vergeben. Anfangs waren die Vermittler skeptisch. Sie befürchteten, dass Kunden generellen Ärger über ERGO ablassen würden – ohne die individuelle Betreuung zu beurteilen. Aber schon in der Testphase kamen die Vermittler durchschnittlich auf einen Spitzenwert von 4,52 Sternen.

So funktioniert das System: Sobald eine neue Bewertung vorliegt, wird der Vermittler per E-Mail informiert. Er sieht nur die Sterne, nicht, wer sie vergeben hat. Die aktuelle Gesamtbewertung wird auf seiner Website aktualisiert. Kunden können sich daran orientieren. Und sogar für die alten Hasen unter den Vermittlern ist dieses Feedback Gold wert. Niemand fühlte sich bislang unwohl. Auch keiner, bei dem oder der vielleicht eine Beschwerde kam. Das hat sich herumgesprochen: Die Vermittlervereinigung von ERGO unterstützt das Projekt bereits intensiv.

Ich finde, wir sind einen wichtigen, mutigen Schritt gegangen. Mit einer Offenheit und Konsequenz, die neu für unsere Branche sind. Ich denke, von diesem Instrument werden Kunden und Vermittler noch sehr profitieren.“

→ Dirk Schallhorn ist Leiter des E-Marketing bei ERGO

Was macht gute Beratung aus? Und wie lehrt man sie?



Wissbegierig: Thomas Klaube (rechts), Mitglied im Kundenbeirat und Schornsteinfegermeister aus Sangerhausen, spricht im AMO-Kulturhaus in Magdeburg mit Michael Beuchling, langjähriger Leiter Bildung Vertrieb bei ERGO

Was muss ein Vermittler haben, damit ihm Kunden vertrauen? Wie viel Fachwissen braucht er, wie viel Einfühlungsvermögen? Wie findet ERGO dafür die richtigen Leute? Kundenbeiratsmitglied Thomas Klaube wollte von ERGO Experte Michael Beuchling alles über die wichtigsten Ansprechpartner der Kunden wissen – ihre Berater

Thomas Klaube: Herr Beuchling, woher weiß ich, wie gut ein Vermittler ist?

Michael Beuchling: Qualität setzt eine richtige Partnerauswahl und Bildung voraus. Unsere Vertriebs-Azubis müssen ein Assessment-Center bestehen. Quereinsteiger sollten eine Ausbildung haben, oben drauf satteln sie den „Versicherungskaufmann/-kauffrau IHK“. Erfahrene Kräfte gewinnen wir zum Teil von der Konkurrenz. Alle brauchen einwandfreie Schuf- und Führungszeugnisse.

Klaube: Reicht das schon für Spezialfragen, die ich möglicherweise habe?

Beuchling: Unsere Vermittler wissen viel, aber natürlich nicht alles. Dafür steht ihnen aber bei Bedarf ein Spezialist aus dem Unternehmen zur Seite.

Klaube: Wie stellen Sie sich Ihren idealen Vermittler vor? Was ist das für ein Mensch, wie sollte der oder die ticken?

Beuchling: Das sollte ein offener Typ sein, der auf Menschen aus allen Schich-

ten und Generationen zugehen kann. Und sich in deren Bedürfnisse hinein-denken kann, egal ob Bauarbeiter oder Anwalt. Er muss hoch motiviert sein und Lust auf Leistung haben. Und mit Rückschlägen und Kritik umgehen können.

Klaube: Wenn jemand nur auf schnelles Geld aus ist – passt der für den Job?

Beuchling: Nein. Und „schnelles Geld“ höre ich nicht gern. Wir wollen Vermittler, die viele Jahre für uns tätig sind. Aber wer erfolgreich ist, kann bei uns gut verdienen. Wohl gemerkt: kann. Denn das schafft bloß, wer nachhaltige Geschäfte macht. Bei der Lebensversicherung etwa beträgt die Stornohaftungszeit fünf Jahre, erst dann ist die Provision vollständig verdient.

Klaube: Was tun Sie gegen Abzocker?

Beuchling: Nur das langfristig angelegte Geschäft bringt das erhoffte Geld. Zudem prüfen wir regelmäßig die Qualität unserer Vermittler. Es gibt Mystery-Shopper, das sind als Kunden getarnte

Qualitätsprüfer. Die lassen sich pro Jahr mehrere Hundert Mal verdeckt beraten. Anträge überprüfen wir stichprobenartig, bei Beschwerden schauen wir ganz genau hin. Ab und zu begleiten Führungskräfte auch einzelne Vermittler.

Klaube: Laufend ändern sich Gesetze. Wie stellen Sie sicher, dass mein Vermittler auf dem aktuellen Stand ist?

Beuchling: Alle müssen immer weiter lernen. Führungskräfte leiten Infos weiter, es finden dauernd Schulungen und spezielle Weiterbildungen statt.

Klaube: Fast alle Vermittler sind Männer. Wollen Sie keine Frauen?

Beuchling: Wir haben absolut nichts gegen Frauen, im Gegenteil. Doch Sie haben recht: Im Vertrieb machen Frauen nur rund neunzehn Prozent aus. Wir wollen den Anteil vergrößern, aber Frauen haben oft mehr Vorbehalte gegen freiberufliche Tätigkeit. Die Zahlen bei den Vertriebs-Azubis machen Hoffnung: 38 Prozent sind Frauen. Die Herausforderung ist es, viele davon tatsächlich im Vertrieb zu halten.

Klaube: Es gibt einen neuen, einheitlichen Beratungsansatz. Wie soll das funktionieren? Jeder ist doch anders.

Was macht ihr, wenn sich ein Kunde über einen Vermittler beschwert?

Fehler sind ärgerlich, aber auch menschlich. Wenn sie passieren, nehmen wir sie ernst. Und suchen eine Lösung für den Kunden



„Sobald uns eine Beschwerde erreicht, ermitteln wir den objektiven Sachverhalt, schauen uns die Beratungsdokumentationen an und bitten den Vermittler um Stellungnahme. In vielen Fällen sind die Beratung und deren Dokumentation nicht zu beanstanden. Trotzdem fühlt sich der Kunde nicht richtig beraten. Diese Fälle sind im Dialog mit dem Kunden schwieriger zu lösen, weil alles richtig gelaufen ist.“

Liegt ein erkennbarer Fehler des Vermittlers vor, geben wir der Beschwerde statt und ersetzen den entstandenen Schaden. Die Maßnahmen, die wir dann ergreifen, hängen davon ab, welchen Vorwurf wir dem Vermittler machen müssen. Das ist nicht immer leicht zu klären.

Ein Beispiel: Ein Kunde bringt seinen Hund zum Gespräch mit. Der Vermittler ermittelt den Bedarf und berät, aber es kommt nicht zum Abschluss einer Tierhalterhaftpflicht. Kurz darauf beißt der Hund zu – der Kunde fühlt sich falsch beraten. Und wir können nicht mehr nachvoll-

ziehen, ob der Vermittler die Beratung über die Tierhalterhaftpflicht nur nicht dokumentiert oder schlicht vergessen hat, den Kunden darauf aufmerksam zu machen.

Je nach Fall reicht unsere Reaktion gegenüber dem Vermittler von Fortbildungs- und Nachschulungsmaßnahmen, mahnenden Worten bis zu vertragsrechtlichen Konsequenzen. In letzter Instanz sind Abmahnung und Kündigung möglich. Gott sei Dank sind wir dazu aber sehr selten gezwungen.

Intern überlegen wir natürlich, wie wir solche Fehlerquellen minimieren können. Hier steht der neue Beratungsansatz im Mittelpunkt. Durch die kundenfokussierte Bedarfsanalyse wollen wir den Kunden umfänglich beraten. Mit dem Beratungsansatz fragt der Vermittler strukturiert und bekommt so die notwendigen Informationen für die anschließende Empfehlung. Wir sind deshalb zuversichtlich, dass Beschwerden die Ausnahme bleiben.“

→ Thomas Vogeno ist Bereichsleiter Personal Vertrieb

Beuchling: Darum geht es. Weil jeder anders ist, müssen wir den Bedarf genau analysieren, intensiv zuhören, darauf aufbauend verkaufen. Die Standardisierung betrifft vor allem die Struktur der Gespräche. Beim ersten Treffen stellt sich der Vermittler vor, sondiert Bedürfnisse und Ziele. Erst fürs zweite Mal bereitet er Angebote vor – falls der Kunde das will.



Klaube: **Ist das wirklich neu? Mein Vermittler hat vor elf Jahren auch schon alle Themen bei mir abgeklopft.**

Beuchling: Die erfolgreichen alten Hasen haben schon immer umfänglich beraten und verkauft. Neu ist die klare Struktur des Vorgehens für alle Vermittler. Damit wollen wir in der Breite für eine gute Beratungsqualität sorgen.



Thomas Klaube (unten) war beunruhigt über Meldungen zum Stellenabbau im Vertrieb. Michael Beuchling: „Wir werden keine Vermittler abbauen, wir hätten lieber noch mehr“

Klaube: **Es heißt, der ERGO Vertrieb werde umgebaut, Jobs sollen wegfallen. Bedeutet das weniger Vermittler und schlechtere Beratung?**

Beuchling: Wir führen fünf Vermittlerorganisationen zu zweien zusammen. Dadurch fallen Führungsposten und Spezialistenfunktionen weg. Aber wir werden keine Vermittler abbauen, wir hätten sogar lieber noch mehr.

→ Michael Beuchling war bis Ende Februar 2013 Leiter Bildung Vertrieb bei ERGO und leitet seitdem die Einheit Abrechnung Vermittler-Service B

→ Thomas Klaube ist Mitglied im Kundenbeirat und Schornsteinfegermeister aus Sangerhausen

Euer Vermittler berät mich – lange und ausführlich. Daraufhin beantrage ich eine Berufsunfähigkeitsversicherung. Und ihr lehnt mich ab. Wie kann das sein?



„Eine Ablehnung ist in der Regel begründet durch den Gesundheitszustand im Zusammenspiel mit dem Beruf. Wenn Sie körperlich tätig sind, zum Beispiel als Fliesenleger, ist ein Verschleiß im Kniegelenk eine erhebliche Bedrohung für die Fähigkeit, Ihren Beruf lange auszuüben. Bei reinen Bürotätigkeiten sieht das schon wieder ganz anders aus.“

Viele Menschen glauben, dieses Problem gleiche sich durch den Kollektiveffekt einer Versicherung aus; also dadurch, dass wir Risiken auf viele Schultern verteilen. Das ist aber nicht der Fall, denn leider ist nur ein kleiner Teil der Bevölkerung wegen Berufsunfähigkeit versichert. Es kommen sogar verstärkt die Menschen zu uns, die wissen, dass

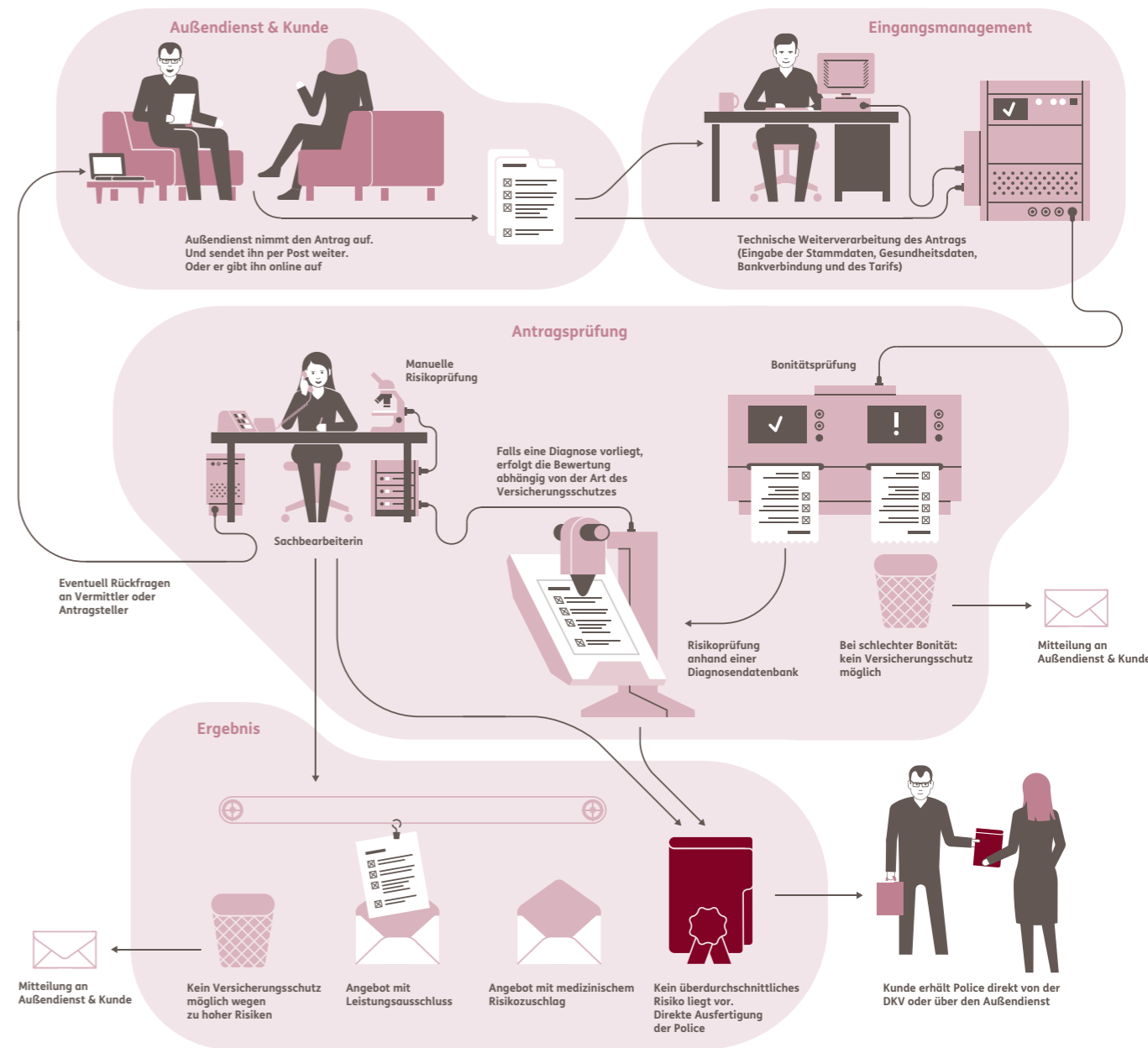
sie ein hohes Risiko für eine Berufsunfähigkeit haben. Wenn wir nun alle Menschen aufnehmen, ohne Risikoprüfung, müssten wir die Preise entsprechend anpassen. Die erhöhten Preise würden dann wieder gesunde Menschen abschrecken, diese Versicherung abzuschließen. Als Konsequenz müssten die Preise weiter steigen ... Sie sehen, das kann nicht funktionieren.

Eine Lösung, die günstig ist und ohne Risikoprüfung auskommt, müsste alle Menschen zum Abschluss einer solchen Versicherung zwingen. Ob so etwas sinnvoll und gewollt ist, muss gesellschaftlich breit diskutiert und am Ende von der Politik entschieden werden.“

→ Johannes Lörper, Vorstandsmitglied der ERGO Lebensversicherung AG

Wer entscheidet über meinen Antrag für eine Krankenversicherung? Und wie wird das entschieden?

Wir werden oft gefragt, wieso wir bestimmte Kunden versichern. Und andere nicht. Daher diese Darstellung: Sie soll Transparenz schaffen und zeigen, wie wir Anträge prüfen. Wir versichern: Es gibt klare Regeln, wir überlassen nichts der Willkür, und wir gehen dabei gewissenhaft vor*



* Die Darstellung zeigt einen Antragsprozess für eine private Krankenversicherung oder eine Krankenzusatzversicherung bei der DKV – vermittelt durch einen DKV Vertriebspartner

Rückfragen

Manchmal brauchen wir mehr Information über den Schweregrad einer Erkrankung. Dann sind Untersuchungen erforderlich, zum Beispiel um den Schweregrad einer Erkrankung oder eine Ausheilung einzuschätzen. Dafür schicken wir unsere Kunden übrigens nicht zum Arzt. Wir bitten lediglich um aktuelle ärztliche Atteste.

Bonitätsprüfung

In der privaten Krankheitskosten-Vollversicherung prüfen wir sie immer. Kosten für Nichtzahler müssen sonst von anderen Kunden mitgetragen werden; während der Versicherungsschutz der Nichtzahler weiterläuft. In der Zusatzversicherung (KKTV: Krankheitskosten-Teilversicherung) prüfen wir die Bonität nur bei bestimmten Tarifen.

Leistungsausschluss

Bei Tarifen der Zusatzversicherung gibt es die Möglichkeit, fest abgrenzbare Krankheitsbilder (und deren Folgen) vom Versicherungsschutz auszuschließen. Zum Beispiel Unfallverletzungen oder auch Hauterkrankungen. Abgrenzbarkeit ist wichtig, damit Vertrag und Leistungen transparent und klar sind. Und es im Leistungsfall keine Unstimmigkeiten gibt.

Risikozuschlag

Bei bestimmten Krankheitsbildern (Hepatitis, Asthma, Rückenschmerzen etc.) knüpfen wir Verträge an Zuschläge. Deren Höhe hängt von der individuellen Diagnose ab, aber auch von Alter, Begleiterkrankungen und Tarifen. Eine Aussage über die Höhe bei typischen Krankheiten ist daher nicht pauschal möglich.



Wie bringt man Vermittler dazu, möglichst umfassend zu beraten? Rund um diese Frage hat Hans Fabry (links) den neuen ERGO Beratungsansatz gestrickt. Mit derselben Frage setzt sich Prof. Dr. Jürgen Steiner ein Berufsleben lang auseinander

Versicherungsvermittler wollen verkaufen. Kunden suchen Beratung. Wie bringt man das zusammen?

Versicherungsvermittler wollen verkaufen und Geld verdienen. Kunden suchen eine Beratung, die möglichst frei von Verkaufsinteressen ist. Wie bringt man diese Gegensätze zusammen? Und findet ein Modell, von dem beide Seiten profitieren? Um diese Fragen hat ERGO für ihre Vermittler eine neue Form der Beratung geschaffen. Hans Fabry hat sie zusammen mit Kollegen entwickelt. Prof. Dr. Jürgen Steiner hinterfragt sie in einem kritischen Expertengespräch

Kundenbericht: Herr Professor Steiner, was halten Sie vom neuen einheitlichen Beratungsansatz von ERGO?

Jürgen Steiner: Mir gefällt der Ansatz von ERGO, den Kunden zu verstehen. Das Konzept ist richtig. Was ich jetzt vor mir sehe, ist das Problem der Umsetzung des Konzepts durch die Berater. Die Gefahr besteht, dass es nicht gelebt wird.

Hans Fabry: Diese Gefahr sehe ich auch. Aber auch ein neues Leitbild wie „Versichern heißt verstehen“ knipst man ja nicht einfach mal an. Dafür müssen Prozesse verändert werden. Beim Kompass stehen wir noch ganz am Anfang. Sagen wir mal so: Das Buch ist geschrieben. Jetzt gilt es, das Wissen in die Welt zu tragen, Stück für Stück.

Ist dieses Buch zu dick geworden?

Fabry: Wenn Sie es jemandem ohne Kommentar auf den Tisch knallen, ja. Aber so wird der Kompass ja nicht verwendet. Im Gegenteil. Wenn jemand das Thema Familienabsicherung besprechen möchte, dann vertiefen wir dort – sofort und schneller als vorher.

Steiner: Herr Fabry, ich glaube nicht, dass der Mensch so tickt. Kunden kommen nicht zum Vermittler und sagen: „Ich habe ein Problem mit der finanziellen Absicherung meiner Familie.“ Otto Normalverbraucher versteht von Finanzen relativ wenig. Meine kritische Anmerkung zielt in eine andere Richtung: Was Sie vorhaben, bedeutet eine massive Veränderung im Verhalten Ihrer Vermittler. Diese sollen sich vom produktorientierten zum bedarfsorientierten Verkauf umstellen. Das würde einen Paradigmenwechsel für die gesamte Branche bedeuten.

Fabry: Und genau dieser Paradigmenwechsel steckt im neuen, einheitlichen Beratungsansatz.

Moment einmal, produktorientierter Verkauf, bedarfsorientierter Verkauf? Was bedeutet denn das?

Fabry: Produktorientiert heißt, dass alle Anreize und Belohnungen auf den Produktverkauf ausgerichtet sind. Wir können heute noch keinen Vermittler allein dafür bezahlen, dass er nur gut beraten hat. Und es gibt unterschiedliche Provisionen für unterschiedliche Produkte. Diese Gesetzmäßigkeiten der Branche können wir nicht sofort ändern. Unsere

Beratung schon: weg vom Produkt. Hin zur Lebenssituation und den Bedürfnissen des Kunden.

Steiner: Da möchte ich etwas Wasser in den Wein gießen. Konzerne und Vorstände brauchen Rentabilität – und die hängt direkt vom Produktverkauf ab. Stimmen die Zahlen nicht, hat das Top-Management Probleme.

Wie ändert eine Versicherung das Verhalten ihrer Vermittler?

Fabry: Wir machen sie auf die Chancen guter Beratung aufmerksam. Mit dem neuen Beratungsansatz legt der Vermittler den Grundstein für eine langfristige Beziehung, eine lebenslange Begleitung. Steiner: Der Vertrieb lebt vom Verkauf, was ja auch nicht anrühlich ist. Nur: Der Verkauf muss bedarfsorientiert erfolgen. Fabry: Dem stimme ich voll zu!

Steiner: Die wirklich guten, auf langfristige Kundenbindung bedachten Finanzberater brauchen keine diktierten Steuerungssysteme. Gute Berater verkaufen einem Kunden keinen Bausparvertrag, wenn dieser keinen braucht. Gute Berater sind motiviert durch empathische, soziale Verhaltensweisen.

Übrigens: Ganzheitliche Beratungssätze gibt es nicht nur bei ERGO, sondern auch bei Mitbewerbern. Boshaft könnte man manche Ansätze als Vehikel für Cross-Selling bezeichnen, um eine möglichst große Bandbreite an Finanzprodukten abzusetzen.

Fabry: Cross-Selling, angestoßen durch den Vermittler, hilft dem Kunden. Denn so werden die verschiedenen Bereiche angesprochen, über die der Kunde nachdenken sollte. Insofern eine gute Sache. Der Abschluss muss dann dem vom Kunden geäußerten Bedarf folgen.

Steiner: Dennoch: In der Realität ist der Beratungsansatz sehr komplex. Wenn Ihr Vermittler damit zum Kunden geht, hat er ihn schon überfordert.

Fabry: Ihre Kritik zielt auf die Visualisierung. Der Kompass mag komplex aussehen. Aber in der Vielfalt liegt sein Vorteil. Wir finden zunächst heraus, welche Themen einem Kunden zurzeit wichtig sind. Daraus leiten wir ab, was wir im ersten Schritt vertiefen wollen. Der Vermittler kehrt nach zwei Wochen mit einem Angebot zum Kunden zurück.

So funktioniert der ERGO Kompass

Beratung und Vorschläge in sechs Schritten:

1. Wo stehen Sie heute?

Ein paar Fragen vorab geben dem Vermittler einen Eindruck von Ihrer Lebenssituation und Ihren Plänen.

2. Was ist für Sie wichtig?

Der Kompass enthält elf Lebensbereiche. So finden wir mit Ihnen das Thema, das Ihnen am wichtigsten ist. Und welches später drankommt.

3. Wir schauen genauer hin.

Dieses Thema vertiefen wir mit Ihnen – in einer gründlichen Analyse.

4. Auswertung und Ergebnis

Die Analyse werten wir aus und entwickeln einen Lösungsvorschlag.

5. Neuer Termin: Empfehlung

Wir stellen Ihre individuelle Lösung vor. Sie entscheiden, ob Sie zufrieden sind und den Vorschlag annehmen.

6. Langfristig gut betreut

Regelmäßig überprüfen wir Ihren Versicherungsschutz.

So profitieren unsere Kunden

Umfangreiche Versorgung

Orientierung

Sie wissen, wo Ihr Bedarf liegt.

Klarheit

Sie gehen Ihre Absicherung an.

Optimierung

Das Angebot passt. Auch finanziell.

Einfachheit

Ihr Vermittler kümmert sich.

Zufriedenheit

Abgesichert – nach Ihrem Bedarf.



Woher wissen Sie, dass das klappt?

Fabry: Wir haben dieses Vorgehen lange getestet, extrem positives Feedback aus dem Vertrieb bekommen. Der Vertrieb sagt, „es ist gut, es funktioniert“.

Steiner: Das sagen die, die es anwenden.
Fabry: Wir haben geschult, getestet, zugehört, verändert. Nun sind wir zuversichtlich, dass der Beratungsansatz schon allein deshalb angewendet wird, weil er sich für beide Seiten lohnt. Unser Anspruch ist, möglichst viele Vermittler von dem Modell zu überzeugen.

Steiner: In der Branche gibt es viele Anbieter, die dasselbe versuchen. Niemandem ist bislang eine überzeugende Realisierung gelungen. Es scheitert nicht am Konzept. Es scheitert am Vermittler, der

Unverständliche Verträge sind eine Katastrophe. Intransparente Beratungen nicht minder!

sich in kein Schema pressen lassen möchte. Schulen Sie Ihre Vermittler methodisch, fachlich und emotional richtig, dann haben die den Ansatz im Kopf und brauchen nicht diese ganzen Unterlagen auszupacken. Die Welt ändert man nicht durch Papier oder durch Scheiben wie den Kompass, sondern dadurch, dass man Verhaltensweisen ändert.

Fabry: Ich stimme Ihnen zu: Es reicht nicht, Ordner zu produzieren und sie zu verschicken. Wir arbeiten mit einem Schulungsplan, arbeiten Feedback ein. Schritt für Schritt, nach und nach.

Wer profitiert am Ende mehr vom Kompass? Kunde oder Vermittler?

Steiner: Ich mag die Frage nicht. Es geht nicht um „mehr“, sondern darum, etwas Vernünftiges für den Kunden zu tun. Vor allem darum, sich die finanziellen Sorgen des Kunden zu eigen zu machen und über die fortlaufende Lösung seiner Probleme eine geschäftliche Beziehung aufzubauen, von der beide profitieren.

Fabry: Nachhaltigkeit ist das Stichwort. Wenn der Beratungsansatz konsequent angewendet wird, profitieren Vermittler und Kunde – und zwar zu gleichen Teilen. Die konsequente Anwendung des Denkmodells bringt den Vermittler in eine langfristige Beziehung. Der Vorteil für den Kunden: Sein Bedarf wird in den Mittelpunkt gerückt.

Steiner: Und das wird auch höchste Zeit, denn sonst wird die Politik das noch weiter regulieren wollen.

Wie viel Führung, wie viel Flexibilität braucht gute Beratung?

Steiner: Gute Beratung ohne Konzept ist nicht möglich, das heißt mit Blick auf den Kunden so viel Flexibilität, dass dieser nicht in das Schema „an den Kundenbedürfnissen vorbei“ gepresst wird. Das erfordert Standardisierung und Individualisierung. Standardisierung ist das qualitätssichernde Element der individuellen Beratung. Das heißt: Ablauf und Inhalte der Beratung müssen klar definiert sein. Und: Der Vermittler muss sich an diese Abläufe halten. Und zwar so, dass seine Beratung beim Kunden als „Versichern heißt verstehen“ ankommt.

Wie wichtig ist es eigentlich, dass Kunden alles verstehen?

Steiner: Kauft man eine Jacke, hat man etwas erworben, woran man sich anschließend erfreuen kann. Kauft man eine Versicherung, eine Riester-Rente oder einen Sparvertrag, gibt es einen abstrakten Vertrag. Wer kann sich da schon freuen? Der Nutzen des Kaufs wird erst spürbar, wenn der Vertrag eingelöst wird. Daraus folgt: Unverständliche Verträge sind eine Katastrophe. Nicht minder intransparente Beratungen: Der Kunde kauft, ohne verstanden zu haben.

Stichwort Verantwortung: Was muss sich ändern? Beim Vermittler? Bei der Versicherung? Beim Kunden?

Steiner: Der Vermittler muss sich klarmachen, dass vor ihm kein Kunde sitzt, sondern ein Mensch mit finanziellem Bedarf oder sogar Nöten. Er sollte so beraten, wie er es für sich selbst gerne hätte. Und er sollte von der Qualität seiner Lösung überzeugt sein. Dazu muss der Vermittler auch Verantwortung für die eigene Weiterbildung übernehmen.

Die Branche muss weg von der produktorientierten Steuerung hin zu bedarfs- und qualitätsorientierten Anreizen für die Vermittler. Die bei Kunden wünschenswerte Änderung dürfte in der Breite nur schwer zu bewerkstelligen sein, nämlich Interesse für die eigenen finanziellen Probleme zu wecken und das dazu nötige Wissen zu erwerben.

Wer soll am Ende Verantwortung übernehmen? Kunde oder Vermittler?

Steiner: Selbstverantwortung ist der beste Anlegerschutz.

Herr Steiner, bitte zum Abschluss ein Fazit: Wie bewerten Sie den Kompass?

Steiner: Positiv. Daran gibt es nichts zu deuten. Bei privaten Haushalten hängt alles miteinander zusammen: Einkommen, Vorsorge, Rente. Insofern kann ein ganzheitlicher Ansatz nur positiv bewertet werden.

Herr Fabry, sehen Sie Risiken?

Fabry: Die liegen in der Umsetzung. Das Konzept ist das eine. Aber es muss eben auch Anwendung finden. Im Zweifelsfall ist ein halbgutes Konzept, mit dem alle arbeiten, besser als ein perfektes Konzept, das nicht angewendet wird. Schaffen wir es, unsere Vermittler auf die Reise mitzunehmen? Denn nur so kommt der Ansatz beim Kunden an.
Steiner (lacht): Das sehe ich nicht als Risiko. Das sehe ich als Chance!

→ Prof. Dr. Jürgen Steiner ist geschäftsführender Direktor des Instituts für private Finanzplanung an der Universität Passau. Er wird ERGO zukünftig bei der weiteren Ausgestaltung des Beratungsansatzes beraten

→ Hans Fabry ist Leiter Marketing bei der DKV

→ Das Gespräch wurde moderiert von Ralf Grauel, der die Redaktion des Kundenberichts leitet

Wie überprüft ihr die Qualität eurer Vermittler?

Sie sind die verdeckten Ermittler der Konsumwelt. Auch für ERGO sind die getarnten Testkäufer unterwegs. Eine Mystery-Shopperin berichtet aus ihrem Alltag



ERGO Kundin Franziska Hoppe fragte sich, ob eine Versicherung auch herausfinden kann, wie gut ihre Partner arbeiten, wenn die sich unbeobachtet fühlen



„Ich arbeite seit rund drei Jahren als Mystery-Shopper. Das Wichtigste: Man muss schauspielerisches Talent mitbringen. Für jeden Besuch bei einem Vermittler nehme ich eine neue Identität an. Ich wähle Namen von alten Klassenkameraden, dann habe ich ein

Bild vor Augen und kann mich entsprechend verhalten. Das klappt wirklich gut, denn ich wurde noch nie enttarnt.

Für den Fall, dass mich jemand zurückrufen möchte, habe ich zwei Telefone, für meine diversen Identitäten. Viele Leute haben eine falsche Vorstellung von meiner Arbeit, weil sie nach hartem Undercover-Einsatz klingt. Aber es geht einfach darum, kritisch nachzufragen, nicht lockerzulassen und die Situation genau und aufmerksam zu beobachten.

Einmal lief mir ein Geschäftsstellenleiter entgegen, schüttelte mir die Hand, erklärte, dass sein Hund krank sei und er sofort gehen müsse. Ein Kollege würde die Beratung durchführen. Der Kollege war aber ein Praktikant, das war wohl seine erste eigene Beratung. Er zitterte wie Espenlaub und tat mir leid. Natürlich war das keine Beratung, sondern ein großer Fehler seines Chefs; so habe ich das auch beurteilt.

Aber es gibt viele gute Vermittler, freundlich, kompetent und überzeugend in der Nachbereitung. An die würde ich mich auch mit meinem eigenen Wunsch nach Information wenden. Nach jedem Einsatz fülle ich einen Fragebogen aus, das Wichtigste sind die Kommentare. ERGO bekommt übrigens nie Details zu den getesteten Vermittlern übermittelt, sondern nur anonyme Bewertungen. Gott sei Dank wurde ich auf der Straße noch nie wiedererkannt. Ich wüsste gar nicht, wie ich da reagieren würde.“

Verstehen

Was wir tun, damit zwischen Kunden und ERGO alles klar ist

Wie weit ist die Klartext-Initiative?

Verständlicher formulieren, schnell zum Punkt kommen, Fachchinesisch vermeiden – das sind die großen Ziele unserer Klartext-Initiative. Diese Initiative gibt es nun schon eine ganze Weile. Zeit für einen Zwischenbericht. Kundenbeiratsmitglied Heinrich Wacker im Gespräch mit Pia Zander, Mitglied im ERGO Fachgremium Verständlichkeit

Heinrich Wacker: **Frau Zander, die Klartext-Initiative läuft schon eine Weile. Was ist Ihr ehrlicher Eindruck: Sind ERGO Schreiben heute wirklich besser als früher?**

Pia Zander: Ich denke schon, dass wir verständlicher und kürzer geworden sind. Früher haben wir alles lang und breit erläutert. Heute versuchen wir, es so kurz wie möglich zu halten.

Wacker: **Es gibt so viele verschiedene Schreiben aus Ihrem Haus. Wie viel Prozent des Schriftverkehrs wurde denn bisher verbessert?**

Zander: Ich kann das nur für die Krankenversicherung sagen. Zunächst haben wir uns auf die wichtigsten Standard-schreiben konzentriert, da haben wir 80 Prozent bearbeitet; darunter war beispielsweise auch die Leistungsabrechnung der DKV mit einer Auflage von 4,5 Millionen. Um den Rest und die individuelle Korrespondenz kümmern wir uns nach und nach.

Haben sich gut verstanden: Heinrich Wacker und Pia Zander im Café des Museum Ludwig in Köln

Wacker: **Manche furchtbaren Formulierungen stammen aus Gesetzen. Die kann man ja nicht einfach ändern, wie macht man die verständlicher?**

Zander: Das ist nicht immer leicht. Ich etwa arbeite im Bereich Anfechtung und Rücktritt, da sind Paragraphen unvermeidbar. Deswegen trennen wir das: Wir erklären möglichst einfach, warum ein Vertrag endet. Die Gesetze, auf die wir uns beziehen, packen wir in Fußnoten. Verweise auf die Allgemeinen Versicherungsbedingungen wollen wir uns ganz sparen. Zusätzlichen Klärungsbedarf besprechen wir auch gerne am Telefon.

Wacker: **Es gibt seit ein paar Monaten extra ein neues Gremium, das Fachgremium Verständlichkeit. Wofür?**

Zander: Damit wollen wir erreichen, dass ERGO nachhaltig verständlich kommuniziert. Seit August 2012 treffen sich Kollegen aus allen Bereichen unter der Leitung des ERGO Kundenanwalts und prüfen Briefe, Flyer und Prospekte.

Wacker: **Ich würde immer denken, dass jeder Bereich anders spricht. Kann denn**

ein Kollege aus der Sachversicherung DKV Texte beurteilen?

Zander: Ja, für unsere Zwecke ist das sogar ideal: Je weniger einer den anderen Bereich kennt, desto eher reagiert er wie ein normaler Kunde.

Wacker: Wenn plötzlich alle ganz anders schreiben sollen, ist das für die Mitarbeiter doch bestimmt manchmal komisch, oder?

Zander: Klar. Einige Kolleginnen und Kollegen sehen die Veränderung kritisch. Das kann man ihnen nicht verdenken. Viele Jahrzehnte war es richtig, wie sie schrieben. Und jetzt gilt vieles als unverständlich? Das ist nicht einfach. Umso wichtiger ist hier das Gespräch.

Wacker: Wie bringen Sie Mitarbeitern eigentlich die neue Schreibsprache bei?

Zander: Da läuft einiges parallel. Wir haben zum einen unsere neuen Schreibregeln, die im Netz laufend aktualisiert werden; hinzu kommen freiwillige Korrespondenzseminare. Am wichtigsten sind die Gespräche untereinander. Meine Regel lautet, dass man den Brief in eigenen Worten wiedergeben kann. Klappt das nicht, ist das Schreiben noch unverständlich.

Wacker: Was sind das für Schreibregeln? Haben Sie ein Beispiel?

Zander: Das sind so umständliche Floskeln wie „Zu unserem Bedauern haben wir festgestellt, dass ...“. Besser ist: „Es tut uns leid, dass ...“. Oder Sätze wie „Die Belege schicken wir zu unserer Entlastung zurück.“ So etwas klingt natürlich furchtbar. Persönlicher ist: „Sie erhalten die Rechnung von Dr. XY zurück.“

Wacker: Vergangenes Jahr wurde ja auch eine Kunden-Hotline zur Verstehensgarantie ins Leben gerufen. Wurde die überhaupt angenommen?

Zander: Mit immerhin rund 14.000 Anrufen können wir zufrieden sein. Davon waren sogar sechs Prozent konkrete Verbesserungsvorschläge. Übrigens: Bei der DKV haben wir viele Vorschläge zur Leistungsabrechnung aufgegriffen; das Schreiben wurde komplett überarbeitet.

Wacker: Tatsächlich, meine Leistungsabrechnung war diesmal sehr verständlich – da muss ich Sie loben. Schnörkellos und geradeaus!

Zander: Das freut mich, Herr Wacker, denn das war wirklich ein Haufen Arbeit: Wir hatten Hunderte Anmerkungen.

Wacker: Und nach dem Lob gleich etwas Kritisches: Aus meinem Bekanntenkreis höre ich dagegen, dass die Schreiben im Zahnersatzbereich oft unverständlich sind ...

Wenn man einen Brief nach einmal Lesen nicht mit eigenen Worten wiedergeben kann, ist das Schreiben offensichtlich noch unverständlich



Pia Zander: „Zur Leistungsabrechnung der DKV hatten wir Hunderte Anmerkungen. Danach haben wir sie komplett überarbeitet. Das war ein Haufen Arbeit“

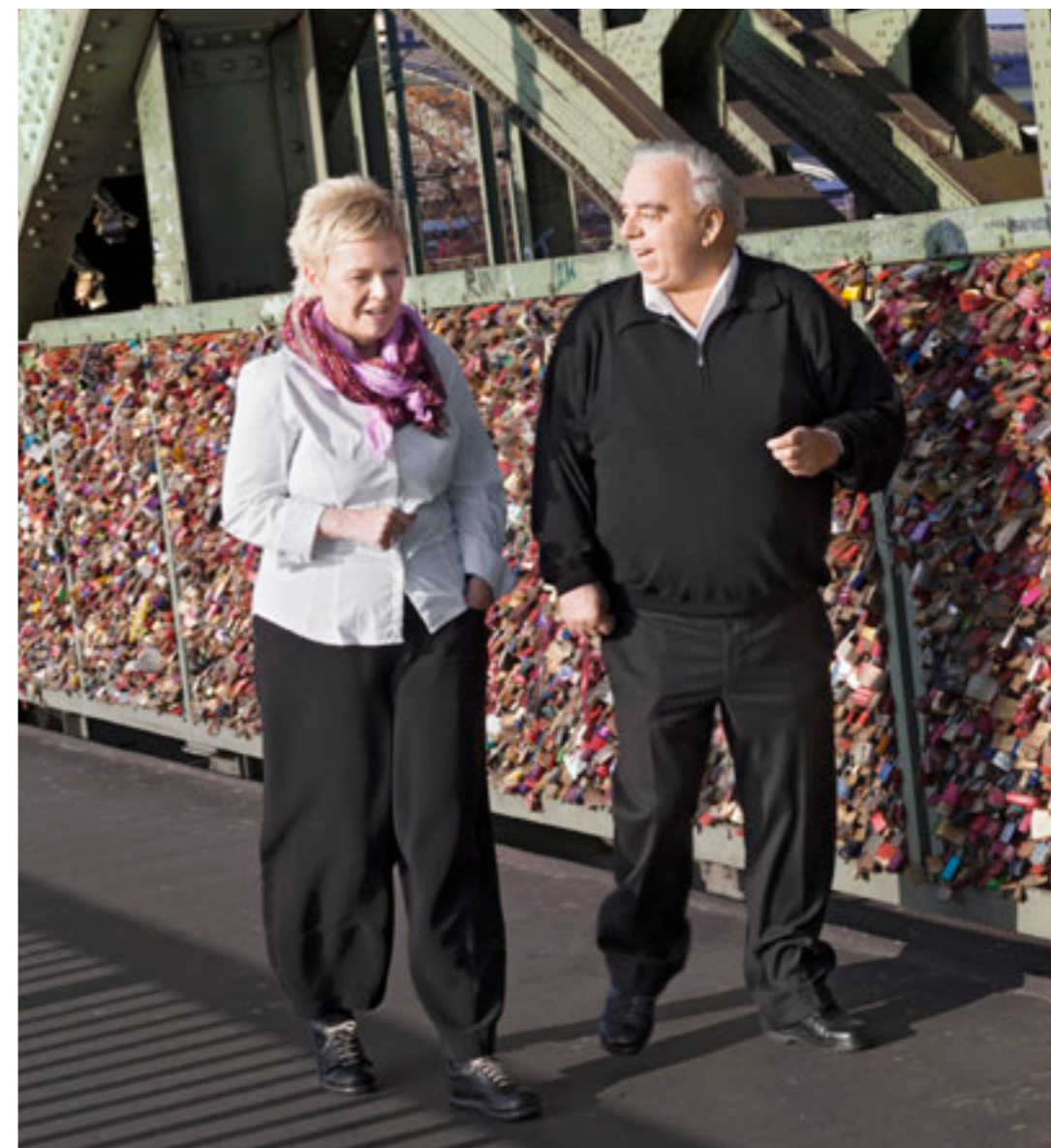
Die Klartext-Initiative

Die Klartext-Initiative sorgt für Klarheit in Schrift und Sprache – und zwar in der ganzen ERGO Gruppe. Seit 2011 wurden wichtige Briefe mit einer Auflage von vielen Millionen Exemplaren neu verfasst und verständlicher formuliert. Komplizierte, lange Versicherungsbedingungen hat ERGO bei diversen Produkten bereits auf wenige Seiten gekürzt. Für alle Briefe, Bedingungen und Texte hat ERGO klare Kriterien für eine bessere Verständlichkeit definiert und sogar wissenschaftlich zertifizieren lassen.

Sie sind Kunde und verstehen Teile von Schreiben oder Bedingungen nicht? Dann rufen Sie gerne unsere gebührenfreie Hotline (0800-3746-000) an und lassen sich den Text erklären.

Das extra geschaffene Fachgremium Verständlichkeit sorgt dafür, dass die Ziele der Klartext-Initiative langfristig und nachhaltig verfolgt werden.

Mehr Info unter www.ergo.de



„Können Sie für Ältere die Schrift nicht vergrößern?“ – „Den Hinweis gebe ich sofort weiter!“ Pia Zander und Heinrich Wacker auf der Hohenzollernbrücke. Hinter ihnen Tausende Vorhängeschlösser verliebter Kölner

Zander: Das ist tatsächlich ein kompliziertes Thema, an dem im Leistungsmanagement alleine sieben Büros mit je 15 Mitarbeitern arbeiten. Das Gebührenrecht ist komplex, hinzu kommt die enorme Tarifvielfalt. Allein das Konzept für die Programmierung des neuen Standardbriefes zur Leistungsabrechnung umfasst 300 Seiten. Unglaublich.

Wacker: Das hört sich nicht gut an. Wie vereinfachen Sie das?

Zander: Die Kunden wollen ja vor allem wissen, wie viel Geld sie erstattet bekommen. Das sollten wir ihnen möglichst

klar mitteilen. Wer noch Fragen hat, kann uns anrufen.

Wacker: Frau Zander, ein Anliegen liegt mir sehr am Herzen. Ein Drittel aller ERGO Kunden gehört wie ich zur älteren Generation. Und die würde sich freuen, wenn die Texte ein bisschen größer und übersichtlicher gedruckt werden würden.

Zander: Das ist unser Ziel. Wir hatten kürzlich einem älteren Kunden ein Angebot zu einer Pflege-Ergänzungsversicherung geschickt, der beschwerte sich unter Berufung auf die Verstehensgaran-

tie über die Schriftgröße. Recht hat er. Solche Hinweise gebe ich an die zuständigen Kollegen weiter. Und die Kollegen prüfen dann, wo und wie sie dem Wunsch gerecht werden können.

→ Pia Zander arbeitet im Leistungsmanagement Gesundheit und vertritt dieses Geschäftsfeld im Fachgremium Verständlichkeit

→ Heinrich Wacker ist Mitglied im ERGO Kundenbeirat. Er war im gehobenen Dienst der Sozialversicherung tätig und ist seit 10 Jahren im Ruhestand

ERGO Kundenwerkstatt und Verstehensgarantie

Fünf Beispiele, wie Kunden uns geholfen haben, besser zu informieren und verständlicher zu werden

ERGO Kundenwerkstatt. Im Test: **Wissen und Einstellung zu Pflege und „Pflege-Bahr“**

Was Kunden sagten: Mehr als die Hälfte der Befragten hat sich bereits mit dem Thema Pflegebedürftigkeit beschäftigt. Die wenigsten von ihnen kennen jedoch die staatlich geförderte Pflegezusatzversicherung. Trotz des vorhandenen Bewusstseins, sich gegen die Risiken eines Pflegefalls absichern zu müssen, ist die Abschlussbereitschaft eher gering. Daran ändert auch staatliche Förderung nichts. Die Mehrheit der Befragten sieht 15 Euro als Preisobergrenze für den Abschluss einer Pflegezusatzversicherung.

Wie ERGO reagierte: Wir haben ein kundenfreundliches Internetportal über Pflege entwickelt (www.pflegeversicherung.info). Der Leser erhält Antworten auf die häufigsten Fragen. Das sind: Kosten im Pflegefall, gesetzliche Leistungen vs. Versorgungslücken, Pflegestufenregelung. Hier erfahren Kunden auch, mit welchen Produkten sie Versorgungslücken schließen können.

Ein weiteres Thema, das in der Kundenwerkstatt behandelt wurde: der ERGO Kundenbericht. Es gab viel Lob, aber auch einige kritische Stimmen: Sie fanden den Bericht oft zu lang und unübersichtlich. Das haben wir uns zu Herzen genommen, sind kürzer geworden und haben den Inhalt klarer gegliedert.

Verstehensgarantie: **Beispiele für Unverständlichkeit, auf die Kunden uns hinwiesen**

Was Kunden kritisierten: In einem Schreiben werden zwei unverständliche Auswahlfragen gestellt: „Wirtschaftsgut für ausschließlich private Zwecke“ oder für „andere private Zwecke“? Der Kunde weiß nicht, was er ankreuzen soll.

Wie ERGO reagierte: Wir haben die Frage umformuliert: „Werden Sie mit der Vorauszahlung ein Wirtschaftsgut für ausschließlich private Zwecke erwerben?“ (Ankreuzen von „Ja“ oder „Nein“ möglich)

Was Kunden kritisierten: In einem Mahnschreiben der D.A.S. wird die Höhe des Rückstands nicht aufgeführt. Es fehlen wichtige Informationen. Auf die Folgen der Nichtzahlung wird lediglich mit einem Gesetzesauszug verwiesen.

Wie ERGO reagierte: Wir haben den Brief verständlicher formuliert. Er enthält jetzt die Forderungsaufstellung und die Folgen bei Nichtzahlung.

Was Kunden kritisierten: Ein Schreiben der DKV ist unübersichtlich. Der Kunde weiß nicht, was er zahlen soll.

Wie ERGO reagierte: Wir haben das Dokument überarbeitet und fetten jetzt wichtige Begriffe. Kunden werden dadurch einfach zu den wichtigen Punkten geführt.

ERGO erhält TÜV-Siegel für Verständlichkeit

ERGO ist die erste Versicherungsgruppe in Deutschland, deren Kundenkommunikation im gesamten Unternehmen von einem TÜV auf Verständlichkeit geprüft ist. Diese Prüfung haben wir im März 2013 mit Bravour bestanden. Nun arbeiten wir daran, noch besser zu werden. Fast ein Jahr lang analysierte der TÜV unsere Bedingungen, Produktinfos, Briefe und weitere Dokumente; sogar bei Kundengesprächen hörten die Prüfer zu. Karsten Düh, Vertriebsleiter beim TÜV Saarland: „Wir haben nicht nur einzelne Dokumente bewertet, sondern den gesamten Prozess betrachtet, der zu verständlicher Kundenkommunikation und nachhaltig zu mehr Verständlichkeit im Unternehmen führen soll.“ Umso erfreulicher ist die Auszeichnung!



Die Kundenwerkstatt

In Zeiten von Internet und E-Mail, von Vergleichsportalen und Facebook werden Meinungen und Beteiligung von Kunden immer wichtiger. Die ERGO Kundenwerkstatt ist eine Online-Community für alle ERGO Kunden mit dem Ziel, den Dialog zu pflegen und gemeinsam ERGO zu gestalten und zu verbessern. Briefe, Services und Produkte können in der ERGO Kundenwerkstatt geprüft und bewertet werden.

Mehr Informationen über die Kundenwerkstatt und wie man ihr beitrifft finden Sie unter www.ergo.de oder direkt unter www.kundenwerkstatt.ergo.de



Daniel Hildebrandt aus Berlin. Der ERGO Kunde und Cutter wollte wissen, wie man Klartext von Kauderwelsch unterscheidet. Und wie man das Mitarbeitern beibringt

Woher wisst ihr, was verständlich ist und was nicht?

Für mehr Klartext in E-Mails, Briefen und Schriftsätzen setzt ERGO eine Software ein – und macht damit sehr gute Erfahrungen. Jan-Henning Wiese hat das Projekt fachlich verantwortet. Er erklärt, wie ERGO dazu kam, einem Computerprogramm zu vertrauen



„2010 begannen wir mit der Arbeit an der Verstehensgarantie. Im Rahmen der Einführung haben wir geprüft, ob es eine technische Unterstützung gibt, die Texte prüft, korrigiert und gleichzeitig verbessert. Wir schauten uns um und

stellten fest, es gab sogar eine eigene Software: TextLab. Januar 2011 trafen wir die Kommunikationswissenschaftler von der Uni Hohenheim, brachten unsere eigenen Texte mit aus unterschiedlichen Sparten und waren überrascht, wie hilfreich die Hinweise waren. Die Software

läuft über den Text wie ein klassisches Rechtschreibprogramm, meldet Verstöße gegen Schreibregeln – und gibt Hinweise zu Verbesserungsvorschlägen.

Diese Software haben wir dann den Versicherungsbedürfnissen angepasst. Wir haben sie vereinfacht und unsere Klartextregeln integriert (die vorwiegend damit zu tun haben, wie wir mit bestimmten Sachverhalten umgehen und Versicherungsfloskeln vermeiden). Den Hohenheimer Index aber, der den Kern der Software bildet, haben wir nicht angetastet. Dieser Index ist ein neutraler wissenschaftlicher Standard für Verständlichkeit. Er wurde 2005 erstmalig umfangreich angewendet, als eine EU-weite Richtlinie zur Vereinfachung von Beipackzetteln in Kraft trat. Dadurch wurde der Bedarf nach allgemeingültigen Regeln für Klartext geschaffen. Und ebendiese Software, die hierbei angewendet wurde, haben wir uns zunutze gemacht und modifiziert.

Januar 2012 führten wir TextLab bei 430 Gruppenleitern ein. Bis dahin wurde die Software von mehr als 600 unterschiedlichen Mitarbeitern benutzt. Seit Februar 2013 können mehr als 13.000 Innendienst-Mitarbeiter die Software nutzen. Im Durchschnitt werden 1.000 Analysen pro Tag durchgeführt. Die Resonanz und Akzeptanz ist überwältigend. Diskussionen über persönlichen Geschmack sind beendet, denn die Regeln sind einleuchtend, einfach, klar.

Die Lernkurven der Mitarbeiter sind enorm; viele erzählen, die Arbeit mit TextLab mache richtig Spaß. Vorstände verbessern damit ihre Redemanuskripte, Produktmanager ihre E-Mails. Ich habe schon von der einen oder anderen Hochzeitsrede gehört, die nach Feierabend den letzten Schliff bekam.

Wir wissen jetzt: Klartext ist wirklich kein Mysterium. Schon gar keine Frage des Geschmacks. Klartext ist eine Frage von Stil, Grammatik und Handwerk. Für alles gibt es Regeln, und diese Regeln kann man lernen.

Dieses Lernen macht Spaß, verbessert den eigenen Sprachstil und kommt zu 100 Prozent den Kunden zugute. Was will man mehr?“

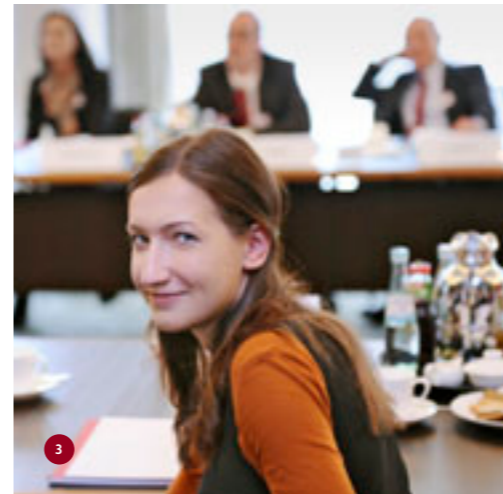
→ Jan-Henning Wiese ist Gruppenleiter im Produktmanagement bei ERGO, Bereich betriebliche Altersversorgung



(1) Mitglieder des Kundenbeirats mit Freude und Engagement bei einer Sitzung. (2) ERGO Kundenanwalt Ralf Königs präsentiert Themen, an denen ERGO arbeitet



(7) Rudi Ryckaert, Leiter des Leuchtturmprojekts „Beratung“ im Jahr 2012, diskutiert über gute Beratung aus Kundensicht. (8) Gemischtes Gruppenbild: Kundenbeiräte und ERGO Mitarbeiter. (9) Volker Jungbluth und Kerstin Beitlich begutachten den Kundenbericht 2012, an dem sie mitwirkten. (10) Kundenforderungen stehen im Mittelpunkt jeder Sitzung. Hier notiert sie der stellvertretende Sprecher Dr. Thomas Schiedek am Flipchart



Begegnungen auf Augenhöhe

Nach anderthalb Jahren Arbeit steht fest: Der Kundenbeirat ist dabei, ERGO zu verändern

Im Oktober 2011 trafen sie sich zum ersten Mal, die fünfundzwanzig Mitglieder des ERGO Kundenbeirats und Mitarbeiter des ERGO. Als erstes großes Versicherungsunternehmen schuf ERGO mit der Institution einen Ort der Begegnung, an dem Kunden auf Vorstände, Führungskräfte und Mitarbeiter treffen. Seitdem haben vier Sitzungen stattgefunden – jeweils mit Beteiligung von Vorstandsmitgliedern. Fragen, zuhören und handeln: So lässt sich aus ERGO Sicht der Zweck dieser Treffen beschreiben. Nach anderthalb Jahren Gremienarbeit, Workshops und Arbeitsgruppen steht fest: Der Kundenbeirat ist dabei, ERGO zu verändern.

Die Tätigkeit des Kundenbeirats besteht einerseits aus klassischer Sitzungsarbeit. Aktuelle Themen werden vorgestellt, kritisch besprochen und anschließend als Impulse an ERGO zurückgespielt. Dabei ging es bereits um die Zukunftsvision von ERGO, Beratungsqualität im Vertrieb und private Krankenversicherung. Ein anderer Arbeitsstrang des Gremiums besteht darin, bei ausgesuchten Sachthemen die Kundenperspektive einzubringen. So lieferten Beiratsmitglieder Anregungen für die Produktentwicklung, sie hinterfragten das Leitbild und diskutierten mit ERGO Mitarbeitern aktuelle Projekte. Der Wert dieser unverstellten Meinungen hat sich ERGO-intern herumgesprochen. Mittlerweile kommen Abteilungen eigenständig auf den Kundenbeirat zu, um dort Feedback für ihre Vorhaben einzuholen. Auch Medien interessiert dies: Im August 2012 berichtete Beiratssprecher Jan-Oliver Rudolph der „Frankfurter Allgemeinen Zeitung“ in einem Interview von seiner Tätigkeit.

Die Stimme des Kunden ins Unternehmen zu tragen, dies ist das Ziel, das hinter der Gründung des Kundenbeirats steht. Und das heißt eine Menge Arbeit: In den nächsten Jahren wird es darum gehen, diese Stimme tiefer im Unternehmen zu verankern und ihr damit alltäglich bei ERGO Gehör zu verschaffen.

Der Kundenbeirat ist das Bindeglied zwischen Kunden und ERGO. Das Gremium wurde 2011 geschaffen, trifft sich zweimal im Jahr und besteht aus 25 Mitgliedern. Damit sie für alle ERGO Kunden sprechen, ist eine gute Mischung wichtig: aus Alter, Geschlecht, Beruf, regionaler Herkunft und Kundenbeziehungen zu den verschiedenen Marken und Sparten. Die Teilnahmequote für die Sitzungen von mehr als 90 Prozent zeigt, dass die Kundenbeiräte offensichtlich Spaß an der Arbeit haben. Eine Amtszeit währt jeweils zwei Jahre. Ende 2013 startet die Auswahlrunde für den zweiten ERGO Kundenbeirat.

Der Kundenbeirat

So belebt der Kundenbeirat ERGO

Beratung und Betreuung

Der Kundenbeirat appelliert: Umsonst auch Bestandskunden! Ab 2013 entwickelt ERGO einen Ansatz, Kunden systematisch individuell anzusprechen.

Klartext auf Kontoauszug

Abbuchungen sollten Verträgen zuzuordnen sein. Der Kundenservice kann die Einzelabbuchung im Kundengespräch ab sofort aktiv anbieten.

Lebensphasen versichern

Im Leben ändern sich die Bedürfnisse. Den Wandel sollte ERGO begleiten – spartenübergreifend. Dieser Grundgedanke leitet unsere Produktentwicklung zukünftig. Das „Kinder-Paket“ ist das erste Resultat.

Mit Zufriedenheit steuern

Nicht versprechen, auch machen. Zahlen und Ziele intern so formulieren, dass auch Kundenzufriedenheit zur Richtschnur für alle wird. Wir arbeiten dran: ERGO steuert in Zukunft viel stärker mit dieser Größe.

Verstehen: Zahlen & Fakten

Unser Versprechen in der Umsetzung: was wir getan haben und tun, damit unsere Kunden nachvollziehen können, was wir sagen und schreiben. Und wie viel Zeit wir allen damit sparen

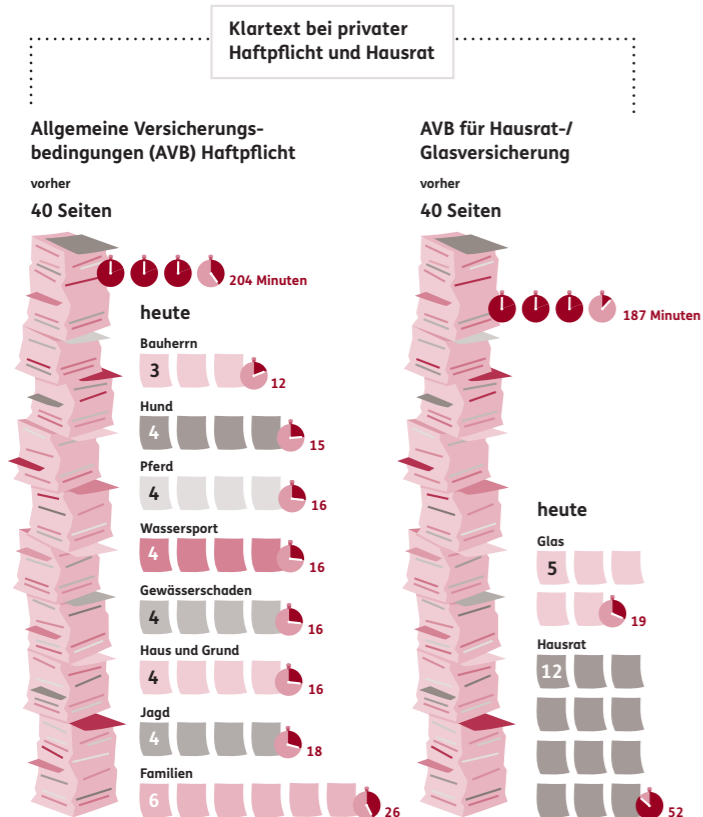
Klartext-Initiative: Was wir geschafft haben

- Gesamtauflage aller geänderten Anschreiben, in Millionen* 29
- Gesamtauflage aller 2012 überarbeiteten Vertragsbedingungen** 855.462
- Anzahl der überarbeiteten Vertragsbedingungen*** 27
- Durchschnittliche Seitensparnis pro Vertrag 12,8
- Zahl der Verbesserungsvorschläge von Kunden**** 467

* seit Beginn der Klartext-Initiative im Jahr 2011
 ** Im Bereich Komposit. Das sind Schaden/Unfall und Rechtsschutz. Schaden/Unfall hat als erster Bereich mit der Überarbeitung der Vertragsbedingungen begonnen
 *** zuzüglich zwei Bedingungen aus dem Bereich Rechtsschutz
 **** im Rahmen der Verstehensgarantie

Zeitgewinn: Reduktion auf das Wesentliche

Früher: gab es ein Vertragswerk für alle Kunden. Obendrein war es schwer verständlich. Heute: bekommt jede Kundengruppe passgenaue Bedingungen



Quelle: ERGO intern, Bereich Komposit

Objektives Messsystem für klare Texte

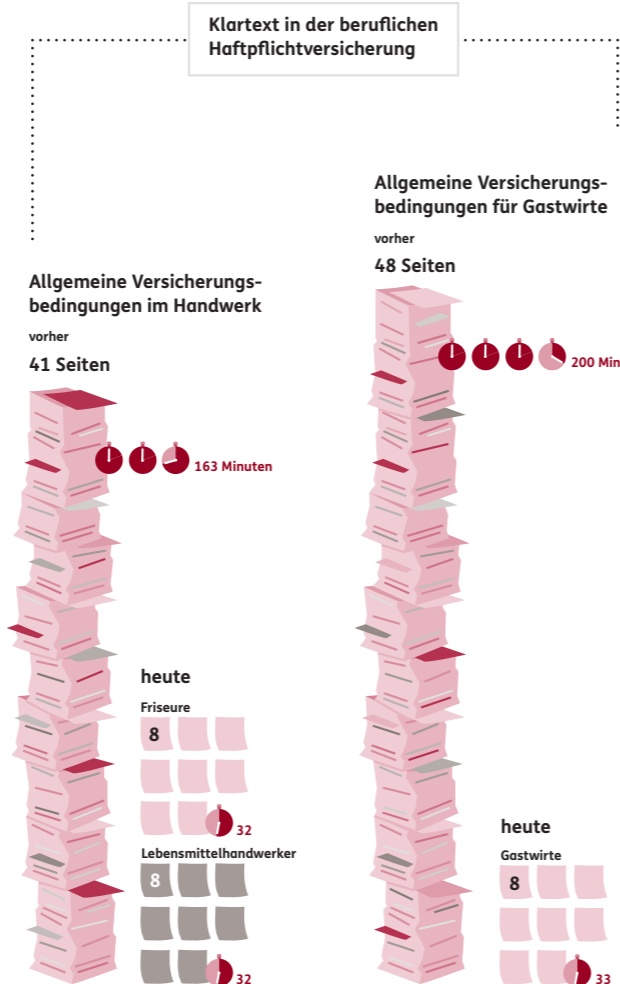
Der Hohenheimer Index für Verständlichkeit

- Beste Wert – für Texte mit hoher Verständlichkeit 20
- Schlechtester Wert – für Texte mit geringer Verständlichkeit 0
- Durchschnittlicher Wert einer politikwissenschaftlichen Doktorarbeit 0
- Durchschnittlicher Wert von Artikeln im Politikteil der „Bild“-Zeitung 18
- Durchschnittlicher Wert der neuen Allgemeinen Versicherungsbedingungen, Segment Gesundheit (Unisex-Tarife) 12
- Durchschnittlicher Wert von Artikeln im ERGO Kundenbericht 2013 17

Quelle: ERGO, Politmonitor Universität Hohenheim

Glückliche Haarschneider

Höchste Seitensparnis bei Verträgen: in der Berufshaftpflicht für Friseure



Versicherungen? Fast so kompliziert wie Steuererklärungen

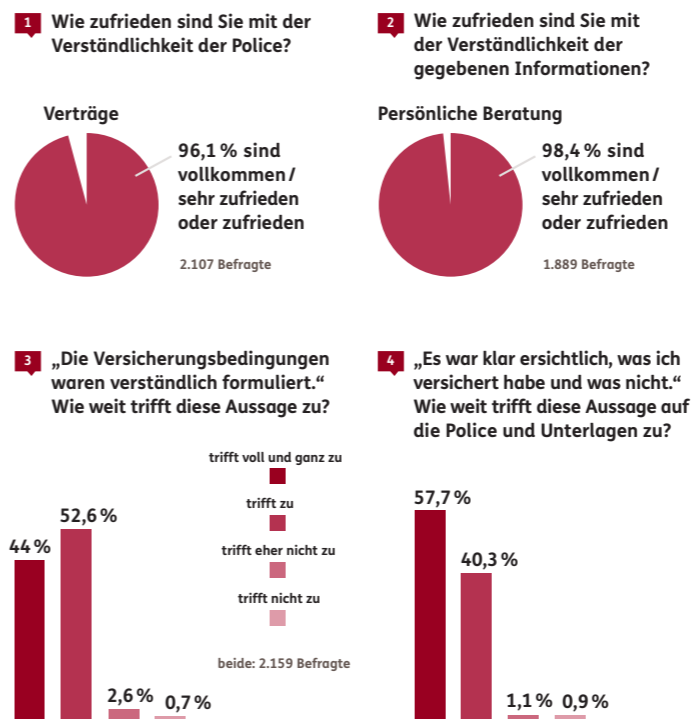
Verbraucherumfrage: Verständlichkeit im Branchenvergleich



Quelle: ERGO Verständlichkeitsstudie

Bestnoten für die Klartext-Initiative

Umfrage unter ERGO Neukunden



Quelle: ERGO Kundenbefragung 2012

Zehn schlimme Unwörter

Und was wir stattdessen sagen

- alt Administration neu Verwaltung diversifizieren (auf neue Produktbereiche) umstellen
- in Anrechnung bringen verrechnen
- in der fraglichen Angelegenheit wegen kongruent wertgleich
- partizipieren teilnehmen, beteiligen, mitwirken
- Rückäußerung Antwort
- Unterlagen zum Versand bringen schicken
- Zubringerdienst Fahrdienst
- Verbringung Transport

TextLab: Klartext-Software bewährt sich

- Zahl der Textanalysen, die 2012 mit TextLab durchgeführt wurden 67.000
- Zahl der Mitarbeiter, die 2012 auf TextLab zugreifen konnten 643
- Zahl der Mitarbeiter, die 2013 auf TextLab zugreifen können 13.208

Quelle: ERGO intern

Kümmern

Was wir tun, wenn Kunden unsere Hilfe brauchen



Wie war Ihr Jahr, Herr Königs?

Ralf Königs ist der ERGO Kundenanwalt. Seine Aufgabe: die Interessen der Kunden bei ERGO zu vertreten. Schnell, unbürokratisch und konsequent.

Bei Streit vermittelt er als Schlichter.

Warum diese Beschwerden ERGO sogar nutzen und am Ende allen Kunden zugutekommen, das erklärt er Kundenbeiratsmitglied Dieter Saar

Dieter Saar: Kundenanwalt – der Begriff erinnert an Auseinandersetzungen vor Gericht. Warum sind Sie trotz dieser Bezeichnung eigentlich kein Jurist?

Ralf Königs: Als ERGO Kundenanwalt wurde bewusst kein Jurist eingesetzt. Seine wichtigste Aufgabe: Er soll die Sicht der Kunden teilen. Im Konfliktfall prüft er insbesondere, ob dem Kunden Gerechtigkeit widerfährt, und erst danach, ob etwas formaljuristisch korrekt läuft. Wenn ein Kunde sich mit seiner Beschwerde unverstanden oder ungerecht behandelt fühlt, strebe ich eine schnelle, manchmal unorthodoxe, aber auf jeden Fall gerechte Lösung an.

Saar: Wie vielen Kunden haben Sie im letzten Jahr helfen können?

Königs: Im Jahr 2012 baten uns rund 320 Kunden um Hilfe. Bei ungefähr zwei Drittel dieser Anfragen konnten wir im Endeffekt eine Entscheidung zugunsten der Kunden herbeiführen.

Saar: Welchen Kunden haben Sie nicht helfen können oder wollen?

Kundenbeirat Dieter Saar (rechts) traf sich mit ERGO Kundenanwalt Ralf Königs im Opernhaus Hannover

Königs: Am Willen lag es nicht. Aber wenn zum Beispiel Kunden für ihre Selbstbeteiligung nicht aufkommen wollen, obwohl diese klipp und klar vereinbart wurde, geht das natürlich nicht. Na ja, und dann gibt es hin und wieder dreiste Versuche, uns hereinzulegen.

Saar: Ach ja? Zum Beispiel?

Königs: Da war ein Kunde, der wollte in einem Elektronikmarkt für einen bestimmten Artikel nicht den geforderten Preis zahlen. Er knibbelte von einem billigeren Produkt das Preisschild ab und klebte es auf das gewünschte. Es kam zum Gerangel mit einem Ladendetektiv, wobei der Kunde wohl am Auge verletzt wurde. Über seine Unfallversicherung wollte er Leistungen von uns geltend machen. ERGO verwies darauf, dass hier kein Unfall, sondern eigenes Verschulden vorliege. Anschließend wandte sich der Mann an mich und erklärte: Großer Irrtum – die Verletzung sei entstanden, als er zu Hause über einen Staubsauger stolperte. Dem Mann war nicht zu helfen.

Saar: Um welche Fälle kümmern Sie sich? Kann sich jeder an Sie wenden?

Königs: Zunächst haben wir bei ERGO

ein Beschwerdemanagement, das die allermeisten Fragen klärt. Wenn aber ein Kunde auf diesem Weg nicht weiterkommt, steht ihm unsere Tür offen.

Saar: Hat Ihr Unternehmen eigentlich mit besonders vielen solcher Fälle zu kämpfen? Wurde der ERGO Kundenanwalt eventuell geschaffen, weil Beschwerden überhandnahmen?

Königs: Bei ERGO beschwerten sich nicht mehr Kunden als in anderen Versicherungsunternehmen, und die Zahl der Beschwerden nimmt glücklicherweise ab. Aber wir haben begriffen, dass Prinzipienreiterei niemanden glücklich macht. Weder den unzufriedenen Kunden noch das Unternehmen. Wir haben den Kunden in den Mittelpunkt gestellt und arbeiten seither entlang von drei Leitplanken: Kundenzufriedenheit, Kundenbindung, Kundenorientierung.

Saar: Sie haben den meisten Kunden, die gefragt haben, helfen können. Einerseits erfreulich. Als Vorstand von ERGO würde ich mir andererseits Sorgen machen, dass es überhaupt zu diesen Fällen gekommen ist. Da muss es doch Schwächen in der Organisation des Unternehmens geben.

Königs: Diese Überlegungen stellen wir tatsächlich auch an. Wir dokumentieren alle unsere Fälle, leiten aus ihnen Muster ab und entwickeln daraus gegebenenfalls Verbesserungsvorschläge, die künftig allen Kunden zugutekommen sollen. Ein Beispiel ist der sogenannte Kfz-Rabattschutz. Im Falle eines Unfalls bewahrt er den Rabatt, den sich ein Fahrer in unfallfreien Jahren erarbeitet hat. Allerdings nur, wenn auch seine Kfz-Versicherung bei ERGO bleibt. Das war offensichtlich nicht allen Kunden wirklich klar. Hierüber gab es regelmäßig und oft Ärger, also haben wir dafür gesorgt, dass diese Bedingung zukünftig klar und deutlich aufgezeigt wird.

Saar: Wie stark ist Ihr Einfluss innerhalb des Unternehmens?

Königs: Uns sind kaum irgendwelche Grenzen gesetzt worden. Wir können daher nahezu alle Themen aufgreifen und Veränderungsbedarf aufzeigen. Ich selbst bin direkt dem Vorstandsvorsitzenden gegenüber Rechenschaft schuldig. Einmal im Monat besprechen die Top-



„Wenn Sie überall im Unternehmen herumpiksen, ernten Sie bestimmt nicht nur Zustimmung?“, fragte Dieter Saar

Schön, dass Sie so vielen Kunden helfen. Aber warum kommt es überhaupt zu diesen Fällen? Da muss es bei ERGO doch Schwächen geben!

Entscheider des Konzerns die wichtigsten operativen Themen. Mein Auftrag ist es dabei, mich zu hundert Prozent für die Interessen der Kunden einzusetzen.

Saar: Ihre Abteilung ist nicht besonders groß, Sie haben bloß fünf Mitarbeiter. Wünschen Sie sich mehr Leute, um mehr bewegen zu können?

Königs: Wir bleiben lieber klein und speziell. Wir wollen nicht allgemein gültige Lösungen im Detail ausarbeiten. Das können andere besser. Aber wir verstehen uns als Speerspitze der Bewegung, welche ERGO von einem zu bürokratischen in ein ganz klar kundenorientiertes Unternehmen verwandelt.

Saar: Klingt schmerzhaft. Ich kann mir vorstellen, wenn Sie hier und da herumpiksen und überlasteten Sachbearbeitern realitätsferne Wünsche vortragen, ernten Sie nicht immer bloß pure Zustimmung.

Königs: Wir sensibilisieren für die Sichtweise der Kunden, indem wir dem Unternehmen einen Spiegel vorhalten. Manche Sachbearbeiter fragen wir: „Wenn Sie Kunde wären, wären Sie dann mit der Reaktion zufrieden?“ Andererseits ist es ja nicht so, dass nur Kunden ERGO als riesigen Apparat erleben und sich zuweilen hilflos fühlen. Auch unsere Mitarbeiter begrüßen mehr menschliche Nähe und Kundenorientierung.

Saar: Sind Sie als ERGO Kundenanwalt noch nie mit einem Änderungswunsch gegen die Wand gefahren?

Königs: Klar, nicht alles ist möglich. Aus dem ERGO Kundenbeirat kam zum Beispiel der sehr sinnvolle Vorschlag, auf dem Kontoauszug mehr Klartext zu sprechen bei der Abbuchung von Versicherungsprämien. So sollten unter anderem wichtige Vertragsdetails im Abbuchungstext sichtbar sein, beispielsweise um welches Grundstück es sich handelt. Für

diese Idee haben wir uns starkgemacht, mussten aber lernen, dass derzeit rechtlich bindende Bestimmungen einer neuen europäischen Richtlinie umgesetzt werden. Ein komplizierter Prozess, der noch ungefähr ein Jahr dauert. So lange müssen wir uns also gedulden.

Saar: Was ist Ihr großes Ziel? Soll sich irgendwann kein Kunde von ERGO mehr beschweren müssen?

Königs: Das wäre nun wirklich realitätsfern. Beschwerden wird es immer geben. Was nicht schlimm ist, im Gegenteil. Denn auf diese Weise erfahren wir, was Kunden wünschen und brauchen.

Saar: Was denn, in erster Linie?

Königs: Verständlichkeit. Wir haben bereits einen riesigen Schwung an Vertragstexten, Mitteilungen und Standardbriefen klarer formuliert. Wir werden uns weitere Dokumente vornehmen, doch vorformulierte Texte werden trotzdem niemals alles abdecken können.

Kürzlich zum Beispiel rief mich ein Kunde an, dem seine Kapitallebensversicherung nicht die Höhe ausschüttete, die er erwartet hatte. Es ging um viel Geld. Ein ERGO Schreiben, das der Kunde er-

hielt, erläuterte, dass der Markt nicht mehr die Hochzinsen früherer Jahre hervorbringe, die Rendite gesunken sei. Das reichte ihm nicht. Ich habe ihm am Telefon eine halbe Stunde lang die Zusammenhänge erläutert. Er war einer der Fälle, bei denen wir nichts verändern konnten – finanziell zumindest. Am Ende unserer Unterhaltung aber verstand der Kunde und konnte zumindest das Ergebnis akzeptieren.

Saar: Wäre natürlich schön gewesen, wenn er das bereits deutlich früher hätte verstehen können.

Königs: Das ist der springende Punkt. Hinter jeder Kundennummer steht ein Individuum. Unser Ziel ist Klarheit und Verständlichkeit ab Beginn. Als ERGO Kundenanwalt will ich dazu beitragen, dass dem Kunden von Anfang an klar ist, was er von uns erwarten kann.

→ Dieter Saar, Diplom-Volkswirt aus Meppen, betreibt drei Outdoor-Läden. Im ERGO Kundenbeirat engagiert er sich, weil er geschäftlich und privat insgesamt acht Versicherungen abgeschlossen hat

→ Ralf Königs ist Leiter der Abteilung Kundenanwalt bei ERGO



„Durch die Beschwerden lernen wir, was Kunden wünschen und brauchen“, sagt ERGO Kundenanwalt Königs

Der ERGO Kundenanwalt kümmert sich um Anliegen, die aus Kundensicht auch nach der Bearbeitung durch das ERGO-interne Qualitäts- und Beschwerdemanagement nicht zufriedenstellend gelöst wurden. Er und sein Team nehmen sich der Probleme aktiv an und setzen sich für Klärung und Schlichtung innerhalb von ERGO ein. Auch wenn das zu einem Ergebnis für den Kunden führt, das am Ende auf Kosten von ERGO geht.

Weitere Informationen finden Sie unter www.ergo.de/kundenanwalt

Der ERGO Kundenanwalt schlichtet bei Streit. Und schiebt Verbesserungen an. Zwei Beispiele:

Einfacher kündigen

Bislang hat es öfter Unmut bei Vertragskündigungen gegeben. Denn die Vorgänge, wie Kunden ihre Versicherung kündigen sollen und wie ERGO das bestätigt, sind intern leider nicht immer einheitlich und kundenfreundlich geregelt. In den meisten Sparten haben wir das bereits verändert. Der Rest folgt.

Zielwerte festsetzen – mit Kundenvertretung

Jedes Jahr überprüfen die Verantwortlichen bei ERGO die Zielwerte für die Bearbeitungszeit von allgemeinen Kundenanliegen im Kundenservice – sogenannte Servicelevel. Der Kunde, um den es ja beim Service geht, war bei diesen Gesprächen bislang nicht vertreten. Seit 2012 ist das anders. Der ERGO Kundenanwalt nimmt regelmäßig an den Gesprächen teil und vertritt die Kundenposition. Ein neues Regelwerk definiert dabei jetzt auch die Spielregeln und Leitplanken aus Kundensicht.

Der ERGO Kundenanwalt: Wenn es Ärger gibt, setzt er sich für Kunden ein

Als der Zahnarzt aus allen Wolken fiel

„Im Januar 2010 habe ich eine Praxis eröffnet, die ich zuvor übernommen hatte. Die teuren Geräte wollte ich extra absichern. Weil sich mein Versicherungsvermittler mit der Technik nicht so auskannte, holte er einen Fachmann dazu. Es ging um eine Pauschale für alle Maschinen. Die schrieben wir auf, schlossen den Vertrag mit ERGO ab, fertig – das war ein super Service.“

Ein paar Monate später fiel mir mein Intraoralscanner beim Aufräumen runter, das ist ein Gerät, mit dem man Kronen scannt. Neu kostet der rund 60.000 Euro, der Zeitwert war gut 10.000. Ich habe den Schaden sofort gemeldet, kurze Zeit später kam die Rückmeldung, der sei gar nicht versichert. Ich fiel aus allen Wolken. Schlimmer noch: Mit meiner Versicherung seien überhaupt keine medizintechnischen Geräte abgedeckt. Da konnte ich wirklich nicht mehr.

Ich habe eine Arztpraxis, zahle 800 Euro Prämie im Jahr – und meine Arbeitsgeräte sind nicht versichert? Das musste doch ein Scherz sein. Mein Vermittler war genauso bestürzt. Als er den Experten fragte, der uns geholfen hatte, konnte der sich den Fall auch nicht erklären. Ich muss sagen, das fand ich schon seltsam.

Es ging monatelang hin und her: „Wir müssen das prüfen.“ „Wir können noch nichts sagen.“ „Wir müssen noch mal prüfen.“ Ich war kurz davor, alle meine ERGO Versicherungen zu kündigen. Da schlug mein Vermittler den Weg zum ERGO Kundenanwalt vor. Eine Woche später kam eine Antwort, man werde sich den Fall ansehen. Das hatte ich aber schon zu oft gehört. Nach weiteren zwei Wochen hieß es allerdings: „Wir waren erfolgreich für Sie.“ Vierzehn Tage später war das Geld da. Das ging ruckzuck, toll. Ich war extrem positiv überrascht.“*

Planabweichung bei der Zahnbehandlung

Die Tochter eines Kunden unterzieht sich einer aufwendigen Zahnbehandlung, deren Heil- und Kostenplan von der zuständigen Fachabteilung auch tatsächlich bewilligt wurde. Allerdings weichen Behandlung und Rechnung dann vom bewilligten Plan ab. Deswegen lehnt ERGO die Leistung ab. Der ERGO Kundenanwalt legt dar, dass die Maßnahme bei einem vorherigen negativen Bescheid gar nicht erst durchgeführt worden wäre. Er kann die zuständige Fachabteilung zur Erstattung der Kosten bewegen.

Der falscheste aller Zeitpunkte

Ein Kunde schließt eine Pflegerentenversicherung mit dreijähriger Wartezeit ab. Kurz vor Ablauf dieser Frist wird eine schwere OP notwendig, drei Monate später erhält er Zuwendungen der Pflegestufe 1. Der Kunde stellt bei ERGO Antrag auf Leistung. Der wird abgelehnt, weil die Pflegebedürftigkeit vor Ablauf der Wartezeit eingetreten sei. Der ERGO Kundenanwalt setzt sich für den Kunden ein, kann aber in diesem Fall keinen Erfolg verbuchen. Die Pflegebedürftigkeit war eindeutig vor Ablauf der festgelegten Wartezeit eingetreten, wenn auch nur wenige Tage.

Probleme beim Tarifwechsel

Ein DKV Kunde will seinen Tarif wechseln. Die Bearbeitung des Antrags dauert Monate und soll nur bei Zahlung eines Risikozuschlags erfolgen. Das lehnt er ab. Der ERGO Kundenanwalt erreicht zunächst beschleunigten und rückwirkenden Abschluss des Verfahrens. Und nach erneutem Nachhaken auch die Streichung des monierten Zuschlags.

Falsch beraten

Eine Kundin im Ruhestand mit kleiner Rente hat den Überblick über ihre Versicherungen verloren. Und kann ihre Beiträge nicht mehr zahlen. In ihrer Not wendet sie sich an die Verbraucherzentrale. Es stellt sich heraus, dass die betreuende Agentur mit der Dame Versicherungen abgeschlossen oder umgeschichtet hatte, die für sie nicht sinnvoll waren. Die Verbraucherzentrale Niedersachsen bittet den ERGO Kundenanwalt um Klärung. Daraufhin erfolgt die Rückabwicklung diverser Verträge und Herstellung des von der Kundin gewünschten Zustands.

Versichert, aber ohne Police

Dass ihre Police für eine beantragte Zusatzversicherung für Zahnersatz falsch war, fällt einer Kundin der DKV erst auf, als sie eine Leistung geltend machen will. Die Leistung wird ihr verweigert – mit Hinweis auf den Ablauf der Widerrufsfrist. Sie informiert ihren Makler, der spricht den ERGO Kundenanwalt an, und der erzielt einen Kompromiss. Der Kundin wird freigestellt, ob sie den ursprünglich gewünschten Versicherungsschutz rückwirkend geltend macht (und dafür alle Beiträge nachzahlt). Oder ob der Schutz erst ab der Beanstandung gelten soll (mit entsprechenden Wartezeiten). Die Kundin entscheidet sich für die rückwirkende, korrigierte Policierung.

* Anmerkung: Der ERGO Kundenanwalt stellte fest, dass bei Vertragsaufnahme eine Inventarliste der medizinischen Geräte erstellt worden war. Die war aber versehentlich nicht bei der Policierung berücksichtigt worden. Für die Lösung des Falls wurde die Liste rückwirkend eingearbeitet, es gab eine neue Police mit Prämienhebung, der Schaden konnte bedingungsgemäß erstattet werden

320

Fälle hat der ERGO Kundenanwalt 2012 bearbeitet. Rund zwei Drittel davon zum Vorteil der Kunden.



Zahnarzt Alexander Steiniger hatte seine teuren Maschinen extra abgesichert. Dachte er. Aber beim ersten Schaden wollte ERGO nicht zahlen. Die Geräte seien überhaupt nicht abgedeckt. Das konnte er nicht glauben. Der ERGO Kundenanwalt half. Und Steiniger bekam sein Geld

Wenn aus Versichern Kümmern wird

Unfälle, Fehler und Krankheiten sind schon übel genug. Gut also, wenn jemand da ist, der hilft, den Weg weist oder sich einsetzt. Wie der ERGO Kundenanwalt, Soforthelfer und Fallmanager sich tagtäglich für ihre Kunden einsetzen.
20 Fälle aus dem Alltag von ERGO

Die Soforthelfer: Zur Stelle, wenn es brennt und kracht



Ein lauter Knall, dann brannte der Keller: Heike und Helge Finkel aus Berlin. Nach einem Blitzeinschlag betrug der Schaden in ihrem Haus 100.000 Euro. Die Sanierung lief wie am Schnürchen

Blitzschnelle Hilfe nach Kugelblitz

„Am 5. Juli 2012 schlug in unser Einfamilienhaus ein Kugelblitz ein. Unsere Nachbarn haben ihn sogar gesehen. Wir selbst hörten bloß einen lauten Knall. Ich habe noch vom Balkon aus unseren Nachbarn zugerufen, ob bei ihnen alles in Ordnung sei – da ging auch schon der erste Rauchmelder in unserem Keller los.“

Der Blitz war seitlich ins Untergeschoss eingedrungen, hat die Gasleitung zerschossen und die Wasserleitung geschmolzen. Der Strom fiel aus, Gas trat aus, von der Kellerdecke lief Wasser. Zum Glück hat sich keine Gasblase gebildet, die hätte explodieren können. Aber der Keller brannte. Mein Mann hielt kurz mit dem Feuerlöscher auf eine brennende Wand – und ist dann rasch wieder vom Brandherd weg. Die freiwillige Feuerwehr kam blitzschnell und ist mit schwerem Gerät rein. Danach ließen sie uns Taschenlampen da, damit wir nicht im Dunkeln sitzen. Noch in der Nacht guckte ich im Ordner nach, ob das überhaupt alles versichert ist.

Und ich muss sagen: Das lief wie am Schnürchen. Tags darauf kam unser Vermittler vorbei, einen Tag später ein Schadensregulierer. Wir mussten uns um nichts kümmern. ERGO beauftragte eine Brandsanierungsfirma, die Rechnung wurde, nach kurzer Prüfung durch uns, beglichen. Wir brauchten eine neue Heizung, neue Computer, neue Leitungen; bis zum Dachboden hatte der aggressive Löschschaum Einrichtung und Gegenstände zerstört. Der Gesamtschaden betrug rund 100.000 Euro. Ich habe schon viele unangenehme Geschichten von Leuten gehört, die ihrer Versicherung hinterherlaufen mussten. Bei uns war es das Gegenteil. ERGO hat das alles unkompliziert geregelt. Das Geld war immer sofort da, es war richtig klasse.“

ERGO Kundenanwalt

Nur die Hälfte erstattet

Ein Kunde hat bei ERGO ein technisches Gerät versichert, das so beschädigt wurde, dass es ersetzt werden muss. Doch mit dem Hinweis auf eine vermeintliche Unterversicherung wird lediglich die Hälfte des Schadens reguliert. Ein Irrtum, wie sich anschließend herausstellt. Der Kunde fühlt sich vom Außendienstmitarbeiter nicht energisch genug vertreten und wendet sich an den ERGO Kundenanwalt. Der initiiert kurzfristig ein Treffen beim Kunden; mit Außendienstmitarbeiter, Bezirksdirektor und Regulierer. Dort einigen sich alle Beteiligten. Und zwar so, dass der Versicherte anschließend zufrieden ist.

Erkrankung vor der Urlaubsreise

Eine Kundin kann eine Reise wegen Krankheit nicht antreten und will die Leistung ihrer Reiserücktrittsversicherung bei der ERV in Anspruch nehmen. Dieses Anliegen aber wird wegen vermeintlicher Vorerkrankung abgelehnt. Nach Einschalten des ERGO Kundenanwalts bittet die ERV den medizinischen Dienst um eine Einschätzung. Demnach lag keine Vorerkrankung vor – es soll also gezahlt werden. Allerdings hatte die Kundin, weil sie bis auf den letzten Drücker auf ihre Gesundheit gehofft hatte, ihre Erkrankung zu spät gemeldet. Deswegen werden die Leistungen gekürzt ausgezahlt. Dagegen kann auch der ERGO Kundenanwalt nichts ausrichten.

Die Soforthelfer

Jede Versicherung ist nur so gut wie ihre Reaktion im Ernstfall. Darum gibt es 60 ERGO Soforthelfer, die sich aktiv um die persönliche Schadensregulierung kümmern. Unbürokratisch und in Person, vor Ort. 24 Stunden dauert es an Werktagen maximal, bis ein Soforthelfer sich im Notfall bei Ihnen meldet. Mehr über die Soforthelfer erfahren Sie unter www.ergo.de

Die Soforthelfer: Hilfe, wenn es richtig dicke kommt

Nächtliche Brandstifter

Nachts zünden Unbekannte ein Auto an, das neben einem Mehrfamilienhaus parkt. Durch die Hitze platzt im Erdgeschoss die Wohnzimmerscheibe der Eigentumswohnung des Kunden; Rauch und Ruß dringen ein, die Feuerwehr löscht. Danach sind die Räume unbewohnbar, die Familie zieht für 150 Tage in eine Ferienwohnung. ERGO übernimmt die Kosten. Soforthelfer engagiert Sanierungsfirma, die alles ersetzt oder wiederherstellt. Erstattete Kosten (ohne Unterbringung): 65.000 Euro.

Wohnung unter Wasser

Nachts platzt von den schlafenden Mietern unbemerkt ein zwölf Jahre alter, poröser Wasserschlauch zwischen Eckhahn und Spüle. Morgens ist die Erdgeschosswohnung geflutet – und unbewohnbar. Der Soforthelfer kümmert sich um alles. Die Familie zieht für fast 80 Tage zu Freunden (hätte auch Hotel wählen können), dafür gibt es 35 Euro pro Tag. Räume, Decken und Fußböden werden saniert; Hausrat wie Couch oder Küche für rund 17.000 Euro schnell ersetzt.

Einbrecher im Homeoffice

Als ein Kunde nach Hause kommt, haben Einbrecher Tablet-PC und Notebook gestohlen – aber auch Schmuck und Omega-Uhr. Soforthelfer inspiziert Schaden und spricht mit der Polizei. Er sichtet Rechnungen, Verpackungen, Fotos fehlender Gegenstände und sorgt dafür, dass gut 18.000 Euro schnell überwiesen werden.

Funkenschlag aus dem Kamin

Beim Schließen der Kaminscheibe muss sich ein Funke gelöst haben und im Holzkorb gelandet sein. Als die Kundin zur Nachbarin geht, bricht in ihrem Einfamilienhaus Feuer aus. Wohnzimmer und Wohnküche werden zerstört, Rußschäden im ganzen Haus. Die Soforthelferin rückt mit Sanierungsfirma an, spricht alles durch: Was wird ersetzt, was repariert, was gereinigt? Sanierung und Erstattung (circa 25.000 Euro) klappen so schnell, dass die Kundin begeistert ist.

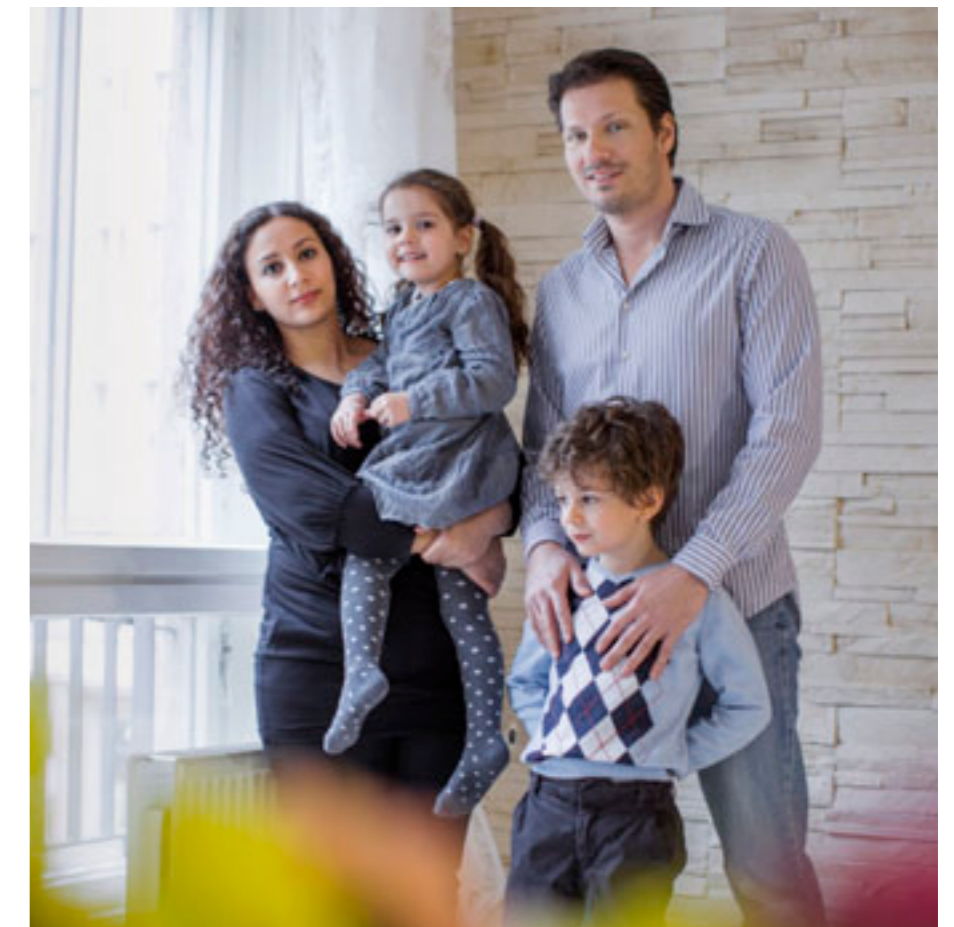
Flutwellen im Flur

„Ich war im Krankenhaus, im Aufwachraum bei meiner Frau, die gerade eine Operation hinter sich hatte, als unser Hauswart anrief und sagte, ich solle sofort kommen.“

Beim Öffnen der Wohnungstür kam mir ein Wasserschwall entgegen. Von den Decken in allen vier Zimmern, sogar durch die Fenster strömte es ein; eine Riesenkatastrophe. Dem Nachbarn über uns war ein Schlauch an der Waschmaschine geplatzt, als er für ein paar Stunden außer Haus war. Das ganze Gebäude schwamm praktisch weg, bis ins Restaurant im Erdgeschoss war Wasser eingedrungen.

Ich weiß nicht, was wir ohne unsere Hausratversicherung und unseren Soforthelfer gemacht hätten. Er blieb am Telefon ganz ruhig, erklärte uns alles der Reihe nach und sagte, dass wir alles hinbekämen, dass alles gut werde und die Versicherung alles abdecken würde. Und tatsächlich, genau so war es auch.

Am nächsten Tag war er gleich da. Und danach noch viele Male. Erst, um die Größe der Schäden abzuschätzen, später, um den Fortschritt der Renovierungsarbeiten zu überprüfen. Sechs Monate dauerte es, bis wir wieder einziehen konnten. Wir zogen sofort in eine Übergangswohnung um die Ecke, das war praktisch wegen der Kita, die Zusatzkosten übernahm ERGO so gut wie vollständig. Aber nicht nur das, wir tauschten ihm mindestens fünfzig E-Mails aus, telefonierten mehr als dreißig Mal. Ich konnte ihn wirklich alles fragen, mit ihm fühlten wir uns völlig sicher. Hoffentlich passiert uns das nie wieder. Aber die Erfahrung mit ERGO war einfach super.“



ERGO Kunde Samy Hamad mit Familie. Einem Nachbarn platzte der Waschmaschinenschlauch. Ihre Wohnung war überflutet, sechs Monate waren sie umquartiert. ERGO kümmerte sich um alles

Fallmanager und Kümmerer der DKV: Expertise, guter Rat und Zweitmeinungen

Gefährliche Risiken vermeiden

Ein Kunde hat einen Tumor im Lendenwirbelkörper. Er verlangt sofortige Zusage für Protonentherapie, um ein „Leben im Rollstuhl“ zu vermeiden. Die Behandlung soll am nächsten Tag beginnen, sein Anwalt droht mit einstweiliger Verfügung. Der DKV Fallmanager rät, eine Expertenmeinung einzuholen. Einen Tag später zieht der Kunde den Antrag zurück: Das Therapiezentrum hat Bestrahlungsrisiken neu eingeschätzt und sieht nun die Gefahr einer Querschnittslähmung. Der Patient stimmt einem (vom Experten empfohlenen) chirurgischen Eingriff zu, danach Strahlentherapie. Ein hohes Risiko wurde vermieden, rund 33.000 Euro gespart.

Zähne gerettet

Patient mit schweren Zahnproblemen erhält Heil- und Kostenplan: Im Oberkiefer sollen alle verbliebenen Zähne entfernt werden, im Unterkiefer alle bis auf drei. Gesamtkosten: 104.000 Euro. Fallmanager weist Kunden auf die Möglichkeit hin, Zweitmeinung einzuholen. Auf Wunsch des Kunden organisiert Fallmanager Zweitmeinung durch goDentis-Partnerzahnarzt; der kommt auf zwölf erhaltenswerte Zähne und circa 43.000 Euro Kosten. Ergebnis: neun Zähne zusätzlich erhalten, 60.000 Euro gespart.

Kampf für das Patientenwohl

Eine Kundin hat einen Herzinfarkt, zugleich erkrankt ihr Nervensystem schwer. Sie kann nur über eine Kanüle in der Luftröhre atmen und weder störungsfrei sprechen noch essen. Fallmanagerin schaltet Fachärzte ein, die Umstellung auf Maskenatmung empfehlen; Ärzte in der Reha-Klinik lehnen das ab. Nach vielen Gesprächen und viel Überzeugungsarbeit wird die Kundin in ein Weaning-Zentrum gebracht, wo Patienten behutsam von Beatmungsgeräten entwöhnt werden. Heute kommt sie ganz ohne Trachealkanüle aus, täglich zwölf Stunden Maskenatmung genügen. Sie hat Ausichten, bald auf die nächtliche Pflege verzichten zu können. Der Grund: Sie lernt, das Gerät selbst zu bedienen.

Langsam zurück ins Leben gespartet

„Als ich vor fünfeinhalb Jahren im Krankenhaus aufwachte, war das Letzte, woran ich dachte, meine Unfallversicherung. Zurückblickend muss ich sagen: Ohne die wäre mein Neustart nicht möglich gewesen. Ich war auf dem Fahrrad beim Überqueren der Bahngleise von einer Rangierlok erfasst und 150 Meter mitgeschleift worden. Wie durch ein Wunder war ich entdeckt worden und hatte diesen schweren Unfall überlebt. Meiner Mutter fiel irgendwann ein, dass ich eine Unfallversicherung hatte (damals noch bei der Hamburg-Mannheimer).“

Noch im Krankenhaus hatte ich eine Dokumentation über Oscar Pistorius gesehen, den südafrikanischen Sprinter ohne Unterschenkel. Dank der finanziellen Hilfe aus der Unfallversicherung konnte ich in Leverkusen ein neues Leben aufbauen und meinen Sport komplett finanzieren. Ohne ERGO hätte ich das nicht geschafft.

Damals waren die Leistungen rein finanziell. Heute ist das anders. Es gibt mittlerweile Unfallhelfer (Reha-Manager), die sich um viele Dinge kümmern, die ich noch selbst bewältigen musste. Es gibt Assistenzleistungen, wie zum Beispiel Mitgliedschaften in Fitnessclubs oder Fahrdienste. Auch hat ERGO eine Kooperation mit den Berufsgenossenschaftlichen Kliniken, in denen Arbeitsumgebungen nachgebaut sind – dies alles, damit man nach einem Unfall möglichst schnell wieder Fuß im Leben fasst.

Manche dieser Veränderungen gehen sogar auf meine Anregungen zurück, wie die lebenslange Nachsorge. Ich habe in der Zeit nach meinem Unfall einen guten Draht zu Herrn Kayser entwickelt, dem Chef der Unfallabteilung von ERGO. Vieles von dem, worüber wir damals intensiv geredet haben, ist in die neuen Leistungen eingeflossen, und das finde ich sehr schön.

ERGO hat dann irgendwann angefangen, mich zu sponsern; das hat meine Sportkarriere ermöglicht. Die Medien nennen mich heute oft den „deutschen Blade Runner“. Ich laufe für den TSV Bayer 04 Leverkusen und halte den deutschen Rekord über 100 Meter sowie die Europarekord über 200 und 400 Meter. Bei den Paralympics 2012 in London habe ich die Bronzemedaille mit der deutschen 400-Meter-Staffel gewonnen. Mein nächstes Trainingsziel: die Weltmeisterschaft im Juli 2013 in Lyon. Da will ich auf jeden Fall ganz vorne mitlaufen!“

Abwägung der Heilmethoden

Eine Kundin hat Zungenkrebs, beantragt kombinierte Protonen/Cyberknife-Therapie. DKV Experte sieht keine Indikation dafür. Fallmanager empfiehlt Einholung einer Zweitmeinung bei renommiertem Professor. Der schlägt eine Teilchentherapie mittels Rasterverfahren vor – neben OP die einzige Alternative und nur bei ihm möglich. Kundin ist einverstanden, die Therapie schlägt an. Ersparnis: rund 25.000 Euro.

Wohnortnahe Behandlung

Ein Kunde aus dem Rheinland ist selbstständig und wird durch eine depressive Störung arbeitsunfähig. Sein Arzt plant eine stationäre Behandlung in Bayern. Sie kann aber erst in drei Monaten beginnen, hinzu käme weite Anreise. Der Fallmanager empfiehlt psychosomatische Tagesklinik in der Nähe: täglich per Auto oder Bahn erreichbar, Beginn in zwei Wochen, das vertraute Umfeld bleibt erhalten. Bereits nach 45 Behandlungstagen kann der Kunde wieder stundenweise arbeiten, drei Wochen später sogar ganztägig. Zeitersparnis und Gewinn an Lebensqualität sind enorm. Zudem konnten Krisensituationen durch eine schnelle medizinische Versorgung abgewendet werden.

1.026

neue Kunden konnten Fallmanager der DKV in Programme für chronisch Kranke vermitteln.

David Behre, 26, verlor bei einem Unfall beide Unterschenkel. ERGO half ihm bei der Sportkarriere

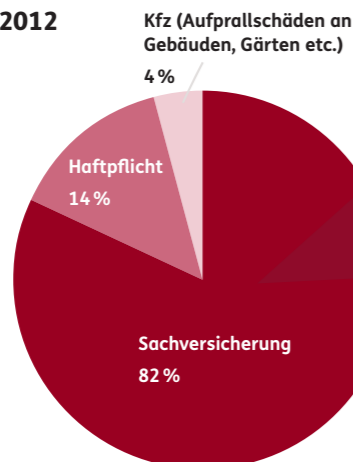


Kümmern: Zahlen und Fakten

Hier wird unsere Erfahrung zu einem Nutzen unserer Kunden. Egal wie klein, groß oder gravierend die Anliegen sind, unser Leitsatz ist immer derselbe: Wir helfen nicht nur, sondern wir kümmern uns

Soforthelfer: Vor Ort im Einsatz

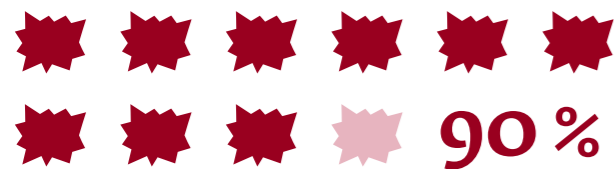
Schadensarten, die wir 2012 begutachtet haben



Zahl der Soforthelfer
60

Erfreulich hohe Erfolgsquote

Insgesamt 29.000 Kundenbesuche im Jahr 2012



Fälle, in denen nach Einsatz eines Soforthelfers gezahlt wurde (90 Prozent)
 Fälle ohne anschließende Zahlung

Quelle: ERGO intern

Durchschnittliche tägliche Fahrleistung eines Soforthelfers, in Kilometern

175

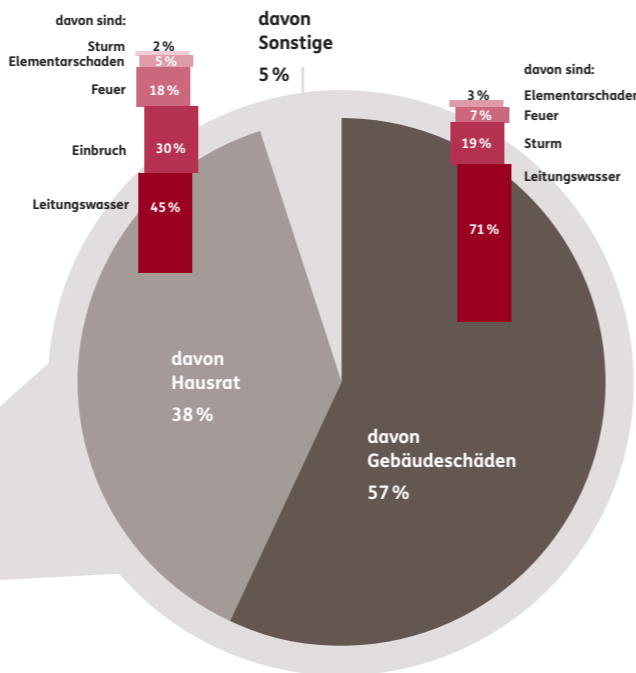
Die kommen ganz schön herum. Jährliche Fahrleistung aller Soforthelfer, in Kilometern

1.700.000

= rund 43 Mal um die Erde



Quelle: ERGO intern



Beschwerden: Wenn wir Fehler machen

Verbesserung: 25 Prozent weniger Eingänge



Geben Sie uns bitte 14 Tage Zeit

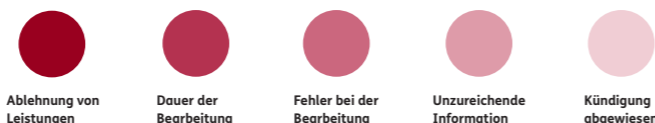
So lange brauchen wir für die Bearbeitung von Beschwerden

Durchschnittliche Bearbeitungszeit einer Top-Beschwerde, in Tagen 11,5
 Top-Beschwerden, die wir innerhalb von 14 Tagen bearbeiten, in Prozent . . . 71
 Beschwerde-Bearbeitung beim ERGO Kundenanwalt (KAD), in Tagen 9,7
 Beschwerden, die KAD innerhalb von 14 Tagen beantwortet, in Prozent . . . 79

„Wir nehmen alle Beschwerden ernst und arbeiten an den Ursachen. Zum Beispiel steht nun in unseren verständlichen Vertragsbedingungen, wann wir leisten und wann nicht – so vermeiden wir Missverständnisse.“ ERGO intern

Worüber sich Kunden ärgern

Fünf Themen bilden die Hälfte aller zentral erfassten Beschwerden

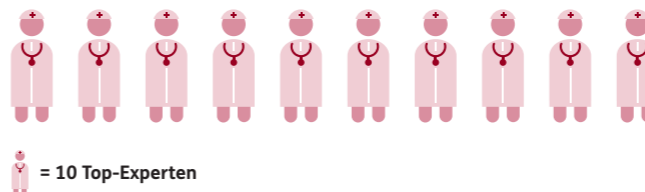


Quelle: ERGO intern

Gesundheit: Vorsorgen und kümmern

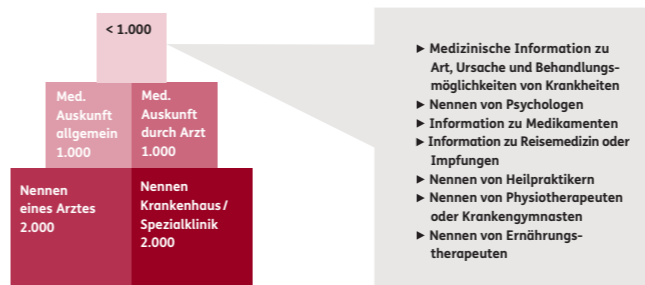
Netzwerk für medizinische Zweitmeinungen

Mehr als 100 Top-Experten stehen Kunden zur Seite



DKV Gesundheitstelefon: Was Kunden wissen wollen

Guter Rat ist für DKV Kunden nur einen Anruf weit entfernt



- Medizinische Information zu Art, Ursache und Behandlungsmöglichkeiten von Krankheiten
- Nennen von Psychologen
- Information zu Medikamenten
- Information zu Reisemedizin oder Impfungen
- Nennen von Heilpraktikern
- Nennen von Physiotherapeuten oder Krankengymnasten
- Nennen von Ernährungstherapeuten

DKV Gesundheitsprogramme: Was Kunden brauchen

Vor- und Nachsorge für 15.950 Menschen bis Ende 2012

Herz-Kreislauf	6.270
Diabetes	3.323
Rücken	2.610
Besser atmen	1.479
Herzinsuffizienz	924
Leichter leben	700
Migräne / Kopfschmerz	644

Weltweites Netzwerk für medizinische Hilfe und Unterstützung

85.000 Kliniken

über **120.000** Ärzte

Zahl der Mitarbeiter	400
Sprachen, die von diesen Mitarbeitern gesprochen werden	25
Zahl der Anrufe bei unserer medizinischen Notfallhotline	70.000
Zahl der darauf erfolgten Rückrufe	102.000
Medizinische Transporte (Ambulanzflüge, Bodentransporte)	4.000

Quellen: DKV, Almeda intern

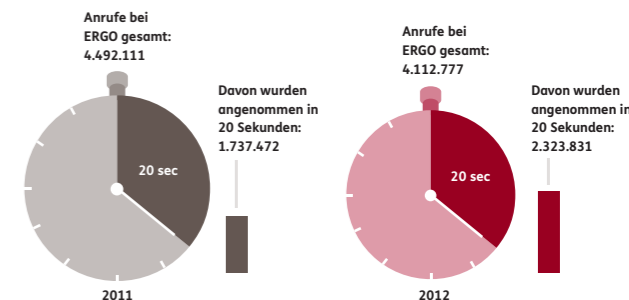
Service: Wie können wir Ihnen helfen?

Der ERGO Telefonservice: Unser Herzstück

Zahl der täglichen Anrufe	20.602
Zahl der Mitarbeiter, die antworten und die Anliegen bearbeiten	889
Durchschnittliche Wartezeit, bis ein Mitarbeiter abnimmt, in Sekunden	45
Anliegen, die innerhalb eines Anrufes erledigt werden, in Prozent	92
Wochentag, an dem die meisten Kunden anrufen	Montag
Uhrzeit, zu der die meisten Kunden anrufen	9:30–11:30

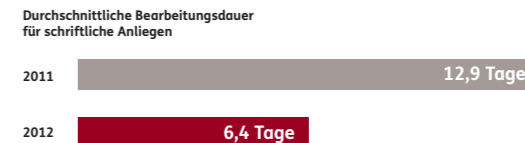
Immer schneller am Telefon

Im letzten Kundenbericht versprochen wir, uns zu verbessern. Geschafft!



Immer schneller im Schriftverkehr

Auch diesen Wert wollten wir 2012 verbessern. Versprechen erfüllt!



Kundenumfrage: Wie beurteilen Sie unsere telefonische Erreichbarkeit?

60% vollkommen zufrieden oder sehr zufrieden

Wie zufrieden sind Sie mit der Bearbeitungsdauer Ihrer schriftlichen Anliegen?

59% vollkommen zufrieden oder sehr zufrieden

Quelle: ERGO intern, ERGO Kundenzufriedenheitsstudie 2012 Servicezahlen ohne ERGO Direkt

Entwickeln

Wie wir neue, innovative Produkte für Kunden gestalten

Macht die Lebensversicherung noch Sinn?

Über Generationen war die Lebensversicherung das Herzstück der persönlichen Absicherung. Jetzt steckt sie in der Krise. Zinsen sind im Keller, Kunden beklagen fehlende Flexibilität. Höchste Zeit für Veränderung. Aber wohin soll es gehen? ERGO entwirft ihre Lebensversicherung neu – mithilfe der Kunden. Jasmin Lehmann und Benjamin Reichel im Gespräch mit Vorstand Frank Neuroth

Jasmin Lehmann: **Herr Neuroth, mein Freund arbeitet, nebenbei studiert er Betriebswirtschaftslehre. Ich selbst studiere auch. Wir schwimmen also nicht gerade in Geld. Lohnt sich eine Vorsorge für uns?**

Frank Neuroth: Das kommt auf Ihre finanziellen Möglichkeiten und Prioritäten an. Sinnvoll ist es, sich zuerst gegen Risiken abzusichern, die eine Lebensplanung über den Haufen werfen können. Dazu gehört unbedingt ein finanzieller Schutz bei Berufsunfähigkeit. Der lässt sich mit einer Altersvorsorge kombinieren, funktioniert aber auch alleine.

Benjamin Reichel: **Würden Sie das denn auch Studenten empfehlen, die noch gar nicht arbeiten?**

Neuroth: Aber ja! Studierende sind auf dem Weg in den Beruf. Falls eine Krankheit sie an der Ausübung dieses Berufs hindern würde, hätten sie schlechte Karten. Mein Tipp: auf kleiner Flamme beginnen und nicht gleich das spätere hohe Einkommen absichern. Bedenken Sie, dass immerhin ein Viertel aller Men-

schen wegen Berufsunfähigkeit vorzeitig aus dem Erwerbsleben ausscheiden.

Reichel: **Aber die Garantieverzinsung in der Lebensversicherung ist mit derzeit 1,75 Prozent so niedrig wie nie. Lohnt sich das überhaupt?**

Neuroth: Sie müssen bedenken, dass Anlagen immer im Spannungsverhältnis zwischen Sicherheit, Ertragsersparnis und Flexibilität stehen. Sicherheit heißt, niemand möchte Geld verlieren. Ertragsersparnis bedeutet, dass Sie an einer positiven Entwicklung am Kapitalmarkt teilhaben möchten. Flexibilität heißt, dass Sie bei Bedarf vielleicht Geld entnehmen oder Beiträge anpassen können. Sicherheit hat ihren Preis und geht immer zulasten des Ertrags oder der Flexibilität. Am Ende hängt also alles von Ihrer persönlichen Risikobereitschaft ab.

Reichel: **Aber wenn wir heute bei 1,75 Prozent einen Vertrag abschließen, und Sie bieten nächstes Jahr plötzlich 2,5 Prozent an, waren wir zu früh und sind den anderen gegenüber im Nachteil.**

Neuroth: Damit haben Sie ehrlicherweise nicht ganz unrecht. Aber es gibt ja den „Ausgleich im Kollektiv“.

Studentin Jasmin Lehmann: „Wer schließt überhaupt noch eine Lebensversicherung ab?“



„Ich habe derzeit neun Lebensversicherungen bei ERGO“, antwortete Vorstand Frank Neuroth auf die Frage von Benjamin Reichel, wie er sich persönlich absichere

Lehmann: **Was bedeutet das genau?**

Neuroth: Wir haben zum Beispiel viele Bestandskunden, denen wir in ihren Verträgen 3,5 oder 4 Prozent Garantiezins zugesagt haben. Diese Zinsen dürfen und können wir für neue Verträge nicht garantieren. Andererseits kaufen sich Neukunden in einen alten Kapitalanlagenbestand ein. Und dieser Bestand wirft derzeit mehr ab als vergleichbare neue Anlagen. Ob dieses Modell bei dauerhaftem Extremniedrigzins noch lange funktioniert, ist allerdings fraglich. Deswegen steht das Produkt Lebensversicherung ja gerade auf dem Prüfstand.

Lehmann: **Also wäre es doch sinnvoller, zu warten, bis die Zinsen steigen.**

Neuroth: Das kann man nicht sagen, weil niemand in die Zukunft schauen kann. Die Zinsen sind auf einem historischen Tief. Man könnte also erwarten, dass sie irgendwann steigen – aber auch dafür gibt es keine Garantie. In Japan etwa verharren sie seit fast 15 Jahren bei einem Prozent und weniger.

Lehmann: **Wer schließt heute eigentlich bei diesen Rahmenbedingungen noch eine Lebensversicherung ab?**

Neuroth: Früher wurden Verträge gerne

Lohnt sich ein Abschluss in diesen Zeiten wirklich? Sollte man nicht lieber auf höhere Zinsen warten?

mit langer Laufzeit abgeschlossen, vor allem von Jüngeren. Heute erleben wir viele Vierzigjährige, die kürzere Laufzeiten wünschen – oder beispielsweise einmalig einen Betrag anlegen wollen.

Reichel: **Wie erklären Sie sich denn diese Beobachtungen?**

Neuroth: Der demografische Wandel kommt auch bei uns an. Außerdem sind Lebensläufe weniger konstant als früher. Menschen wechseln ihren Arbeitsplatz häufiger, sie wechseln zwischen Angestelltendasein und Selbstständigkeit. Das qualifiziert sie für unterschiedliche Arten der Förderung – Stichwort Riester und Rürup. Generell gilt: Die wenigsten wollen sich heute noch langfristig binden.

Lehmann: **Und aus all diesen verschiedenen Gründen haben Sie die Lebensversicherung bei ERGO verändert?**

Neuroth: Genau. Wir wollen mehr Flexibilität bieten. Und die Kunden können dann wählen, ob sie eher auf Ertragschancen oder auf Sicherheit setzen.

Lehmann: **Aber was heißt das konkret, wie soll das genau aussehen?**

Neuroth: Generell wollen wir die Lebensversicherung stärker den gewandelten Interessen des Kunden anpassen. Konkret: Wer risikofreudiger und bereit ist, für die Chance auf höhere Erträge auch mal Rückschläge in Kauf zu nehmen, kann das genau so haben. Wer für später eher auf Sicherheit setzt, kann ein Produkt mit einer bestimmten Garantie im Alter wählen. Wer nicht weiß, wann er Geld braucht, hat verschiedene Möglichkeiten. Wir haben deswegen die Flexibilität bis zum Rentenbeginn deutlich erweitert, die Höhe der Beiträge kann individueller variiert werden. Man wird auch vor Rentenbeginn Kapital entnehmen können. Selbst den Rentenbeginn wird man nachträglich verschieben können, und zwar in beide Richtungen.

Lehmann: **Woher wissen Sie, ob die Kunden das so wollen?**

Neuroth: Wir haben sie natürlich gefragt, in persönlichen Gesprächen und in Marktforschungen. Zusätzlich haben wir unsere Ideen im ERGO Kundenbeirat präsentiert und uns mit dem Feedback auseinandergesetzt. Und wir haben uns mit selbstständigen Vermittlern getroffen, weil sie die Kundenwünsche in der ganzen Breite kennen. Alle diese Erkenntnisse sind eingeflossen in das Produktdesign.

Reichel: **Aber versteht man als Kunde überhaupt noch, was im Einzelnen gemeint ist, etwa mit „Flexibilität“?**

Neuroth: Sie haben natürlich vollkommen recht, Versicherungen bleiben anspruchsvolle Produkte. Ob wir es geschafft haben, dass die Verbraucher uns verstehen, das werden wir ganz genau erst gegen Mitte des Jahres wissen, wenn die neue Versicherung auf den Markt kommt. Bis dahin beruhigt mich das positive Feedback unserer ERGO Kundenbeiräte.

Reichel: **Wie haben Sie sich als Experte persönlich eigentlich abgesichert?**

Neuroth: Ich habe derzeit neun Lebensversicherungen bei ERGO laufen.

Lehmann: **Für Lebensversicherungen bleibt die Lage angespannt. Ernten Sie bei Vorstandssitzungen manchmal Mitleid von Ihren Kollegen?**

Neuroth: (lacht) Das ist mir bislang zumindest noch nicht aufgefallen. Ich werde beim nächsten Treffen aber mal genauer drauf achten.

→ Frank Neuroth, 51, ist Vorstandsmitglied der ERGO Lebensversicherung AG

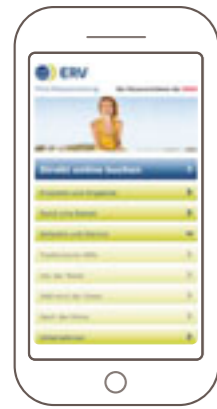
→ Jasmin Lehmann, 25, ist Studentin; ihr Freund Benjamin Reichel, 24, ist Großhandelskaufmann und studiert BWL. Beide leben in Berlin



„Woher wissen Sie, ob die Kunden die Veränderungen wirklich wollen?“ Benjamin Reichel und Jasmin Lehmann trafen Frank Neuroth im Restaurant „Dr. Thompson's“ in Düsseldorf

Wie viel ERGO passt in mein Handy?

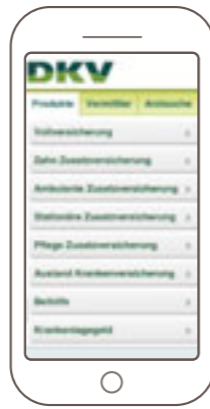
Unverhofft kommt oft und selten daheim. Dank der ERGO Apps und mobilen Websites können Kunden ungünstige Zufälle mit Gelassenheit nehmen – vor allem unterwegs



mobil.erv.de

ERV: Unterwegs bestens angebunden

Alle Angebote des Reiseversicherungsdienstleisters ERV sind konsequenterweise auch vom Smartphone aus erreichbar. Services beginnen „Vor der Reise“ (zum Beispiel mit der „Medizinischen Stornoberatung“) und bieten Last-Minute-Schutz kurz vor der Abreise. Es gibt Informationen zu lokalen Einreisebestimmungen und Ratschläge zu Reiseapotheke, Impfschutz und Malariaprophylaxe. Und wer nach der Rückkehr einen Schaden melden will, kann auch das machen – online und mobil.



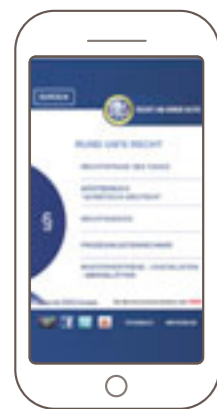
mobil.dkv.com

DKV: Gesundheit in den Fingerspitzen

Klar strukturiert, schnell und leicht zu bedienen: die mobile Website der DKV. Wer einen Facharzt sucht, wird hier schnell fündig. Die umfangreiche Datenbank liefert Informationen zu Medizinern von A bis Z. Oder von Allgemein-Chirurgie bis hin zu Zahnmedizin. Hilfreich dabei ist die Möglichkeit, in einem begrenzten Gebiet rund um eine einzugebende Postleitzahl zu suchen. Auch bei der Suche nach der passenden Versicherung hilft die mobile Website. Nur schnell ein paar Angaben zum ge-



wünschten Versicherungsschutz, und schon erhält man das passende DKV Produkt mitsamt der Beitragshöhe. Die meisten Funktionen sind interaktiv, Kunden können umgehend Kontakt mit Sachbearbeitern aufnehmen – per E-Mail oder Telefon. Ebenfalls integriert: die nützliche DKV Vermittlersuche.



www.das.de

D.A.S. Rechtsschutz-App: Unterwegs im Recht

D.A.S. Kunden können sich einfach an den D.A.S. Rat & Recht Leistungsservice wenden. Die „Sofort Hilfe“ bietet Überblick über Leistungen der D.A.S., wie die telefonische anwaltliche Sofortberatung oder die Empfehlung eines spezialisierten Anwalts. Nichtversicherte finden Rechtstipps wie zum Beispiel die „Rechtsfrage des Tages“ oder das Wörterbuch „Juristisch-Deutsch“. Lehrreiche Rechtsvideos, Musterverträge und ein Prozesskostenrechner komplettieren das nützliche Angebot.



Die Apps der DKV



RechnungsApp
Arzt- oder Zahnarztrechnung einscannen und digital einreichen. Dieses Verfahren funktioniert mit Rechnungen der Privatärztlichen Verrechnungsstellen, auf denen 2-D-Barcodes aufgedruckt sind.



DKV Arztsuche
Einfach Ärzte finden dank Standortbestimmung via GPS

Mehr Apps und hilfreiche Anwendungen finden Sie unter mobil.dkv.com



mobil.ergo.de

Mobile Web von ERGO: Alles in einer Hand

Die ERGO Welt im Taschenformat. Klar gegliedert, leicht auffindbar, verständlich beschrieben. Privat- und Geschäftskunden finden hier Informationen über die komplette Angebotspalette – von der Berufsunfähigkeitsabsicherung bis zur gewerblichen Gebäudeversicherung. Integriert sind nützliche Servicefunktionen wie Schadensmeldung, Vermittlersuche oder ein SMS-Unwetter-Warnservice, auch die besten ERGO TV-Spots sind mobil abrufbar.



Gewisse Dinge erledige ich lieber selbst. Vor allem: wann ich möchte. Und wo ich möchte. Wie geht das mit ERGO?

Das neue ERGO Portal und ERGO Direkt sind rund um die Uhr erreichbar, 365 Tage im Jahr – per Laptop und Smartphone

ERGO Direkt: Die innovative Versicherung

ERGO Direkt bietet Kunden die Möglichkeit eines Online-Postfachs. Sie können dann auf herkömmliche Versicherungs-post verzichten und ihre Schreiben stattdessen digital beziehen. Schnell, umweltfreundlich, portofrei – mit vollem Datenschutz. Die Kunden können somit von nahezu jedem Ort und jederzeit auf ihre Versicherungspost zugreifen. Ihre Versicherungsunterlagen sind sicher verwahrt im passwortgeschützten Login-Bereich. Bei neuen Dokumenten werden sie per E-Mail benachrichtigt. Wer will, erhält seine Briefe aber nach wie vor per Post – ohne Mehrkosten. Beratung wird per E-Mail, Live-Chat, Telefon und Skype angeboten.

www.ergodirekt.de

„Meine Versicherungen“

Der neue Online-Kundenbereich von ERGO, D.A.S. und DKV

Der neue ERGO Kundenbereich macht Schluss mit der Suche nach Unterlagen und Policen. „Meine Versicherungen“ schafft Ordnung und bietet wichtige Dienste im Selfservice an. Privatkunden von ERGO, D.A.S. und DKV können hier ihre Verträge einsehen und verwalten, Kundendaten, Bankverbindungen und Zahlungsweisen ändern, Schadensfälle melden, Rechnungen einreichen sowie Belege anfordern. Natürlich können all diese Dienste auch weiter mithilfe von Mitarbeitern des Kundenservice erledigt werden. Der Nutzen bleibt: Alle Verträge liegen sicher an einem Ort. www.ergo.de



Die Apps von ERGO Direkt



Unfall-Schutz 48
Ob Skiwochenende oder spontaner Kurztrip: Mit dieser App erhalten Kunden mobil eine 48 Stunden gültige Unfallversicherung. Der Beitrag wird über die Mobilfunkrechnung abgebucht.



BußgeldMobil
Information nach der Verkehrsstunde. Die App verrät, mit wie viel Bußgeld und Flensburg-Punkten bei welcher Übertretung und Geschwindigkeit zu rechnen ist. Beide Apps sind kostenlos im iTunes-App-Store erhältlich

Gefahren erleben, Versicherungen verstehen

Die neue ERGO iPad-App „Mehr verstehen“ macht alltägliche Risiken erfahrbar. Und sie zeigt, was Versicherungen können



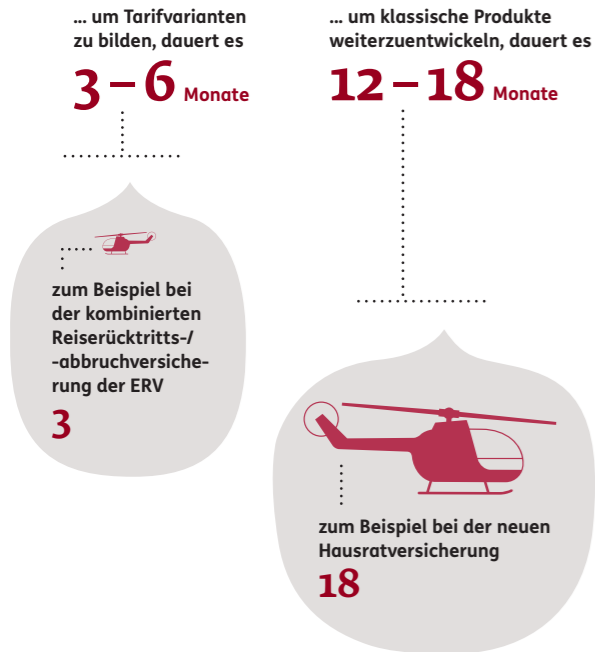
Versicherungen mal anders: einfach zu verstehen, abwechslungsreich dargestellt und mit vielen spannenden Extras. Entdecken Sie die Welt von ERGO auf eine neue Art und Weise: mit der ERGO „Mehr verstehen“-App. Unterteilt in Bedarfsfelder und viele typische Lebenssituationen stellen wir Ihnen unser Angebot und unsere Leistungen vor. Spannende Animationen, Videos und Interaktionen machen Versicherungen zum ersten Mal wirklich erlebbar.

Highlights:
- Multimediale Inhalte wie Animationen und Videos
- Inhalte, die verständlich sind
- Interaktive Rechner für die Altersvorsorge
- Spaß beim Umgang mit Versicherungsleistungen
- Nützliche Funktionen wie zum Beispiel die Vermittlersuche mit direkter Kontaktaufnahme zum Vermittler in Ihrer Nähe
Unsere ERGO „Mehr verstehen“-App gibt es kostenlos im App-Store

Entwickeln: Zahlen und Fakten

Die Zeiten ändern sich. Und auch Menschen und ihre Bedürfnisse. Daher bewegt auch ERGO sich ständig weiter. Und entwickelt neue Ideen und Produkte. Wie wir dabei vorgehen, sehen Sie hier

Durchschnittliche Dauer von der Idee für ein neues Produkt bis zum Verkaufsstart



Die Größen der Hubschrauber stellen die Produktentwicklungszeiten dar

Der Aufwand, der in unseren Innovationen steckt: Wir wollen verstehen, daher sprechen wir mit Kunden

Höchste Zahl der Verbraucher, mit denen ERGO für ein neues Produkt und seine Einführung gesprochen hat	4.000
Zahl der Gremien, die über eine Produkteinführung entscheiden*	2
Höchster IT-Aufwand, der für eine Produkteinführung im Jahr 2012 notwendig war, in Personentagen**	3.400
Zahl der Produkte, die ERGO 2012 vom Markt genommen hat	3
Zahl der neuen Produkte, die ERGO 2012 eingeführt hat***	14

* In der Regel sind das ein Fachgremium unter Leitung des verantwortlichen Produktentwicklers und der zuständige Vorstand des Geschäftsfelds

** Für die Umstellung auf Unisex-Produkte in den Bereichen Leben, Unfall und Gesundheit

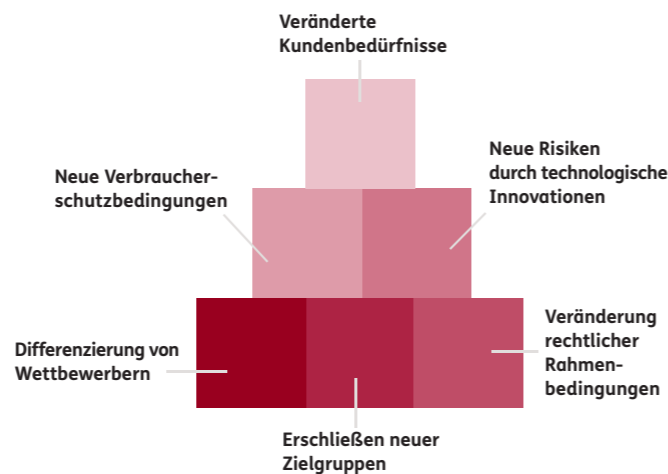
*** Nur neue Produkte, Weiterentwicklungen und Relaunches. Ohne Tarifvarianten, Unisex-Produkte und damit verbundene Produktpassungen

... um neue Absicherungsmodelle zu schaffen, dauert es

12-38 Monate

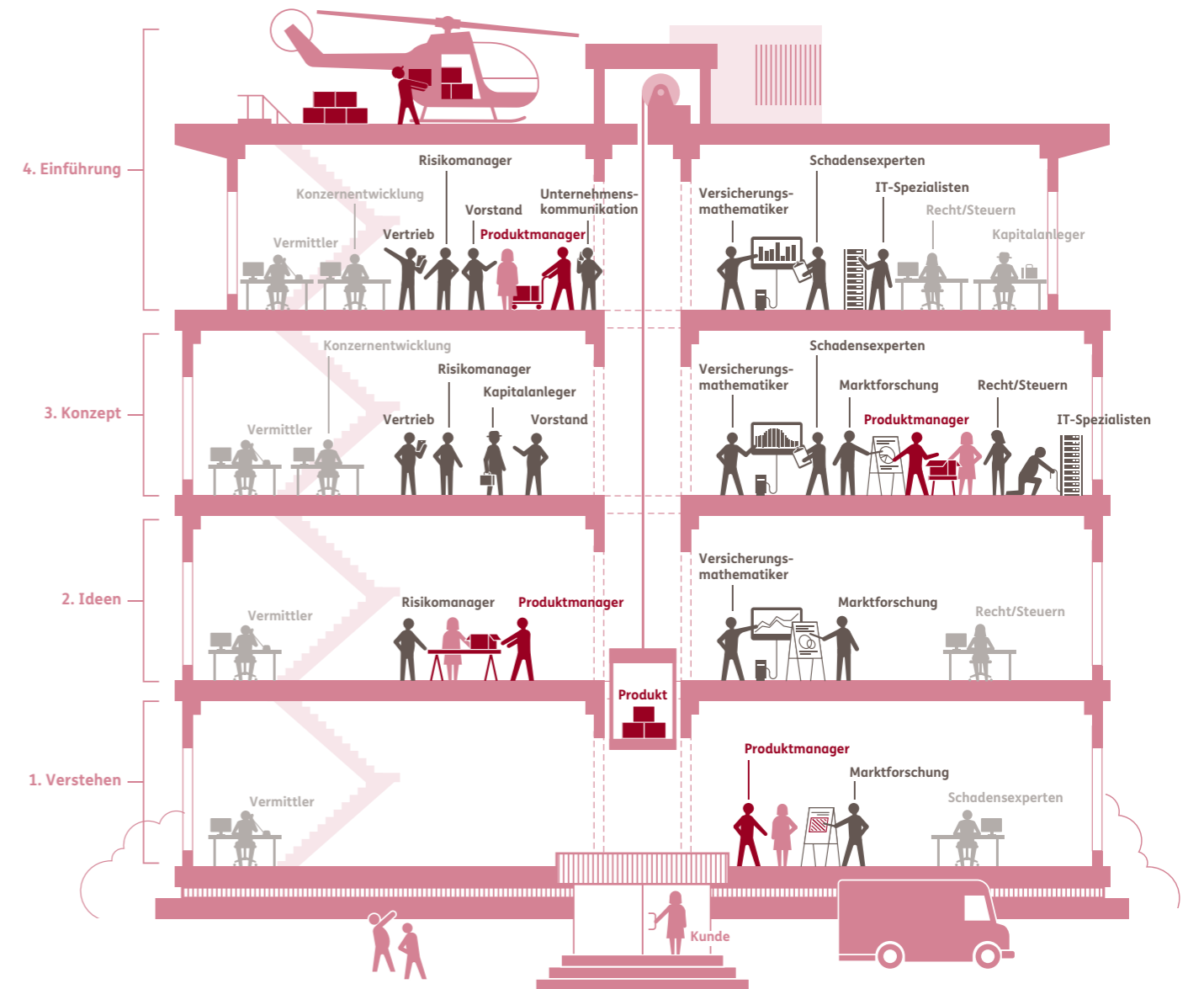


Die sechs wichtigsten Gründe für ERGO, ein Produkt zu verändern – oder ein neues zu entwickeln



Wie entwickelt eine Versicherung neue Produkte?

Produktentwicklung bei ERGO: Der Kunde ist immer dabei. Bei jedem Schritt*



- 1. Verstehensphase**
Ermitteln des Kundenbedürfnisses. Wir beobachten Kunden in ihrer Alltagswelt, reden mit ihnen. Und wir sprechen mit unseren Kundenbeiräten. Je detaillierter die Beobachtung, je besser wir unseren Kunden zuhören, umso besser für die spätere Entwicklung des Produktes.
- 2. Ideenphase**
Sammeln und sortieren. Erst schaffen wir Räume für Ideen, dann entwickeln wir Lösungen. Im Sinne der Co-Kreation sind auch hier Kunden integriert. Wir fragen immer wieder: Deckt die Idee tatsächlich das Bedürfnis ab? Und wir integrieren die ERGO Kundenwerkstatt.
- 3. Konzeptphase**
Beschreiben, ausgestalten, rechnen. Gemeinsam mit Kunden gehen wir ins Detail und fragen: Ist das Produkt noch verständlich? Wir diskutieren mit unseren Vertriebspartnern. Tarife werden kalkuliert und erstellt. Kundenversprechen und Verständlichkeit testen wir mit unseren Kunden.
- 4. Einführungsphase**
Kommunizieren, verankern, vertreiben. Formulare und Infoblätter werden getextet und gestaltet, rechtlich geprüft und mit Kunden getestet. Arbeitsrichtlinien für den Kundenservice werden erstellt, Werbung produziert. Die Kampagne läuft an. Der Vertrieb übernimmt.

* vereinfachte, nicht vollständige Darstellung für eine Neuentwicklung im Bereich private Haftpflicht-/Sachversicherung; entspricht im Grundmuster der Entwicklung in allen Sparten



Vertrauen

Verantwortung: Wie ERGO mit dem Geld der Kunden umgeht

Wie legen Sie unser Geld an? Was ist sicher?

Es ist eine der Kernfragen jeder Familie. Und es ist auch die Kernfrage jedes Kapitalanlegers bei ERGO. Ein Gespräch über Sicherheit, Finanzplanung und welche Anlageformen für die eigenen Kinder am besten sind

Kerstin Berns: **Herr von Borries, ich bin Mutter und Unternehmerin. Wirtschaftlich läuft es sehr gut, aber ...**

Daniel von Borries: Darf ich fragen, was genau Sie machen?

Berns: **Ich berate Autohersteller bei ihren Übersetzungsprozessen. Auch mein Mann ist Unternehmer. Wir fragen uns: Wie legen wir unser Geld an, damit wir später ein Auskommen haben? Was ist sicher?**

Von Borries: Das sind auch für uns die Kernfragen. Es gilt: Hundertprozentige Sicherheit gibt es nirgends auf der Welt.

Berns: **Heißt das, Ihr Geschäftsmodell funktioniert nicht mehr?**

Von Borries: Doch. Unser Geschäftsmodell ist es, aus unsicheren Situationen solche zu machen, die für Kunden so sicher wie möglich sind. Ob Sie eine Autoversicherung abschließen, eine Kranken- oder eine Rentenversicherung zur privaten Altersvorsorge: Sie wissen nie, was passiert, wie Ihre Lebenssituation in 30 oder 60 Jahren aussieht. Aber Versicherungen können negative Folgen des Lebens abfedern.

Berns: **Aber momentan können Sie doch nicht einmal die Zinsen der Lebensversicherungen garantieren.**

Von Borries: Das stimmt so nicht. Auf die Garantien in den Verträgen unserer Kunden ist Verlass.

Berns: **Trotzdem scheint die Verzinsung ja jetzt ein Problem zu sein.**

Von Borries: Bei einer Versicherung gilt das Kollektivprinzip: Sie zahlen in einen großen Topf ein, wir verwalten den Topf. Tritt der Leistungsfall ein, haben Sie vertragliche Ansprüche auf Kapitalabfindung oder eine lebenslange Rente, deren Höhe garantiert ist. Falls es gut läuft in der Anlage, kann diese Leistung sogar höher sein als garantiert. Das ist die Idee.

Berns: **Und die Wirklichkeit?**

Von Borries: Die wichtigste Aufgabe ist es, die Garantien sicherzustellen. Damit das Versprechen auf dem Papier auch eines Tages eingelöst werden kann. Daher legen wir den Grundstock unserer Kapitalanlagen sehr risikoarm an, mit sehr langen Laufzeiten. Für die Anlagen bedeutet das: hohe Sicherheit, hohe Ratings und sehr breite Streuung. Damit, wenn irgendwo etwas passiert – und es passiert immer irgendwo etwas –, die negativen Auswirkungen gering sind.

Düsseldorf. ERGO Kundin Kerstin Berns im Gespräch mit ERGO Vorstand Dr. Daniel von Borries

Mutterkonzern Munich Re schüttet Traumrenditen aus. Gleichzeitig schrumpfen die Zinsen der Lebensversicherung. Wie kann das sein?

Berns: **Die Eurokrise aber beschert Ihnen historisch niedrige Renditen. Müssen Sie also mehr Risiken eingehen?**

Von Borries: Ihre Frage trifft exakt den Kern des Problems: die sehr niedrigen Zinsen auf wirklich sichere Anleihen. Eine Bundesanleihe zahlte Ende letzten Jahres bei einer zehnjährigen Laufzeit 1,3 Prozent. Bei einjähriger Laufzeit erzielen Sie knapp über null. Wenn wir unseren Kunden einen durchschnittlichen Zins von rund 3 Prozent garantieren, dann können Sie sich ausrechnen: Nur mit Bundesanleihen funktioniert das nicht.

Berns: **Wie steuern Sie dagegen?**

Von Borries: Wir kaufen Anleihen mit höherer Verzinsung. Das bedeutet aber auch, dass die Kreditrisiken im Portfolio etwas zunehmen werden. Was kein Problem ist, denn im Moment haben beinahe 90 Prozent unserer festverzinslichen Kapitalanlagen ein Rating von mindestens A; das entspricht „sehr gut“ oder besser.

Berns: **Stichwort Rente: Ich bin als Selbstständige privat versichert und nicht im staatlichen System. Dabei sollten sich doch alle beteiligen, damit es stabil bleibt. Wie sehen Sie das?**

Von Borries: Es gibt Stärken und Schwächen. Mal ist das staatliche Umlagesystem stabiler, zum Beispiel in Deutschland nach dem Krieg, als das meiste Kapital vernichtet war. Manchmal sind privat organisierte Kapitaldeckungssysteme stabiler: In der globalisierten Wirtschaft können Sie Geld international und breit anlegen. Im Umlagesystem hängen Sie stets am nationalen Arbeitsmarkt und der demografischen Entwicklung.

Berns: **ERGO gehört zu Munich Re. Der Rückversicherer zahlt Traumdividenden. Die Renditen der Lebensversicherung schrumpfen. Wie geht das?**

Von Borries: Diese Frage bekomme ich so gar im Freundeskreis des Öfteren gestellt.

Berns: **Und was antworten Sie?**

Von Borries: Lebensversicherung findet bei ERGO innerhalb einer eigenen Akti-

engesellschaft statt. In der ERGO Lebensversicherung AG haben wir 2012 die Dividende komplett zurückinvestiert. Das heißt: Die Dividende von Munich Re stammt nicht aus der ERGO Lebensversicherung, sondern vor allem aus dem globalen Rückversicherungsgeschäft und der Schadens- und Unfallversicherung.

Berns: **Aha.**

Von Borries: Der Gesetzgeber hat klare Mechanismen geschaffen, um zu vermeiden, dass ein Lebensversicherer von seinen Aktionären ausgenommen wird: Zuerst kommt immer der Vertragskunde, dann der Aktionär.

Berns: **Gesetzt den Fall, Sie erwirtschaften wieder ordentliche Gewinne?**

Von Borries: Wir müssen zuerst die Garantien erwirtschaften. Sobald darüber hinaus Überschüsse vorhanden sind, gilt: Mindestens 90 Prozent des Zinsergebnisses bekommen die Kunden. Gleichzeitig müssen wir den demografischen Wandel einplanen. Und einen Puffer einbauen, falls unsere Kunden sogar noch älter werden, als wir denken.

Berns: **Und wenn aus diesem Puffer Gewinne entstehen?**

Von Borries: Müssen wir mindestens 75 Prozent davon den Kunden gutschreiben. In der Realität wird das meist höher, das erzwingt der Wettbewerb.

Berns: **Aktionärsdividenden bei Lebensversicherungen stammen also nur aus 10 bis 25 Prozent des Gewinns?**

Von Borries: Ein drittes Element sind die Kosten. Die garantierte Leistung einer Lebensversicherung besteht vereinfacht gesagt aus dem, was Sie einzahlen, plus dem, was wir uns an Zinsen zutrauen zu verdienen, minus der Kosten.

Sollten die Kosten steigen, zum Beispiel weil Löhne anders als kalkuliert steigen, dann trägt der Aktionär dieses Risiko. Sollten sie niedriger sein, wird der Erlös geteilt, halbe-halbe, zwischen Aktionär und Kunde. Wenn also ERGO die Kosten senkt ...

Berns: **... freuen sich die Aktionäre.**

Von Borries: Obschon sie höchstens zur Hälfte davon profitieren. Bei der ERGO Lebensversicherung haben wir 2012 für Kunden einen Rohüberschuss von 222 Millionen Euro aus Zinserträgen, Risiko- und Kostengewinnen erzielt. Der Aktionär bekam davon 22,5 Millionen Euro. Rund 200 Millionen Euro haben wir unseren Versicherten gutgeschrieben – zusätzlich zur Garantieverzinsung von über 1,1 Milliarden Euro. Übrigens wird der Aktionär den Gewinn auch dieses Jahr wieder in die Gesellschaft investieren.

Berns: **Müssen wir uns vielleicht von der alten Sicherheit verabschieden?**

Von Borries: Vielleicht. Viele Menschen unterschätzen, wie alt sie werden. Sie sehen die niedrigen Zinsen, denken „Sparen lohnt sich nicht“ und konsumieren. Stattdessen müssten sie aber mehr sparen und weniger sofort ausgeben.

Berns: **Sie haben ja auch Kinder. Wie sichern Sie denn deren Zukunft ab?**

Von Borries: Aus heutiger Sicht habe ich da einen Fehler gemacht. Ich habe für alle drei Kinder Fondssparpläne zur Studienfinanzierung abgeschlossen. Weil ich bei einer Versicherung arbeite, hatte ich für mich und meine Frau bereits eine ganze Reihe an Lebensversicherungen abgeschlossen.

Berns: **Die habe ich auch.**

Von Borries: Sehen Sie? Und ich dachte, man solle mischen. Heute weiß ich, dass es besser gewesen wäre, Lebensversicherungen abzuschließen.

Berns: **Das beruhigt mich aber, zu wissen, dass auch Profis Fehler machen.**

Von Borries: Wobei es ja noch nicht aller Tage Abend ist. Der Profi-Tipp für die Vorsorge bleibt bestehen, so trivial er klingt, aber nur wenige halten sich daran: Mischen Sie verschiedene Geldanlagen!

Berns: **Mischen?**

Von Borries: Mischen.

→ Kerstin Berns, Unternehmerin aus Düsseldorf, leitet ein Beratungsbüro für Übersetzungsprozesse

→ Dr. Daniel von Borries ist Vorstandsmitglied der ERGO Versicherungsgruppe und verantwortlich für Finanzen, Kapitalanlagen und Lebensversicherung

Können Unternehmen überhaupt transparent sein?

Alexander Becker ist für die Transparenz-Webseite von ERGO verantwortlich.

Dort hat ERGO Fehlverhalten bei Reisen und Incentives offengelegt.

In der Wirtschaft ist dies bislang einzigartig



„Transparenz ist das Gebot der Stunde. Überall wird sie gefordert, fast keine Nachrichtensendung, in der nicht jemand volle Transparenz anmahnt. Warum ist das so? Der Begriff ist populär, weil er als Synonym nicht nur für Klarheit, sondern auch für Einfachheit verwendet wird. Manchmal werden die beiden Dinge verwechselt. Nicht alles, was klar ist, ist auch einfach.“

Wo Transparenz den Blick auf einfache Sachverhalte freigibt, Klarheit schafft, ist sie häufig sinnvoll. Aber schon da nicht immer: Wer anderen völlig transparent macht, was er über sie denkt, kann unhöflich sein, grob und verletzend.

Dort, wo große Komplexität herrscht, ist Transparenz häufig kontraproduktiv. Denn meistens kann man mit vertretbarem Aufwand nicht das ganze Bild zeigen. Dann riskiert man, angesichts der vielen zu bedenkenden Facetten bestehende Unsicherheit nur zu vergrößern.

Schlichtweg fehl am Platz ist Transparenz dort, wo es um Know-how geht, das einem Unternehmen Vorteile im Wettbewerb verschafft. Oder bei sensiblen Daten unserer Kunden, Mitarbeiter und Vertriebspartner. Die wenigsten möchten, dass Informationen über ihren Gesundheitszustand oder ihr Einkommen frei zugänglich im Internet verfügbar sind.

Transparenz kann anstrengend und schmerzhaft sein: So haben wir uns im vergangenen Jahr nach der abermaligen Medienberichterstattung über Fehlverhalten bei ERGO entschieden, umfassende Transparenz zu diesem Thema zu schaffen. Wir haben gelernt, dass wir der Öffentlichkeit eine Hilfestellung für die Einordnung der Vorgänge geben sollten. Ob es immer richtig wäre, den Blick so



Claudia Weiske aus Berlin. In einer Fokusgruppe hatte die Schauspielerin bezweifelt, ob Unternehmen wirklich immer und überall offen sein können

stark auf eine, und zwar die negative Seite des Unternehmens zu lenken? Das bezweifle ich. Aber in unserer Situation hat es sich als richtig erwiesen.

Im Übrigen sind wir in Sachen Transparenz ohnehin schon sehr weit. Ein Beispiel: Unsere Lebensversicherungskunden erhalten auf der Webseite www.ergo.de seit geraumer Zeit vielfältige Informationen zu den Kapitalanlagen. Das reicht von einer quartalsweise aktualisierten Erläuterung unserer Anlagestrategie über Informationen zur Zusammensetzung des Anlagenbestands bis hin zum monatlichen Stand der Bewertungsreserven.

Wenn ich zurückdenke an meine beruflichen Anfänge im Kommunikationsbereich, dann hat sich schon viel getan.

Wir fragen uns heute viel selbstkritischer als früher, ob eine Information wirklich wettbewerbsrelevant ist oder nicht lieber doch veröffentlicht werden sollte. Und das gilt nicht nur für ERGO, sondern für viele andere Unternehmen auch.

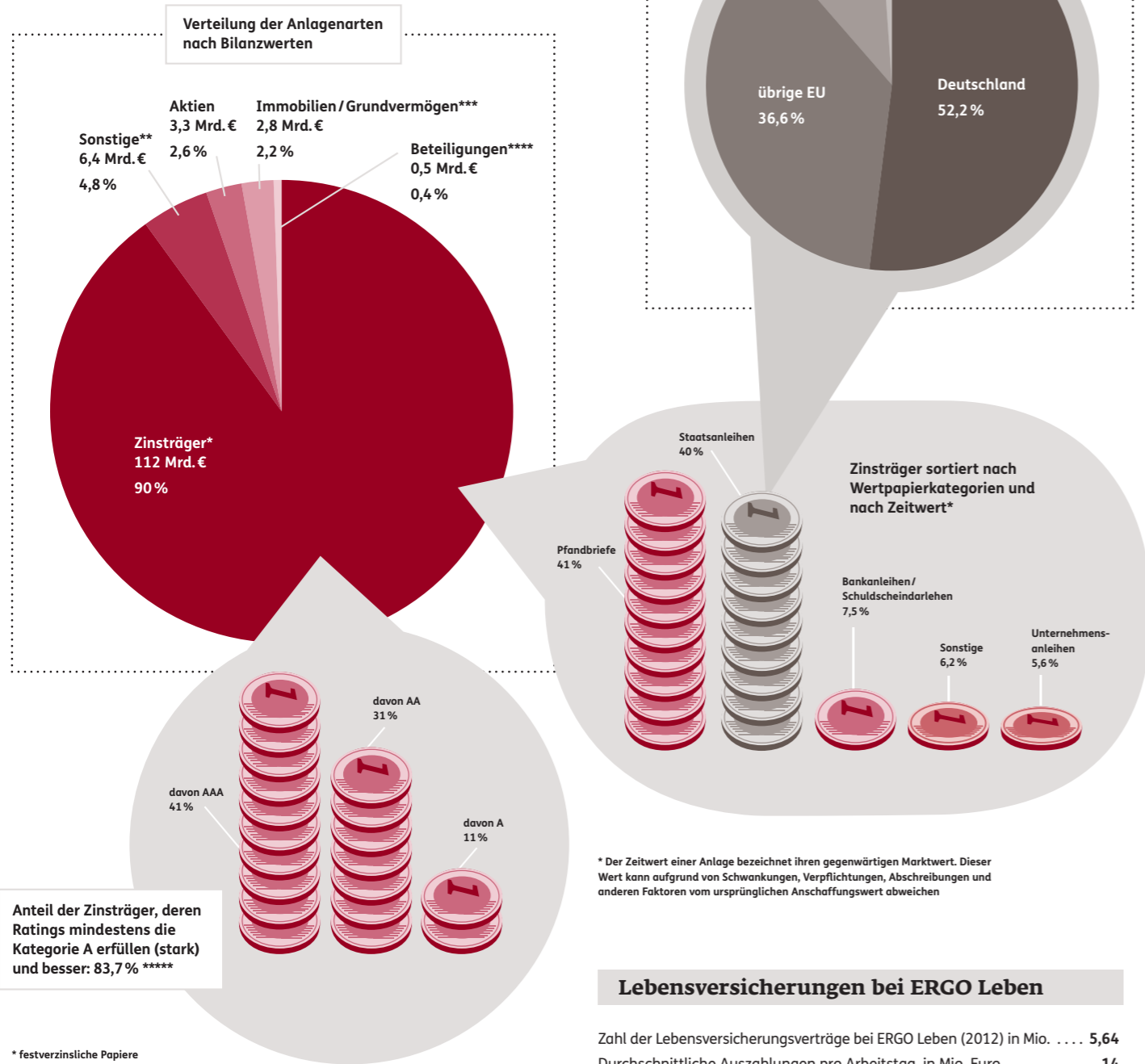
Ganz klar, Transparenz ist uns wichtig bei ERGO. Wir werden diesen Weg weitergehen – mit weiterer Offenlegung von Zahlen, Informationen und Prozessen. Welche Schritte wir dabei im Einzelnen gehen, müssen wir immer wieder individuell entscheiden. Und wir suchen den Dialog. Dieser Kundenbericht ist ein Beispiel für beides.“

→ Dr. Alexander Becker leitet bei ERGO die Externe Unternehmenskommunikation

Vertrauen: Zahlen und Fakten

Als Versicherer wirtschaften wir nachhaltig. Sehen Sie hier, wie wir das Geld unserer Kunden so anlegen, dass es heute, morgen, übermorgen und auch lange danach noch sicher ist

Kapitalanlagen: Wo wir investieren



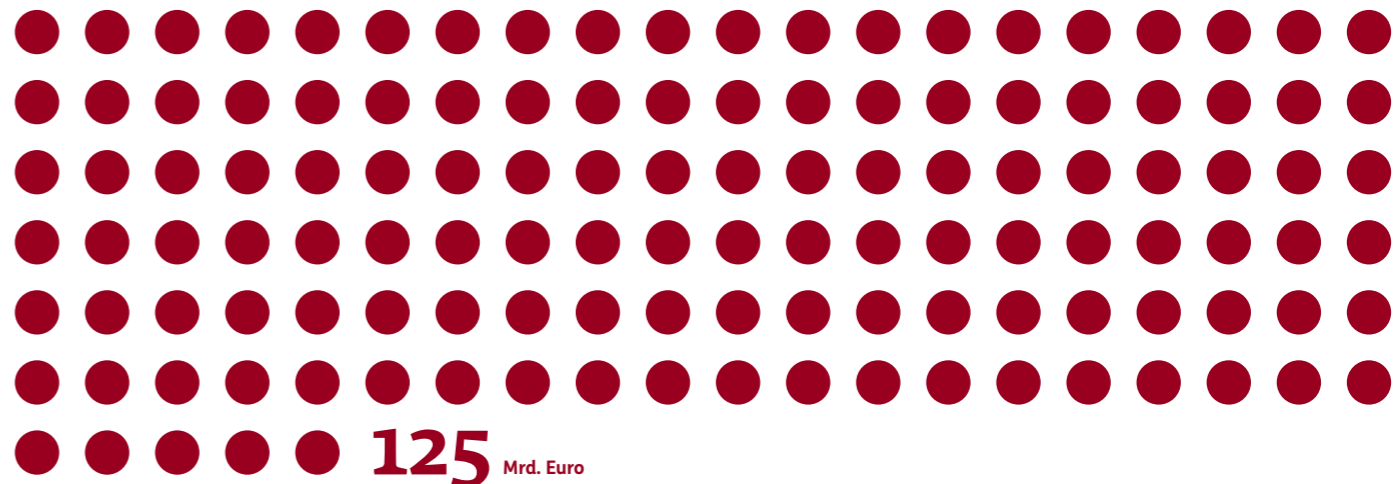
* festverzinsliche Papiere
 ** inkl. fondsgebundene Lebensversicherungen
 *** inkl. Immobilienfonds
 **** Anteile an verbundenen und assoziierten Unternehmen
 ***** inkl. eigene Hypothekendarlehen 88,3%

Quelle: ERGO Geschäftsbericht 2012

ERGO Versicherungsgruppe: Unsere Anlagen und was wir mit ihnen erwirtschaften

Höhe der verwalteten Kapitalanlagen

inklusive fondsgebundene Lebensversicherungen



Kapitalanlageergebnis



Rendite



Eigenkapital



Gewinn

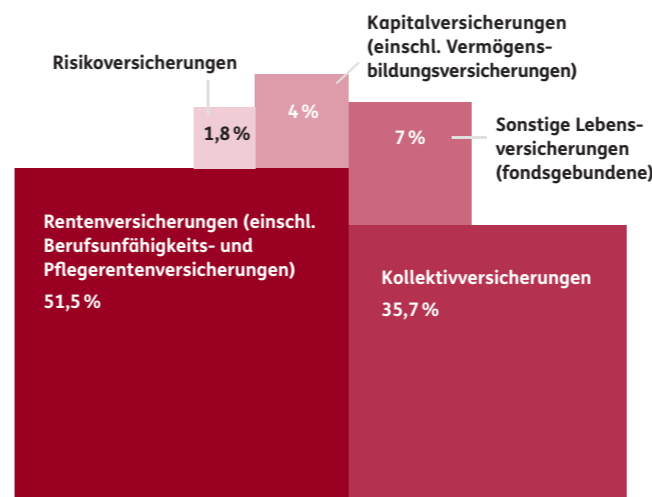


Quelle: ERGO Geschäftsbericht 2012

ERGO Leben: Welche Versicherungen Kunden wünschen

Welche Verträge Kunden abschließen

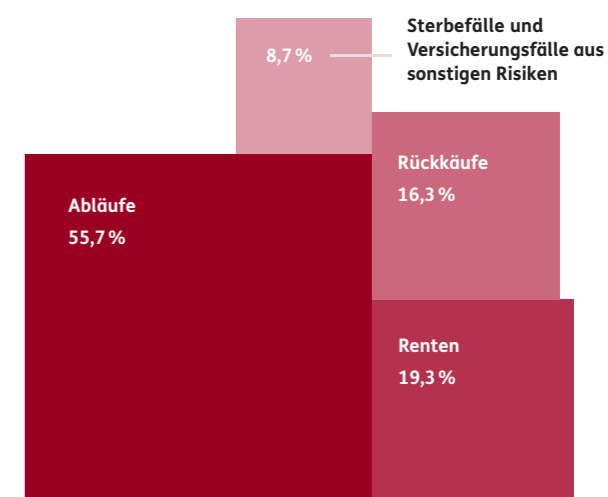
Zusammensetzung des Neugeschäfts 2012



Quelle: Geschäftsbericht ERGO Leben

Und wofür wir wie viel auszahlen

Zusammensetzung der Versicherungsleistungen



* Der Zeitwert einer Anlage bezeichnet ihren gegenwärtigen Marktwert. Dieser Wert kann aufgrund von Schwankungen, Verpflichtungen, Abschreibungen und anderen Faktoren vom ursprünglichen Anschaffungswert abweichen

Lebensversicherungen bei ERGO Leben

Zahl der Lebensversicherungsverträge bei ERGO Leben (2012) in Mio. **5,64**
 Durchschnittliche Auszahlungen pro Arbeitstag, in Mio. Euro **14**

Quelle: Geschäftsbericht ERGO Leben 2012

Die ERGO Kennzahlen für Kunden

Im letzten Kundenbericht haben wir Ihnen sieben Messwerte vorgestellt. Bei einigen haben wir versprochen, sie zu verbessern. Hier ist das Ergebnis unserer Anstrengungen. Zusätzlich zeigen wir Ihnen neue Messwerte, an denen Sie die Erfüllung unserer Versprechen messen können

Soforthelfer

24 Std.

dauert es maximal an Werktagen, bis ein Soforthelfer sich im Notfall bei Ihnen meldet.

Nähe und Erreichbarkeit

82%

unserer Kunden finden, dass sie mit ERGO unkompliziert in Kontakt treten können. Wir finden: Das soll so bleiben.

Bearbeitungsdauer

6,4 Tage

dauert es im Schnitt, bis wir Kundenanliegen schriftlich abschließend bearbeiten.

Im Jahr davor betrug die Bearbeitungsdauer 12,9 Tage. Wir haben uns also erheblich gesteigert – und versprechen, unsere Effizienz mindestens zu halten.

Klartext

Kein Brief unter 12. Kein Fachtext unter 8.

Die Einfachheit unserer Texte bewerten wir nach dem Hohenheimer Index.

Der Index unterscheidet Verständlichkeit auf einer Skala von 0 (komplett unverständlich) bis 20 (versteht jeder).

Unser Ziel ist es, dass alle unsere Briefe mindestens 12 Punkte erreichen.

Zum Vergleich: Der Kundenbericht 2013 liegt im Schnitt bei 17, einige Texte sogar bei über 19.

Kundenzufriedenheit allgemein

89%

unserer Kunden bewerten unsere Leistung als ausgezeichnet, sehr gut oder gut.

Vorher lag dieser Wert bei 88 Prozent. Wir hatten versprochen, uns zu entwickeln.

Klartext

75%

der Kunden finden, dass unsere Informationen klar und verständlich sind.

2011 lag dieser Wert bei 74 Prozent. Wir haben uns also verbessert.

Und wir wollen diesen Wert noch steigern.

Telefonische Erreichbarkeit

56%

der Anrufe, die bei ERGO eingehen, nehmen wir innerhalb von 20 Sekunden an. Das bedeutet, die meisten Anrufer erreichen nach viermal klingeln (und weniger) eine/n Mitarbeiter/in.

Im Vorjahr lag dieser Wert bei nur 38 Prozent. Den aktuellen Wert wollen wir mindestens halten.

Kümmern

73%

unserer Kunden fühlen sich bei ERGO gut aufgehoben.

Und finden, dass wir uns vertrauensvoll um ihre persönlichen Bedürfnisse bei Versicherungsangelegenheiten kümmern.

Preis-Leistungs-Verhältnis

91%

unserer Kunden sind mit dem Preis-Leistungs-Verhältnis von ERGO vollkommen zufrieden, sehr zufrieden oder zufrieden.

Ein Wert, den wir versprechen zu halten.

Weiterempfehlung

29%

unserer Kunden würden uns ohne Vorbehalt weiterempfehlen.

Letztes Jahr lag dieser Wert bei 30 Prozent. Wir hatten versprochen, ihn zu steigern. Das haben wir nicht geschafft.

Wir arbeiten daran, diesen Wert zu verbessern.

Ernsthaftigkeit

80%

der Kunden fühlen sich ernst genommen.

Letztes Jahr lag dieser Wert bei 78 Prozent. Und wir versprochen, ihn zu steigern.

Wir denken, das kann noch besser werden.

Vermittler

91%

der Kunden sind mit der Betreuung durch ihre Vermittler vollkommen zufrieden, sehr zufrieden oder zufrieden.

Ein Wert, den wir versprechen, mindestens zu halten.

Glaubwürdigkeit

90%

unserer Kunden denken, dass ERGO den eigenen Anspruch „Versichern heißt verstehen“ ganz sicher oder wahrscheinlich ernst nimmt.

Wir finden: Das kann so bleiben.

Quellen: ERGO intern, Net-Promoter-Score-Studie und Kundenzufriedenheitsbefragung 2012. Zahlen zur Zufriedenheit mit unserer Verständlichkeit (75%) und Kümmern (73%) bezeichnen Konzernwerte. Zahlen zur Kundenzufriedenheit stammen aus verschiedenen repräsentativ erhobenen telefonischen Befragungen privater Kunden der ERGO, D.A.S., DKV und ERGO Direkt. Dargestellt sind Werte des Jahres 2012, teilweise ergänzt um Vorjahreswerte. Kunden der ERV wurden nicht befragt, da der Vertrieb ihrer Produkte vorwiegend über Reisebüros und Veranstalter erfolgt. Wenn nicht ausdrücklich anders beschrieben, bezeichnet die Prozentzahl den Anteil der Befragten, die den Aussagen vollkommen oder überwiegend zustimmen. Zahlen zur Bearbeitungszeit und zur telefonischen Erreichbarkeit stammen aus internen ERGO Auswertungen

So erreichen Sie uns

Egal auf welchem Weg Sie mit uns Kontakt aufnehmen möchten:
Wir freuen uns über Ihren Anruf, Brief oder Ihre E-Mail

ERGO Versicherungsgruppe AG

Victoriaplatz 2
40198 Düsseldorf
Tel. 0800 3746-000 ¹⁾
Tel. +49 211 477-7100 ²⁾
Fax 0211 477-1500
kontakt@ergo.de
www.ergo.com

Unsere großen Gesellschaften in Deutschland

ERGO Lebensversicherung AG

Überseering 45
22297 Hamburg
Tel. 0800 3746-000 ¹⁾
Fax 040 6376-3302
Kontaktformular: www.ergo.de/info
www.ergo.de

ERGO Versicherung AG

Victoriaplatz 1
40477 Düsseldorf
Tel. 0800 3746-000 ¹⁾
Fax 01803 123-460 ³⁾
Kontaktformular: www.ergo.de/info
www.ergo.de

ERGO Direkt Versicherungen

Karl-Martell-Straße 60
90344 Nürnberg
Tel. 0800 666-9000 ¹⁾
Fax 0800 701-1111 ¹⁾
beratung@ergodirekt.de
www.ergodirekt.de

D.A.S. Deutscher Automobil Schutz Allgemeine Rechtsschutz-Versicherungs-AG

Thomas-Dehler-Straße 2
81737 München
Tel. 0800 3746-555 ¹⁾
Fax 089 6275-1650
kundenservice@das.de
www.das.de

DKV Deutsche Krankenversicherung AG

Aachener Straße 300
50594 Köln
Tel. 0800 3746-444 ¹⁾
Fax 01805 78-6000 ⁴⁾
service@dkv.com
www.dkv.com

ERV Europäische Reiseversicherung AG

Rosenheimer Straße 116
81669 München
Tel. 089 4166-1102
Fax 089 4166-2717
contact@erv.de
www.erv.de

Impressum

Verantwortlich für den Inhalt
Ralf Königs, ERGO Kundenanwalt

Redaktion
Ralf Grauel

Idee & Konzept
Aimaq von Lobenstein Creative Brand Consulting GmbH,
Berlin | www.avlberlin.com
Nadia Al-Mardini, Ralf Grauel

Art Direction
Alexandra Sievers

Grafikdesign
Sebastian Irrgang | Studio Irrgang, Berlin

Projektleitung
Philipp Schnitzler

Gestaltung, Consulting & Produktion
Aimaq von Lobenstein Creative Brand Consulting GmbH,
Berlin | www.avlberlin.com

Foto
Felix Brüggemann
(Seiten: U1, 3, 4-5, 8-13, 14-16, 21, 29, 41, 57)
Antonina Gern
(Seiten: U1, 4-5, 18-20, 38, 43)
Ailene Liefeld
(Seiten: 5, 34-37)
Malwine Rafalksi
(Seiten: 5, 24-27, 46-49, 54-55)

Illustration & Infografiken
André Gottschalk (Porträts)
Axel Pfaender (Infografik) (Seiten: 17, 53)
Ralf Grauel, Studio Irrgang (Infografik)

Litho & Satz
PX1@Medien GmbH, Berlin

Druck
Werbedruck Aug. Lönneker GmbH & Co. KG, Stadtoldendorf

ERGO legt Wert auf Nachhaltigkeit. Auch der ERGO
Kundenbericht ist zu 100% auf Altpapier gedruckt.



© ERGO Versicherungsgruppe AG | 40198 Düsseldorf | 2013

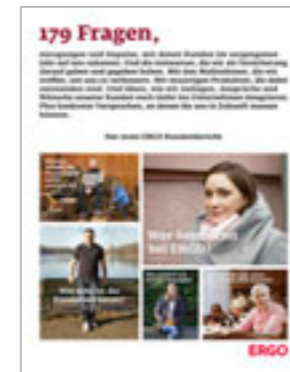
Haben Sie noch Fragen?

Oder haben Sie Anregungen, Ideen,
Kritik, die uns besser machen?

Dann rufen Sie gerne an unter:
0800 3746-0000

Oder senden Sie uns eine E-Mail
an: kundenbericht@ergo.de

Wir freuen uns,
von Ihnen zu hören!



Jetzt online bestellen:
www.ergo.de/kundenbericht

Der Kundenbericht für Ihr Tablet



Jetzt können Sie den ERGO Kundenbericht 2013 auch digital erleben. Als App bietet Ihnen der Kundenbericht neben einer benutzerfreundlichen Oberfläche weitere interessante Inhalte. Videoporträts geben Ihnen einen persönlichen Einblick in die Beziehungen zwischen unseren Kunden und unseren Beratern. Jeder Artikel ist mit den Links versehen, die Sie zu weiteren Informationen über Ihr bevorzugtes Thema leiten oder Sie direkt mit einem persönlichen Ansprechpartner in Verbindung bringen. Die App ist für iPad und Android-Tablet verfügbar: einfach QR-Code scannen oder auf www.ergo.de/kundenbericht herunterladen.



1) Gebührenfrei innerhalb Deutschlands | 2) Aus dem Ausland | 3) 9 ct/Min. aus dem dt. Festnetz; Mobilfunkhöchstpreis: 42 ct/Min. | 4) 14 ct/Min. aus dem dt. Festnetz; Mobilfunkhöchstpreis: 42 ct/Min.

ERGO in Deutschland

Deutschland ist die Heimat von ERGO. Die Mehrheit unserer Mitarbeiter und Vermittler arbeitet hier. Sie finden uns in diesen Städten:



- mehr als 100 Vermittler
- weniger als 100 Vermittler
- ⬠ Innendienst-Standort
- ▶ ERGO Service-Center
hier sitzen Mitarbeiter von ERGO und kümmern sich telefonisch um Kundenanliegen

ERGO und ihre Standorte

Der Vorteil gewachsener Strukturen ist, dass unsere Kunden es nie weit haben, wenn sie einen Vertriebspartner von ERGO erreichen wollen

Schleswig-Holstein

1. Flensburg
2. Büdelsdorf
3. Kiel
4. Neumünster

Mecklenburg-Vorpommern

5. Stralsund
6. Rostock
7. Schwerin
8. Neubrandenburg

9. Hamburg

Niedersachsen

10. Aurich
11. Oldenburg
12. Lüneburg
13. Lingen
14. Osnabrück
15. Hannover
16. Braunschweig
17. Göttingen

18. Bremen

Sachsen-Anhalt

19. Magdeburg
20. Halle

21. Berlin

Brandenburg

22. Brandenburg
23. Potsdam
24. Frankfurt/Oder
25. Cottbus

Nordrhein-Westfalen

26. Herford
27. Bielefeld
28. Detmold
29. Münster
30. Hamm

31. Recklinghausen

32. Dortmund
33. Soest
34. Sundern
35. Essen
36. Duisburg
37. Krefeld
38. Mönchengladbach
39. Kaarst

40. Düsseldorf
41. Wuppertal
42. Leverkusen
43. Köln
44. Neunkirchen-Seelscheid
45. Siegen
46. Aachen
47. Kerpen
48. Erftstadt
49. Bonn

Hessen

50. Kassel
51. Gießen
52. Fulda
53. Wiesbaden
54. Frankfurt/Main
55. Darmstadt

Thüringen

56. Gotha
57. Erfurt
58. Jena
59. Gera

Sachsen

60. Leipzig
61. Zwickau
62. Chemnitz
63. Dresden

Rheinland-Pfalz

64. Koblenz
65. Mainz
66. Bad Kreuznach
67. Kaiserslautern

Saarland

68. Saarbrücken

Baden-Württemberg

69. Mannheim
70. Heidelberg
71. Heilbronn
72. Karlsruhe
73. Leonberg
74. Stuttgart
75. Reutlingen
76. Ulm
77. Ettenheim
78. Freiburg
79. Titisee-Neustadt
80. Villingen-Schwenningen
81. Lörrach
82. Singen
83. Konstanz

Bayern

84. Coburg
85. Aschaffenburg
86. Schweinfurt
87. Bamberg
88. Bayreuth
89. Würzburg
90. Nürnberg
91. Weiden
92. Ingolstadt
93. Regensburg
94. Deggendorf
95. Passau
96. Augsburg
97. Ismaning
98. Landshut
99. München
100. Starnberg
101. Ottobrunn
102. Rosenheim
103. Kempten

Vermittlersuche leicht gemacht! Unsere Vertriebspartner in Ihrer Nähe finden Sie schnell und unkompliziert im Internet auf ergo.de, das.de und dkv.com. Diese Partner freuen sich natürlich auf Ihren Anruf oder Ihren Besuch

und beantworten gerne alle Fragen rund um Ihren Versicherungsschutz. Informationen zu weniger erklärungsbedürftigen Produkten erhalten Sie auch telefonisch oder online bei ERGO Direkt unter ergodirekt.de

