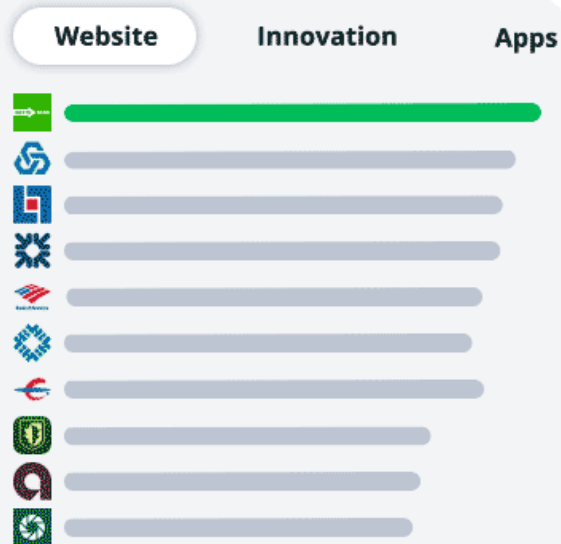


Finnoscore 2022

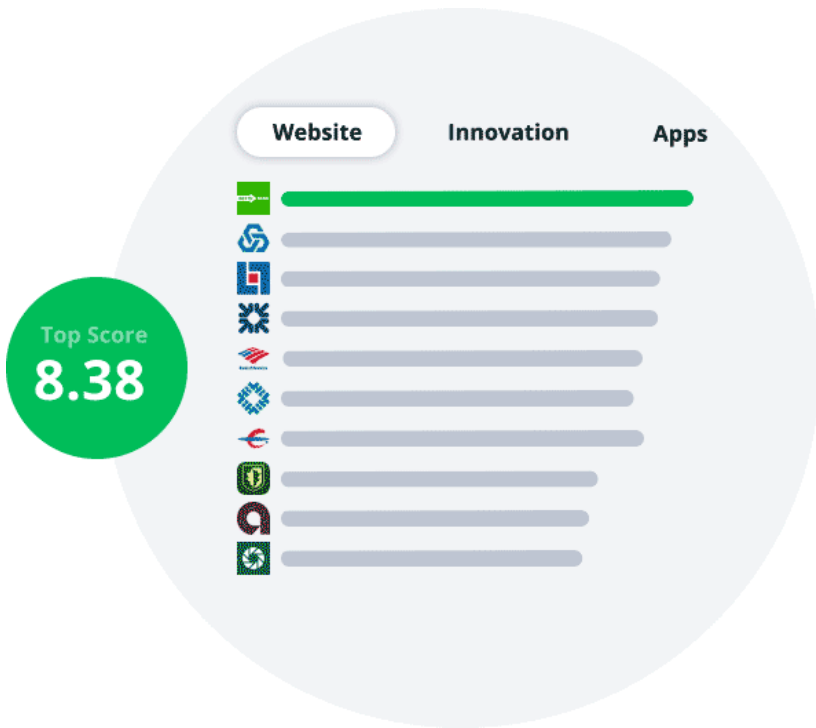
Der unabhängige Versicherungs-
& Bankenvergleich für Europa und
Nordamerika.

April 2022 / finnoscore.finnoconsult.at

Top Score
8.38



Edition
Versicherungen



1

Vorwort & Executive Summary

2

Methodik der Studie

3

Ergebnisse international

4

Über Finnconsult

Vorwort & Executive Summary



Chris Berger
Co-Founder & CEO

Finnoconsult

[LinkedIn](#)

2012-2015
Erste Bank Group: CEO George Labs
2016-2019
Bank Cler: Program Manager @ Cler
Zak
2018-2020
Sparda: Strategic Advisor @ Sparda
TEO
Mentor in FinTech Forum D.A.CH.

Warum machen wir diese Studie?

Im Banking führen wir die Finnoscore-Studie bereits seit 2015 jährlich mit einem Sample von derzeit 250 Banken in Europa/Nordamerika durch, viele der analysierten Institute durften wir zwischenzeitlich auch dabei unterstützen, ihr digitales Kundenerlebnis gesamthafte oder an bestimmten Stellen zu optimieren.

Da auch im Versicherungsbereich der Bedarf an digitalen Services mit einer ansprechenden User Experience wächst, haben wir die Finnoscore-Studie nun auch erstmals für Versicherungen durchgeführt.

Immer mehr InsureTechs, Neoversicherungen und weitere digitale Player versuchen Marktanteile der klassischen Versicherer zu erobern. Selbst für große etablierte Versicherungsinstitute bedeutet eine Vielzahl an Möglichkeiten, diesem Trend etwas entgegenzusetzen, auch entsprechend hohe Aufwände. Stillstand allerdings ist keine Option, aktivistisch zu handeln schon gar nicht. Um Versicherungen dabei zu helfen, schnell von Best Practices zu lernen, erarbeiten wir ab sofort jährlich eine Studie zum digitalen Reifegrad, aktuell von 70 Versicherungen unterschiedlichster Nationen in Europa und Nordamerika.

Dabei bewerten wir jedes Institut durch drei Analysten anhand von 300 Kriterien rein aus Kundensicht und zeigen am Beispiel von Best Practices auf, wie die Top Performer in jedem der zehn Expertise-Bereiche vorgehen.

Die wesentlichen Erkenntnisse der Finnoscore Studie 2022 / Versicherungen

Der initiale Finnoscore Versicherung hat einige Erwartungen bestätigt, andere Resultate hingegen sind überraschend: So performen die Neoversicherungen und die direkten Anbieter wie angenommen im Onlineverkauf deutlich besser als die meisten etablierten Institute. Weniger als ein Drittel der etablierten Versicherungen nutzt zum Beispiel einen Wizard, um seinen Kunden die Auswahl des passenden Produkts zu erleichtern.

Gerade im Onlineverkauf untergräbt oftmals eine mangelhafte Transparenz bei den Preisen und Versicherungsbedingungen das Vertrauen der Kunden in den potenziellen Versicherungspartner – hier gibt es ohne Zweifel großen Aufholbedarf bei vielen etablierten Versicherern.

Kaum überraschend ist coronabedingt auch ein klar erkennbarer Trend hin zur Omnichannel-Beratung mit einer smarten Interaktion der verschiedenen Vertriebskanäle. Gerade deswegen ist es bemerkenswert, dass auch nach zwei Jahren der Pandemie ein Drittel der analysierten Institute noch immer keine Web-Beratung anbietet.



1

Vorwort & Executive Summary

2

Methodik der Studie

3

Ergebnisse international

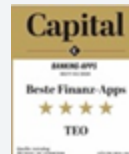
4

Über Finnoconsult

Der unabhängige Vergleich, der objektive Antworten liefert.

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

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



Wir machen die digitale Kompetenz mess- und vergleichbar.



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



300 Kriterien in 10 Dimensionen* für eine **objektive Experten-Bewertung**. Zeitraum der Datenerhebung war Juli 2021 bis Februar 2022.



Analyse und Benchmark-Bericht von **70****
traditionellen Versicherungen & Neoversicherungen aus Europa und Nordamerika

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

*** Sample wird laufend erweitert – bis Ende 2022 auf > 100 Versicherungen*

Überblick: Bewertungs-Dimensionen für Versicherungen



Webseite

- Umfang
- Usability
- Funktion auf allen Geräten
- User Interface Design
- Qualität der Suchfunktion



Online Marketing

- Seiten-Signifikanz
- Natürlicher & bezahlter Traffic
- Relevanter Werbetext



Social Media & Community

- Social Media Präsenz
- Business Portale
- Reaktionen



Onlineverkauf

- Qualität der Beschreibung
- Erklärung der Bedingungen
- Preis-Transparenz
- CTAs (Call-to-Actions)
- Onlinerechner
- Wizards
- Kundenbewertungen
- Abschlussvorgang



Omnichannel - Kommunikation

- Online-Beratung
- Feedbackformular
- Kontaktkanäle
- Schnelligkeit & Antwort-Qualität
- Terminvereinbarung



Loyalty

- Programm(e)
- Attraktivität



Schadensfall Onlinemeldung

- Zugang von Homepage
- Online-Meldungsprozess
- Sichtbarkeit Status des Schadensfalls



Mobile App(s)

- Auffindbarkeit
- Funktionsumfang
- Kundenbewertungen
- Qualität der Beschreibung



Online Services

- Auffindbarkeit
- Funktionsumfang
- Qualität der Beschreibung



Innovation & Soziale Verantwortung

- Innovationsanteil der Firmenstrategie
- Darstellung der Innovation für Kunden
- Co-Creation
- Nachhaltigkeitsagenda



1

Vorwort & Executive Summary

2

Methodik der Studie

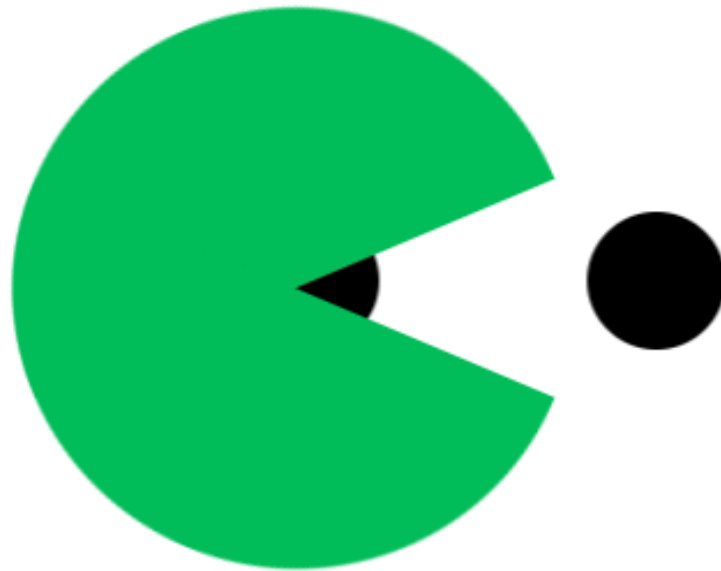
3

Ergebnisse international

4

Über Finnconsult

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



Antwort darauf gibt der **Finnoscore 2022**

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

Finden Sie es mit dem umfangreichsten digitalen Versicherungsvergleich heraus.

Key Findings des Finnoscore Versicherungen 2022

InsureTechs übertreffen die traditionellen Versicherungen in vielen Dimensionen:



Viele **Versicherungsabschlüsse** erfolgen mittlerweile **E2E online**. Dabei schneiden die **Neoversicherungen (Ø 6,98) und die Direktversicherungen (Ø 6,51) wesentlich besser ab** als die traditionellen Versicherungen (Ø 4,61).



Was sichtbare Kommunikation von **Innovation und sozialer Verantwortung** angeht, haben die **Neoversicherungen die Nase deutlich vorn (Ø 5,88)**. Im Vergleich dazu stehen traditionelle Versicherungen (Ø4,02) und direkte Anbieter (Ø3,75) hinten an.



84 % der Versicherungen kommunizieren **mindesten eine Kundenbindungsinitiative**. Dies zeigt, dass Versicherungen, ähnlich wie viele Banken in der DACH-Region, in den letzten Jahren zunehmend auf Initiativen zur Aktivierung und Bindung von Bestandskunden gesetzt haben.

Hier haben die Versicherungen noch Aufholbedarf:



Nur 28 % der Versicherungen bieten ihren Kunden online einen **Produktwizard als Unterstützung** bei der Suche nach passenden Produkten an. Dieses Instrument hilft den Kunden bei der Orientierung im Online-Kauf immens, weshalb hier aufgeholt werden sollte.

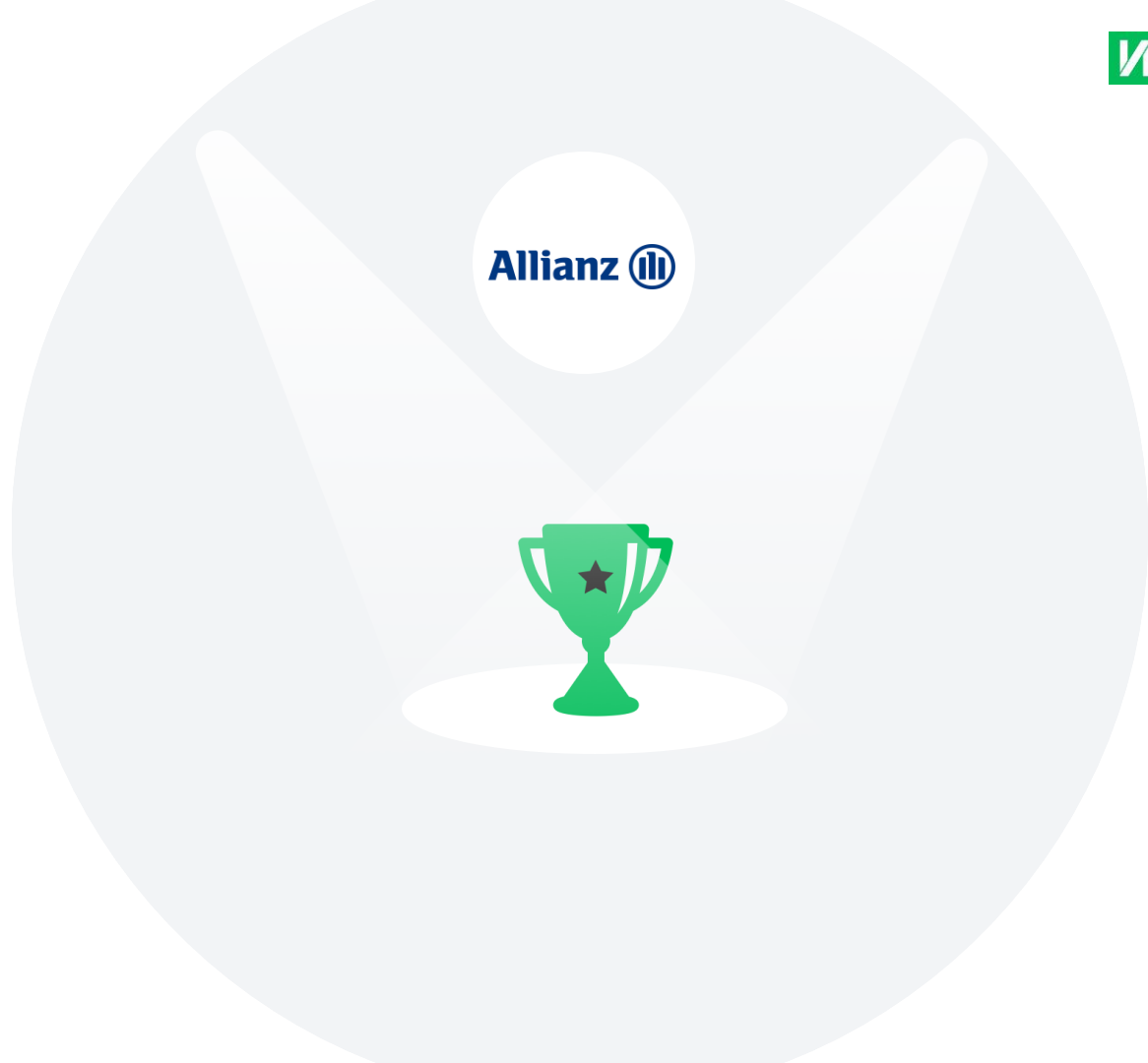


Selbst nach zwei Jahren Pandemie bieten nur **62 %** der Versicherungen zumindest eine Form von **Online-Beratung**, beispielsweise in Form eines Chats oder einer Videoberatung, an. Dieser Punkt ist in der Dimension **Omnichannel-Kommunikation definitiv noch ausbaufähig**.



36 % der Versicherungen erklären **nicht oder nur teilweise die Versicherungsbedingungen** bei den angebotenen Produkten. Da aber Vertrauen ein wesentlicher Faktor im Versicherungswesen ist, muss hier nachgebessert werden.

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



Finnoscore – Top 10 Versicherungen

VERSICHERUNGEN

	Versicherung	Finnoscore
1	 Allianz (DE)	7,71
2	 HUK (DE)	6,93
3	 Lemonade (US)	6,60
4	 Geico (US)	6,58
5	 Wiener Städtische (AT)	6,55

	Versicherung	Finnoscore
6	 Cosmos Direkt (DE)	6,50
7	 ERGO (DE)	6,47
8	 AXA (DE)	6,44
9	 Generali (AT)	6,20
10	 Versicherungskammer Bayern (DE)	6,14

Top 5 Versicherungen Deutschland

	Versicherung	Land	Finnoscore
1	 Allianz	Deutschland	7,71
2	 HUK	Deutschland	6,93
3	 CosmosDirekt	Deutschland	6,50
4	 ERGO	Deutschland	6,47
5	 AXA	Deutschland	6,44



Wo die deutschen Top 3 Versicherungen gepunktet haben



Allianz

Webseite

Durch die Navigation sowie die Suchfunktion als zentraler Punkt der Hauptseite sind wichtige Informationen schnell auffindbar. Durch das Responsive Design ist die Nutzung für alle Geräte optimiert.

Omnichannel-Kommunikation

Alle Kontaktmöglichkeiten sind schnell auffindbar und von allen Seiten aufrufbar. Online-Beratung (Video und Chat) sowie eine Online-Terminvereinbarung stehen zur Verfügung.

Loyalty

Das breite Vorteilsprogramm bietet Gewinnspiele, Einkaufsvorteile sowie ein Punktesammelsystem.



HUK

Webseite

Die Webseite bietet eine ansprechende Hauptseite mit schnell auffindbaren Informationen und Shortcuts für die wichtigsten Themen. Die Suchfunktion unterstützt potenzielle Kunden sehr gut.

Social Media & Community

Sehr gute Business Social Media Präsenz sowie eine schnelle und gute Reaktion auf Kundenfeedback auch außerhalb der eigenen Kanäle (z. B. Trustpilot) und den App Stores.

Schadensfall Onlinemeldung

Der Prozess kann direkt von der Hauptseite gestartet werden und der Kunde ist über alle Optionen informiert. Gutes User Interface mit Erklärungen für spezifische Felder.



Cosmos Direkt

Webseite

Moderne Webseite mit Responsive Design und ansprechenden Visualisierungen. Informationen sind dank der gut strukturierten Navigation schnell zu finden.

Onlineverkauf

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

Social Media & Community

Cosmos Direkt glänzt durch sehr gute und schnelle Reaktion auf Kundenfeedback. Auf ihren Business Social Media Kanälen sind sie sehr aktiv.

Top 5 Versicherungen Österreich

		Versicherung	Land	Finnscore
1		Wiener Städtische	Österreich	6,55
2		Generali	Österreich	6,20
3		UNIQA	Österreich	5,89
4		Allianz	Österreich	5,29
5		Wüstenrot	Österreich	5,16



Wo die österreichischen Top 3 Versicherungen gepunktet haben



Wiener Städtische

Webseite

Mit einer eindeutigen Strukturierung der Webseite wird die Fülle an Informationen klar präsentiert und Details sind schnell auffindbar. Mit Shortcuts zu den Kontaktmöglichkeiten und einer guten Suchfunktion finden sich auch Erstbesucher auf der Website schnell zurecht.

Mobile Apps

Durch die angebotenen Lösungen erhalten bspw. Kunden Video-Beratung, den „XUND“-Symptom-Check und Wetterwarnungen. Die App bietet auch spielerische Elemente wie z.B. Challenges mit Gewinnmöglichkeiten.

Loyalty

Gut gelöst durch ein breites „Besser Leben“-Programm, Partner-Angebote wie „Vitaminbox“ und Preis-Vorteile für treue Kunden.



Generali

Webseite

Die Hauptseite adressiert bestehende und potenzielle Kunden. Durch Shortcuts sind gesuchte Information leicht auffindbar. Digitale Lösungen und Kundenbewertungen sind prominent platziert. Blog-Themen sind direkt verlinkt.

Schadensfall Onlinemeldung

Direkter Zugang von der Hauptseite und von der Mobile Version. Hinzu kommt ein gutes User Interface und ein Prozess, der die Kunden klar bis zur erfolgreichen Meldung des Schadensfalls führt.

Loyalty

Das „Vitality“-Programm ist direkt auf der Hauptseite verlinkt und ansprechend dargestellt. Durch 'user-generated' Content wird das Vertrauen in die Programmvorteile gestärkt.



UNIQA

Webseite

Die Hauptseite ist übersichtlich und funktioniert auf allen Geräten. Die wichtigsten Seiten sind direkt verlinkt und es wird eine gute Suchfunktion geboten.

Schadensfall Onlinemeldung

Seht gute UI für Schäden im Haushalt, mit Erklärungen für spezifische Felder und visuellen Beispielen. Der Kunde hat zu jeder Zeit eine Übersicht zum aktuellen Status. Soforthilfe ist via Kontaktmöglichkeiten ebenfalls geboten.

Social Media & Community

Breite Social Media Präsenz inkl. Youtube und Pinterest. Die Business Kanäle wie LinkedIn und Kununu werden sehr gut mit passenden Inhalten bespielt.

Hier übertreffen Neoversicherungen die traditionellen Versicherungen

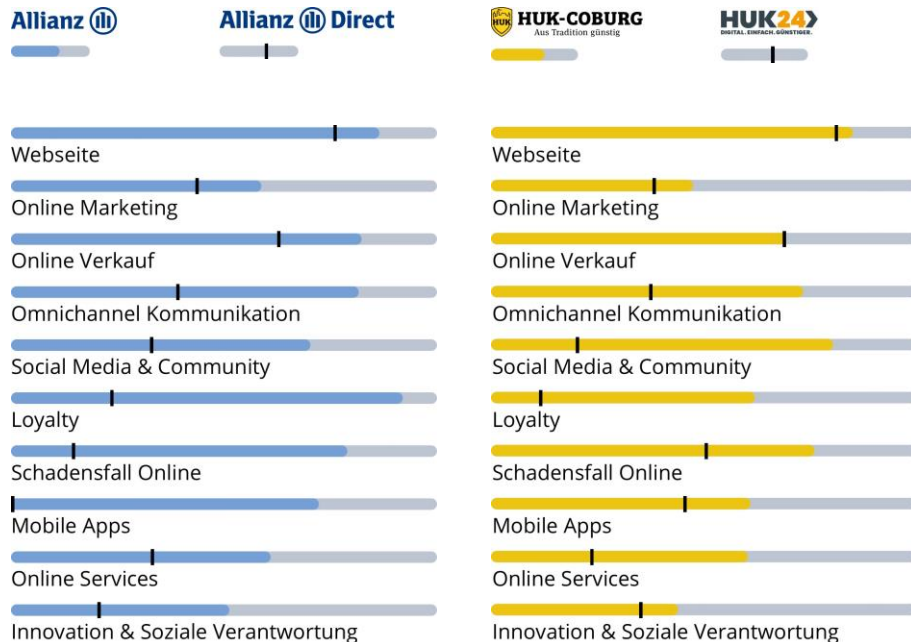
- **Onlineverkauf** – Neoversicherungen performen hier deutlich besser als die traditionellen Versicherungen. Sie arbeiten mit einer direkten Adressierung potenzieller Neukunden und einer optimierten Customer Journey, welche die Kunden erfolgreich zum Abschluss führt.
- **Mobile Apps** – obwohl mit limitierter Produktpalette gearbeitet wird, bieten Neoversicherer sehr spannende und intuitiv nutzbare App-Funktionen. Die mobilen Features sind oft prominent auf der Hauptseite platziert.
- **Innovation und soziale Verantwortung** – Neoversicherungen legen einen klaren Fokus auf Innovation als Teil der Firmenstrategie. Sie schaffen es, diese Innovationen intelligent auf der eigenen Website zu präsentieren.



Traditionelle Versicherungen im Vergleich zu ihren digitalen Töchtern

Bei dem Vergleich Allianz mit Allianz Direct und HUK-Coburg mit HUK24 zeichnet sich ein anderes Bild. Hier haben die digitalen Player noch Aufholbedarf. In allen Dimensionen liegen die traditionellen Häuser vorne – hier einige konkrete Beispiele:

- **Omnichannel-Kommunikation** – Bei der Omnichannel-Kommunikation zeigt sich, dass Ressourcen einen starken Einfluss auf die Performance in der Dimension haben.
- **Mobile Apps** – Die Allianz Direct hat keine Mobile App, was für eine Direktversicherung sehr überraschend ist.
- **Loyalty** – Die Allianz Direct und HUK24 haben ein sehr limitiertes Kundenbindungsprogramm und bieten nur eine Prämie zur Weiterempfehlung an.



Hier übertreffen Versicherungen aus DE und AT die amerikanischen Institute

■ Omnichannel-Kommunikation –

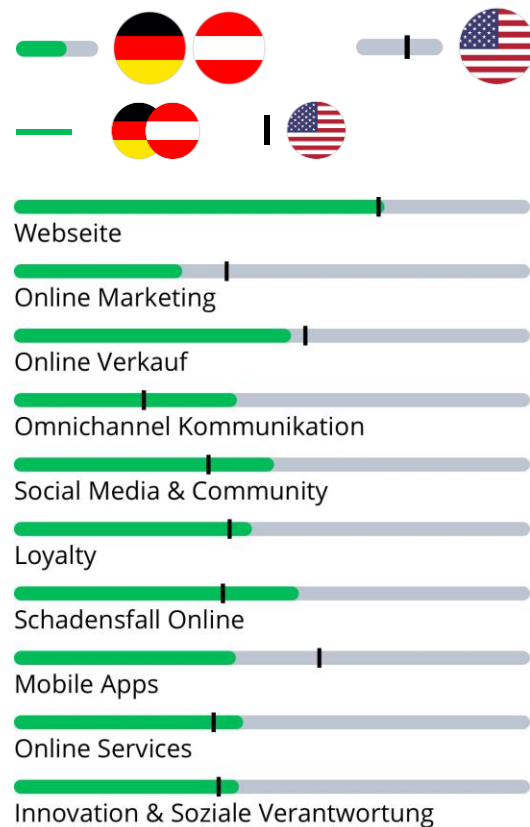
Versicherungen in DE & AT bieten häufiger Onlineberatungs- und Terminvereinbarungsmöglichkeiten an. Auch beantworten sie spezifische Anfragen deutlich schneller und mit höherer Qualität als US-Versicherungen.

■ Schadensfall Online –

Ausgehend von der Hauptseite der Homepage gelangt man in AT & DE schneller zur Online-Schadensmeldung. In Summe ist die Customer Journey in AT & DE besser optimiert als in den US.

■ Social Media & Community –

Deutsche und österreichische Versicherungen haben bessere Engagement Rates auf den Social Media Kanälen, auf denen sie präsent sind. Zudem reagieren sie besser auf Kundenfeedback wie z. B. in App-Stores oder auf Bewertungsplattformen.



Die "ideale Versicherung" - die Top-Performer jeder Dimension 2022



Webseite



Allianz 



Onlineverkauf



Allianz 



Loyalty



Allianz 



Online Services



Online Marketing



Omnichannel - Kommunikation



Allianz 



Schadensfall
Onlinemeldung



Innovation & Soziale Verantwortung



Lemonade™



Social Media & Community



Mobile App(s)



GEICO 

Lernen von den Besten!

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



1

Vorwort & Executive Summary

2

Methodik der Studie

3

Ergebnisse international

4

Über Finnoconsult

Key Facts Finnconsult

- **Umsätze** 10 Mio EUR p. a. (Durchschnitt der letzten drei Jahre)
- **Workforce** 40 Experten
- **Standorte** Berlin / Wien / Paris / Budapest / Zürich
Text hinzufügen
- **Expertise**

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

- **Awards**



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



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



Handelsblatt
Diamond Star '18:
Finalist „Digital Banking“



Capital '20:
Top-rated FinApps

Unser Management-Team



Chris Berger
Finnoconsult

Chief Strategist / Head of Sales

Schlüssel-Funktionen (Auszug)

Erste Bank Group: CEO George Labs
2012-15

Bank Cler: Program Manager @ Cler Zak
2016-19

Sparda: Strategic Advisor @ Sparda Teo
2018-20

Mentor in FinTech Forum D.A.CH.



Martin Schachinger
Finnoconsult

Chief Creative / Head of Products

Schlüssel-Funktionen (Auszug)

Erste Bank Group: auth. Proxy George Labs
2012-15

Bank Cler: Productowner @ Cler Zak 2016-19

Sparda: Productowner @ Sparda Teo 2018-
20



Guillaume Vaslin
ENNOSTUDIO

Chief Designer / Head of Marketing

Schlüssel-Funktionen (Auszug)

Bank Cler: Designer @ Cler Zak 2018-19

Sparda: Chief Designer @ Sparda Teo 2018-
2021

Unsere Referenzen seit 2015 (Auszug)





Wir freuen uns, Sie persönlich kennenzulernen!

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

Berlin

Wien

Paris

Zürich

Budapest

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



Chris Berger
 Managing Director
Finnconsult

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



Martin Schachinger
 Managing Director
Finnconsult

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



Guillaume Vaslin
 Managing Director
ENNO Studio

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