



CX-Management optimieren: kontinuierlicher Dialog und Innovation durch den ARAG Denkraum

Dr. Michael Angenendt - Head of Research Intelligence, ARAG SE
Tobias Reiland – Head of Sales & Marketing, SKOPOS CONNECT
Leipzig, 16. Juni 2026





Herzlich Willkommen!



Dr. Michael Angenendt
Head of Research Intelligence
ARAG SE



Tobias Reiland
Head of Sales & Marketing
SKOPOS CONNECT GmbH

▶ SKOPOS CONNECT - WHO WE ARE

Die SKOPOS Group

Wir sind ein inhabergeführtes Unternehmen, das sich engagierte Ziele setzt und noch eine Menge vor hat.

Short Facts



1995
gegründet



Top 10
der Marktforschungs-
agenturen



20,0 Mio.
Umsatz 2025



180
Mitarbeitende



3
Standorte
in DE



60+
Länder
in Projekten

Die SKOPOS Group



Hinter der Marke SKOPOS steht eine Gruppe von 6 Unternehmen, die jeweils zu 100% auf ihre Forschungsdisziplinen spezialisiert sind. Für Projekte bündeln wir gemeinsam unsere Stärken!

Market Research

- ▶ Produktforschung
- ▶ Kommunikationsforschung
- ▶ Marken- und Zielgruppenforschung



Data Science & KI

- ▶ Analytics & Reportings
- ▶ Dashboards & Data Visualization
- ▶ Data-Science-Beratung



UX Research & Usability

- ▶ User Research
- ▶ Ideation & Design
- ▶ UX- und Usability-Testing



Mystery Research

- ▶ Mystery Shopping, Calling & Mailing
- ▶ Store Checks & Audits, Jugendschutztests
- ▶ Customer Journey Experience



Communities & CX

- ▶ Insight Communities
- ▶ CX-Management
- ▶ Plattform-Integration & Beratung



HR Research

- ▶ Mitarbeiterbefragungen
- ▶ Interne Kundenbefragungen
- ▶ Führungskräfte-Coaching & Team-Workshops

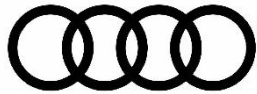




Einige Referenzkunden im Bereich Insight Communities & CX



Diese und weitere Unternehmen vertrauen auf unsere Expertise, um ihre Kunden zu begeistern.



PORSCHE



Miele

JOBRAD



STIHL®



KNAUF



REWE
GROUP



VIESMANN



SKOPOS CONNECT:
**Wir helfen Kunden, neue Maßstäbe beim Thema
Kundenzentrierung zu setzen – durch die smarte
Verknüpfung von Kundenfeedback und dynamischen Insight
Communities!**

Unser Customer Experience Serviceangebot

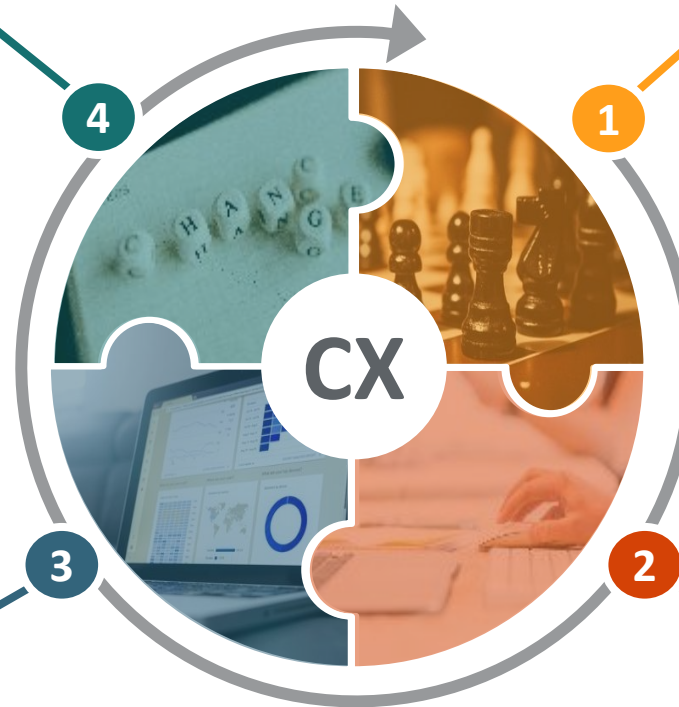
Wir sind der CX-One-Stop-Shop für Strategie, Implementierung, Analytics und Ableitung von Maßnahmen.

MAßNAHMEN

- Umsetzung konkreter CX-Maßnahmen zur Optimierung von Produkten, Services und Prozessen.
- **Ziel:** Kunden positiv begleiten, Erwartungen übertreffen und Marktanteile sichern.

ANALYTICS & KI

- Systematische Auswertung und Bereitstellung von relevanten Insights aus Kundenerfahrungen.
- **Ziel:** Ständiges Lernen; konkrete Erkenntnisse gewinnen, die in Strategie und CX-Maßnahmen einfließen.



STRATEGIE

- Entwicklung einer umfassenden CX-Strategie für das Unternehmen
- **Ziel:** Leitbild und Rahmenwerk für CX-Programm schaffen.

IMPLEMENTIERUNG

- Aufbau einer skalierbaren und datenbasierten Plattform zur Erfassung von Kundenfeedback
- **Ziel:** Aufbau eines integrierten Feedback-Systems, das wertvolle Einblicke entlang der Customer Journey ermöglicht.



SKOPOS CONNECT: Kundenzentrierung – Next Level

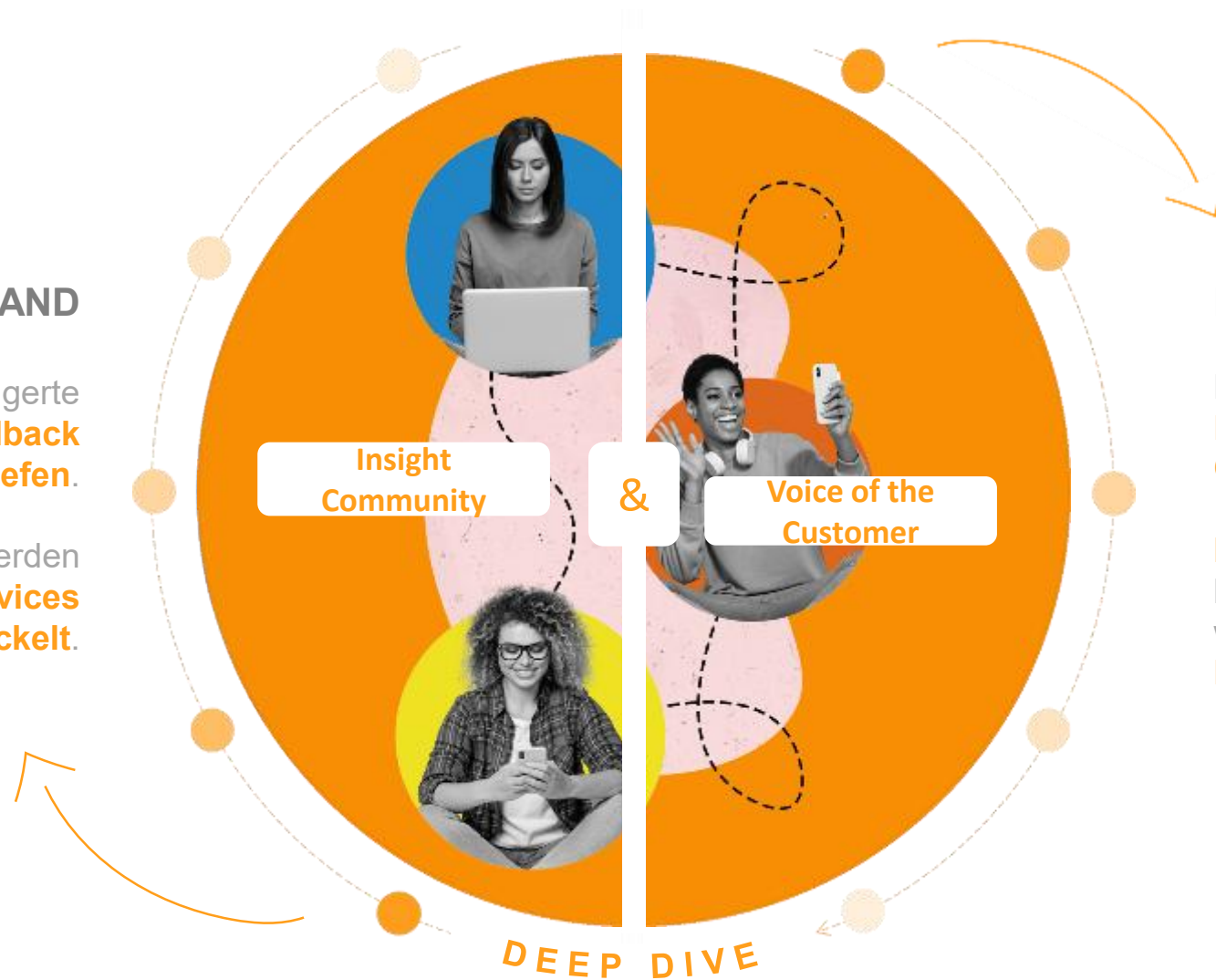
...durch die clevere Kombination von Voice of the Customer & Insight Communities



DEN KUNDEN BEI DER HAND

Kunden stehen als verlängerte Werkbank bereit, um das **Feedback** zu **vertiefen**.

In **Co-Creation**-Ansätzen werden **Produkte & Services** kundenzentriert **(weiter)entwickelt**.



DEN KUNDEN IM BLICK

Kunden geben **Feedback** entlang der **Customer Journey**.

Innovative Softwarelösungen liefern kontinuierlich die wichtigsten **Insights & Pain Points**.



SKOPOS CONNECT: Unsere Insight Community Leistungen



TECHNOLOGY & SETUP

- ▶ Inhaltliche **Konzeptionierung** der Community
- ▶ Technisches **Setup** und Softwarelizenz des Frontends und Backends
- ▶ **Rechtlich** sicherer Rahmen zum Betrieb der Community inkl. **lernender Datenbank**



COMMUNITY MANAGEMENT

- ▶ Zielgenaue aktive **Feldsteuerung** inkl. Sampling und Einladungsmanagement durch unser Community-Management-Team
- ▶ Ausführung & Kontrolle der **Rekrutierung**
- ▶ **Community-Health-Management** inkl. Teilnehmer-Bereinigung, Support, Portal-Updates & Profiling



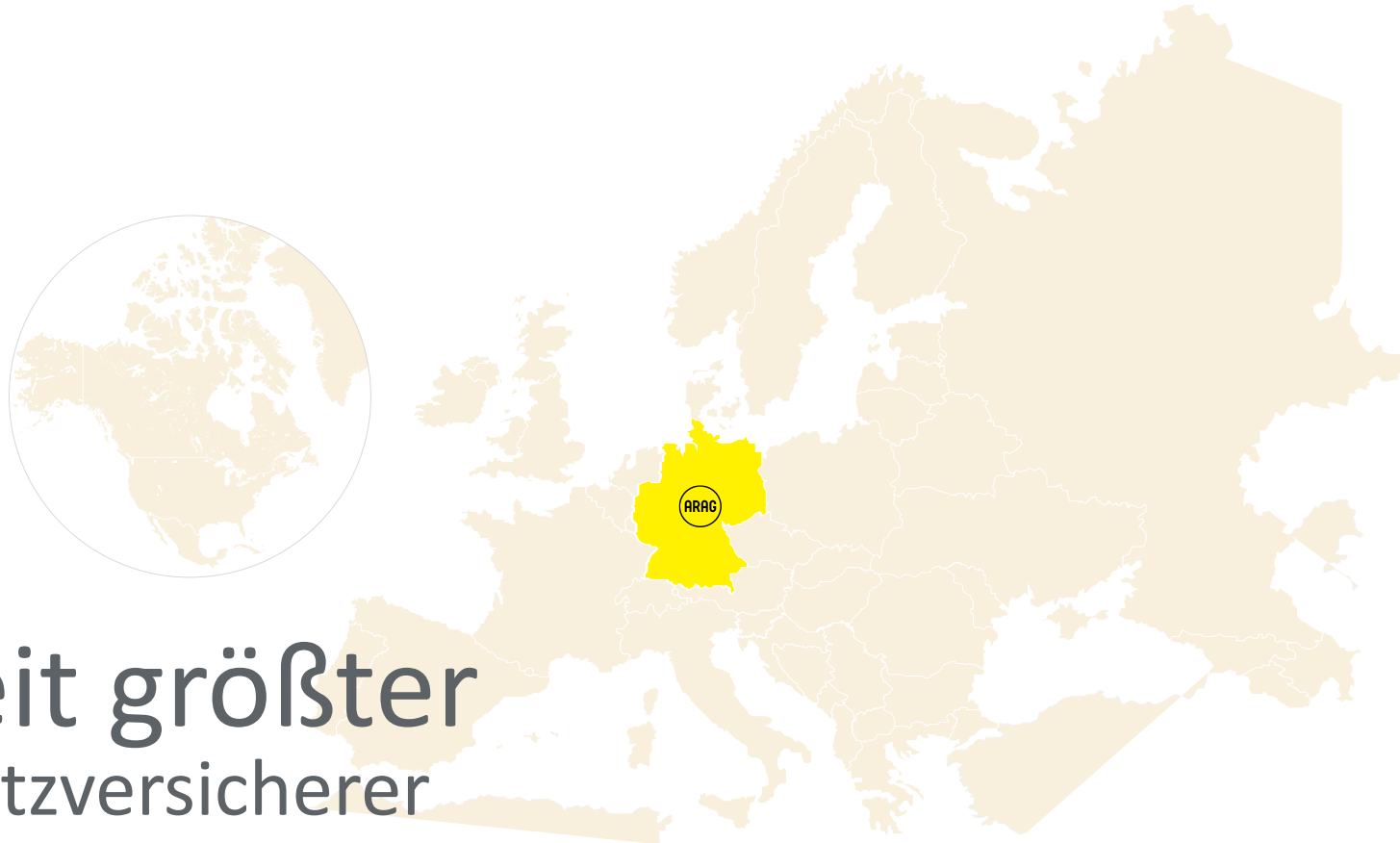
RESEARCH SERVICES

- ▶ Durchführung aller Research-Aktivitäten im **Full-Service** inkl. PowerPoint-Berichtslegung
- ▶ Weitere Full-Service-Dienstleistungen sind flexibel buchbar
- ▶ Breites **Methodenspektrum** für einen sinnvollen Dialog und authentische Kundenbeziehung

ARAG – WER WIR SIND



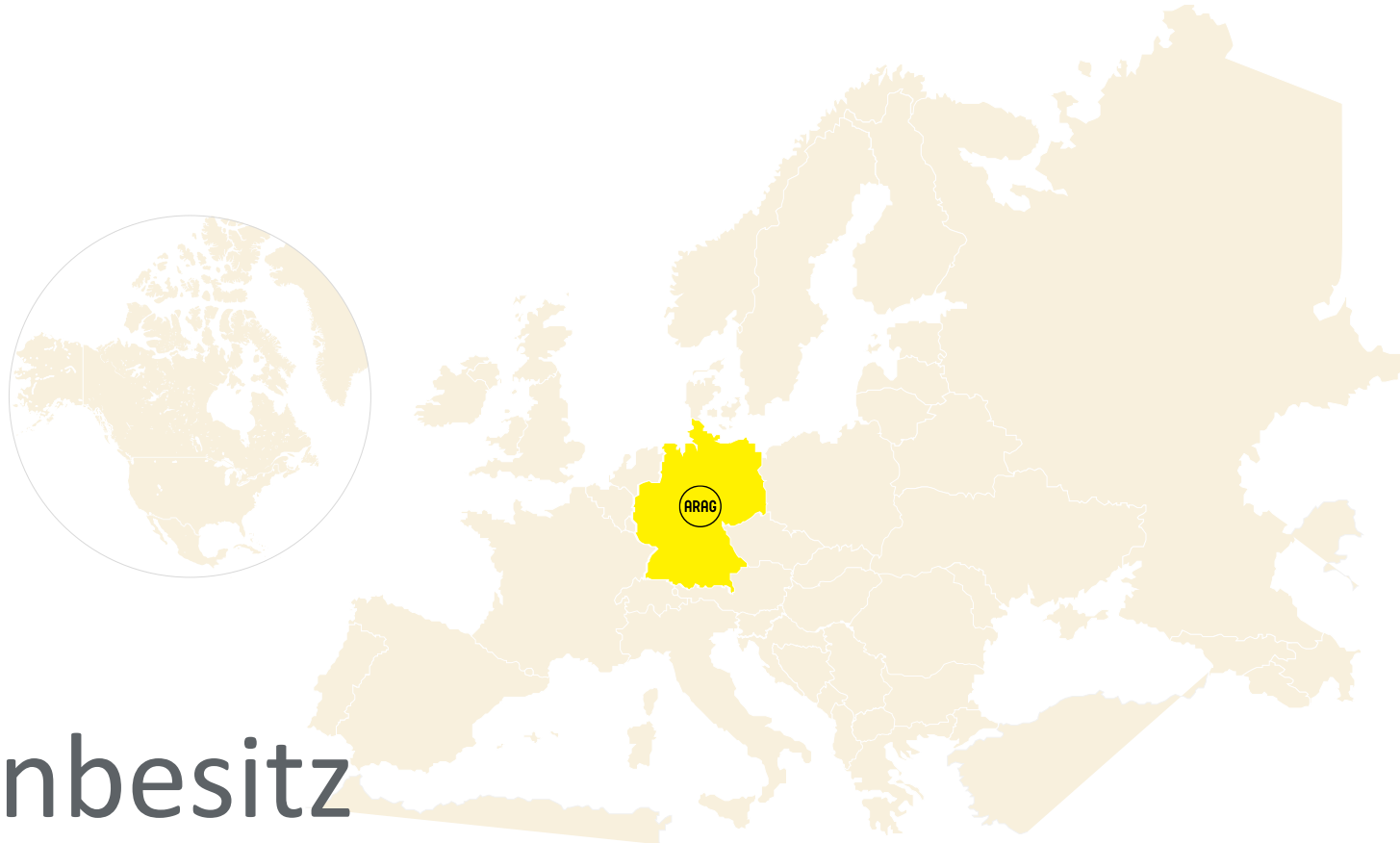
Fünf Merkmale, die uns auszeichnen



Weltweit größter
Rechtsschutzversicherer



Fünf Merkmale, die uns auszeichnen

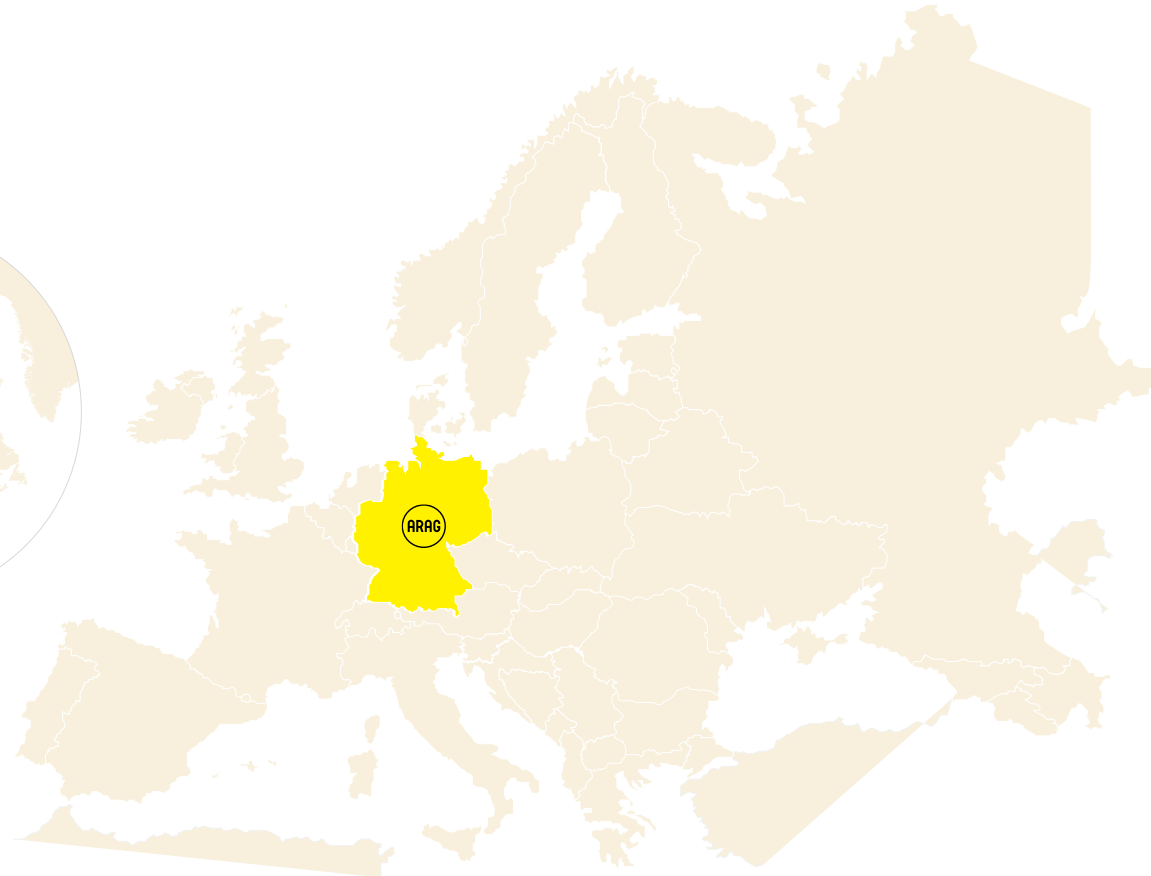


Weltweit größter
Rechtsschutzversicherer

In
Familienbesitz
und unabhängig



Fünf Merkmale, die uns auszeichnen



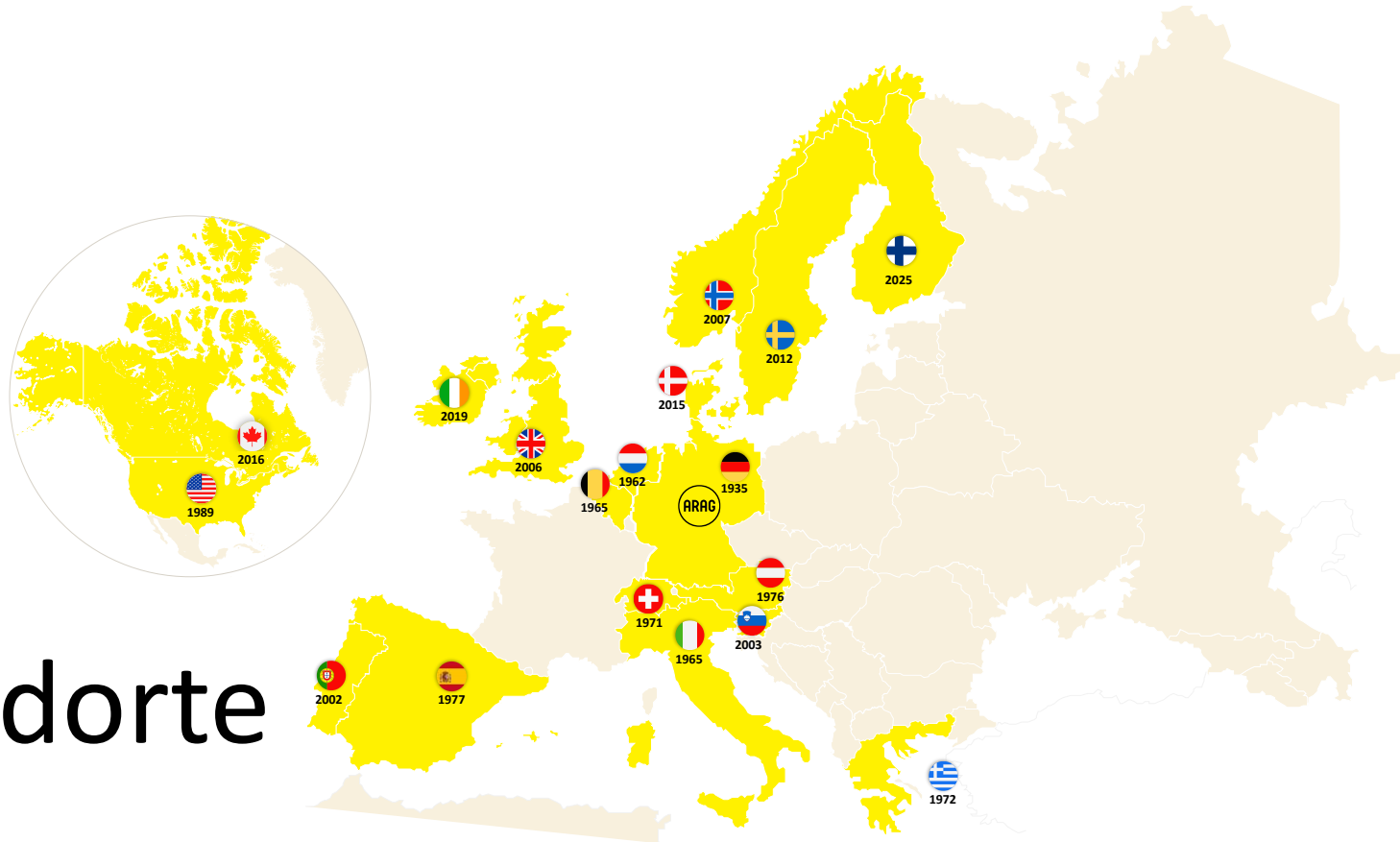
**Qualitäts-
versicherer**
mit Fokus auf Innovation

Weltweit größter
Rechtsschutzversicherer

In
Familienbesitz
und unabhängig



Fünf Merkmale, die uns auszeichnen



18 Standorte weltweit

Weltweit größter Rechtsschutzversicherer

In Familienbesitz und unabhängig

Qualitätsversicherer mit Fokus auf Innovation



Fünf Merkmale, die uns auszeichnen



Mehrparten- -versicherer

mit Segmenten der Kranken-
und Kompositversicherung
in Deutschland



Weltweit größter
Rechtsschutzversicherer

In
Familienbesitz
und unabhängig

Qualitäts-
versicherer
mit Fokus auf Innovation

18 Standorte
weltweit



Fünf Merkmale, die uns auszeichnen



18 Standorte
weltweit

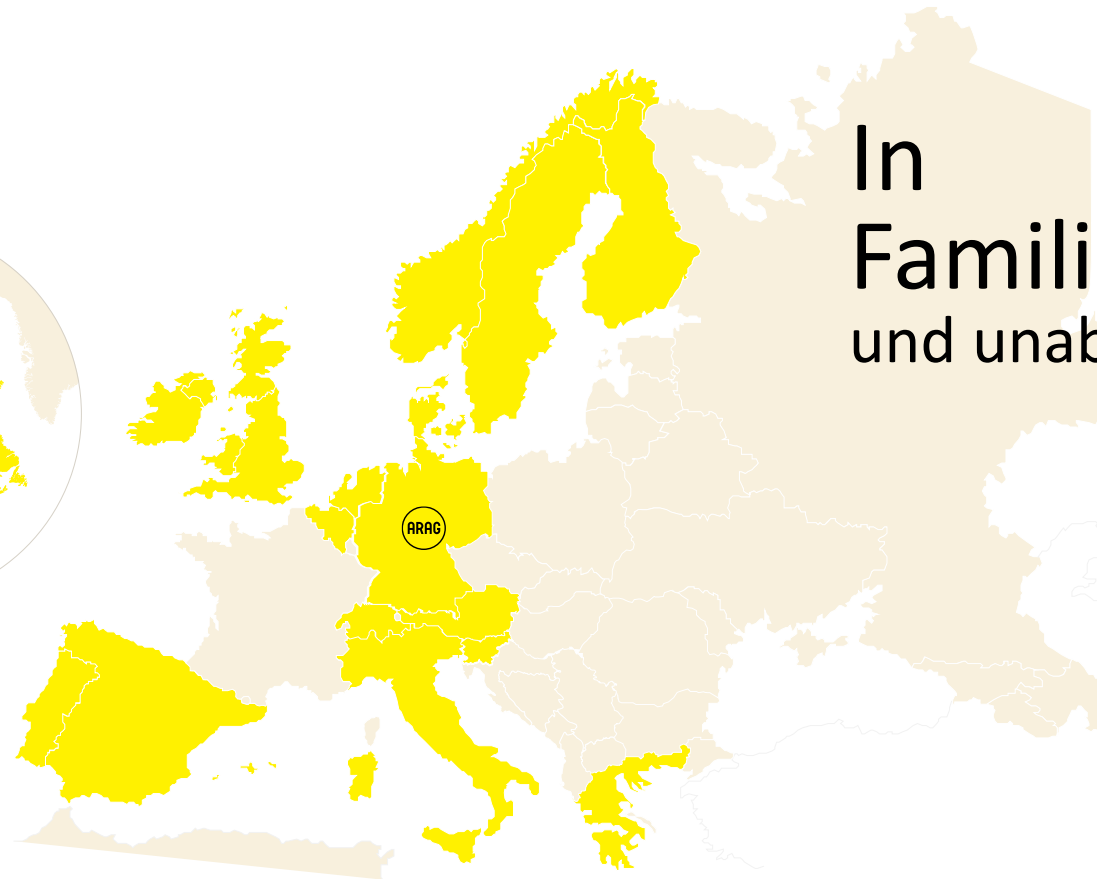


In Familienbesitz
und unabhängig

**Qualitäts-
versicherer**
mit Fokus auf Innovation

**Mehrparten-
versicherer**

mit Segmenten der Kranken-
und Kompositversicherung
in Deutschland



Weltweit größter
Rechtsschutzversicherer



Research Intelligence bei ARAG

Wir verbinden Marktforschung mit Business Intelligence



ARAG Denkraum Community

▶ Warum eine eigene Kunden-Community?

Der ARAG Denkraum ist kein Umfragepanel, sondern ein Ort für echten, kontinuierlichen Kundendialog.

- ▶ Zweck: Marktforschung
- ▶ Darüber hinaus: Customer Centricity leben
- ▶ Wir gehen aktiv auf den Kunden zu und rücken unsere Kunden spürbar ins Zentrum unseres Handelns
- ▶ Was hat das mit CX zu tun? Den Kunden schon bei der Produktentwicklung einbeziehen und kundenzentriert zu entwickeln.
- ▶ Zentrale Rolle von CX innerhalb der ARAG

Direkter Dialog

ARAG *Denkraum* Gemeinsam Neues entwickeln.

Wir möchten gemeinsam mit Ihnen Neues entwickeln und erfahren,
wie Sie bestimmte Themen beurteilen.

[Jetzt mitmachen](#)





Die ARAG Denkraum Community in Zahlen



Go Live: November 2016

ca. 1.800 Mitglieder

> 85 Projekte

20 % Active Members





Was steckt hinter dem ARAG Denkraum?



Der ARAG Denkraum ist keine klassische Marktforschungsmaßnahme, sondern unsere Online-Kundencommunity – ein Raum für kontinuierlichen, qualitativen Kundendialog.



Was macht ihn besonders?

- ▶ Kein Incentive-Modell
- ▶ Hohe Motivation & Mitwirkung
- ▶ Frühindikator für Pain Points
- ▶ Hypothesengenerierung vor Validierung
- ▶ Perspektivwechsel

Warum so ein Format?

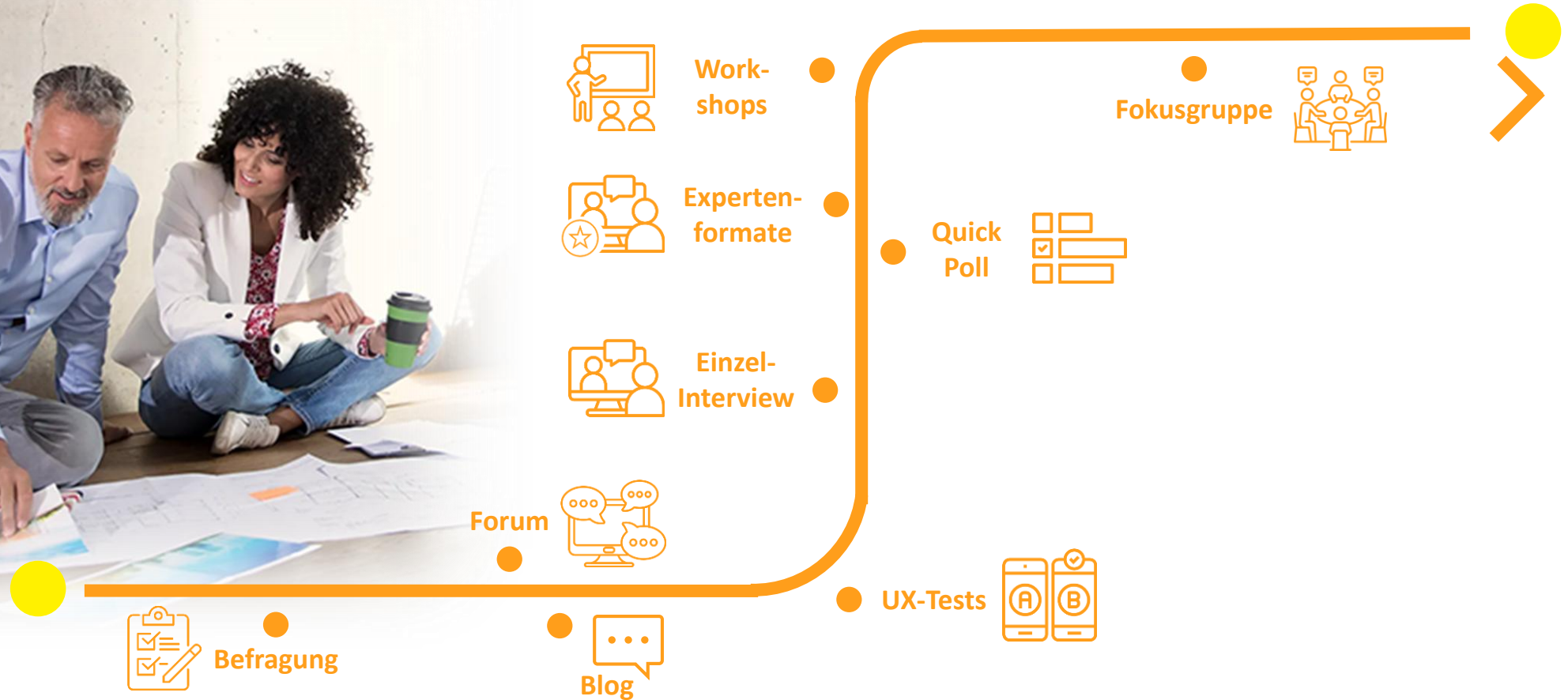
- ▶ Echte Kund:innen statt Datenschatten
- ▶ Verstehen statt nur Messen
- ▶ Zwischenzeilen statt Zahlenkolonnen
- ▶ Nähe statt Paneldistanz
- ▶ Raum für Kritik und Mitgestaltung



Methoden in der Community



Ihre Stärke entwickelt die Community durch die Kombination verschiedener Methoden und eine agile und iterative Arbeitsweise.



Ausblick



- ▶ Blick nach Innen und nach Außen
 - Nach Innen: Mehr Fachbereiche auf den Denkraum aufmerksam machen und „echte“ Interaktionen zu ermöglichen
 - Nach Außen: Weitere Kundengruppen erreichen und für den Denkraum begeistern, Schnittmenge zwischen Online und Offline erschließen
- ▶ Begegnungen schaffen und die ARAG erlebbar machen – im ARAG-Tower zwischen Kunden und Verantwortlichen aus verschiedenen Fachbereichen





▶ Jetzt ist Zeit für Fragen ...

