



Kundenurteil: Fairness von Unfallversicherern 2018

Wettbewerbsanalyse mit Detail-Auswertungen
für 35 Unfallversicherer

Eine Untersuchung in Kooperation mit



Studienflyer mit Bestellformular



Studiensteckbrief

Studienkonzept	FOCUS-MONEY und ServiceValue GmbH
Erhebungsmethode	Online-Befragung
Erhebungszeitraum	Mai / Juni 2018
Stichprobe	2.550 Kunden mit 2.778 Urteilen zu 35 Unfallversicherern (Bewertung von bis zu 2 Unfallversicherern, bei denen die Befragten in den letzten 24 Monaten Kunden waren)
Auswertung	<ul style="list-style-type: none"> • Umfassende Darstellung der Gesamtergebnisse <p>Detailergebnisse für 35 Unfallversicherer</p> <ul style="list-style-type: none"> • AachenMünchener • ADAC Unfallversicherung • Allianz • ARAG • AXA • Baden-Badener • Barmenia • Basler • Concordia • CosmosDirekt • DBV • Debeka • DEVK • ERGO • ERGO Direkt • Generali • Gothaer • HanseMerkur • HDI • HUK-COBURG • InterRisk • LVM • Nürnberger • Provinzial Nord Brandkasse • Provinzial Rheinland • R+V • Signal Iduna • Stuttgarter • SV SparkassenVersicherung • Versicherungskammer Bayern • VGH • VHV • Westfälische Provinzial • Württembergische • Zurich
Gesamtumfang	360 Seiten Chart-Berichtsband (PDF)

Studiendesign (I)

Gesamtaussagen	<ul style="list-style-type: none"> • Gesamtzufriedenheit • Kundenorientierung • Ruf und Image
Kundenbindung	<ul style="list-style-type: none"> • Emotionale Bindung • Treue • Loyalität • Weiterempfehlungsbereitschaft
Faires Produktangebot	<ul style="list-style-type: none"> • Produktvielfalt • Flexibilität der Produktmerkmale • Produkte für verschiedene Personengruppen • Qualität der Versicherungsleistungen • Nachvollziehbarkeit der Versicherungsprämien • Gefühl der Sicherheit durch Produkte und Leistungen • Aufzeigen der Produktunterschiede • Angemessenheit der Gliedertaxe • Interessante Zusatzleistungen
Faire Versicherungsbedingungen	<ul style="list-style-type: none"> • Transparenz der Versicherungsbedingungen • Verständlichkeit der Vertragsunterlagen • Klare Hervorhebung der Leistungsausschlüsse • Deutlichkeit des Rücktrittsrechts / Kündigung

Studiendesign (II)

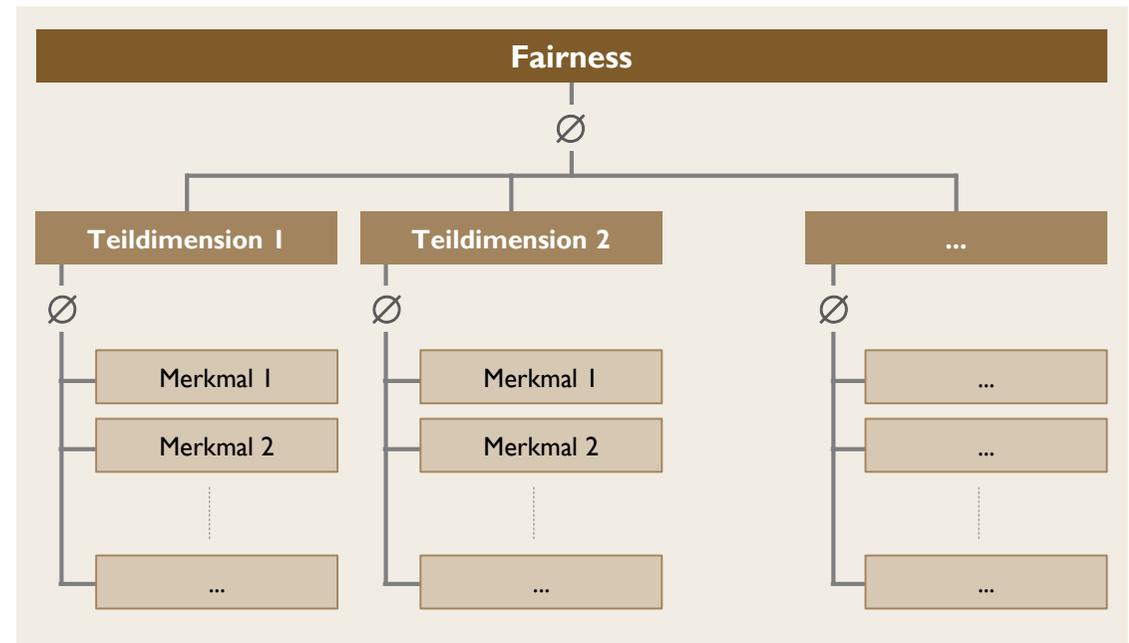
<p>Faire Kundenberatung</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Fachkompetenz der Mitarbeiter • Beratungsqualität • Beantwortung aller Kundenfragen • Beratung zur Rentenhöhe und Vertragslaufzeit • Aufklärung über Einflussfaktoren auf Kapitalzahlung
<p>Fairer Kundenservice</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Leichte Kontaktmöglichkeit der Mitarbeiter • Freundlichkeit der Mitarbeiter • Eigeninitiative der Mitarbeiter • Qualität der Anliegenbearbeitung • Kulanz bei Beschwerden / Problemen • Verlässlichkeit der Aussagen
<p>Faire Schadenregulierung</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Unbürokratische Vorgehensweise im Schadenfall • Unkompliziertheit der Schadenabwicklung • Einhalten von Leistungszusagen im Schadenfall • Reaktionszeit bei Schadenfall-Anfragen
<p>Faires Preis-Leistungs-Verhältnis</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Angemessenes Preis-Leistungs-Verhältnis • Vorhersehbarkeit der Beiträge • Angemessene Beitragshöhe

Berechnungsmodell des Fairness-Rankings

Der Überbegriff „Fairness“ ist ein subjektives Konstrukt. Um dieses messbar zu machen, werden zunächst verschiedene Teildimensionen der Fairness bestimmt. Jede Teildimension selbst besteht aus mehreren konkreten Service- und Leistungsmerkmalen, die durch die Kunden bewertet werden.

Das Gesamtergebnis berechnet sich als ungewichteter Mittelwert aller Teildimensionen. Die Teildimensionen ergeben sich als ungewichteter Mittelwert aus den jeweiligen Service- und Leistungsmerkmalen (Bewertungskriterien).

Für die Auszeichnung auf Gesamtebene sowie auf den Teildimensionen gilt: Ein „gut“ erhalten alle Unternehmen, die einen überdurchschnittlichen Wert erzielt haben. Unternehmen, die wiederum über dem Durchschnitt der mit „gut“ bewerteten Unternehmen liegen, erhalten ein „sehr gut“.



Teildimensionen der Fairness von Unfallversicherern

Fairness		
<p>Faires Produktangebot</p> <ul style="list-style-type: none"> • Produktvielfalt • Flexibilität der Produktmerkmale • Produkte für verschiedene Personengruppen • Qualität der Versicherungsleistungen • Nachvollziehbarkeit der Versicherungsprämien • Gefühl der Sicherheit durch Produkte und Leistungen • Aufzeigen der Produktunterschiede • Angemessenheit der Gliedertaxe • Interessante Zusatzleistungen 	<p>Faire Versicherungsbedingungen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Transparenz der Versicherungsbedingungen • Verständlichkeit der Vertragsunterlagen • Klare Hervorhebung der Leistungsausschlüsse • Deutlichkeit des Rücktrittsrechts / Kündigung 	<p>Faire Kundenberatung</p> <ul style="list-style-type: none"> • Fachkompetenz der Mitarbeiter • Beratungsqualität • Beantwortung aller Kundenfragen • Beratung zur Rentenhöhe und Vertragslaufzeit • Aufklärung über Einflussfaktoren auf Kapitalzahlung
<p>Fairer Kundenservice</p> <ul style="list-style-type: none"> • Leichte Kontaktmöglichkeit der Mitarbeiter • Freundlichkeit der Mitarbeiter • Eigeninitiative der Mitarbeiter • Qualität der Anliegenbearbeitung • Kulanz bei Beschwerden / Problemen • Verlässlichkeit der Aussagen 	<p>Faire Schadenregulierung</p> <ul style="list-style-type: none"> • Unbürokratische Vorgehensweise im Schadenfall • Unkompliziertheit der Schadenabwicklung • Einhalten von Leistungszusagen im Schadenfall • Reaktionszeit bei Schadenfall-Anfragen 	<p>Faires Preis-Leistungs-Verhältnis</p> <ul style="list-style-type: none"> • Angemessenes Preis-Leistungs-Verhältnis • Vorhersehbarkeit der Beiträge • Angemessene Beitragshöhe

FOCUS-MONEY Kundenurteil: Fairer Unfallversicherer (I)

FAIRNESS	
sehr gut	AachenMünchener
sehr gut	ADAC Unfallversicherung
sehr gut	Allianz
sehr gut	CosmosDirekt
sehr gut	DEVK
sehr gut	HUK-COBURG
sehr gut	LVM
sehr gut	R+V
sehr gut	Zurich
gut	Debeka
gut	ERGO Direkt
gut	Gothaer
gut	HDI
gut	InterRisk
gut	Stuttgarter
gut	VGH
gut	Württembergische
	ARAG
	AXA
	Baden-Badener
	Barmenia
	Basler
	Concordia
	DBV
	ERGO
	Generali
	HanseMerkur
	Nürnbergger
	Provinzial Nord Brandkasse
	Provinzial Rheinland
	Signal Iduna
	SV SparkassenVersicherung
	Versicherungskammer Bayern
	VHV
	Westfälische Provinzial

Faires Produktangebot	
sehr gut	AachenMünchener
sehr gut	Allianz
sehr gut	CosmosDirekt
sehr gut	DEVK
sehr gut	Gothaer
sehr gut	HUK-COBURG
sehr gut	LVM
sehr gut	Zurich
gut	ADAC Unfallversicherung
gut	Debeka
gut	HanseMerkur
gut	HDI
gut	Provinzial Rheinland
gut	R+V
gut	Signal Iduna
gut	Stuttgarter
gut	VGH
gut	VHV
gut	Württembergische
	ARAG
	AXA
	Baden-Badener
	Barmenia
	Basler
	Concordia
	DBV
	ERGO
	ERGO Direkt
	Generali
	InterRisk
	Nürnbergger
	Provinzial Nord Brandkasse
	SV SparkassenVersicherung
	Versicherungskammer Bayern
	Westfälische Provinzial

Faire Versicherungsbedingungen	
sehr gut	AachenMünchener
sehr gut	CosmosDirekt
sehr gut	DEVK
sehr gut	HDI
sehr gut	HUK-COBURG
sehr gut	R+V
sehr gut	Stuttgarter
gut	ADAC Unfallversicherung
gut	Allianz
gut	ERGO Direkt
gut	Gothaer
gut	LVM
gut	Provinzial Nord Brandkasse
gut	VHV
gut	Zurich
	ARAG
	AXA
	Baden-Badener
	Barmenia
	Basler
	Concordia
	DBV
	Debeka
	ERGO
	Generali
	HanseMerkur
	InterRisk
	Nürnbergger
	Provinzial Rheinland
	Signal Iduna
	SV SparkassenVersicherung
	Versicherungskammer Bayern
	VGH
	Westfälische Provinzial
	Württembergische

Faire Kundenberatung	
sehr gut	AachenMünchener
sehr gut	ADAC Unfallversicherung
sehr gut	Allianz
sehr gut	CosmosDirekt
sehr gut	DEVK
sehr gut	HUK-COBURG
sehr gut	LVM
sehr gut	R+V
sehr gut	Württembergische
sehr gut	Zurich
gut	Debeka
gut	ERGO Direkt
gut	Gothaer
gut	HDI
gut	Nürnbergger
gut	Stuttgarter
gut	SV SparkassenVersicherung
gut	VGH
gut	Westfälische Provinzial
	ARAG
	AXA
	Baden-Badener
	Barmenia
	Basler
	Concordia
	DBV
	ERGO
	Generali
	HanseMerkur
	InterRisk
	Provinzial Nord Brandkasse
	Provinzial Rheinland
	Signal Iduna
	Versicherungskammer Bayern
	VHV

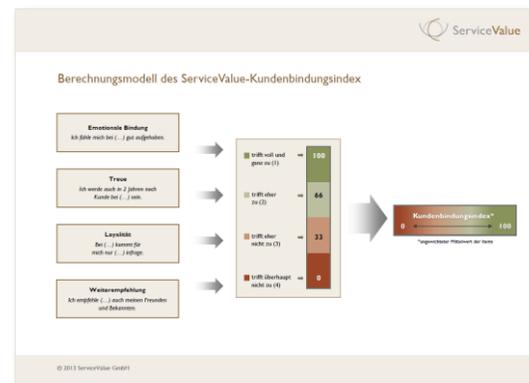
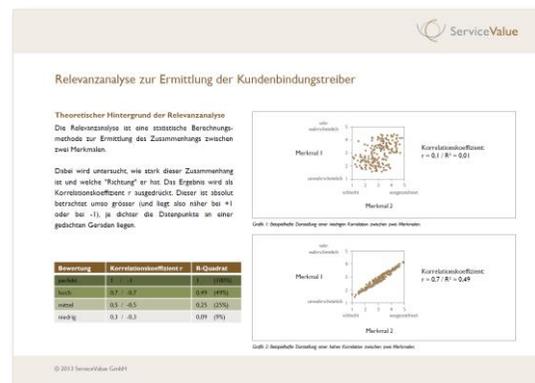
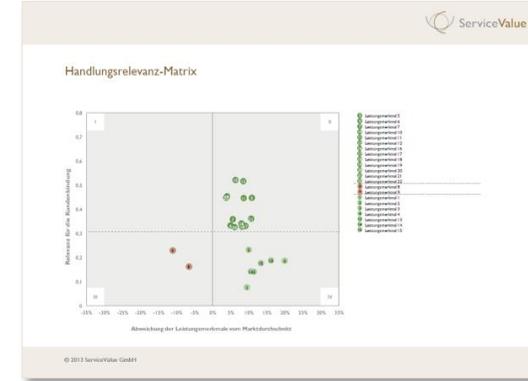
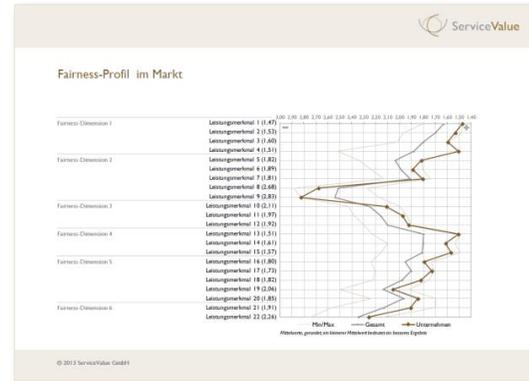
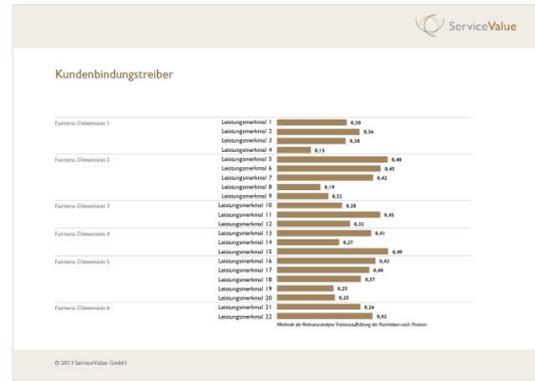
FOCUS-MONEY Kundenurteil: Fairer Unfallversicherer (II)

Fairer Kundenservice	
sehr gut	AachenMünchener
sehr gut	Allianz
sehr gut	HUK-COBURG
sehr gut	LVM
sehr gut	R+V
sehr gut	VGH
sehr gut	Württembergische
sehr gut	Zurich
gut	ADAC Unfallversicherung
gut	CosmosDirekt
gut	Debeka
gut	DEVK
gut	ERGO Direkt
gut	Gothaer
gut	Signal Iduna
gut	Stuttgarter
gut	SV SparkassenVersicherung
gut	Versicherungskammer Bayern
gut	Westfälische Provinzial
	ARAG
	AXA
	Baden-Badener
	Barmenia
	Basler
	Concordia
	DBV
	ERGO
	Generali
	HanseMerkur
	HDI
	InterRisk
	Nürnberg
	Provinzial Nord Brandkasse
	Provinzial Rheinland
	VHV

Faire Schadenregulierung	
sehr gut	AachenMünchener
sehr gut	ADAC Unfallversicherung
sehr gut	Gothaer
sehr gut	InterRisk
sehr gut	LVM
sehr gut	Provinzial Rheinland
sehr gut	R+V
sehr gut	Zurich
gut	Allianz
gut	CosmosDirekt
gut	DEVK
gut	ERGO Direkt
gut	Generali
gut	HUK-COBURG
gut	Provinzial Nord Brandkasse
gut	SV SparkassenVersicherung
	ARAG
	AXA
	Baden-Badener
	Barmenia
	Basler
	Concordia
	DBV
	Debeka
	ERGO
	HanseMerkur
	HDI
	Nürnberg
	Signal Iduna
	Stuttgarter
	Versicherungskammer Bayern
	VGH
	VHV
	Westfälische Provinzial
	Württembergische

Faires Preis-Leistungs-Verhältnis	
sehr gut	ADAC Unfallversicherung
sehr gut	CosmosDirekt
sehr gut	DEVK
sehr gut	HDI
sehr gut	HUK-COBURG
sehr gut	LVM
sehr gut	Stuttgarter
sehr gut	VGH
sehr gut	Zurich
gut	AachenMünchener
gut	Allianz
gut	ERGO Direkt
gut	Gothaer
gut	HanseMerkur
gut	Provinzial Nord Brandkasse
gut	VHV
gut	Württembergische
	ARAG
	AXA
	Baden-Badener
	Barmenia
	Basler
	Concordia
	DBV
	Debeka
	ERGO
	Generali
	InterRisk
	Nürnberg
	Provinzial Rheinland
	R+V
	Signal Iduna
	SV SparkassenVersicherung
	Versicherungskammer Bayern
	Westfälische Provinzial

Informationen werden anschaulich aufbereitet ...



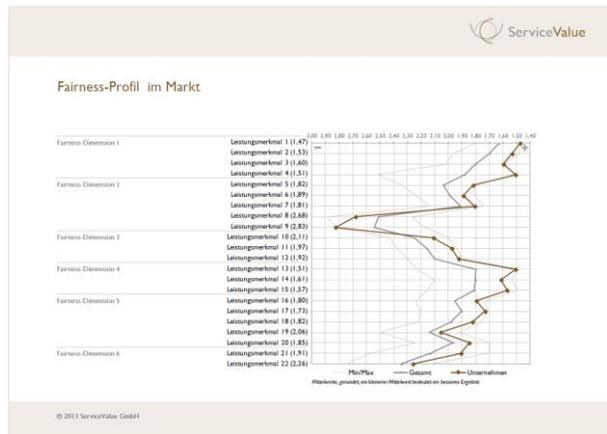
Anonymisierte Musterfolien

... und liefern Antworten auf Ihre Fragen. Im Folgenden finden Sie einige Beispiele.

Ihre Fragen – unsere Antworten (I)



- Welche Stärken und Schwächen weisen die einzelnen Anbieter auf?
 - Auf welche Handlungsfelder sollten die einzelnen Anbieter hohe Aufmerksamkeit in der Optimierung richten?
- ⇒ Klare Handlungsorientierung durch Handlungsrelevanz-Matrix für jeden Anbieter

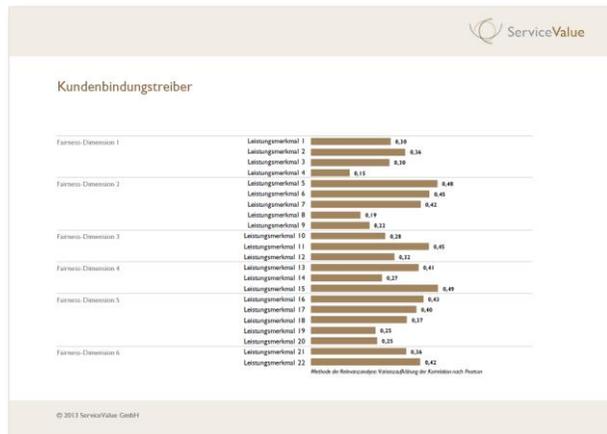


- Bei welchen Service- und Leistungsattributen ist ein Anbieter besser / schlechter als der Gesamtmarkt?
- ⇒ Serviceprofil im Marktvergleich für jeden Anbieter

Ihre Fragen – unsere Antworten (II)



- Welcher Wettbewerber schneidet bei welchem Leistungsmerkmal besser oder schlechter ab?
- ⇒ Darstellung aller Leistungsmerkmale mit Ranking der Anbieter



- Welche Leistungen haben die höchste Bedeutung für die Kundenbindung?
- ⇒ Kundenbindung als Key Performance Indicator der Dimensionen Emotionale Bindung, Treue, Loyalität und Weiterempfehlung
- ⇒ Relevanzanalytische Berechnung und Darstellung für jeden Anbieter

Studienbestellung per E-Mail an Bestellung@ServiceValue.de
oder per FAX an +49 (0)221. 67 78 67 – 19

Bestellung

- Benchmarkstudie** „Kundenurteil: Fairness von Unfallversicherern 2018“ (Einzelexemplar, 360 Seiten, PDF)
zum Preis von 4.900,- € netto
- Ergebnispräsentation und Analysegespräch vor Ort** inkl. Überlassung der Präsentations-Datei (PPT)
zum Preis von 2.900,-€ netto, zzgl. anfallender Reisekosten
- Vorteilsangebot**
Benchmarkstudie „Kundenurteil: Fairness von Unfallversicherern 2018“ (Einzelexemplar, 360 Seiten, PDF)
und Ergebnispräsentation sowie Analysegespräch vor Ort zum Preis von 6.800,- € netto, zzgl. anfallender Reisekosten

Kontaktdaten (Versand- sowie Rechnungsadresse)

Unternehmen

Name, Vorname

Abteilung / Position

E-Mail (wichtig für den Versand der Dateien)

Telefon

Telefax

Adresse (Str. / PLZ / Ort)

Rechnungsanschrift (wenn abweichend von Adresse)

Ihre Auftragsnummer, Kostenstelle (zur Rechnungs-Ergänzung)

Ort, Datum

Unterschrift

Stempel

Impressum

Herausgeber

ServiceValue GmbH

Dürener Str. 34 I

50935 Köln

Tel +49.(0)221.67 78 67 - 0

Fax +49.(0)221.67 78 67 - 99

www.ServiceValue.de

Info@ServiceValue.de

Disclaimer: Die ServiceValue GmbH macht darauf aufmerksam, dass die Ergebnisse der Studie mit höchster Sorgfalt auf der Basis von Kundenäußerungen ermittelt wurden. Dennoch sind die Ergebnisse keine unumstößliche Tatsache oder sollten als alleinige Empfehlung verstanden werden, einzelne Geschäftsaktivitäten zu initiieren oder aufzugeben.

Diese Studie ist einschließlich aller Bestandteile urheberrechtlich geschützt. Eine Weitergabe an Dritte, z.B. eine Tochtergesellschaft, oder mit dem Studienbezieher in wirtschaftlicher Beziehung stehende Dritte, ist nicht gestattet. Verwertungen, die nicht ausdrücklich gemäß den Bestimmungen des Urheberrechts zugelassen sind, bedürfen der vorherigen schriftlichen Zustimmung der Herausgeber. Insbesondere gilt dies für Bearbeitungen, Vervielfältigungen, Übersetzungen, die elektronische Speicherung und Verarbeitung sowie die Verwendung im Rahmen von Unternehmensanalysen und -bewertungen (Ratings/Zertifizierungen) oder Beratungsleistungen durch Dritte, die nicht der ServiceValue GmbH oder mit ihr verbundenen Unternehmen angehören.

Titelbild: © dobrinya, © Ralf85 - Fotolia.com

“Our business is value development
by service excellence.”

ServiceValue GmbH

Dürener Straße 341

50935 Köln

Tel +49.(0)221.67 78 67 - 0

Fax +49.(0)221.67 78 67 – 99

Info@ServiceValue.de

www.ServiceValue.de