



# Kundenurteil: Fairness von Versicherern 2019

Wettbewerbsanalyse mit Detail-Auswertungen  
für 36 große Voll-Versicherer in Deutschland

Eine Untersuchung in Kooperation mit



Studienflyer mit Bestellformular



## Inhalt

1. Fairness von Versicherern
2. Anlage der Untersuchung
3. FOCUS-MONEY Kundenurteil: Fairness-Rankings
4. Gesamtzufriedenheit, Kundenorientierung und Kundenbindung
5. Gesamtübersicht aller Service- und Leistungsmerkmale
6. Fairness-Profile der untersuchten Versicherer
7. Anhang: Erläuterung der Stichprobe
8. Kurzportrait ServiceValue

## Studiensteckbrief

<b>Studienkonzept</b>	FOCUS-MONEY und ServiceValue GmbH
<b>Erhebungsmethode</b>	Online-Befragung
<b>Erhebungszeitraum</b>	März / April 2019
<b>Stichprobe</b>	2.198 Kunden mit 3.738 Urteilen zu 36 Versicherern (Bewertung von bis zu 3 Versicherern, bei denen die Befragten in den letzten 12 Monaten Kunden waren)
<b>Auswertung</b>	<p>Umfassende Darstellung der Gesamtergebnisse</p> <p>Detailergebnisse für 36 Versicherer</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• AachenMünchener</li> <li>• Allianz</li> <li>• Alte Leipziger / Hallesche</li> <li>• ARAG</li> <li>• AXA</li> <li>• Barmenia</li> <li>• Basler</li> <li>• Concordia</li> <li>• CosmosDirekt</li> <li>• DBV</li> <li>• Debeka</li> <li>• DEVK</li> <li>• Die Continentale</li> <li>• ERGO</li> <li>• Generali</li> <li>• Gothaer</li> <li>• HDI</li> <li>• Helvetia</li> <li>• HUK24</li> <li>• HUK-Coburg</li> <li>• Itzehoer</li> <li>• LVM</li> <li>• Mannheimer</li> <li>• Mecklenburgische</li> <li>• NÜRNBERGER</li> <li>• Provinzial Nord Brandkasse</li> <li>• Provinzial Rheinland</li> <li>• R+V</li> <li>• Signal Iduna</li> <li>• SV SparkassenVersicherung</li> <li>• Versicherungskammer Bayern</li> <li>• VGH</li> <li>• VHV</li> <li>• Westfälische Provinzial</li> <li>• Württembergische</li> <li>• Zurich</li> </ul>
<b>Gesamtumfang</b>	359 Seiten Chart-Berichtsband (PDF)

## Studiendesign (I)

<b>Gesamtaussagen</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gesamtzufriedenheit</li> <li>• Kundenorientierung</li> <li>• Ruf und Image</li> </ul>
<b>Kundenbindung</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Emotionale Bindung</li> <li>• Treue</li> <li>• Loyalität</li> <li>• Weiterempfehlungsbereitschaft</li> </ul>
<b>Faire Kundenberatung</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Eingehen auf Kundenbedürfnisse</li> <li>• Fachkompetenz</li> <li>• Soziale Kompetenz</li> <li>• Eigeninitiative der Mitarbeiter</li> <li>• Ehrlichkeit</li> <li>• Beratungsqualität</li> <li>• Regelmäßige Überprüfung von Versicherungsumfang und -beiträgen</li> <li>• Leistungserweiterungsangebote oder Wechselangebote</li> <li>• Belohnung von Kundentreue</li> </ul>
<b>Faire Kundenkommunikation</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Verbindlichkeit von Aussagen</li> <li>• Verständlichkeit der Angebots- und Vertragsunterlagen</li> <li>• Erreichbarkeit von Mitarbeitern</li> </ul>
<b>Faires Preis-Leistungs-Verhältnis</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Preis-Leistungs-Verhältnis</li> <li>• Kostentransparenz</li> </ul>
<b>Fairer Schutz und Vorsorge</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Qualität der Produkte</li> <li>• Transparenz der Tarife und Angebote</li> <li>• Sicherheit der Produkte</li> <li>• Flexibilität der Produkte</li> </ul>

## Studiendesign (II)

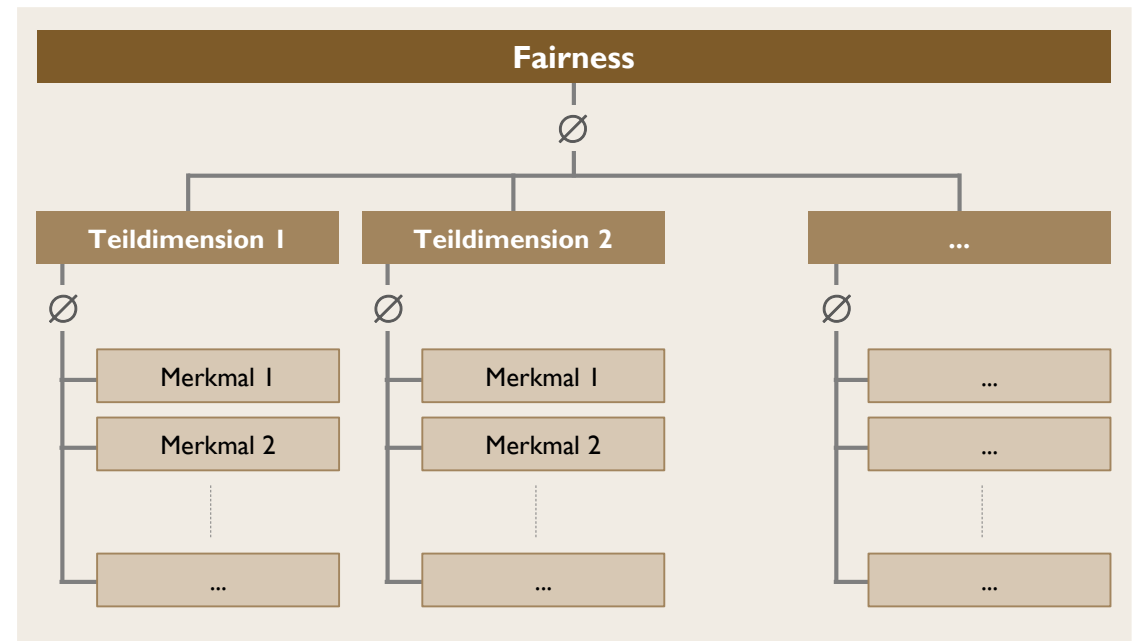
<b>Faire Leistungsabwicklung</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Unkompliziertheit der Leistungsabwicklung</li><li>• Nachvollziehbarkeit der Leistungsabwicklung</li><li>• Reaktionsgeschwindigkeit</li><li>• Qualität der Anliegenbearbeitung</li><li>• Einhalten von Zusagen</li><li>• Umgang mit Beschwerden / Reklamationen</li></ul>
<b>Nachhaltigkeit und Verantwortung</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Ökonomische Nachhaltigkeit</li><li>• Sozial verantwortliches Handeln</li><li>• Ökologische Nachhaltigkeit</li></ul>

## 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 Versicherern

### Fairness

#### Faire Kundenberatung

- Eingehen auf Kundenbedürfnisse
- Fachkompetenz
- Soziale Kompetenz
- Eigeninitiative der Mitarbeiter
- Ehrlichkeit
- Beratungsqualität
- Regelmäßige Überprüfung von Versicherungsumfang und -beiträgen
- Leistungserweiterungsangebote oder Wechselangebote
- Belohnung von Kundentreue

#### Faire Kundenkommunikation

- Verbindlichkeit von Aussagen
- Verständlichkeit der Angebots- und Vertragsunterlagen
- Erreichbarkeit von Mitarbeitern

#### Faires Preis-Leistungs-Verhältnis

- Preis-Leistungs-Verhältnis
- Kostentransparenz

#### Fairer Schutz und Vorsorge

- Qualität der Produkte
- Transparenz der Tarife und Angebote
- Sicherheit der Produkte
- Flexibilität der Produkte

#### Faire Leistungsabwicklung

- Unkompliziertheit der Leistungsabwicklung
- Nachvollziehbarkeit der Leistungsabwicklung
- Reaktionsgeschwindigkeit
- Qualität der Anliegenbearbeitung
- Einhalten von Zusagen
- Umgang mit Beschwerden / Reklamationen

#### Nachhaltigkeit und Verantwortung

- Ökonomische Nachhaltigkeit
- Sozial verantwortliches Handeln
- Umweltbewusstes Handeln

## FOCUS-MONEY Kundenurteil: Fairer Versicherer (I)

FAIRNESS	
sehr gut	Allianz
sehr gut	CosmosDirekt
sehr gut	HUK24
sehr gut	HUK-Coburg
sehr gut	LVM
sehr gut	Mannheimer
sehr gut	SV SparkassenVersicherung
sehr gut	VGH
sehr gut	VHV
gut	Debeka
gut	DEVK
gut	Die Continentale
gut	ERGO
gut	Generali
gut	Helvetia
gut	Itzehoer
gut	Provinzial Rheinland
gut	Versicherungskammer Bayern
gut	Westfälische Provinzial
gut	Württembergische
	AachenMünchener
	Alte Leipziger / Hallesche
	ARAG
	AXA
	Barmenia
	Basler
	Concordia
	DBV
	Gothaer
	HDI
	Mecklenburgische
	NÜRNBERGER
	Provinzial Nord Brandkasse
	R+V
	Signal Iduna
	Zurich

Faire Kundenberatung	
sehr gut	Allianz
sehr gut	CosmosDirekt
sehr gut	Helvetia
sehr gut	HUK-Coburg
sehr gut	LVM
sehr gut	Mannheimer
sehr gut	SV SparkassenVersicherung
sehr gut	VGH
sehr gut	VHV
gut	Basler
gut	DEVK
gut	Die Continentale
gut	ERGO
gut	Generali
gut	HUK24
gut	Itzehoer
gut	Provinzial Rheinland
gut	Signal Iduna
gut	Versicherungskammer Bayern
gut	Westfälische Provinzial
gut	Württembergische
	AachenMünchener
	Alte Leipziger / Hallesche
	ARAG
	AXA
	Barmenia
	Basler
	Concordia
	DBV
	Gothaer
	HDI
	Mecklenburgische
	NÜRNBERGER
	Provinzial Nord Brandkasse
	R+V
	Signal Iduna
	Zurich

Faire Kundenkommunikation	
sehr gut	CosmosDirekt
sehr gut	HUK24
sehr gut	HUK-Coburg
sehr gut	LVM
sehr gut	SV SparkassenVersicherung
sehr gut	VHV
sehr gut	Westfälische Provinzial
gut	Allianz
gut	Debeka
gut	DEVK
gut	Die Continentale
gut	Generali
gut	Mannheimer
gut	Mecklenburgische
gut	Provinzial Rheinland
gut	Versicherungskammer Bayern
gut	VGH
gut	Württembergische
	AachenMünchener
	Alte Leipziger / Hallesche
	ARAG
	AXA
	Basler
	Barmenia
	Concordia
	DBV
	ERGO
	Gothaer
	HDI
	Helvetia
	Itzehoer
	NÜRNBERGER
	Provinzial Nord Brandkasse
	R+V
	Signal Iduna
	Zurich

Faires Preis-Leistungs-Verhältnis	
sehr gut	CosmosDirekt
sehr gut	Helvetia
sehr gut	HUK24
sehr gut	HUK-Coburg
sehr gut	Mannheimer
sehr gut	SV SparkassenVersicherung
gut	Barmenia
gut	Debeka
gut	DEVK
gut	ERGO
gut	Gothaer
gut	Itzehoer
gut	LVM
gut	Provinzial Rheinland
gut	VGH
gut	Württembergische
	AachenMünchener
	Allianz
	Alte Leipziger / Hallesche
	ARAG
	AXA
	Basler
	Concordia
	DBV
	Die Continentale
	Generali
	HDI
	Mecklenburgische
	NÜRNBERGER
	Provinzial Nord Brandkasse
	R+V
	Signal Iduna
	Versicherungskammer Bayern
	VHV
	Westfälische Provinzial
	Zurich

Die Sortierung der Anbieter innerhalb der Kategorien erfolgt in alphabetischer Reihenfolge.



## FOCUS-MONEY Kundenurteil: Fairer Versicherer (II)

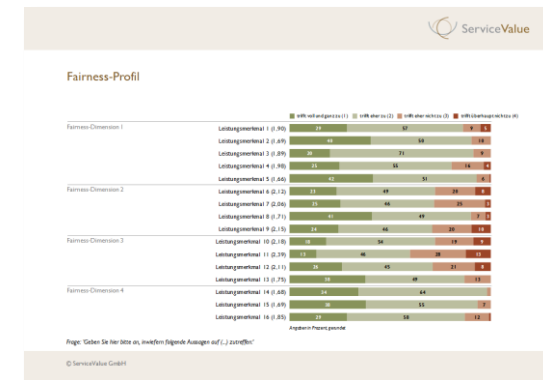
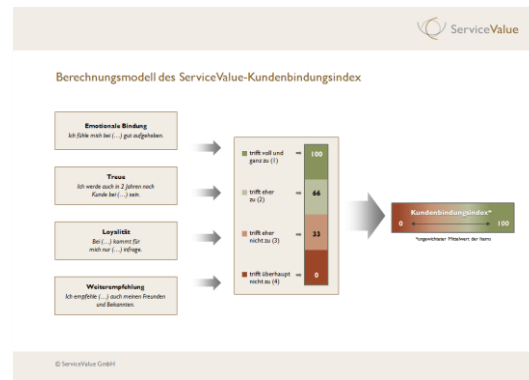
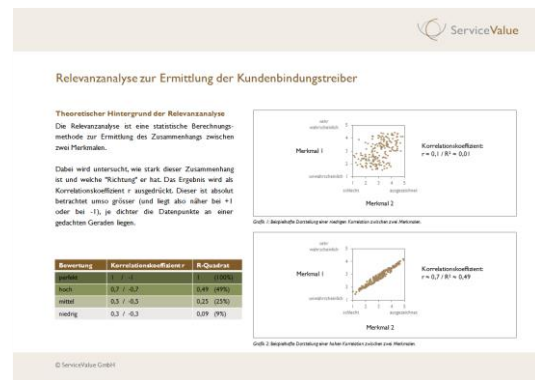
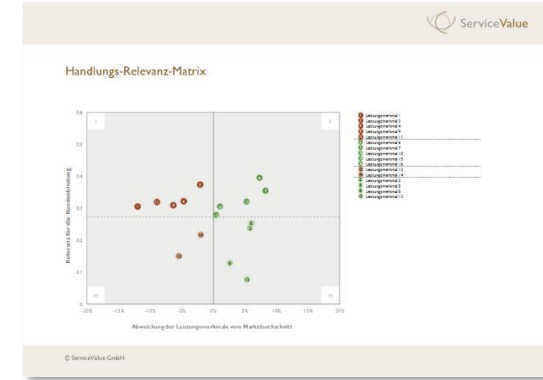
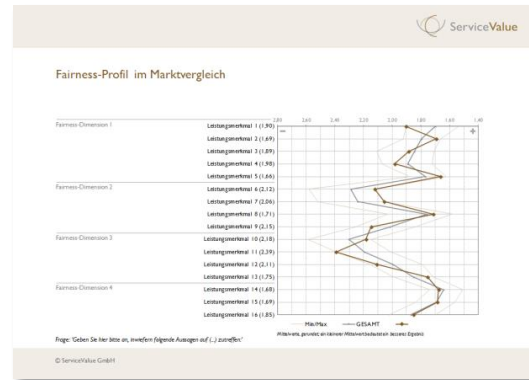
Fairer Schutz und Vorsorge	
sehr gut	Allianz
sehr gut	CosmosDirekt
sehr gut	DEVK
sehr gut	HUK24
sehr gut	HUK-Coburg
sehr gut	LVM
sehr gut	Mannheimer
sehr gut	Provinzial Rheinland
sehr gut	SV SparkassenVersicherung
gut	Debeka
gut	Die Continentale
gut	ERGO
gut	Gothaer
gut	Helvetia
gut	Itzehoer
gut	Signal Iduna
gut	Versicherungskammer Bayern
gut	VGH
gut	VHV
gut	Württembergische
	AachenMünchener
	Alte Leipziger / Hallesche
	ARAG
	AXA
	Barmenia
	Basler
	Concordia
	DBV
	Generali
	HDI
	Mecklenburgische
	NÜRNBERGER
	Provinzial Nord Brandkasse
	R+V
	Westfälische Provinzial
	Zurich

Faire Leistungsabwicklung	
sehr gut	CosmosDirekt
sehr gut	DEVK
sehr gut	HUK24
sehr gut	HUK-Coburg
sehr gut	LVM
sehr gut	SV SparkassenVersicherung
sehr gut	VGH
sehr gut	VHV
gut	Allianz
gut	Barmenia
gut	Debeka
gut	Die Continentale
gut	ERGO
gut	Generali
gut	Helvetia
gut	Mannheimer
gut	Westfälische Provinzial
gut	Württembergische
	AachenMünchener
	Alte Leipziger / Hallesche
	ARAG
	AXA
	Basler
	Concordia
	DBV
	Gothaer
	HDI
	Itzehoer
	Mecklenburgische
	NÜRNBERGER
	Provinzial Nord Brandkasse
	Provinzial Rheinland
	R+V
	Signal Iduna
	Versicherungskammer Bayern
	Zurich

Nachhaltigkeit u. Verantwortung	
sehr gut	Allianz
sehr gut	CosmosDirekt
sehr gut	ERGO
sehr gut	HUK24
sehr gut	HUK-Coburg
sehr gut	Mannheimer
sehr gut	SV SparkassenVersicherung
sehr gut	VGH
sehr gut	VHV
gut	Barmenia
gut	Debeka
gut	DEVK
gut	Generali
gut	Itzehoer
gut	LVM
gut	Provinzial Nord Brandkasse
gut	Provinzial Rheinland
gut	R+V
gut	Versicherungskammer Bayern
gut	Westfälische Provinzial
	AachenMünchener
	Alte Leipziger / Hallesche
	ARAG
	AXA
	Basler
	Concordia
	DBV
	Die Continentale
	Gothaer
	HDI
	Helvetia
	Mecklenburgische
	NÜRNBERGER
	Signal Iduna
	Württembergische
	Zurich

Die Sortierung der Anbieter innerhalb der Kategorien erfolgt in alphabetischer Reihenfolge.

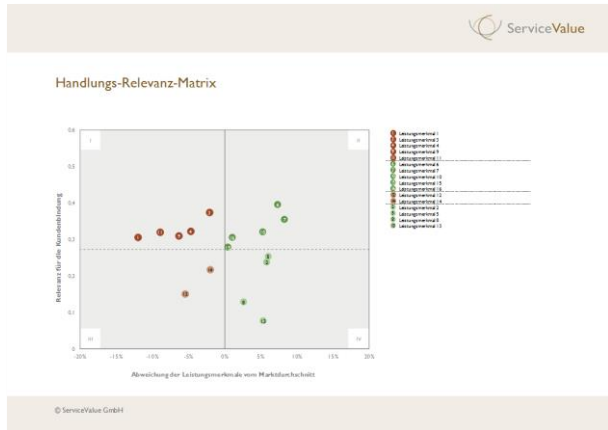
# Informationen werden anschaulich aufbereitet ...



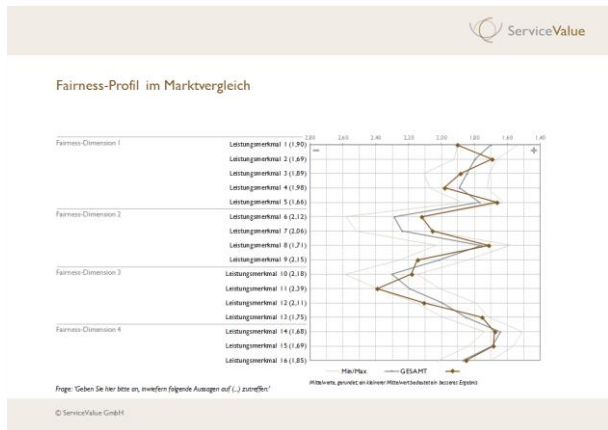
Anonymisierte Musterfolien

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

## Ihre Fragen – unsere Antworten (I)

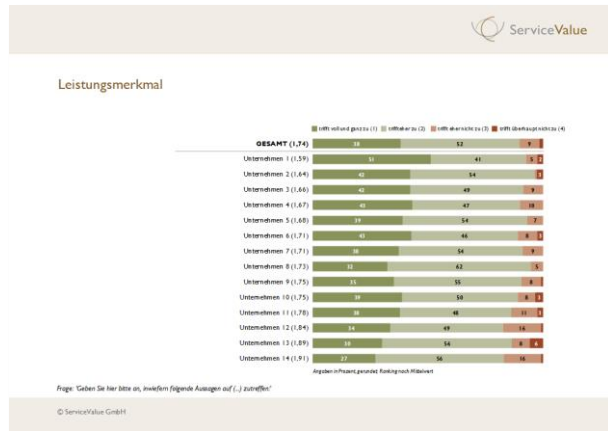


- Welche Stärken und Schwächen weisen die einzelnen Anbieter auf?
  - Auf welche Handlungsfelder sollten die einzelnen Anbieter hohe Aufmerksamkeit in der Optimierung richten?
- ⇒ Klare Handlungsorientierung durch Handlungs-Relevanz-Matrix für jeden Anbieter

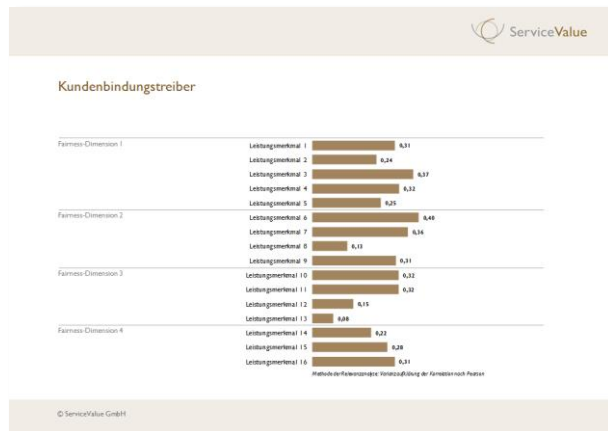


- Bei welchen Service- und Leistungsattributen ist ein Anbieter besser / schlechter als der Gesamtmarkt?
- ⇒ Serviceprofil im Marktvergleich für jeden Anbieter

## 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](mailto:Bestellung@ServiceValue.de)  
oder per FAX an +49 (0)221. 67 78 67 – 19

## Bestellung

- Benchmarkstudie** „Kundenurteil: Fairness von Versicherern 2019“ (Einzelexemplar, 359 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 Versicherern 2019“ (Einzelexemplar, 359 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 / Kontakt

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](http://www.ServiceValue.de)

[Info@ServiceValue.de](mailto: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 / Pictures4you - 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