



# Kundenurteil: Fairness von betrieblichen Altersversorgern 2019

Wettbewerbsanalyse mit Detail-Auswertungen  
für 30 Versicherer



Eine Untersuchung in Kooperation mit



Studienflyer mit Bestellformular

## Studiensteckbrief

<b>Studienkonzept</b>	FOCUS-MONEY und ServiceValue GmbH
<b>Erhebungsmethode</b>	Online-Befragung
<b>Erhebungszeitraum</b>	Juni / Juli 2019
<b>Stichprobe</b>	1.949 Kunden mit 2.577 Urteilen zu 30 Versicherern (Bewertung von bis zu drei Versicherern, bei denen die Befragten in den letzten 24 Monaten Kunden waren)
<b>Auswertung</b>	<p>Umfassende Darstellung der Gesamtergebnisse</p> <p>Detailergebnisse für 30 Versicherer</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Aachen Münchener</li> <li>• Allianz</li> <li>• Alte Leipziger</li> <li>• AXA</li> <li>• Barmenia</li> <li>• CosmosDirekt</li> <li>• Debeka</li> <li>• DEVK</li> <li>• Die Continentale</li> <li>• ERGO</li> <li>• Generali</li> <li>• Gothaer</li> <li>• HanseMerkur</li> <li>• HDI</li> <li>• HUK-COBURG</li> <li>• Nürnberger</li> <li>• Provinzial</li> <li>• R+V</li> <li>• SAARLAND</li> <li>• SIGNAL IDUNA</li> <li>• Stuttgarter</li> <li>• SV SparkassenVersicherung</li> <li>• Swiss Life</li> <li>• Versicherungskammer Bayern</li> <li>• VGH</li> <li>• VHV</li> <li>• VOLKSWOHL BUND</li> <li>• Württembergische</li> <li>• WWK</li> <li>• Zurich</li> </ul>
<b>Gesamtumfang</b>	205 Seiten Chart-Berichtsband (PDF)

## Studiendesign

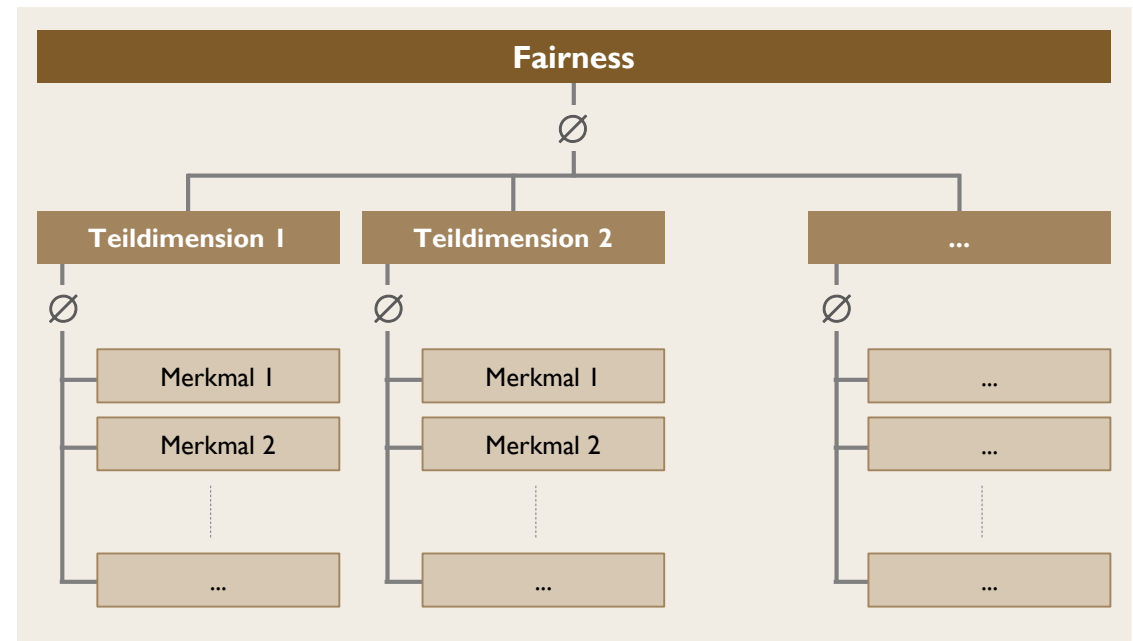
<b>Gesamtaussagen</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gesamtzufriedenheit</li> <li>• Kundenorientierung</li> <li>• Ruf und Image</li> </ul>
<b>Kundenbindung</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Emotionale Bindung</li> <li>• Treue</li> <li>• Loyalität</li> <li>• Weiterempfehlung</li> </ul>
<b>Faire Produktleistung</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kombinationsmöglichkeiten</li> <li>• Attraktivität der Produkte</li> <li>• Zusatzversicherungen</li> <li>• Problemlose Weiterführung</li> </ul>
<b>Faire Kundenberatung</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Hinweise zur Minderung der Sozialversicherungsleistungen</li> <li>• Hinweise zur Krankenversicherungspflichtgrenze</li> <li>• Hinweise zur Haftung bei Beitragsrückständen</li> <li>• Hinweise auf Sozialversicherungspflicht</li> </ul>
<b>Fairer Kundenservice</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kontaktmöglichkeiten</li> <li>• Fachkompetenz</li> <li>• Beantwortung aller Fragen</li> <li>• Attraktive Einzel- oder Gruppenvereinbarungen</li> </ul>
<b>Faire Kundenkommunikation</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Vollständigkeit der Informationen</li> <li>• Verbindlichkeit von Aussagen</li> <li>• Verständlichkeit der Unterlagen</li> <li>• Regelmäßige Informationen</li> </ul>
<b>Faires Preis-Leistungs-Verhältnis</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Preis-Leistungs-Verhältnis</li> <li>• Transparenz der Kosten</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 der betrieblichen Altersversorger

### Fairness

#### Faire Produktleistung

- Kombinationsmöglichkeiten
- Attraktivität der Produkte
- Zusatzversicherungen
- Problemlose Weiterführung

#### Faire Kundenberatung

- Hinweise zur Minderung der Sozialversicherungsleistungen
- Hinweise zur Krankenversicherungspflichtgrenze
- Hinweise zur Haftung bei Beitragsrückständen
- Hinweise auf Sozialversicherungspflicht

#### Fairer Kundenservice

- Kontaktmöglichkeiten
- Fachkompetenz
- Beantwortung aller Fragen
- Attraktive Einzel- oder Gruppenvereinbarungen

#### Faire Kundenkommunikation

- Vollständigkeit der Informationen
- Verbindlichkeit von Aussagen
- Verständlichkeit der Unterlagen
- Regelmäßige Informationen

#### Faires Preis-Leistungs-Verhältnis

- Preis-Leistungs-Verhältnis
- Transparenz der Kosten

## FOCUS-MONEY Kundenurteil: Faire betriebliche Altersversorger (I)

FAIRNESS	
sehr gut	Allianz
sehr gut	DEVK
sehr gut	R+V
sehr gut	SIGNAL IDUNA
sehr gut	SV SparkassenVersicherung
sehr gut	Swiss Life
sehr gut	VWVK
sehr gut	Zurich
gut	Debeka
gut	Gothaer
gut	HUK-COBURG
gut	Provinzial
gut	Versicherungskammer Bayern
gut	VOLKSWOHL BUND
gut	Württembergische
	Aachen Münchener
	Alte Leipziger
	AXA
	Barmenia
	CosmosDirekt
	Die Continentale
	ERGO
	Generali
	HanseMerkur
	HDI
	Nürnberger
	SAARLAND
	Stuttgarter
	VGH
	VHV

Faire Produktleistung	
sehr gut	Allianz
sehr gut	Gothaer
sehr gut	Provinzial
sehr gut	R+V
sehr gut	SIGNAL IDUNA
sehr gut	SV SparkassenVersicherung
sehr gut	Swiss Life
sehr gut	Versicherungskammer Bayern
sehr gut	Zurich
gut	AXA
gut	CosmosDirekt
gut	Debeka
gut	DEVK
gut	Die Continentale
gut	Generali
gut	HUK-COBURG
gut	Stuttgarter
gut	VOLKSWOHL BUND
gut	Württembergische
gut	WWK
	Aachen Münchener
	Alte Leipziger
	Barmenia
	ERGO
	HanseMerkur
	HDI
	Nürnberger
	SAARLAND
	VGH
	VHV

Faire Kundenberatung	
sehr gut	Allianz
sehr gut	DEVK
sehr gut	HUK-COBURG
sehr gut	R+V
sehr gut	SIGNAL IDUNA
sehr gut	Swiss Life
sehr gut	Zurich
gut	AXA
gut	Barmenia
gut	Debeka
gut	HanseMerkur
gut	Stuttgarter
gut	SV SparkassenVersicherung
gut	Versicherungskammer Bayern
gut	VHV
gut	VOLKSWOHL BUND
gut	Württembergische
gut	WWK
	Aachen Münchener
	Alte Leipziger
	CosmosDirekt
	Die Continentale
	ERGO
	Generali
	Gothaer
	HDI
	Nürnberger
	Provinzial
	SAARLAND
	VGH

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

## FOCUS-MONEY Kundenurteil: Faire betriebliche Altersversorger (II)

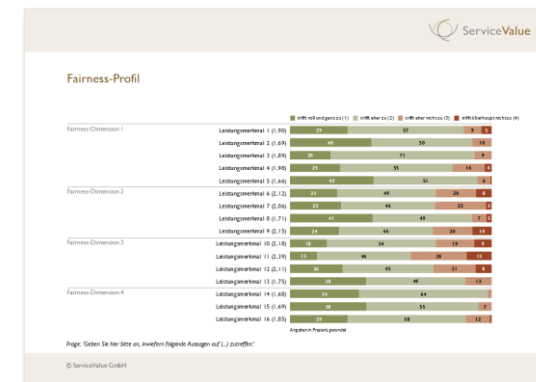
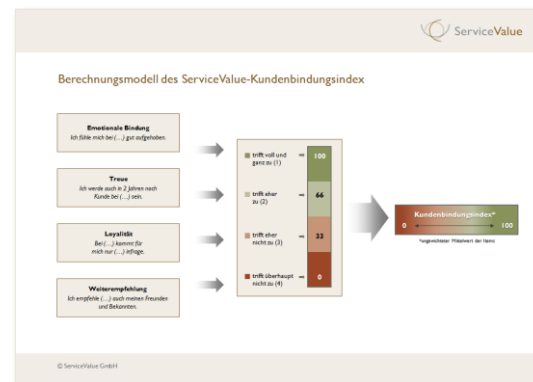
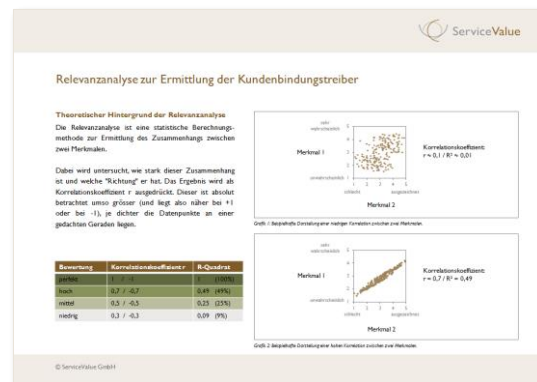
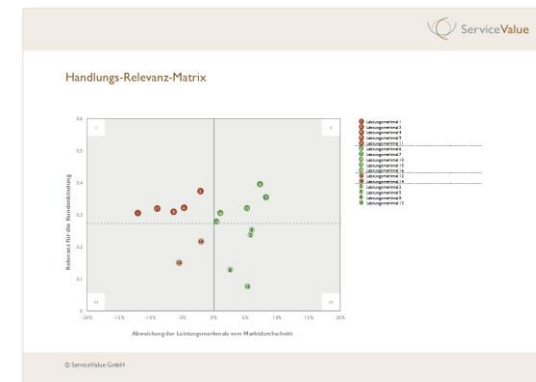
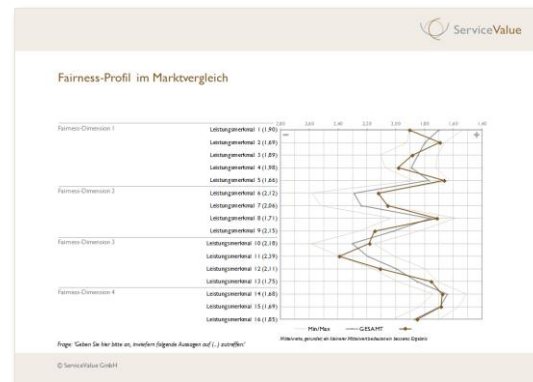
Fairer Kundenservice	
sehr gut	Allianz
sehr gut	DEVK
sehr gut	SIGNAL IDUNA
sehr gut	SV SparkassenVersicherung
sehr gut	Swiss Life
sehr gut	WWK
gut	AXA
gut	Debeka
gut	HUK-COBURG
gut	Provinzial
gut	R+V
gut	SAARLAND
gut	Versicherungskammer Bayern
gut	VOLKSWOHL BUND
gut	Württembergische
gut	Zurich
	Aachen Münchener
	Alte Leipziger
	Barmenia
	CosmosDirekt
	Die Continentale
	ERGO
	Generali
	Gothaer
	HanseMerkur
	HDI
	Nürnberg
	Stuttgarter
	VGH
	VHV

Faire Kundenkommunikation	
sehr gut	Allianz
sehr gut	Provinzial
sehr gut	R+V
sehr gut	SIGNAL IDUNA
sehr gut	SV SparkassenVersicherung
sehr gut	Swiss Life
sehr gut	Württembergische
sehr gut	WWK
sehr gut	Zurich
gut	Aachen Münchener
gut	Debeka
gut	DEVK
gut	Die Continentale
gut	Gothaer
gut	HUK-COBURG
gut	Versicherungskammer Bayern
gut	VHV
gut	VOLKSWOHL BUND
	Alte Leipziger
	AXA
	Barmenia
	CosmosDirekt
	ERGO
	Generali
	HanseMerkur
	HDI
	Nürnberg
	SAARLAND
	Stuttgarter
	VGH

Faires Preis-Leistungs-Verhältnis	
sehr gut	Allianz
sehr gut	Debeka
sehr gut	DEVK
sehr gut	HUK-COBURG
sehr gut	SV SparkassenVersicherung
sehr gut	Swiss Life
sehr gut	Versicherungskammer Bayern
sehr gut	WWK
gut	Provinzial
gut	R+V
gut	SIGNAL IDUNA
gut	Stuttgarter
gut	VHV
gut	Zurich
	Aachen Münchener
	Alte Leipziger
	AXA
	Barmenia
	CosmosDirekt
	Die Continentale
	ERGO
	Generali
	Gothaer
	HanseMerkur
	HDI
	Nürnberg
	SAARLAND
	VGH
	VOLKSWOHL BUND
	Württembergische

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

# Informationen werden anschaulich aufbereitet ...

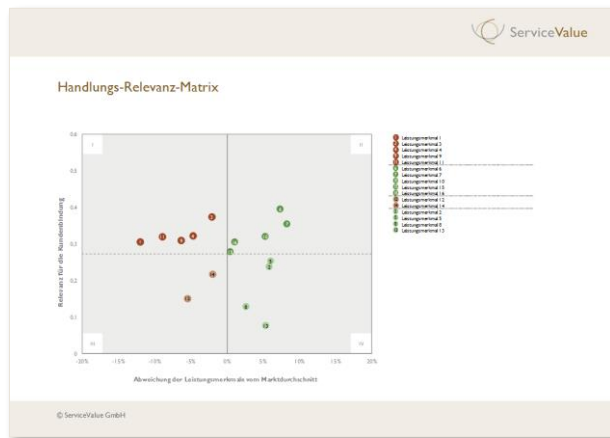


Anonymisierte Musterfolien

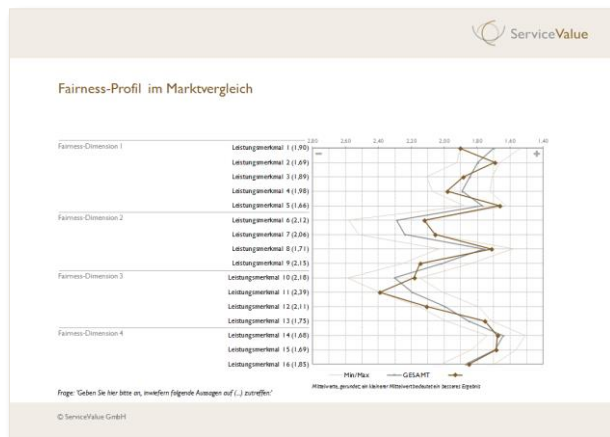
... und liefern Antworten auf Ihre Fragen. Im Folgenden finden Sie einige Beispiele.



## Ihre Fragen – unsere Antworten (I)

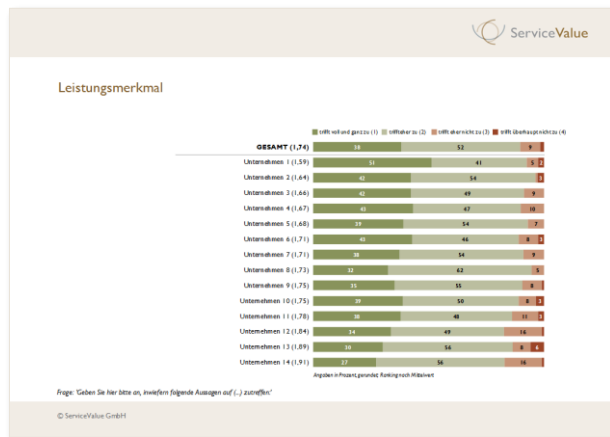


- Welche Stärken und Schwächen weisen die einzelnen Anbieter auf?
  - Auf welche Handlungsfelder sollten die einzelnen Anbieter hohe Aufmerksamkeit in der Optimierung richten?
- ⇒ Klare Handlungsorientierung durch Handlungs-Relevanz-Matrix für jeden Anbieter

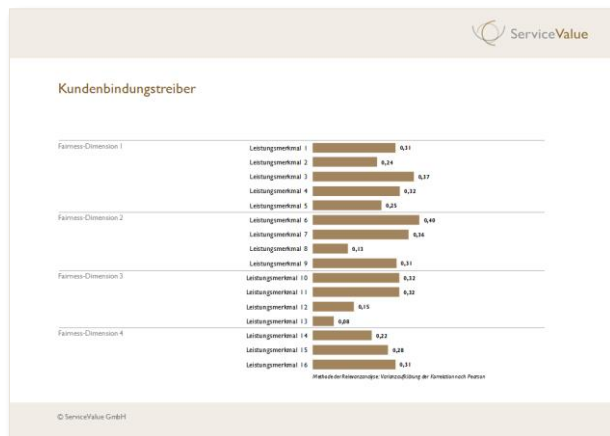


- Bei welchen Service- und Leistungsattributen ist ein Anbieter besser / schlechter als der Gesamtmarkt?
- ⇒ Fairnessprofil im Marktvergleich für jeden Anbieter

## 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 betrieblichen Altersversorgern 2019“ (Einzelexemplar, 205 Seiten, PDF)  
zum Preis von 3.900,- € 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 betrieblichen Altersversorgern 2019“ (Einzelexemplar, 205 Seiten, PDF)  
und Ergebnispräsentation sowie Analysegespräch vor Ort zum Preis von 5.800,- € 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. 34I  
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 / pfpgroup – Fotolia.com

“Our business is value development  
by service excellence.”

ServiceValue GmbH

Dürener Straße 341  
50935 Köln  
[www.ServiceValue.de](http://www.ServiceValue.de)