



Kundenurteil: Fairness von digitalen Versicherungsberatern 2017

Wettbewerbsanalyse mit Detail-Auswertungen
für 24 digitale Versicherungsberater



Eine Untersuchung in Kooperation mit



Studienflyer mit Bestellformular

Studiensteckbrief

| | |
|--------------------------|--|
| Studienkonzept | FOCUS MONEY und ServiceValue GmbH |
| Erhebungsmethode | Online-Befragung |
| Erhebungszeitraum | Mai / Juni 2017 |
| Stichprobe | 1.197 Kunden mit 1.573 Kundenurteilen zu 24 digitalen Versicherungsberatern (InsurTechs) (Bewertung von bis zu 3 InsurTechs, bei denen die Befragten in den letzten 12 Monaten Kunden waren) |
| Auswertung | <p>Umfassende Darstellung der Gesamtergebnisse</p> <p>Detailergebnisse für <u>24 InsurTechs</u>:</p> <ul style="list-style-type: none"> • allesmeins • AppSichern • asuro • Clark • Community Life • Covomo • easy.eu • fairr.de • friendsurance • GetSafe • Getsurance • Haftpflichthelden • Knip • Mobilversichert • mypension.de • OnlineVersicherung.de • passt24 • Schutzclick • simplr • TED Versicherung • V-Akte • Volders • VorsorgeKampagne • wefox (vormals FinanceFox) |
| Gesamtumfang | 268 Seiten Chart-Berichtsband (PDF) |

Studiendesign (I)

| | |
|------------------------------|---|
| Kundenbindung | <ul style="list-style-type: none"> • Emotionale Bindung • Treue • Loyalität • Weiterempfehlungsbereitschaft |
| Gesamtaussagen | <ul style="list-style-type: none"> • Gesamtzufriedenheit • Kundenorientierung • Ruf und Image |
| Faire Produktangebote | <ul style="list-style-type: none"> • Produktqualität • Vielfalt an Angeboten • Transparenz der Produkte • Gefühlte Sicherheit durch Produkte • Preis-Leistungs-Verhältnis |
| Faire Vertragsordner | <ul style="list-style-type: none"> • Umfassende Darstellung der Verträge • Bequeme Verwaltung der Verträge • Bearbeitung von Vertragsänderungen • Mobiler Zugriff auf Verträge • Mobile Bearbeitung der Verträge |
| Fairer Kundenberatung | <ul style="list-style-type: none"> • Persönliche Erreichbarkeit • Beratungsqualität • Freundlichkeit/Hilfsbereitschaft der Mitarbeiter • Ehrlichkeit der Mitarbeiter |

Studiendesign (II)

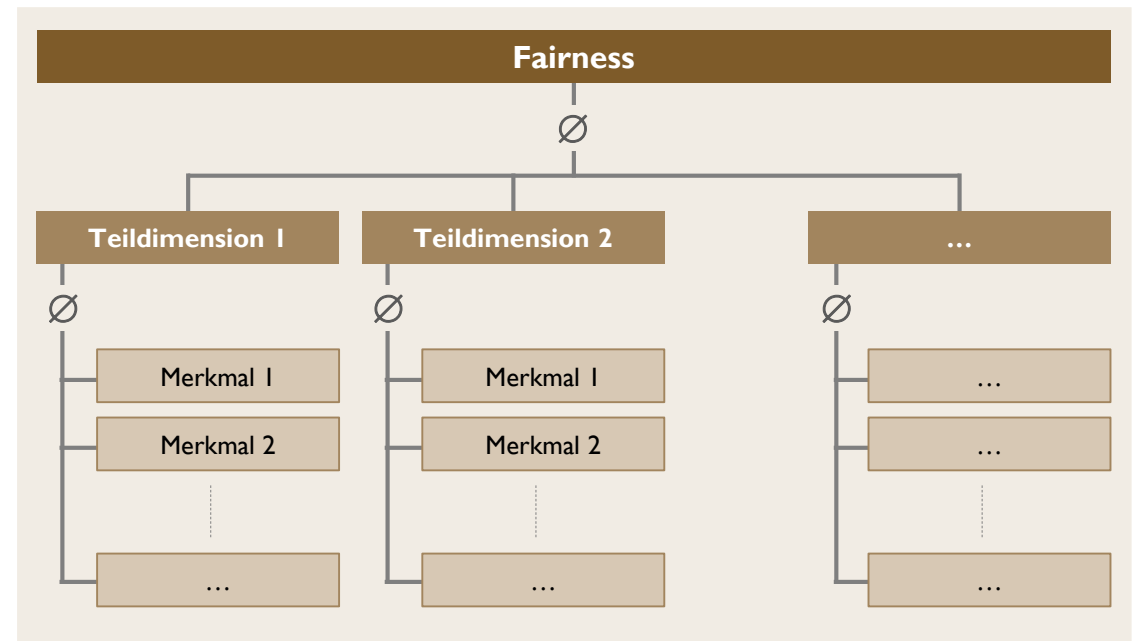
| | |
|----------------------------------|---|
| Faire Kundenkommunikation | <ul style="list-style-type: none">• Verlässlichkeit von Aussagen• Passgenauigkeit der Informationenfülle• Mobiler Zugriff auf Informationen• Verständlichkeit von Dialog und Kommunikation• Schnelle Vermittlung relevanter Informationen |
| Faires Schadenservice | <ul style="list-style-type: none">• Unkomplizierte Schadenmeldung• Abrufbarkeit zum Stand der Schadenbearbeitung• Beantwortung von Rückfragen (schnell und ausführlich)• Schadenabwicklung insgesamt |

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 InsurTechs

Fairness

Faire Produktangebote

- Produktqualität
- Vielfalt an Angeboten
- Transparenz der Produkte
- Gefühlte Sicherheit durch Produkte
- Preis-Leistungs-Verhältnis

Faire Vertragsordner

- Umfassende Darstellung der Verträge
- Bequeme Verwaltung der Verträge
- Bearbeitung von Vertragsänderungen
- Mobiler Zugriff auf Verträge
- Mobile Bearbeitung der Verträge

Faire Kundenberatung

- Persönliche Erreichbarkeit
- Beratungsqualität
- Freundlichkeit/Hilfsbereitschaft der Mitarbeiter
- Ehrlichkeit der Mitarbeiter

Faire Kundenkommunikation

- Verlässlichkeit von Aussagen
- Passgenauigkeit der Informationsfülle
- Mobiler Zugriff auf Informationen
- Verständlichkeit von Dialog und Kommunikation
- Schnelle Vermittlung relevanter Informationen

Fairer Schadenservice

- Unkomplizierte Schadenmeldung
- Abrufbarkeit zum Stand der Schadenbearbeitung
- Beantwortung von Rückfragen (schnell und ausführlich)
- Schadenabwicklung insgesamt

FOCUS-MONEY Kundenurteil: Fairer InsurTech (I)

| FAIRNESS | | Faire Produktangebote | | Faire Vertragsordner | |
|----------|----------------------------|-----------------------|----------------------------|----------------------|----------------------------|
| sehr gut | allesmeins | sehr gut | allesmeins | sehr gut | Clark |
| sehr gut | asuro | sehr gut | Community Life | sehr gut | Community Life |
| sehr gut | Clark | sehr gut | Haftpflichthelden | sehr gut | GetSafe |
| sehr gut | Community Life | sehr gut | OnlineVersicherung.de | sehr gut | Haftpflichthelden |
| sehr gut | GetSafe | sehr gut | Volders | sehr gut | OnlineVersicherung.de |
| sehr gut | Haftpflichthelden | gut | asuro | sehr gut | Volders |
| sehr gut | OnlineVersicherung.de | gut | Clark | gut | allesmeins |
| sehr gut | Volders | gut | Covomo | gut | asuro |
| sehr gut | wefox (vormals FinanceFox) | gut | GetSafe | gut | Covomo |
| gut | Covomo | gut | mypension.de | gut | friendsurance |
| gut | friendsurance | gut | Schutzklick | gut | mypension.de |
| gut | Knip | gut | TED Versicherung | gut | Schutzklick |
| gut | Schutzklick | gut | wefox (vormals FinanceFox) | gut | TED Versicherung |
| gut | TED Versicherung | | AppSichern | gut | V-Akte |
| | AppSichern | | easy.eu | gut | wefox (vormals FinanceFox) |
| | easy.eu | | fairr.de | | AppSichern |
| | fairr.de | | friendsurance | | easy.eu |
| | Getsurance | | Getsurance | | fairr.de |
| | mobilversichert | | Knip | | Getsurance |
| | mypension.de | | mobilversichert | | Knip |
| | passt24 | | passt24 | | mobilversichert |
| | simplr | | simplr | | passt24 |
| | V-Akte | | V-Akte | | simplr |
| | VorsorgeKampagne | | VorsorgeKampagne | | VorsorgeKampagne |

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

FOCUS-MONEY Kundenurteil: Fairer InsurTech (II)

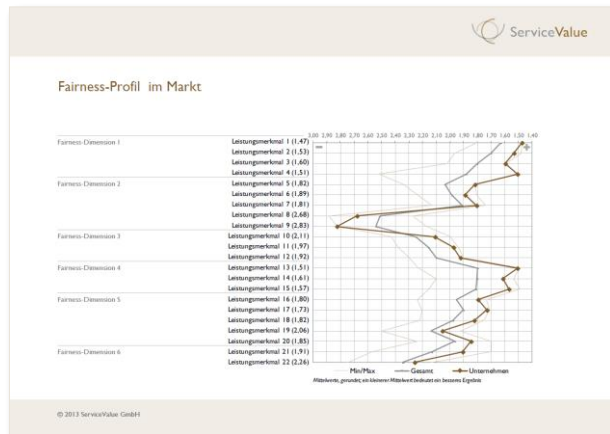
| Faire Kundenberatung | | Faire Kundenkommunikation | | Fairer Schadenservice | |
|----------------------|----------------------------|---------------------------|----------------------------|-----------------------|----------------------------|
| sehr gut | allesmeins | sehr gut | allesmeins | sehr gut | allesmeins |
| sehr gut | asuro | sehr gut | asuro | sehr gut | asuro |
| sehr gut | GetSafe | sehr gut | Clark | sehr gut | Clark |
| sehr gut | Volders | sehr gut | Community Life | sehr gut | Community Life |
| gut | Clark | sehr gut | Haftpflichthelden | sehr gut | friendsurance |
| gut | Community Life | sehr gut | Knip | sehr gut | OnlineVersicherung.de |
| gut | Covomo | sehr gut | OnlineVersicherung.de | sehr gut | wefox (vormals FinanceFox) |
| gut | friendsurance | sehr gut | Volders | gut | GetSafe |
| gut | Haftpflichthelden | gut | GetSafe | gut | Haftpflichthelden |
| gut | Knip | gut | Schutzclick | gut | passt24 |
| gut | OnlineVersicherung.de | gut | TED Versicherung | gut | Schutzclick |
| gut | Schutzclick | gut | V-Akte | gut | TED Versicherung |
| gut | simplr | gut | wefox (vormals FinanceFox) | gut | Volders |
| gut | wefox (vormals FinanceFox) | | AppSichern | | AppSichern |
| | AppSichern | | Covomo | | Covomo |
| | easy.eu | | easy.eu | | easy.eu |
| | fairr.de | | fairr.de | | fairr.de |
| | Getsurance | | friendsurance | | Getsurance |
| | mobilversichert | | Getsurance | | Knip |
| | mypension.de | | mobilversichert | | mobilversichert |
| | passt24 | | mypension.de | | mypension.de |
| | TED Versicherung | | passt24 | | simplr |
| | V-Akte | | simplr | | V-Akte |
| | VorsorgeKampagne | | VorsorgeKampagne | | VorsorgeKampagne |

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

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

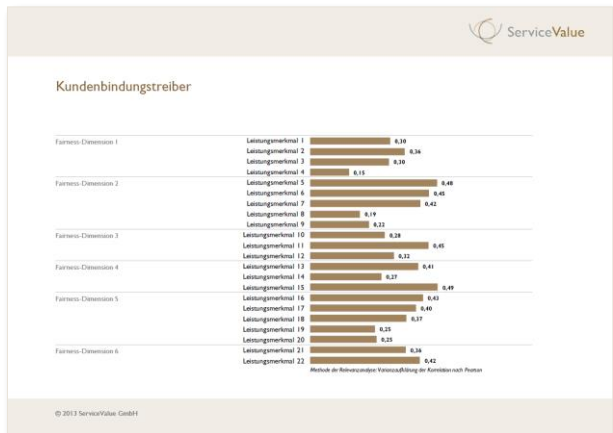


- Bei welchen Service- und Leistungsattributen ist ein Anbieter besser / schlechter als der Gesamtmarkt?
- ⇒ Serviceprofil im Marktvergleich für jeden Anbieter

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 oder per FAX an +49 (0)221. 67 78 67 – 19

Bestellung

- Benchmarkstudie** „Fairness von digitalen Versicherungsberatern 2017“ (Einzexemplar, 268 Seiten, PDF)
zum Preis von 4.900,- € netto
- Ergebnispräsentation vor Ort** inkl. Überlassung der Präsentations-Datei (PPT)
zum Preis von 2.900,-€ netto, zzgl. anfallender Reisekosten
- Vorteilsangebot**
Benchmarkstudie „Fairness von digitalen Versicherungsberatern 2017“ (Einzexemplar, 268 Seiten, PDF)
und Ergebnispräsentation 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, © peshkova– 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