



# Kundenurteil: Fairness von digitalen Versicherungsexperten 2019

Wettbewerbsanalyse mit Detail-Auswertungen  
für 26 digitale Versicherungsexperten

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>	1.131 Kunden mit 1.505 Kundenurteilen zu 26 digitalen Versicherungsexperten (InsurTechs) (Bewertung von bis zu drei InsurTechs, bei denen die Befragten in den letzten zwölf Monaten Kunden waren)
<b>Auswertung</b>	<p>Umfassende Darstellung der Gesamtergebnisse</p> <p>Detailergebnisse für 26 InsurTechs:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• allesmeins</li> <li>• AppSichern</li> <li>• asuro</li> <li>• Check24</li> <li>• Clark</li> <li>• Community Life</li> <li>• Covomo</li> <li>• easy.eu</li> <li>• fairr.de</li> <li>• friendsurance</li> <li>• GetSafe</li> <li>• Getsurance</li> <li>• Helden (Haftpflicht Helden)</li> <li>• Knip</li> <li>• mobilversichert</li> <li>• moneymeets</li> <li>• mypension.de</li> <li>• nexible</li> <li>• OnlineVersicherung.de</li> <li>• Schutzklick</li> <li>• TED Versicherung</li> <li>• V-Akte</li> <li>• Verivox</li> <li>• Volders</li> <li>• VorsorgeKampagne</li> <li>• wefox</li> </ul>
<b>Gesamtumfang</b>	281 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>• Weiterempfehlung</li> </ul>
<b>Faire Produktangebote</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Produktqualität</li> <li>• Vielfalt an Angeboten</li> <li>• Transparenz der Produkte</li> <li>• Gefühlte Sicherheit durch Produkte</li> <li>• Preis-Leistungs-Verhältnis</li> </ul>
<b>Faire Vertragsordner</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Umfassende Darstellung der Verträge</li> <li>• Bequeme Verwaltung der Verträge</li> <li>• Bearbeitung von Vertragsänderungen</li> <li>• Mobiler Zugriff auf Verträge</li> <li>• Mobile Bearbeitung der Verträge</li> </ul>
<b>Faire Kundenberatung</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Persönliche Erreichbarkeit</li> <li>• Beratungsqualität</li> <li>• Freundlichkeit/Hilfsbereitschaft der Mitarbeiter</li> <li>• Ehrlichkeit der Mitarbeiter</li> </ul>

## Studiendesign (II)

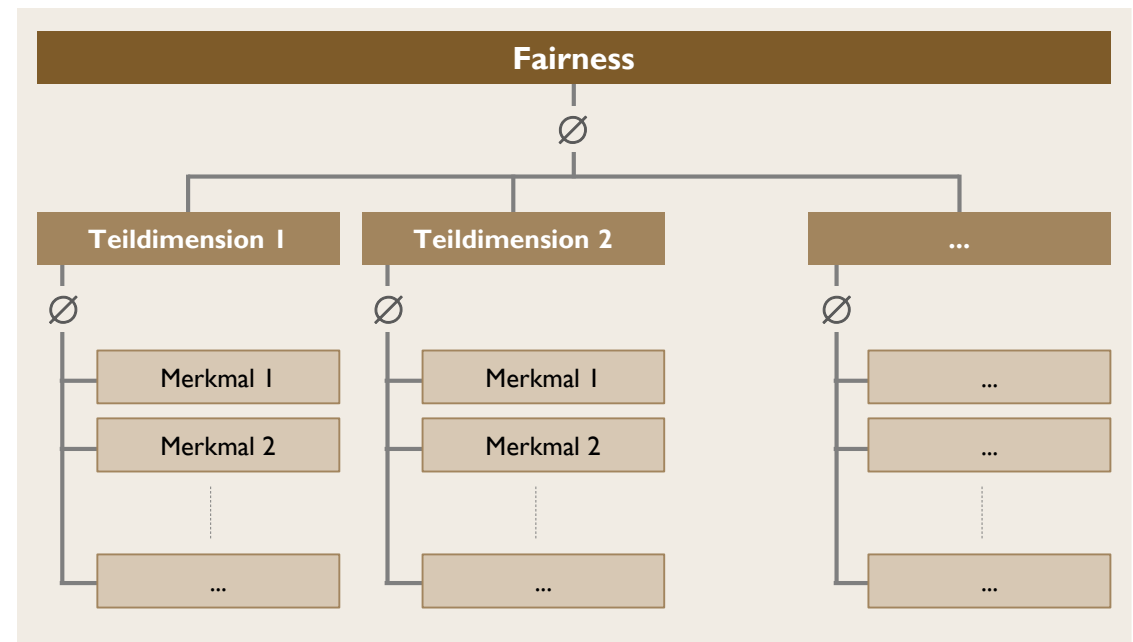
<b>Faire Kundenkommunikation</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Verlässlichkeit von Aussagen</li><li>• Passgenauigkeit der Informationsfülle</li><li>• Mobiler Zugriff auf Informationen</li><li>• Verständlichkeit von Dialog und Kommunikation</li><li>• Schnelle Vermittlung relevanter Informationen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

### 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	
sehr gut	allesmeins
sehr gut	asuro
sehr gut	Check24
sehr gut	Clark
sehr gut	Helden (Haftpflicht Helden)
sehr gut	Verivox
sehr gut	Volders
gut	Community Life
gut	friendsurance
gut	Knip
gut	nexible
gut	OnlineVersicherung.de
gut	Schutzklick
gut	TED Versicherung
gut	wefox
	AppSichern
	Covomo
	easy.eu
	fairr.de
	GetSafe
	Getsurance
	mobilversichert
	moneymeets
	mypension.de
	V-Akte
	VorsorgeKampagne

Faire Produktangebote	
sehr gut	allesmeins
sehr gut	asuro
sehr gut	Check24
sehr gut	Clark
sehr gut	Helden (Haftpflicht Helden)
sehr gut	Verivox
sehr gut	Volders
gut	friendsurance
gut	Knip
gut	mypension.de
gut	nexible
gut	Schutzklick
gut	TED Versicherung
gut	wefox
	AppSichern
	Community Life
	Covomo
	easy.eu
	fairr.de
	GetSafe
	Getsurance
	mobilversichert
	moneymeets
	OnlineVersicherung.de
	V-Akte
	VorsorgeKampagne

Faire Vertragsordner	
sehr gut	allesmeins
sehr gut	asuro
sehr gut	Check24
sehr gut	Helden (Haftpflicht Helden)
sehr gut	nexible
sehr gut	Verivox
sehr gut	Volders
sehr gut	wefox
gut	Clark
gut	friendsurance
gut	Knip
gut	OnlineVersicherung.de
gut	Schutzklick
gut	TED Versicherung
	AppSichern
	Community Life
	Covomo
	easy.eu
	fairr.de
	GetSafe
	Getsurance
	mobilversichert
	moneymeets
	mypension.de
	V-Akte
	VorsorgeKampagne

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

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

Faire Kundenberatung	
sehr gut	allesmeins
sehr gut	asuro
sehr gut	Check24
sehr gut	Clark
sehr gut	Helden (Haftpflicht Helden)
sehr gut	Verivox
sehr gut	Volders
gut	Community Life
gut	friendsurance
gut	Knip
gut	nexible
gut	Schutzklick
gut	TED Versicherung
	AppSichern
	Covomo
	easy.eu
	fairr.de
	GetSafe
	Getsurance
	mobilversichert
	moneymeets
	mypension.de
	OnlineVersicherung.de
	V-Akte
	VorsorgeKampagne
	wefox

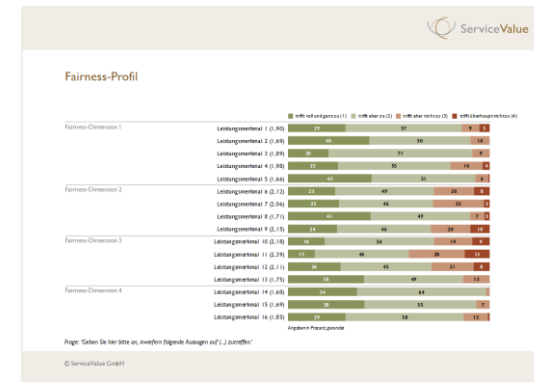
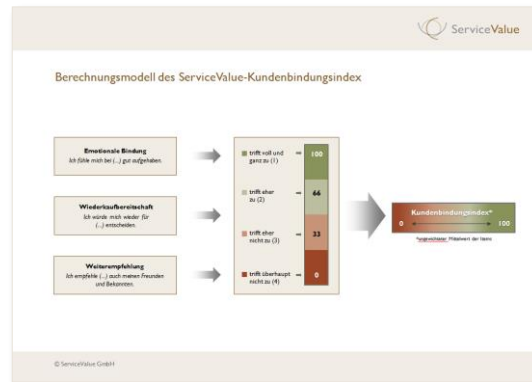
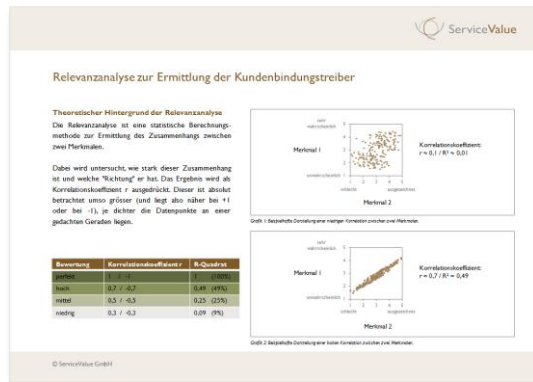
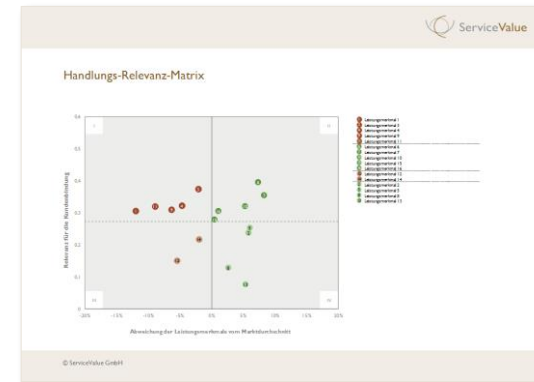
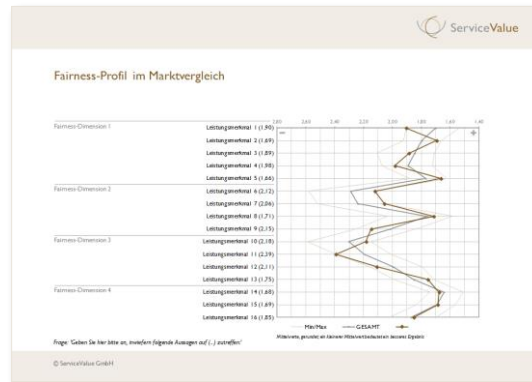
Faire Kundenkommunikation	
sehr gut	allesmeins
sehr gut	asuro
sehr gut	Check24
sehr gut	Clark
sehr gut	Helden (Haftpflicht Helden)
sehr gut	Verivox
sehr gut	Volders
gut	friendsurance
gut	Knip
gut	OnlineVersicherung.de
gut	TED Versicherung
gut	wefox
	AppSichern
	Community Life
	Covomo
	easy.eu
	fairr.de
	GetSafe
	Getsurance
	mobilversichert
	moneymeets
	mypension.de
	nexible
	Schutzklick
	V-Akte
	VorsorgeKampagne

Fairer Schadenservice	
sehr gut	allesmeins
sehr gut	asuro
sehr gut	Clark
sehr gut	Community Life
sehr gut	Helden (Haftpflicht Helden)
sehr gut	OnlineVersicherung.de
sehr gut	Verivox
gut	Check24
gut	friendsurance
gut	Knip
gut	mypension.de
gut	nexible
gut	Schutzklick
gut	TED Versicherung
gut	wefox
	AppSichern
	Covomo
	easy.eu
	fairr.de
	GetSafe
	Getsurance
	mobilversichert
	moneymeets
	V-Akte
	Volders
	VorsorgeKampagne

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



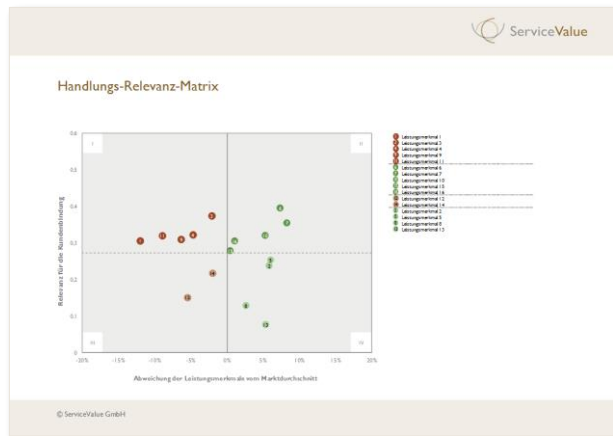
# Informationen werden anschaulich aufbereitet ...



Anonymisierte Musterfolien

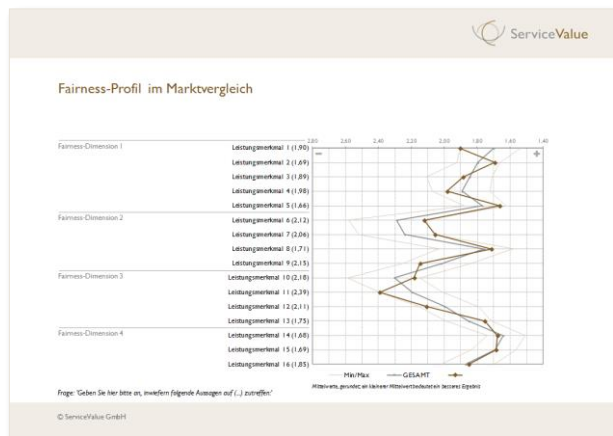
... und liefern Antworten auf Ihre Fragen. Im Folgenden finden Sie einige Beispiele.

## 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?

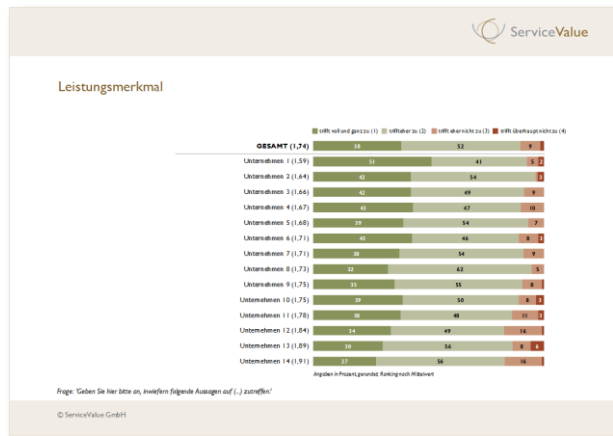
⇒ Klare Handlungsorientierung durch Handlungs-Relevanz-Matrix für jeden Anbieter



- Bei welchen Service- und Leistungsattributen ist ein Anbieter besser / schlechter als der Gesamtmarkt?

⇒ 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, Wiederkaufbereitschaft und Weiterempfehlung

## 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 digitalen Versicherungsexperten 2019“ (Einzexemplar, 281 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 digitalen Versicherungsexperten 2019“ (Einzexemplar, 281 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. 341

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 / © peshkova – Fotolia.com

“Our business is value development  
by service excellence.”

ServiceValue GmbH

Dürener Straße 34 I  
50935 Köln  
[www.ServiceValue.de](http://www.ServiceValue.de)