



# ServiceAtlas Kfz-Versicherer 2019

Wettbewerbsanalyse zur  
Kundenorientierung

Mit Detail-Auswertungen für 28 Kfz-Serviceversicherer  
und 10 Kfz-Direktversicherer

Studienflyer und Bestellformular

## Studiensteckbrief

<b>Studienkonzept</b>	ServiceValue GmbH
<b>Erhebungsmethode</b>	Online-Befragung
<b>Erhebungszeitraum</b>	August 2019
<b>Stichprobe</b>	2.671 Kunden mit insgesamt 2.903 Urteilen, davon: 2.105 Urteile zu 28 Kfz-Serviceversicherern 798 Urteile zu 10 Kfz-Direktversicherern Bewertung von bis zu zwei Unternehmen, bei denen die Befragten in den letzten 12 Monaten Kunde waren
<b>Auswertung</b>	<p>Umfassende Darstellung der Gesamtergebnisse</p> <p><u>Detailergebnisse für 28 Kfz-Serviceversicherer</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• AachenMünchener</li> <li>• ADAC Versicherungen</li> <li>• Allianz</li> <li>• AXA</li> <li>• Basler</li> <li>• BGV Badische</li> <li>• Concordia</li> <li>• DEVK</li> <li>• ERGO</li> <li>• Generali</li> <li>• Gothaer</li> <li>• HDI</li> <li>• HUK-Coburg</li> <li>• Itzehoer</li> <li>• KRAVAG</li> <li>• LVM Versicherung</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 Versicherungen</li> <li>• VHV Versicherungen</li> <li>• Westfälische Provinzial</li> <li>• WGV</li> <li>• Württembergische</li> <li>• Zurich</li> </ul> <p><u>Detailergebnisse für 10 Kfz-Direktversicherer</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• AdmiralDirekt</li> <li>• Allianz Direct / Allsecur</li> <li>• BavariaDirekt</li> <li>• CosmosDirekt</li> <li>• DA direkt</li> <li>• Europa</li> <li>• HUK24</li> <li>• R+V24</li> <li>• Sparkassen Direktversicherung</li> <li>• Verti</li> </ul>
<b>Gesamtumfang</b>	497 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> <li>• Determinanten der Kundenbindung</li> <li>• Kundenbindung nach Anzahl der proaktiven Angebote</li> </ul>
<b>Produkte</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tarifauswahl / Tarifvielfalt</li> <li>• Transparenz der Tarife und Angebote</li> <li>• Qualität der Produkte</li> <li>• Deckungs-/Leistungserweiterungen</li> <li>• Bonusmöglichkeiten (Wenigfahrer, Single/Partner, Garage etc.)</li> <li>• Flexibilität der Produkte (Wahlmöglichkeit von Zusatzleistungen etc.)</li> </ul>
<b>Kundenberatung</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Beratungsqualität</li> <li>• Eingehen auf Kundenbedürfnisse</li> <li>• Verbindlichkeit von Aussagen</li> <li>• Abfrage aller relevanten Kriterien</li> <li>• Passgenauigkeit des Angebotes</li> </ul>
<b>Kundenkommunikation</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kontaktmöglichkeit mit Mitarbeitern</li> <li>• Schriftliche Unterlagen / Werbung / Flyer</li> <li>• Verständlichkeit der Kommunikation (Rechnungen, Schadenformulare etc.)</li> <li>• Internetauftritt</li> <li>• Übersichtlichkeit der Website (Navigation und Suchfunktion)</li> </ul>

## Studiendesign (II)

<b>Preis-Leistungs-Verhältnis</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Preis-Leistungs-Verhältnis</li> <li>• Kostentransparenz</li> </ul>
<b>Schadenregulierung</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Reaktionsgeschwindigkeit im Schadensfall</li> <li>• Einhalten von Zusagen im Schadensfall</li> <li>• Unkompliziertheit der Schadensabwicklung</li> <li>• Nachvollziehbarkeit der Schadensabwicklung</li> <li>• Regulierungsumfang im Schadensfall</li> <li>• Aktives Schadensmanagement (Werkstattservice über Versicherung)</li> </ul>
<b>Kundenservice</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Freundlichkeit und Höflichkeit der Mitarbeiter</li> <li>• Eigeninitiative der Mitarbeiter</li> <li>• Hilfsbereitschaft der Mitarbeiter</li> <li>• Qualität der allgemeinen Anliegenbearbeitung</li> <li>• Schnelligkeit bei der Abwicklung allgemeiner Anliegen</li> <li>• Angebotene (Service-) Zusatzleistungen</li> <li>• Fehlerfreiheit</li> <li>• Umgang mit allgemeinen Beschwerden / Reklamationen</li> </ul>
<b>Kundenbetreuung</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Belohnung von Kundentreue</li> <li>• Leistungserweiterungs- oder Wechselangebote zu günstigeren Tarifen</li> <li>• Regelmäßige Überprüfung von Versicherungsumfang und -beiträgen</li> </ul>

## Studiendesign (III)

<p><b>Telematik, Pay-as-you-drive und Schaden-Apps</b></p>	<p><u>Telematik-gestützte Informationssysteme</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Akzeptanz von telematik-gestützten Informationssystemen</li> <li>• Bereitschaft zur Erfassung von Daten bei Telematiksystemen</li> <li>• Analyse auf Gesamtebene sowie differenziert nach Autoherstellern</li> </ul> <p><u>Pay-as-you-drive-Modell</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Attraktivität des Pay-as-you-drive-Modells</li> <li>• Nutzung des Pay-as-you-drive-Modells</li> <li>• Analyse auf Gesamtebene sowie differenziert nach Autoherstellern</li> </ul> <p><u>Schaden-Apps</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Attraktivität von Schaden-Apps</li> <li>• Nutzung von Schaden-Apps</li> <li>• Analyse auf Gesamtebene sowie differenziert nach Autoherstellern</li> </ul>
<p><b>Wie fahren die Deutschen?</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fahrerfahrung</li> <li>• Fahrleistung</li> <li>• Fahrgewohnheiten</li> <li>• Fahrstil</li> <li>• Kenntnisse von Verkehrsregeln</li> <li>• Verkehrsverstöße</li> </ul>
<p><b>Weitere Fragestellungen</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Geschäftsstellenbesuch (bei Kfz-Serviceversicherern)</li> <li>• Häufigkeit proaktiver Angebote</li> <li>• Stresspotenzial im Kontakt</li> <li>• bevorzugter Kontaktweg bei Problemen</li> <li>• Planung eines Anbieterwechsels</li> </ul>

## Leistungskategorien und Bewertungskriterien (I)

Produkte	Kundenberatung	Kundenkommunikation
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tarifauswahl / Tarifvielfalt</li> <li>• Transparenz der Tarife und Angebote</li> <li>• Qualität der Produkte</li> <li>• Deckungs-/Leistungserweiterungen</li> <li>• Bonusmöglichkeiten (Wenigfahrer, Single/Partner, Garage etc.)</li> <li>• Flexibilität der Produkte (Wahlmöglichkeit von Zusatzleistungen etc.)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Beratungsqualität</li> <li>• Eingehen auf Kundenbedürfnisse</li> <li>• Verbindlichkeit von Aussagen</li> <li>• Abfrage aller relevanten Kriterien</li> <li>• Passgenauigkeit des Angebotes</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kontaktmöglichkeit mit Mitarbeitern</li> <li>• Schriftliche Unterlagen / Werbung / Flyer</li> <li>• Verständlichkeit der Kommunikation (Rechnungen, Schadenformulare etc.)</li> <li>• Internetauftritt</li> <li>• Übersichtlichkeit der Website (Navigation und Suchfunktion)</li> </ul>
Preis-Leistungs-Verhältnis	Schadenregulierung	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Preis-Leistungs-Verhältnis</li> <li>• Kostentransparenz</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Reaktionsgeschwindigkeit im Schadensfall</li> <li>• Einhalten von Zusagen im Schadensfall</li> <li>• Unkompliziertheit der Schadensabwicklung</li> <li>• Nachvollziehbarkeit der Schadensabwicklung</li> <li>• Regulierungsumfang im Schadensfall</li> <li>• Aktives Schadensmanagement (Werkstattservice über Versicherung)</li> </ul>	

## Leistungskategorien und Bewertungskriterien (II)

### Kundenservice

- Freundlichkeit und Höflichkeit der Mitarbeiter
- Eigeninitiative der Mitarbeiter
- Hilfsbereitschaft der Mitarbeiter
- Qualität der allgemeinen Anliegenbearbeitung
- Schnelligkeit bei der Abwicklung allgemeiner Anliegen
- Angebotene (Service-) Zusatzleistungen
- Fehlerfreiheit
- Umgang mit allgemeinen Beschwerden / Reklamationen

### Kundenbetreuung

- Belohnung von Kundentreue
- Leistungserweiterungs- oder Wechselangebote zu günstigeren Tarifen
- Regelmäßige Überprüfung von Versicherungsumfang und -beiträgen

## Auszeichnung – Kfz-Serviceversicherer (I)

GESAMT		Produkte		Kundenberatung		Kundenkommunikation	
sehr gut	Provinzial Rheinland	sehr gut	Provinzial Rheinland	sehr gut	LVM Versicherung	sehr gut	Provinzial Rheinland
sehr gut	Allianz	sehr gut	HUK-Coburg	sehr gut	Itzehoer	sehr gut	Allianz
sehr gut	HUK-Coburg	sehr gut	Allianz	sehr gut	Basler	sehr gut	HUK-Coburg
sehr gut	Concordia	sehr gut	SV Sparkassenversicherung	sehr gut	Provinzial Rheinland	sehr gut	ADAC Versicherungen
sehr gut	SV Sparkassenversicherung	sehr gut	DEVK	sehr gut	Allianz	sehr gut	Concordia
sehr gut	ADAC Versicherungen	sehr gut	LVM Versicherung	sehr gut	ADAC Versicherungen	sehr gut	Basler
sehr gut	Itzehoer	gut	Itzehoer	sehr gut	Concordia	gut	SV Sparkassenversicherung
sehr gut	Basler	gut	Concordia	sehr gut	HUK-Coburg	gut	LVM Versicherung
sehr gut	LVM Versicherung	gut	Württembergische	sehr gut	Westfälische Provinzial	gut	Itzehoer
gut	Westfälische Provinzial	gut	AachenMünchener	sehr gut	Württembergische	gut	AXA
gut	BGV Badische	gut	Basler	gut	BGV Badische	gut	BGV Badische
gut	Württembergische	gut	WGV	gut	SV Sparkassenversicherung	gut	Westfälische Provinzial
gut	DEVK	gut	BGV Badische	gut	AachenMünchener	gut	VGH Versicherungen
gut	Gothaer	gut	Gothaer	gut	VGH Versicherungen	gut	Provinzial Nord Brandkasse
gut	AachenMünchener	gut	ADAC Versicherungen	gut	Gothaer	gut	Gothaer
gut	WGV	gut	Westfälische Provinzial	gut	WGV	gut	Zurich
gut	Provinzial Nord Brandkasse		Signal Iduna		DEVK		Signal Iduna
gut	AXA		VGH Versicherungen		Provinzial Nord Brandkasse		DEVK
	VGH Versicherungen		AXA		Zurich		ERGO
	Signal Iduna		VHV Versicherungen		VHV Versicherungen		Württembergische
	Zurich		Zurich		AXA		WGV
	VHV Versicherungen		Provinzial Nord Brandkasse		Signal Iduna		AachenMünchener
	ERGO		ERGO		Generali		Generali
	Generali		Generali		ERGO		VHV Versicherungen
	R+V		HDI		KRAVAG		Versicherungskammer Bayern
	KRAVAG		KRAVAG		R+V		R+V
	Versicherungskammer Bayern		R+V		Versicherungskammer Bayern		KRAVAG
	HDI		Versicherungskammer Bayern		HDI		HDI

Das Gesamtergebnis berechnet sich als ungewichteter Mittelwert aller Teildimensionen. Die Teildimensionen ergeben sich als ungewichteter Mittelwert aus den jeweiligen Bewertungskriterien, die am Anfang dieses Kapitels dargestellt sind. Die Auszeichnung „gut“ erhalten alle Unternehmen, die über dem Mittelwert liegen. Unternehmen, die wiederum über dem Durchschnitt der mit „gut“ bewerteten Unternehmen liegen, erhalten ein „sehr gut“.



## Auszeichnung – Kfz-Serviceversicherer (II)

Preis-Leistungs-Verhältnis	
sehr gut	HUK-Coburg
sehr gut	Concordia
sehr gut	WGV
sehr gut	Itzehoer
sehr gut	Basler
gut	DEVK
gut	ADAC Versicherungen
gut	BGV Badische
gut	SV Sparkassenversicherung
gut	Provinzial Rheinland
gut	VHV Versicherungen
gut	Gothaer
	AXA
	Allianz
	Provinzial Nord Brandkasse
	LVM Versicherung
	Signal Iduna
	Württembergische
	AachenMünchener
	Westfälische Provinzial
	KRAVAG
	R+V
	HDI
	VGH Versicherungen
	ERGO
	Generali
	Versicherungskammer Bayern
	Zurich

Schadenregulierung	
sehr gut	Provinzial Rheinland
sehr gut	Concordia
sehr gut	Allianz
sehr gut	Westfälische Provinzial
sehr gut	ADAC Versicherungen
sehr gut	SV Sparkassenversicherung
sehr gut	WGV
gut	VGH Versicherungen
gut	Provinzial Nord Brandkasse
gut	Itzehoer
gut	BGV Badische
gut	LVM Versicherung
gut	AachenMünchener
gut	Gothaer
gut	Zurich
gut	HUK-Coburg
gut	AXA
gut	Württembergische
	Basler
	DEVK
	Signal Iduna
	VHV Versicherungen
	Generali
	R+V
	ERGO
	Versicherungskammer Bayern
	KRAVAG
	HDI

Kundenservice	
sehr gut	Provinzial Rheinland
sehr gut	LVM Versicherung
sehr gut	Westfälische Provinzial
sehr gut	Allianz
sehr gut	Württembergische
sehr gut	Itzehoer
sehr gut	HUK-Coburg
sehr gut	SV Sparkassenversicherung
gut	ADAC Versicherungen
gut	AachenMünchener
gut	Concordia
gut	Basler
gut	Zurich
gut	Provinzial Nord Brandkasse
	DEVK
	Signal Iduna
	WGV
	VGH Versicherungen
	Gothaer
	AXA
	ERGO
	Generali
	VHV Versicherungen
	KRAVAG
	BGV Badische
	Versicherungskammer Bayern
	R+V
	HDI

Kundenbetreuung	
sehr gut	Allianz
sehr gut	Provinzial Rheinland
sehr gut	SV Sparkassenversicherung
sehr gut	HUK-Coburg
sehr gut	Basler
sehr gut	AXA
sehr gut	ADAC Versicherungen
sehr gut	BGV Badische
gut	Concordia
gut	Gothaer
gut	Westfälische Provinzial
gut	AachenMünchener
gut	Provinzial Nord Brandkasse
gut	VGH Versicherungen
gut	Signal Iduna
gut	DEVK
gut	Itzehoer
gut	LVM Versicherung
gut	Generali
	Württembergische
	ERGO
	R+V
	Zurich
	WGV
	VHV Versicherungen
	Versicherungskammer Bayern
	KRAVAG
	HDI

Das Gesamtergebnis berechnet sich als ungewichteter Mittelwert aller Teildimensionen. Die Teildimensionen ergeben sich als ungewichteter Mittelwert aus den jeweiligen Bewertungskriterien, die am Anfang dieses Kapitels dargestellt sind. Die Auszeichnung „gut“ erhalten alle Unternehmen, die über dem Mittelwert liegen. Unternehmen, die wiederum über dem Durchschnitt der mit „gut“ bewerteten Unternehmen liegen, erhalten ein „sehr gut“.

## Auszeichnung – Kfz-Direktversicherer

GESAMT	
sehr gut	CosmosDirekt
sehr gut	Sparkassen DirektVersicherung
sehr gut	HUK24
gut	Europa
	Allianz Direct / Allsecur
	DA direkt
	Verti
	BavariaDirekt
	R+V24
	AdmiralDirekt

Produkte	
sehr gut	CosmosDirekt
sehr gut	HUK24
gut	Sparkassen DirektVersicherung
gut	Europa
	Verti
	Allianz Direct / Allsecur
	R+V24
	DA direkt
	BavariaDirekt
	AdmiralDirekt

Kundenberatung	
sehr gut	Sparkassen DirektVersicherung
sehr gut	CosmosDirekt
sehr gut	Europa
sehr gut	HUK24
gut	DA direkt
gut	Allianz Direct / Allsecur
	Verti
	BavariaDirekt
	AdmiralDirekt
	R+V24

Kundenkommunikation	
sehr gut	CosmosDirekt
sehr gut	Sparkassen DirektVersicherung
gut	HUK24
gut	Europa
	BavariaDirekt
	DA direkt
	Allianz Direct / Allsecur
	R+V24
	Verti
	AdmiralDirekt

Preis-Leistungs-Verhältnis	
sehr gut	HUK24
sehr gut	CosmosDirekt
gut	Europa
gut	Allianz Direct / Allsecur
	Sparkassen DirektVersicherung
	BavariaDirekt
	DA direkt
	Verti
	R+V24
	AdmiralDirekt

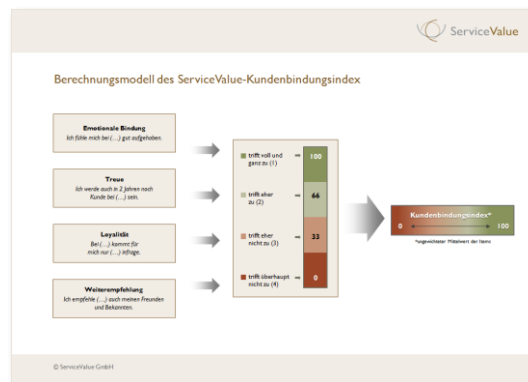
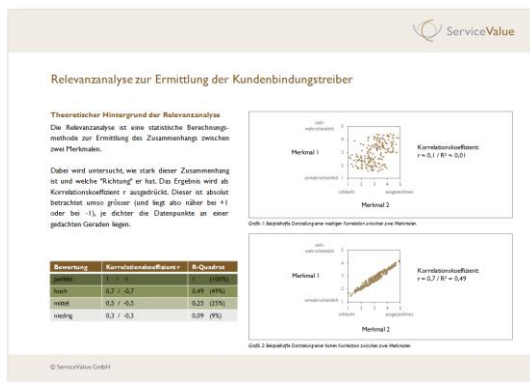
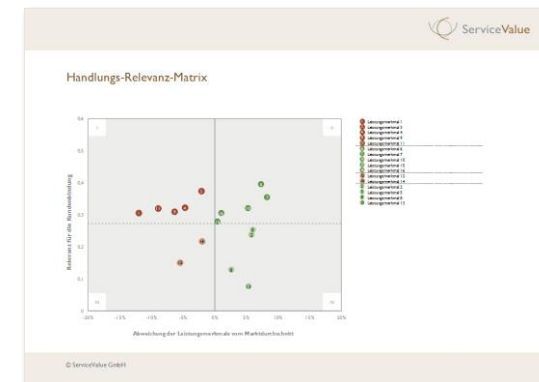
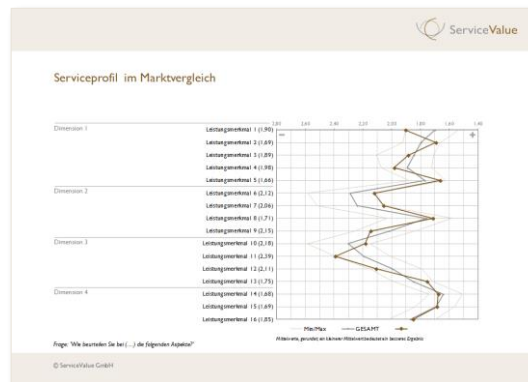
Schadenregulierung	
sehr gut	HUK24
sehr gut	Sparkassen DirektVersicherung
sehr gut	CosmosDirekt
gut	Allianz Direct / Allsecur
gut	DA direkt
	Verti
	Europa
	R+V24
	BavariaDirekt
	AdmiralDirekt

Kundenservice	
sehr gut	Sparkassen DirektVersicherung
sehr gut	HUK24
sehr gut	CosmosDirekt
gut	Europa
gut	DA direkt
gut	Verti
	Allianz Direct / Allsecur
	R+V24
	BavariaDirekt
	AdmiralDirekt

Kundenbetreuung	
sehr gut	Sparkassen DirektVersicherung
sehr gut	Europa
gut	CosmosDirekt
gut	HUK24
gut	BavariaDirekt
	Verti
	Allianz Direct / Allsecur
	DA direkt
	R+V24
	AdmiralDirekt

Das Gesamtergebnis berechnet sich als ungewichteter Mittelwert aller Teildimensionen. Die Teildimensionen ergeben sich als ungewichteter Mittelwert aus den jeweiligen Bewertungskriterien, die am Anfang dieses Kapitels dargestellt sind. Die Auszeichnung „gut“ erhalten alle Unternehmen, die über dem Mittelwert liegen. Unternehmen, die wiederum über dem Durchschnitt der mit „gut“ bewerteten Unternehmen liegen, erhalten ein „sehr gut“.

# Informationen werden anschaulich aufbereitet ...



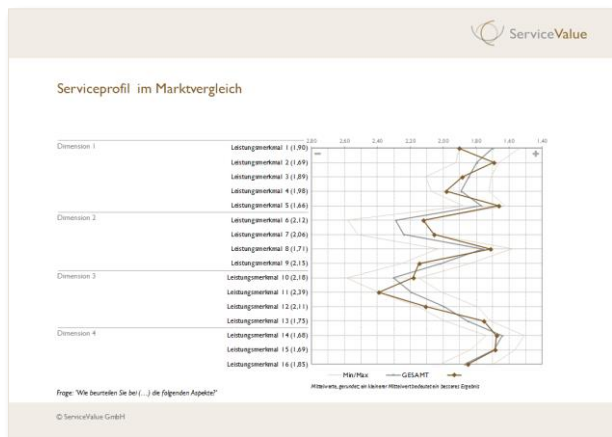
Anonymisierte Musterfolien

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

## Ihre Fragen – unsere Antworten (I)

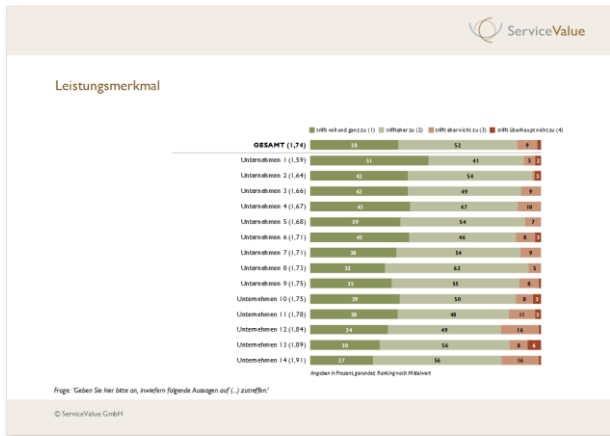


- Welche Stärken und Schwächen weisen die einzelnen Anbieter auf?
  - Auf welche Handlungsfelder sollten die einzelnen Anbieter hohe Aufmerksamkeit in der Optimierung richten?
- ⇒ Klare Handlungsorientierung durch Handlungs-Relevanz-Matrix für jeden Anbieter



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

- Gütesiegel für Marketingzwecke**  
(Basis für die auf dem Siegel aufzuführenden Kriterien ist der Studienflyer – ServiceAtlas Kfz-Versicherer 2019. Die Bezugsberechtigung und Lizenzgebühr werden individuell geprüft und das Gütesiegel entsprechend angefertigt.)
- Ergebnispräsentation und Analysegespräch vor Ort** inkl. Überlassung der Präsentations-Datei zum Preis von 2.900,-€ netto, zzgl. anfallender Reisekosten
- ServiceAtlas Kfz-Versicherer 2019** – Wettbewerbsanalyse zur Kundenorientierung (497 Seiten, PDF) zum Preis von 3.900,- € netto
- Vorteilsangebot** ServiceAtlas Kfz-Versicherer 2019 (497 Seiten, PDF) und Ergebnispräsentation sowie Analysegespräch vor Ort zum Preis von 5.800,- € netto, zzgl. anfallender Reisekosten

### Kontaktdaten (Versand- und 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: © godfer – 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)