



Kundenurteil: Fairness von Privat-Haftpflicht- versicherern 2017

Wettbewerbsanalyse mit Detail-Auswertungen
für 30 Privat-Haftpflichtversicherer in
Deutschland

Eine Untersuchung in Kooperation mit



Studienflyer mit Bestellformular



Studiensteckbrief

Studienkonzept	FOCUS-MONEY und ServiceValue GmbH
Erhebungsmethode	Online-Befragung
Erhebungszeitraum	Juli / August 2017
Stichprobe	2.861 Kunden mit 3.211 Urteilen zu 33 Versicherern (Bewertung von bis zu 2 Versicherern, bei denen die Befragten in den letzten 12 Monaten Kunden waren)
Auswertung	<ul style="list-style-type: none"> • Umfassende Darstellung der Gesamtergebnisse <p>Detailergebnisse für 33 Versicherer</p> <ul style="list-style-type: none"> • AachenMünchener • Allianz • ARAG • AXA • Basler • Concordia • CosmosDirekt • Debeka • DEVK • Die Continentale • Die Haftpflichtkasse • ERGO • Generali • Gothaer • HDI • Helvetia • HUK24 • HUK-COBURG • LVM • Mecklenburgische • Nürnberger • Provinzial Nord Brandkasse • Provinzial Rheinland • R+V • Signal Iduna • SV SparkassenVersicherung • Versicherungskammer Bayern • VGH • VHV • Westfälische Provinzial • WGV • Württembergische • Zurich
Gesamtumfang	340 Seiten Chart-Berichtsband (PDF)

Studiendesign (I)

Gesamtaussagen	<ul style="list-style-type: none"> • Gesamtzufriedenheit • Kundenorientierung • Ruf und Image
Kundenbindung	<ul style="list-style-type: none"> • Emotionale Bindung • Treue • Loyalität • Weiterempfehlungsbereitschaft
Faire Tarifleistung	<ul style="list-style-type: none"> • Transparenz der Produkte und Leistungen • Produktauswahl • Qualität der Produkte • Zuverlässigkeit der Produkte • Flexible Produkte • Sicherheit • Forderungsausfalldeckung • Deckungssummen
Faire Kundenberatung	<ul style="list-style-type: none"> • Eingehen auf Kundenbedürfnisse • Auskunftsfähigkeit und -bereitschaft • Fachkompetenz • Verbindlichkeit von Aussagen • Proaktiv bessere Angebote
Fairer Kundenservice	<ul style="list-style-type: none"> • Reaktion bei Problemen (Zeit und Qualität) • Unbürokratischer Kundenservice • Erreichbarkeit von Mitarbeitern • Reaktion auf Anfragen (Zeit und Qualität) • Kulanz

Studiendesign (II)

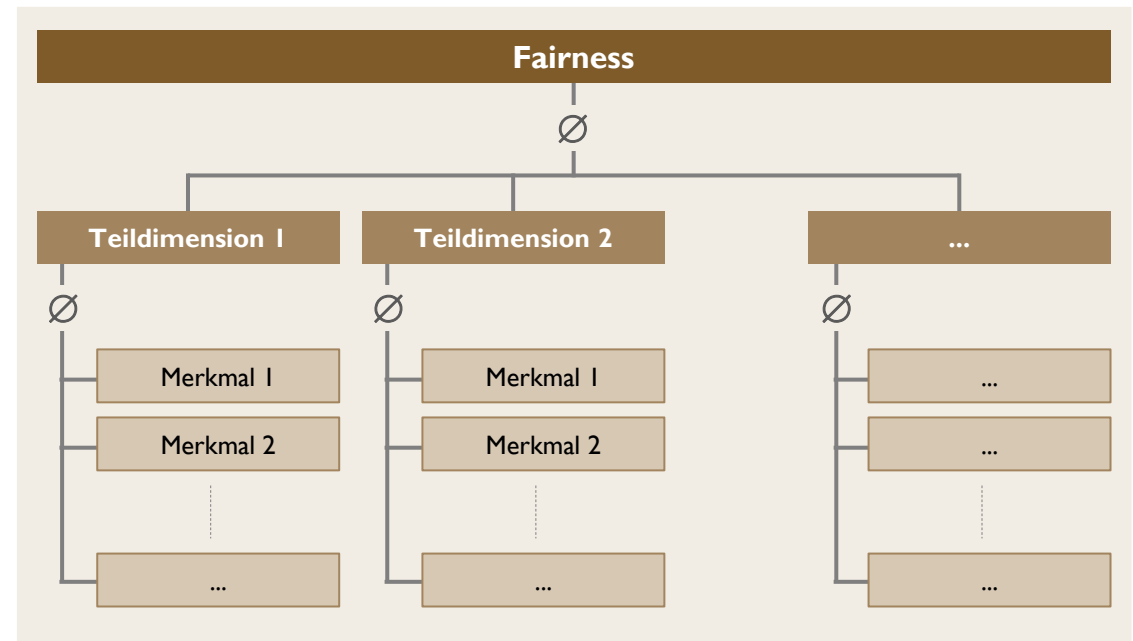
Faire Kundenkommunikation	<ul style="list-style-type: none">• Verständlichkeit der Kommunikation• Verständlichkeit der Angebots- und Vertragsunterlagen• Angemessener Informationsumfang• Orientierung auf der Website• Online-Vertragsabschluss
Faires Preis-Leistungs-Verhältnis	<ul style="list-style-type: none">• Preis-Leistungs-Verhältnis• Kostentransparenz• Preisstabilität• Belohnung der Kundentreue• Berechnung von Zeitwerten

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 Privat-Haftpflichtversicherern

Fairness

Faire Tarifleistung

- Transparenz der Produkte und Leistungen
- Produktauswahl
- Qualität der Produkte
- Zuverlässigkeit der Produkte
- Flexible Produkte
- Sicherheit
- Forderungsausfalldeckung
- Deckungssummen

Faire Kundenberatung

- Eingehen auf Kundenbedürfnisse
- Auskunftsfähigkeit und -bereitschaft
- Fachkompetenz
- Verbindlichkeit von Aussagen
- Proaktiv bessere Angebote

Fairer Kundenservice

- Reaktion bei Problemen (Zeit und Qualität)
- Unbürokratischer Kundenservice
- Erreichbarkeit von Mitarbeitern
- Reaktion auf Anfragen (Zeit und Qualität)
- Kulanz

Faire Kundenkommunikation

- Verständlichkeit der Kommunikation
- Verständlichkeit der Angebots- und Vertragsunterlagen
- Angemessener Informationsumfang
- Orientierung auf der Website
- Online-Vertragsabschluss

Faires Preis-Leistungs-Verhältnis

- Preis-Leistungs-Verhältnis
- Kostentransparenz
- Preisstabilität
- Belohnung der Kundentreue
- Berechnung von Zeitwerten

FOCUS-MONEY Kundenurteil: Faire Privat-Haftpflichtversicherer (I)

FAIRNESS		Faire Tarifleistung		Faire Kundenberatung	
sehr gut	AachenMünchener	sehr gut	AachenMünchener	sehr gut	AachenMünchener
sehr gut	Allianz	sehr gut	Allianz	sehr gut	Allianz
sehr gut	CosmosDirekt	sehr gut	CosmosDirekt	sehr gut	CosmosDirekt
sehr gut	Die Continentale	sehr gut	Die Haftpflichtkasse	sehr gut	LVM
sehr gut	HUK-COBURG	sehr gut	HUK-COBURG	sehr gut	Mecklenburgische
sehr gut	LVM	sehr gut	LVM	sehr gut	Provinzial Rheinland
sehr gut	Mecklenburgische	sehr gut	Provinzial Rheinland	sehr gut	Württembergische
sehr gut	Provinzial Rheinland	sehr gut	VHV	sehr gut	Zurich
sehr gut	Württembergische	gut	Die Continentale	gut	AXA
sehr gut	Zurich	gut	ERGO	gut	DEVK
gut	DEVK	gut	Helvetia	gut	Die Continentale
gut	Die Haftpflichtkasse	gut	HUK24	gut	HUK-COBURG
gut	Gothaer	gut	Mecklenburgische	gut	Provinzial Nord Brandkasse
gut	HUK24	gut	VGH	gut	R+V
gut	Provinzial Nord Brandkasse	gut	Westfälische Provinzial	gut	VGH
gut	VGH	gut	WGV	gut	Westfälische Provinzial
gut	VHV	gut	Württembergische		ARAG
gut	Westfälische Provinzial	gut	Zurich		Basler
gut	WGV		ARAG		Concordia
	ARAG		AXA		Debeka
	AXA		Basler		Die Haftpflichtkasse
	Basler		Concordia		ERGO
	Concordia		Debeka		Generali
	Debeka		DEVK		Gothaer
	ERGO		Generali		HDI
	Generali		Gothaer		Helvetia
	HDI		HDI		HUK24
	Helvetia		Nürnbergger		Nürnbergger
	Nürnbergger		Provinzial Nord Brandkasse		Signal Iduna
	R+V		R+V		SV SparkassenVersicherung
	Signal Iduna		Signal Iduna		Versicherungskammer Bayern
	SV SparkassenVersicherung		SV SparkassenVersicherung		VHV
	Versicherungskammer Bayern		Versicherungskammer Bayern		WGV

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

FOCUS-MONEY Kundenurteil: Faire Privat-Haftpflichtversicherer (II)

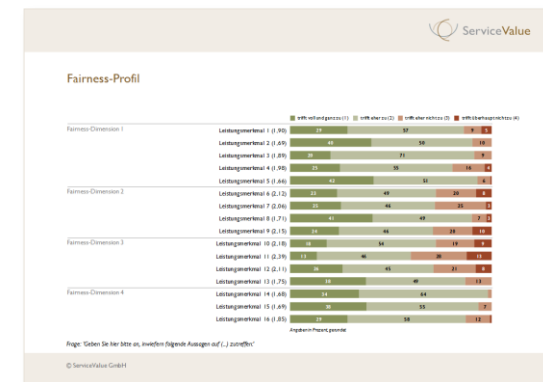
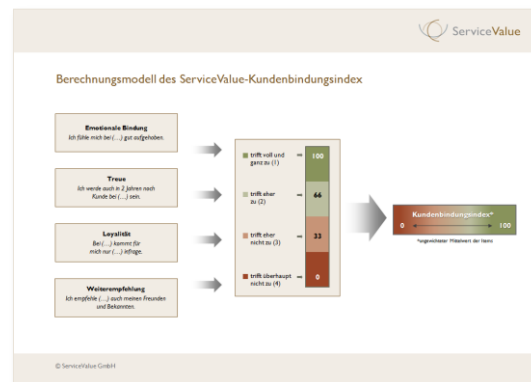
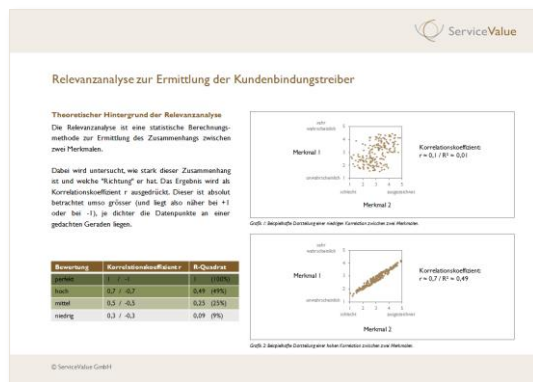
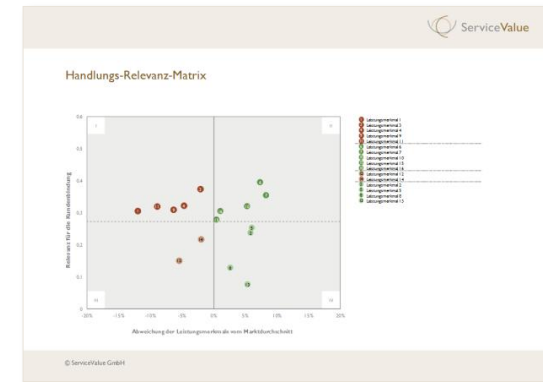
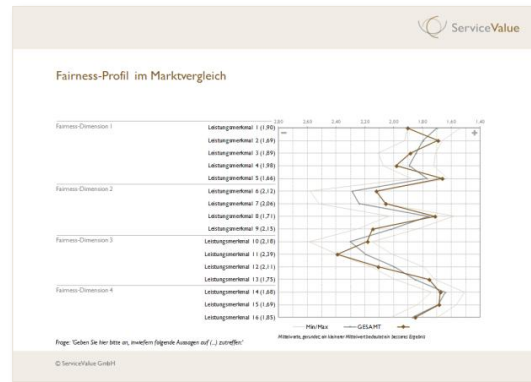
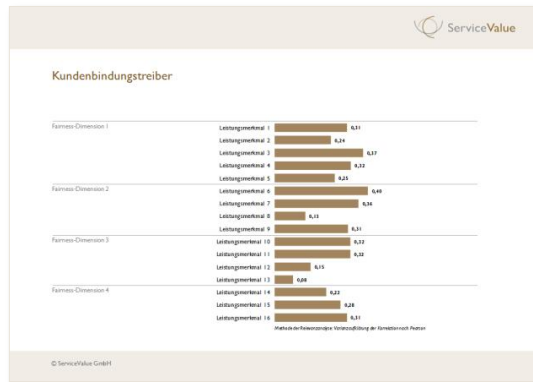
Fairer Kundenservice	
sehr gut	AachenMünchener
sehr gut	Allianz
sehr gut	CosmosDirekt
sehr gut	HUK-COBURG
sehr gut	LVM
sehr gut	Mecklenburgische
sehr gut	Provinzial Rheinland
sehr gut	VGH
sehr gut	Westfälische Provinzial
sehr gut	Württembergische
gut	DEVK
gut	Die Continentale
gut	Die Haftpflichtkasse
gut	ERGO
gut	HUK24
gut	Provinzial Nord Brandkasse
gut	VHV
gut	Zurich
	ARAG
	AXA
	Basler
	Concordia
	Debeka
	Generali
	Gothaer
	HDI
	Helvetia
	Nürnbergger
	R+V
	Signal Iduna
	SV SparkassenVersicherung
	Versicherungskammer Bayern
	WGV

Faire Kundenkommunikation	
sehr gut	CosmosDirekt
sehr gut	Die Haftpflichtkasse
sehr gut	HUK24
sehr gut	HUK-COBURG
sehr gut	Mecklenburgische
sehr gut	VHV
sehr gut	WGV
sehr gut	Württembergische
gut	AachenMünchener
gut	Allianz
gut	DEVK
gut	Die Continentale
gut	ERGO
gut	Gothaer
gut	LVM
gut	Provinzial Rheinland
gut	VGH
gut	Zurich
	ARAG
	AXA
	Basler
	Concordia
	Debeka
	Generali
	HDI
	Helvetia
	Nürnbergger
	Provinzial Nord Brandkasse
	R+V
	Signal Iduna
	SV SparkassenVersicherung
	Versicherungskammer Bayern
	Westfälische Provinzial

Faires Preis-Leistungs-Verhältnis	
sehr gut	AachenMünchener
sehr gut	CosmosDirekt
sehr gut	Die Continentale
sehr gut	HUK24
sehr gut	HUK-COBURG
sehr gut	WGV
sehr gut	Württembergische
gut	Allianz
gut	DEVK
gut	Die Haftpflichtkasse
gut	Gothaer
gut	LVM
gut	Mecklenburgische
gut	Provinzial Rheinland
gut	VGH
gut	VHV
gut	Zurich
	ARAG
	AXA
	Basler
	Concordia
	Debeka
	ERGO
	Generali
	HDI
	Helvetia
	Nürnbergger
	Provinzial Nord Brandkasse
	R+V
	Signal Iduna
	SV SparkassenVersicherung
	Versicherungskammer Bayern
	Westfälische Provinzial

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

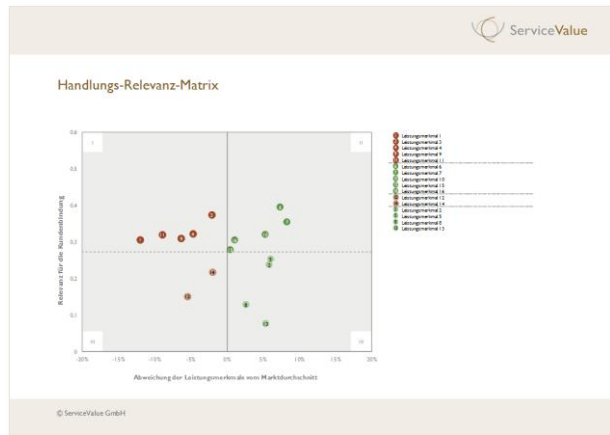
Informationen werden anschaulich aufbereitet ...



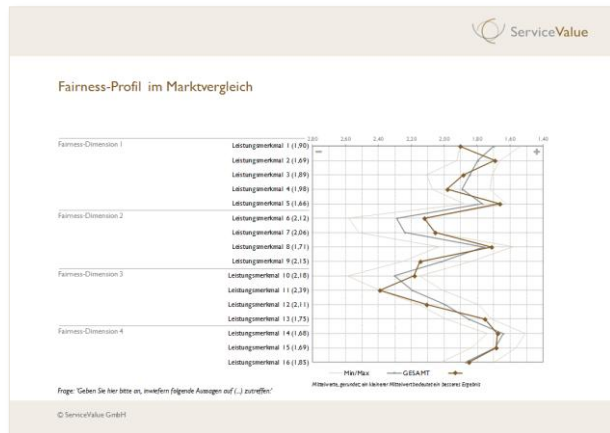
Anonymisierte Musterfolien

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

Ihre Fragen – unsere Antworten (I)

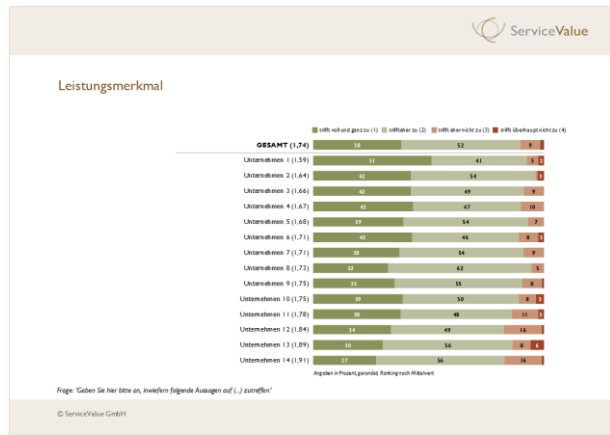


- Welche Stärken und Schwächen weisen die einzelnen Anbieter auf?
 - Auf welche Handlungsfelder sollten die einzelnen Anbieter hohe Aufmerksamkeit in der Optimierung richten?
- ⇒ Klare Handlungsorientierung durch Handlungs-Relevanz-Matrix für jeden Anbieter



- 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, 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** „Kundenurteil: Fairness von Privat-Haftpflichtversicherern 2017“ (Einzelexemplar, 340 Seiten, PDF)
zum Preis von 3.900,- € netto
- Ergebnispräsentation vor Ort** inkl. Überlassung der Präsentations-Datei (PPT)
zum Preis von 2.900,-€ netto, zzgl. anfallender Reisekosten
- Vorteilsangebot**
Benchmarkstudie „Kundenurteil: Fairness von Privat-Haftpflichtversicherern 2017“ (Einzelexemplar, 340 Seiten, PDF)
und Ergebnispräsentation 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. 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 / DOC RABE Media – Fotolia.com

“Our business is value development
by service excellence.”

ServiceValue GmbH

Dürener Straße 341
50935 Köln
www.ServiceValue.de