



ServiceAtlas Berufsunfähigkeitsversicherer 2017

Wettbewerbsanalyse zur
Kundenorientierung

Mit Detail-Auswertungen für 26 Berufsunfähigkeitsversicherer

Studienflyer und Bestellformular

Studiensteckbrief

Studienkonzept	ServiceValue GmbH
Erhebungsmethode	Online-Befragung
Erhebungszeitraum	Mai / Juni 2017
Stichprobe	1.969 Kundenurteile zu 26 Berufsunfähigkeitsversicherern (BU-Versicherer) (Bewertung von BU-Versicherern mit denen die Befragten Erfahrungen gemacht haben)
Auswertung	<p><u>Detailergebnisse für 26 BU-Versicherer</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • AachenMünchener • Allianz • Alte Leipziger • AXA • Barmenia • CosmosDirekt • DBV • Debeka • Die Continentale • ERGO • EUROPA • Generali • Gothaer • HanseMerkur • HDI • HUK-Coburg • Nürnberger • Provinzial NordWest • Provinzial Rheinland • R+V • Signal Iduna • SwissLife • Versicherungskammer Bayern • VOLKSWOHL BUND • Württembergische • Zurich
Gesamtumfang	296 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 • Wiederkaufbereitschaft • Weiterempfehlungsbereitschaft
Produktangebot	<ul style="list-style-type: none"> • Produktvielfalt • Flexibilität der Produktmerkmale • Produkte für verschiedene Personengruppen • Qualität der Versicherungsleistungen • Nachvollziehbarkeit der Versicherungsprämien • Gefühl der Sicherheit durch Produkte und Leistungen • Aufzeigen der Produktunterschiede • Flexibilität bei Beitragszahlungen • Interessante Zusatzleistungen
Versicherungsbedingungen	<ul style="list-style-type: none"> • Transparenz der Versicherungsbedingungen • Verständlichkeit der Vertragsunterlagen • Eindeutigkeit der medizinischen Mitwirkungspflichten • Klare Hervorhebung der Leistungsausschlüsse • Deutlichkeit des Rücktrittsrechts • Nachvollziehbarkeit des Gesundheitscheck-Zeitraums • Eindeutiger Fragenkatalog zum Gesundheitszustand • Angemessenheit des Prognosezeitraums

Studiendesign (II)

<p>Kundenservice</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Freundlichkeit der Mitarbeiter • Eigeninitiative der Mitarbeiter • Qualität der Anliegenbearbeitung • Kulanz bei Beschwerden / Problemen • Verlässlichkeit der Aussagen
<p>Kundenberatung</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Leichte Kontaktaufnahme zu Mitarbeitern • Fachkompetenz der Mitarbeiter • Beratungsqualität • Aufklärung zu Netto-Brutto Beiträgen • Beratung zur Rentenhöhe und Vertragslaufzeit • Beantwortung aller Kundenfragen
<p>Preis-Leistungs-Verhältnis</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Angemessenes Preis-Leistungs-Verhältnis • Vorhersehbarkeit der Beiträge • Angemessene Beitragshöhe

Leistungskategorien und Bewertungskriterien

Kundenorientierung

Produktangebot

- Produktvielfalt
- Flexibilität der Produktmerkmale
- Produkte für verschiedene Personengruppen
- Qualität der Versicherungsleistungen
- Nachvollziehbarkeit der Versicherungsprämien
- Gefühl der Sicherheit durch Produkte und Leistungen
- Aufzeigen der Produktunterschiede
- Flexibilität bei Beitragszahlungen
- Interessante Zusatzleistungen

Versicherungsbedingungen

- Transparenz der Versicherungsbedingungen
- Verständlichkeit der Vertragsunterlagen
- Eindeutigkeit der medizinischen Mitwirkungspflichten
- Klare Hervorhebung der Leistungsausschlüsse
- Deutlichkeit des Rücktrittsrechts
- Nachvollziehbarkeit des Gesundheitscheck-Zeitraums
- Eindeutiger Fragenkatalog zum Gesundheitszustand
- Angemessenheit des Prognosezeitraums

Kundenservice

- Freundlichkeit der Mitarbeiter
- Eigeninitiative der Mitarbeiter
- Qualität der Anliegenbearbeitung
- Kulanz bei Beschwerden / Problemen
- Verlässlichkeit der Aussagen

Kundenberatung

- Leichte Kontaktaufnahme zu Mitarbeitern
- Fachkompetenz der Mitarbeiter
- Beratungsqualität
- Aufklärung zu Netto-Brutto Beiträgen
- Beratung zur Rentenhöhe und Vertragslaufzeit
- Beantwortung aller Kundenfragen

Preis-Leistungs-Verhältnis

- Angemessenes Preis-Leistungs-Verhältnis
- Vorhersehbarkeit der Beiträge
- Angemessene Beitragshöhe

Auszeichnung BU-Versicherer (I)

GESAMT		Produktangebot		Versicherungsbedingungen	
sehr gut	Provinzial Rheinland	sehr gut	CosmosDirekt	sehr gut	CosmosDirekt
sehr gut	CosmosDirekt	sehr gut	Provinzial Rheinland	sehr gut	Die Continentale
sehr gut	Württembergische	sehr gut	Württembergische	sehr gut	Signal Iduna
sehr gut	Signal Iduna	sehr gut	Provinzial NordWest	sehr gut	Alte Leipziger
sehr gut	Die Continentale	sehr gut	HUK-Coburg	sehr gut	SwissLife
sehr gut	HUK-Coburg	sehr gut	Gothaer	sehr gut	HanseMerkur
sehr gut	R+V	sehr gut	Signal Iduna	gut	HUK-Coburg
sehr gut	Gothaer	gut	Allianz	gut	Debeka
sehr gut	HanseMerkur	gut	Die Continentale	gut	R+V
gut	Alte Leipziger	gut	R+V	gut	Württembergische
gut	AXA	gut	AachenMünchener	gut	Gothaer
gut	Allianz	gut	SwissLife	gut	AXA
gut	Debeka	gut	HanseMerkur	gut	Allianz
gut	Provinzial NordWest	gut	Zurich	gut	AachenMünchener
gut	AachenMünchener	gut	Alte Leipziger		Provinzial Rheinland
gut	SwissLife		Debeka		Zurich
	Zurich		AXA		HDI
	HDI		HDI		Generali
	EUROPA		Versicherungskammer Bayern		Nürnberger
	Nürnberger		VOLKSWOHL BUND		Provinzial NordWest
	Generali		Generali		Barmenia
	Barmenia		ERGO		ERGO
	ERGO		Nürnberger		VOLKSWOHL BUND
	VOLKSWOHL BUND		EUROPA		EUROPA
	Versicherungskammer Bayern		Barmenia		DBV
	DBV		DBV		Versicherungskammer Bayern

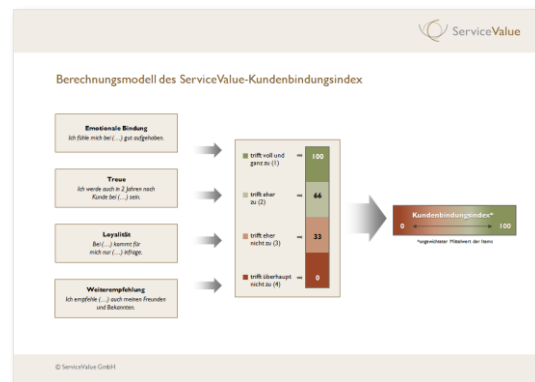
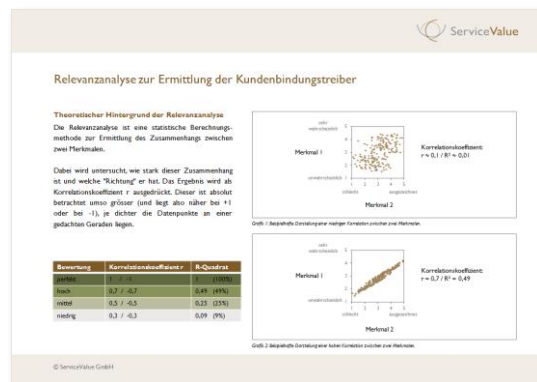
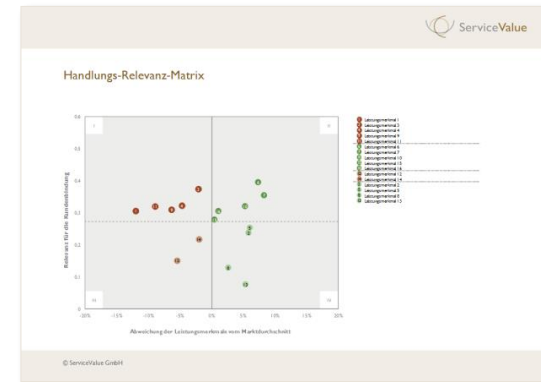
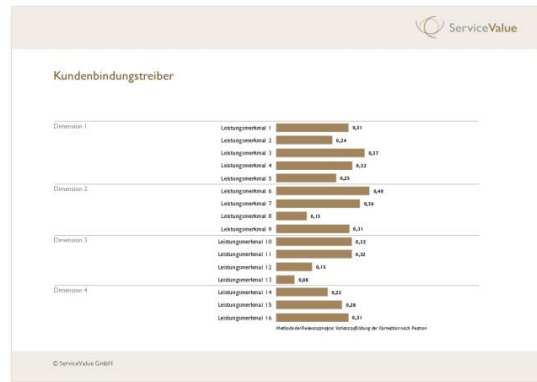
Das Gesamtergebnis berechnet sich als ungewichteter Mittelwert aller Teildimensionen. Diese ergeben sich als ungewichteter Mittelwert aus den jeweiligen Bewertungskriterien. Die Auszeichnung „gut“ erhalten alle Unternehmen, die über dem Mittelwert liegen. Unternehmen, die wiederum über dem Durchschnitt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

Auszeichnung BU-Versicherer (II)

Kundenservice		Kundenberatung		Preis-Leistungs-Verhältnis	
sehr gut	Provinzial Rheinland	sehr gut	Provinzial Rheinland	sehr gut	CosmosDirekt
sehr gut	R+V	sehr gut	Württembergische	sehr gut	Signal Iduna
sehr gut	HUK-Coburg	sehr gut	Signal Iduna	sehr gut	Gothaer
sehr gut	Württembergische	sehr gut	HanseMerkur	sehr gut	Württembergische
sehr gut	Provinzial NordWest	sehr gut	R+V	sehr gut	Die Continentale
sehr gut	Die Continentale	sehr gut	AXA	sehr gut	HanseMerkur
gut	Allianz	gut	CosmosDirekt	gut	HUK-Coburg
gut	Gothaer	gut	Debeka	gut	Provinzial Rheinland
gut	HanseMerkur	gut	Allianz	gut	Alte Leipziger
gut	SwissLife	gut	Alte Leipziger	gut	AXA
gut	Debeka	gut	Die Continentale	gut	R+V
gut	AachenMünchener	gut	AachenMünchener	gut	AachenMünchener
gut	Signal Iduna	gut	Gothaer	gut	Debeka
gut	AXA	gut	Provinzial NordWest	gut	EUROPA
gut	CosmosDirekt		HUK-Coburg		Provinzial NordWest
	Zurich		SwissLife		SwissLife
	EUROPA		Zurich		HDI
	Alte Leipziger		EUROPA		Allianz
	HDI		HDI		Nürnberger
	Nürnberger		Nürnberger		Barmenia
	ERGO		Generali		Zurich
	DBV		ERGO		DBV
	VOLKSWOHL BUND		DBV		Versicherungskammer Bayern
	Barmenia		VOLKSWOHL BUND		VOLKSWOHL BUND
	Generali		Versicherungskammer Bayern		Generali
	Versicherungskammer Bayern		Barmenia		ERGO

Das Gesamtergebnis berechnet sich als ungewichteter Mittelwert aller Teildimensionen. Diese ergeben sich als ungewichteter Mittelwert aus den jeweiligen Bewertungskriterien. 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“.

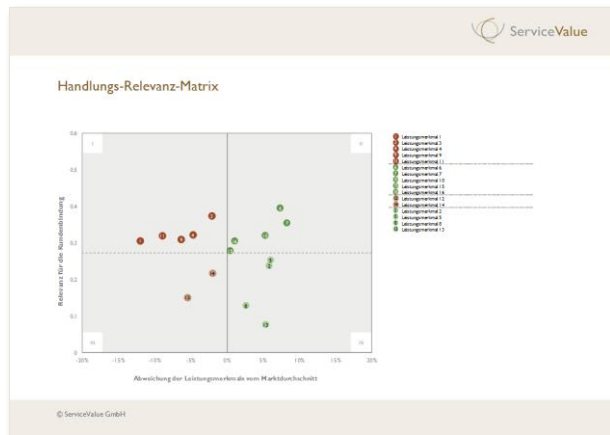
Informationen werden anschaulich aufbereitet ...



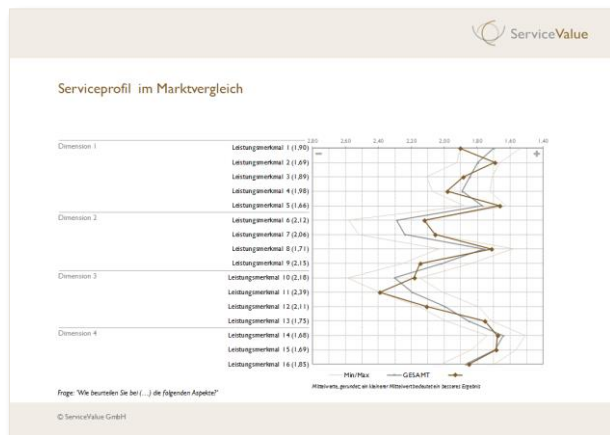
Anonymisierte Musterfolien

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

Ihre Fragen – unsere Antworten (I)

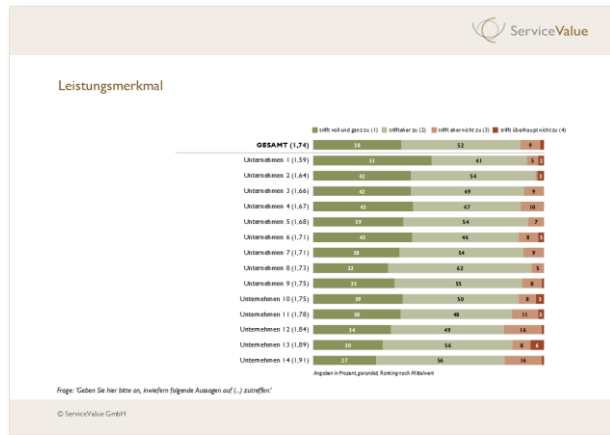


- Welche Stärken und Schwächen weisen die einzelnen Anbieter auf?
 - Auf welche Handlungsfelder sollten die einzelnen Anbieter hohe Aufmerksamkeit in der Optimierung richten?
- ⇒ Klare Handlungsorientierung durch Handlungs-Relevanz-Matrix für jeden Anbieter



- 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

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: © Coloures-Pic- Fotolia.com

“Our business is value development
by service excellence.”

ServiceValue GmbH

Dürener Straße 341
50935 Köln
www.ServiceValue.de