



ServiceAtlas Lebensversicherer 2017

Wettbewerbsanalyse zur
Kundenorientierung

Mit Detail-Auswertungen für 17 Lebensversicherer

Studienflyer und Bestellformular

Studiensteckbrief

Studienkonzept	ServiceValue GmbH
Erhebungsmethode	Online-Befragung
Erhebungszeitraum	Oktober 2017
Stichprobe	<p>n = 1.233 Kunden mit insgesamt 1.775 Urteilen; Bewertung von bis zu zwei Unternehmen, bei denen die Befragten mindestens eines der folgenden Produkte abgeschlossen haben:</p> <p>Kapitallebensversicherung, Risikolebensversicherung, Berufsunfähigkeitsversicherung, Staatlich geförderte Rente (Riester-Rente, Basisrente), Private Rentenversicherung oder Betriebliche Altersvorsorge</p>
Auswertung	<p>Umfassende Darstellung der Gesamtergebnisse</p> <p>Detailergebnisse für 17 Lebensversicherer</p> <ul style="list-style-type: none"> • AachenMünchener • Allianz • Alte Leipziger • AXA • CosmosDirekt • Debeka • ERGO • Generali • HDI • Nürnberger • Provinzial NordWest • R+V • SV SparkassenVersicherung • Versicherungskammer Bayern • Württembergische • WWK Lebensversicherung • Zurich
Gesamtumfang	124 Seiten Chart-Berichtsband (PDF)

Studiendesign

Gesamtaussagen	<ul style="list-style-type: none"> • Gesamtzufriedenheit • Kundenorientierung • Ruf und Image
Kundenbindung	<ul style="list-style-type: none"> • Emotionale Bindung • Loyalität • Weiterempfehlungsbereitschaft
Produkte	<ul style="list-style-type: none"> • Produktauswahl und -alternativen • Transparenz der Produkte und Tarife • Angebots- und Vertragsunterlagen • Produktqualität • Flexibilität und Passgenauigkeit der Produkte
Kundenberatung	<ul style="list-style-type: none"> • Fachliche Kompetenz der Mitarbeiter • Soziale Kompetenz der Mitarbeiter • Verständlichkeit der Beratung • Berücksichtigung der individuellen Lebenssituation • Vollständigkeit der Beratung
Kundenservice	<ul style="list-style-type: none"> • Erreichbarkeit von Mitarbeitern • Reaktionszeit bei Fragen und Anliegen • Qualität der Anliegenbearbeitung • Regelmäßige Informationen • Umgang mit Beschwerden / Reklamationen
Preis-Leistungs-Verhältnis	<ul style="list-style-type: none"> • Preis-Leistungs-Verhältnis • Kostentransparenz

Leistungskategorien und Bewertungskriterien

Produkte

- Produktauswahl und -alternativen
- Transparenz der Produkte und Tarife
- Angebots- und Vertragsunterlagen
- Produktqualität
- Flexibilität und Passgenauigkeit der Produkte

Kundenberatung

- Fachliche Kompetenz der Mitarbeiter
- Soziale Kompetenz der Mitarbeiter
- Verständlichkeit der Beratung
- Berücksichtigung der individuellen Lebenssituation
- Vollständigkeit der Beratung

Kundenservice

- Erreichbarkeit von Mitarbeitern
- Reaktionszeit bei Fragen und Anliegen
- Qualität der Anliegenbearbeitung
- Regelmäßige Informationen
- Umgang mit Beschwerden / Reklamationen

Preis-Leistungs-Verhältnis

- Preis-Leistungs-Verhältnis
- Kosten- und Leistungstransparenz

Auszeichnung Lebensversicherer (I)

GESAMT	
sehr gut	CosmosDirekt
sehr gut	R+V
sehr gut	SV SparkassenVersicherung
sehr gut	AXA
sehr gut	Allianz
sehr gut	Provinzial NordWest
sehr gut	WWK Lebensversicherung
gut	Württembergische
gut	Debeka
gut	AachenMünchener
gut	Versicherungskammer Bayern
	Zurich
	ERGO
	Alte Leipziger
	HDI
	Nürnbergger
	Generali

Produkte	
sehr gut	CosmosDirekt
sehr gut	Allianz
sehr gut	AXA
sehr gut	Provinzial NordWest
sehr gut	AachenMünchener
sehr gut	WWK Lebensversicherung
gut	Versicherungskammer Bayern
gut	Debeka
gut	Württembergische
gut	R+V
gut	SV SparkassenVersicherung
gut	Alte Leipziger
	Zurich
	HDI
	ERGO
	Nürnbergger
	Generali

Kundenberatung	
sehr gut	R+V
sehr gut	SV SparkassenVersicherung
sehr gut	Provinzial NordWest
sehr gut	AachenMünchener
gut	Allianz
gut	Württembergische
gut	Versicherungskammer Bayern
gut	AXA
gut	WWK Lebensversicherung
	Zurich
	Debeka
	CosmosDirekt
	Nürnbergger
	ERGO
	HDI
	Alte Leipziger
	Generali

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“.

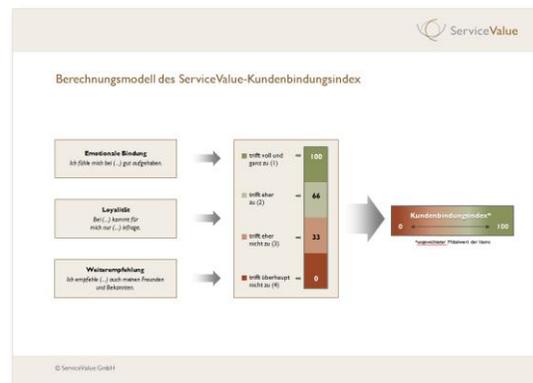
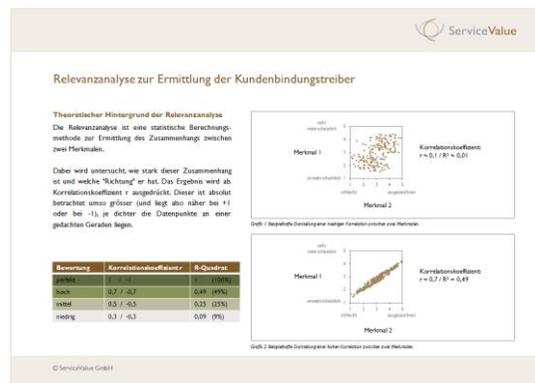
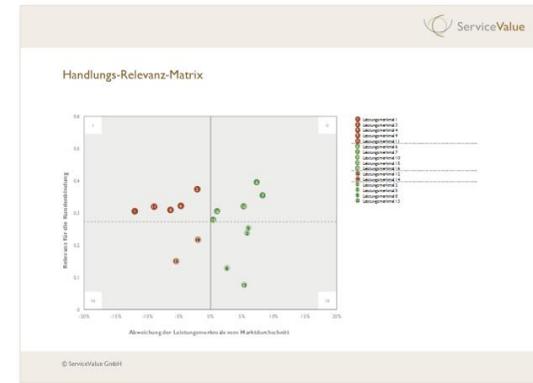
Auszeichnung Lebensversicherer (II)

Kundenservice	
sehr gut	SV SparkassenVersicherung
sehr gut	Allianz
sehr gut	AXA
sehr gut	CosmosDirekt
sehr gut	R+V
sehr gut	Provinzial NordWest
gut	WWK Lebensversicherung
gut	Württembergische
gut	AachenMünchener
gut	Versicherungskammer Bayern
	Debeka
	Zurich
	ERGO
	HDI
	Alte Leipziger
	Generali
	Nürnberg

Preis-Leistungs-Verhältnis	
sehr gut	CosmosDirekt
sehr gut	WWK Lebensversicherung
sehr gut	Debeka
gut	R+V
gut	Württembergische
gut	AXA
	SV SparkassenVersicherung
	Alte Leipziger
	Provinzial NordWest
	Versicherungskammer Bayern
	Zurich
	ERGO
	Allianz
	HDI
	Nürnberg
	AachenMünchener
	Generali

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“.

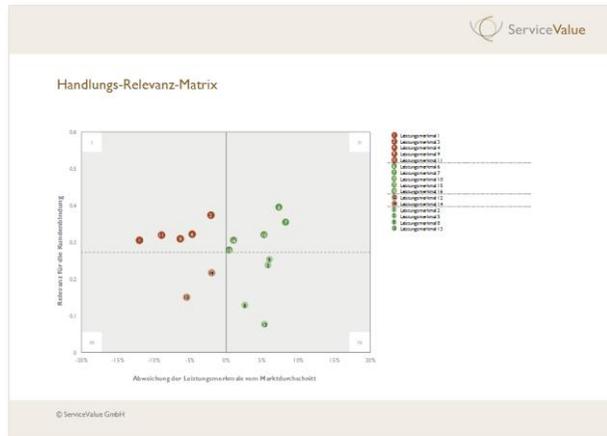
Informationen werden anschaulich aufbereitet ...



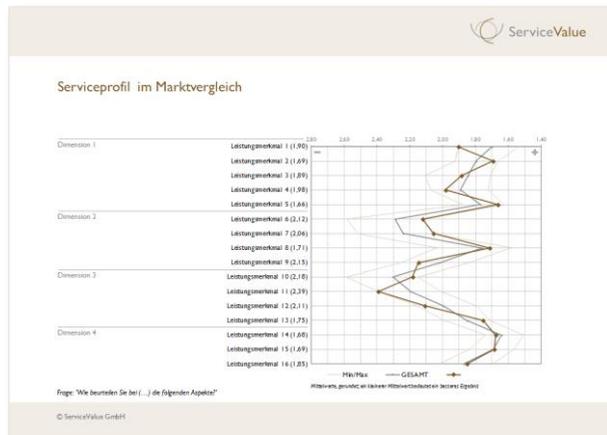
Anonymisierte Musterfolien

... 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, Loyalität und Weiterempfehlung
- ⇒ Relevanzanalytische Berechnung und Darstellung für jeden Anbieter

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: © Coloures-pic - Fotolia.com

“Our business is value development
by service excellence.”

ServiceValue GmbH

Dürener Straße 341
50935 Köln
www.ServiceValue.de