



ServiceAtlas Berufsunfähigkeitsversicherer 2018

Wettbewerbsanalyse zur
Kundenorientierung

Mit Detail-Auswertungen für 27 Berufsunfähigkeitsversicherer

Studienflyer und Bestellformular

Studiensteckbrief

Studienkonzept	ServiceValue GmbH
Erhebungsmethode	Online-Befragung
Erhebungszeitraum	Mai / Juni 2018
Stichprobe	1.937 Kundenurteile zu 27 Berufsunfähigkeitsversicherern (BU-Versicherer) (Bewertung von BU-Versicherern mit denen die Befragten Erfahrungen gemacht haben)
Auswertung	<u>Detailergebnisse für 27 BU-Versicherer</u> <ul style="list-style-type: none"> • AachenMünchener • Allianz • Alte Leipziger • AXA • Barmenia • CosmosDirekt • DBV • Debeka • Die Continentale • ERGO • EUROPA • Generali • Gothaer • HanseMercur • HDI • HUK-COBURG • LV 1871 • Nürnberger • Provinzial NordWest • Provinzial Rheinland • R+V • Signal Iduna • SwissLife • Versicherungskammer Bayern • VOLKSWOHL BUND • Württembergische • Zurich
Gesamtumfang	303 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)

Kundenservice	<ul style="list-style-type: none"> • Freundlichkeit der Mitarbeiter • Eigeninitiative der Mitarbeiter • Qualität der Anliegenbearbeitung • Kulanz bei Beschwerden / Problemen • Verlässlichkeit der Aussagen
Kundenberatung	<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
Preis-Leistungs-Verhältnis	<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	
sehr gut	Provinzial Rheinland
sehr gut	LV 1871
sehr gut	HUK-COBURG
sehr gut	Allianz
sehr gut	CosmosDirekt
sehr gut	R+V
sehr gut	Alte Leipziger
sehr gut	SwissLife
gut	Württembergische
gut	AachenMünchener
gut	Provinzial NordWest
gut	Signal Iduna
gut	AXA
gut	HDI
gut	Nürnberger
gut	Barmenia
	HanseMerkur
	VOLKSWOHL BUND
	Die Continentale
	ERGO
	Debeka
	Gothaer
	Zurich
	EUROPA
	Generali
	Versicherungskammer Bayern
	DBV

Produktangebot	
sehr gut	Provinzial Rheinland
sehr gut	LV 1871
sehr gut	HUK-COBURG
sehr gut	SwissLife
sehr gut	Alte Leipziger
sehr gut	Allianz
gut	Württembergische
gut	CosmosDirekt
gut	HDI
gut	AachenMünchener
gut	Provinzial NordWest
gut	Signal Iduna
gut	AXA
gut	Barmenia
gut	Nürnberger
gut	R+V
	Zurich
	ERGO
	HanseMerkur
	Gothaer
	Die Continentale
	Debeka
	VOLKSWOHL BUND
	EUROPA
	Generali
	DBV
	Versicherungskammer Bayern

Versicherungsbedingungen	
sehr gut	LV 1871
sehr gut	Provinzial Rheinland
sehr gut	SwissLife
sehr gut	Allianz
sehr gut	R+V
sehr gut	HUK-COBURG
sehr gut	CosmosDirekt
sehr gut	AXA
gut	AachenMünchener
gut	Provinzial NordWest
gut	VOLKSWOHL BUND
gut	HanseMerkur
gut	Signal Iduna
gut	Barmenia
gut	Alte Leipziger
	HDI
	Württembergische
	ERGO
	Die Continentale
	EUROPA
	Nürnberger
	Gothaer
	Zurich
	Debeka
	Generali
	Versicherungskammer Bayern
	DBV

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)

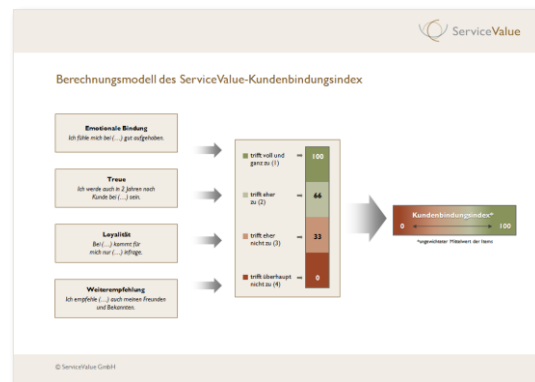
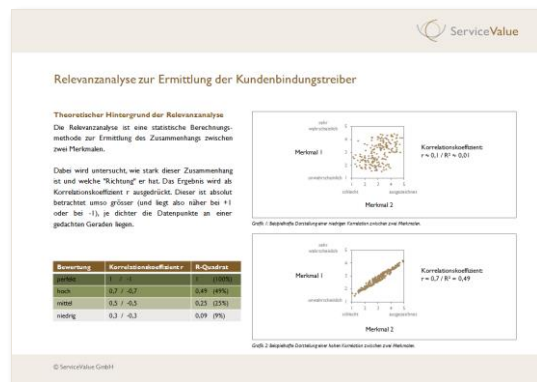
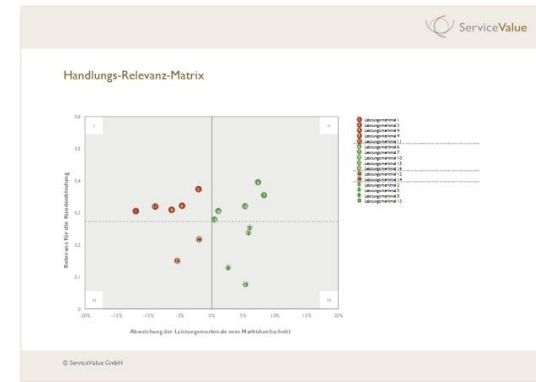
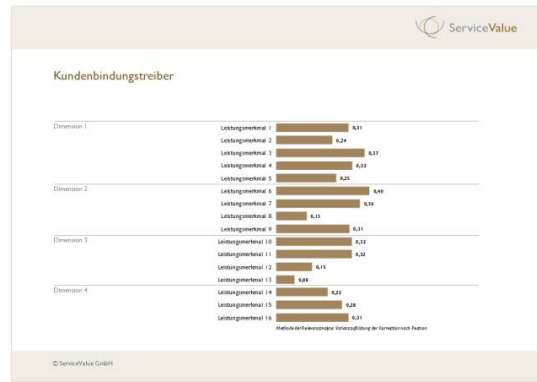
Kundenservice	
sehr gut	Provinzial Rheinland
sehr gut	Württembergische
sehr gut	HUK-COBURG
sehr gut	Allianz
sehr gut	AachenMünchener
sehr gut	R+V
sehr gut	CosmosDirekt
gut	Signal Iduna
gut	LV 1871
gut	HDI
gut	Provinzial NordWest
gut	SwissLife
gut	Nürnberger
gut	Alte Leipziger
	VOLKSWOHL BUND
	Zurich
	ERGO
	AXA
	EUROPA
	Barmenia
	Debeka
	Die Continentale
	Gothaer
	HanseMerkur
	Versicherungskammer Bayern
	DBV
	Generali

Kundenberatung	
sehr gut	Provinzial Rheinland
sehr gut	LV 1871
sehr gut	Alte Leipziger
sehr gut	Allianz
sehr gut	R+V
sehr gut	AachenMünchener
sehr gut	Provinzial NordWest
sehr gut	Württembergische
gut	HUK-COBURG
gut	VOLKSWOHL BUND
gut	Nürnberger
gut	SwissLife
gut	HDI
gut	HanseMerkur
gut	CosmosDirekt
	Signal Iduna
	Barmenia
	AXA
	ERGO
	Debeka
	Gothaer
	Die Continentale
	Zurich
	EUROPA
	Generali
	Versicherungskammer Bayern
	DBV

Preis-Leistungs-Verhältnis	
sehr gut	LV 1871
sehr gut	Provinzial Rheinland
sehr gut	CosmosDirekt
sehr gut	HUK-COBURG
sehr gut	Alte Leipziger
gut	Signal Iduna
gut	SwissLife
gut	Allianz
gut	Barmenia
gut	Provinzial NordWest
gut	Württembergische
gut	R+V
gut	Die Continentale
	Debeka
	AXA
	HanseMerkur
	Gothaer
	Nürnberger
	EUROPA
	AachenMünchener
	HDI
	VOLKSWOHL BUND
	Zurich
	ERGO
	Generali
	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“.

Informationen werden anschaulich aufbereitet ...



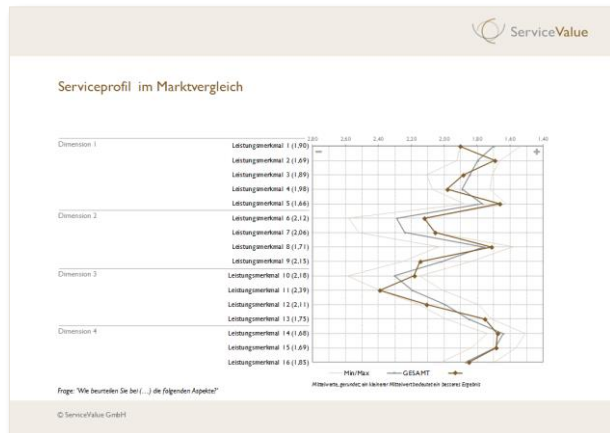
Anonymisierte Musterfolien

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

Ihre Fragen – unsere Antworten (I)

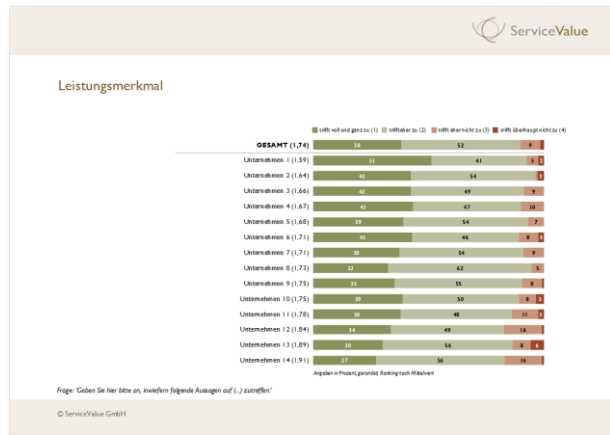


- Welche Stärken und Schwächen weisen die einzelnen Anbieter auf?
 - Auf welche Handlungsfelder sollten die einzelnen Anbieter hohe Aufmerksamkeit in der Optimierung richten?
- ⇒ Klare Handlungsorientierung durch Handlungs-Relevanz-Matrix für jeden Anbieter

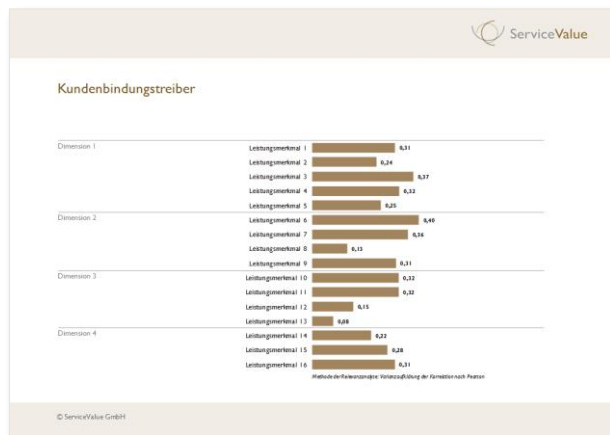


- Bei welchen Service- und Leistungsattributen ist ein Anbieter besser / schlechter als der Gesamtmarkt?
- ⇒ Leistungsprofil im Marktvergleich für jeden Anbieter

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 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 Berufsunfähigkeitsversicherer 2018. 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 Berufsunfähigkeitsversicherer 2018** - Wettbewerbsanalyse zur Kundenorientierung (303 Seiten, PDF)
zum Preis von 3.900,- € netto
- Vorteilsangebot** ServiceAtlas Berufsunfähigkeitsversicherer 2018 (303 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 / 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 34I
50935 Köln
www.ServiceValue.de