



ServiceAtlas Lebensversicherer 2019

Wettbewerbsanalyse zur
Kundenorientierung

Mit Detail-Auswertungen für 24 Lebensversicherer

Studienflyer und Bestellformular

Studiensteckbrief

| | |
|--------------------------|---|
| Studienkonzept | ServiceValue GmbH |
| Erhebungsmethode | Online-Befragung |
| Erhebungszeitraum | Oktober / November 2019 |
| Stichprobe | <p>n = 1.433 Kunden mit insgesamt 2.259 Urteilen; Bewertung von bis zu drei Unternehmen, bei denen die Befragten in den letzten 12 Monaten Kunde waren und 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 24 Lebensversicherer</p> <ul style="list-style-type: none"> • AachenMünchener • Allianz • Alte Leipziger • AXA • CosmosDirekt • Debeka • ERGO • Gothaer • Hannoversche • HDI • Neue Leben • Nürnberger • Provinzial NordWest • Provinzial Rheinland • R+V • Signal Iduna • SV SparkassenVersicherung • Swiss Life • TARGO Lebensversicherung • Versicherungskammer Bayern • Volkswohl Bund • Württembergische • WWK Lebensversicherung • Zurich Deutscher Herold |
| Gesamtumfang | 177 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 • Weiterempfehlung |
| 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 | WWK Lebensversicherung |
| sehr gut | Hannoversche |
| sehr gut | Neue Leben |
| sehr gut | Volkswohl Bund |
| sehr gut | AXA |
| sehr gut | Swiss Life |
| sehr gut | AachenMünchener |
| gut | TARGO Lebensversicherung |
| gut | Württembergische |
| gut | Allianz |
| gut | Alte Leipziger |
| gut | Versicherungskammer Bayern |
| gut | R+V |
| gut | Provinzial NordWest |
| | SV SparkassenVersicherung |
| | Debeka |
| | HDI |
| | Provinzial Rheinland |
| | Gothaer |
| | Signal Iduna |
| | ERGO |
| | Nürnberger |
| | Zurich Deutscher Herold |

| Produkte | |
|----------|----------------------------|
| sehr gut | Hannoversche |
| sehr gut | CosmosDirekt |
| sehr gut | AXA |
| sehr gut | WWK Lebensversicherung |
| sehr gut | Versicherungskammer Bayern |
| gut | Alte Leipziger |
| gut | Swiss Life |
| gut | Allianz |
| gut | Neue Leben |
| gut | Volkswohl Bund |
| gut | AachenMünchener |
| gut | Württembergische |
| gut | Provinzial NordWest |
| | R+V |
| | TARGO Lebensversicherung |
| | HDI |
| | Debeka |
| | Signal Iduna |
| | Gothaer |
| | Provinzial Rheinland |
| | SV SparkassenVersicherung |
| | ERGO |
| | Zurich Deutscher Herold |
| | Nürnberger |

| Kundenberatung | |
|----------------|----------------------------|
| sehr gut | AachenMünchener |
| sehr gut | AXA |
| sehr gut | WWK Lebensversicherung |
| sehr gut | Württembergische |
| sehr gut | Provinzial NordWest |
| sehr gut | Allianz |
| sehr gut | Swiss Life |
| sehr gut | TARGO Lebensversicherung |
| gut | Volkswohl Bund |
| gut | R+V |
| gut | Versicherungskammer Bayern |
| gut | CosmosDirekt |
| gut | Provinzial Rheinland |
| | SV SparkassenVersicherung |
| | Alte Leipziger |
| | Gothaer |
| | Neue Leben |
| | Hannoversche |
| | Debeka |
| | HDI |
| | Signal Iduna |
| | ERGO |
| | Nürnberger |
| | Zurich Deutscher Herold |

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“.

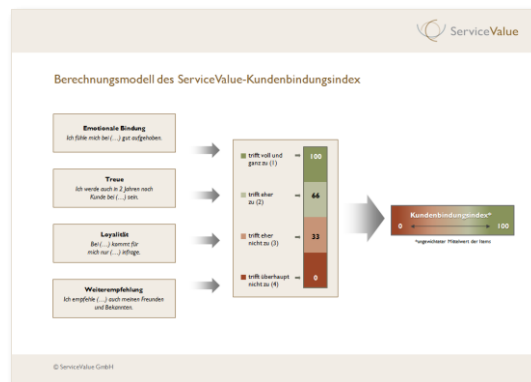
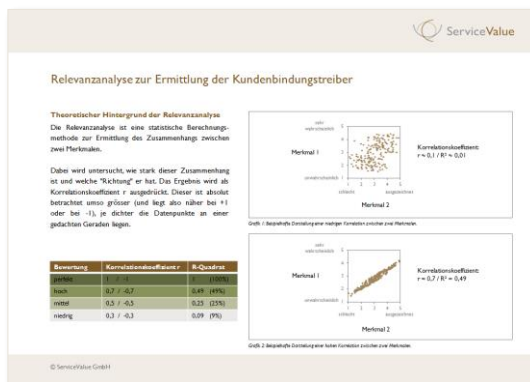
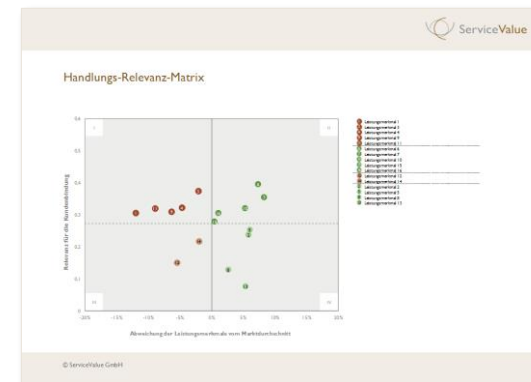
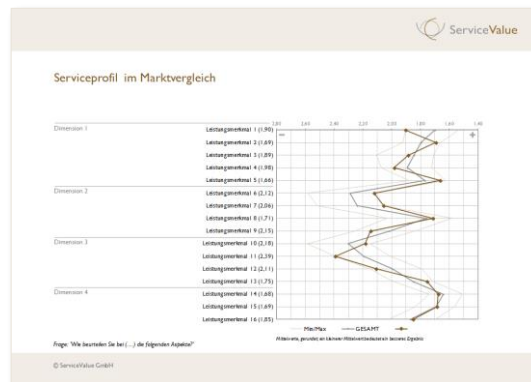
Auszeichnung – Lebensversicherer (II)

| Kundenservice | |
|---------------|----------------------------|
| sehr gut | Neue Leben |
| sehr gut | WWK Lebensversicherung |
| sehr gut | AachenMünchener |
| sehr gut | Volkswohl Bund |
| sehr gut | CosmosDirekt |
| sehr gut | Allianz |
| sehr gut | R+V |
| gut | Versicherungskammer Bayern |
| gut | Provinzial NordWest |
| gut | Württembergische |
| gut | AXA |
| gut | Hannoversche |
| gut | Alte Leipziger |
| gut | TARGO Lebensversicherung |
| gut | SV SparkassenVersicherung |
| | Provinzial Rheinland |
| | Swiss Life |
| | ERGO |
| | Gothaer |
| | HDI |
| | Debeka |
| | Signal Iduna |
| | Zurich Deutscher Herold |
| | Nürnberg |

| Preis-Leistungs-Verhältnis | |
|----------------------------|----------------------------|
| sehr gut | CosmosDirekt |
| sehr gut | Hannoversche |
| sehr gut | Neue Leben |
| sehr gut | Swiss Life |
| sehr gut | TARGO Lebensversicherung |
| gut | Volkswohl Bund |
| gut | Alte Leipziger |
| gut | Debeka |
| gut | WWK Lebensversicherung |
| gut | SV SparkassenVersicherung |
| gut | Württembergische |
| gut | AXA |
| gut | HDI |
| | Versicherungskammer Bayern |
| | Allianz |
| | Gothaer |
| | AachenMünchener |
| | R+V |
| | Provinzial Rheinland |
| | Provinzial NordWest |
| | Signal Iduna |
| | Nürnberg |
| | ERGO |
| | Zurich Deutscher Herold |

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 ...



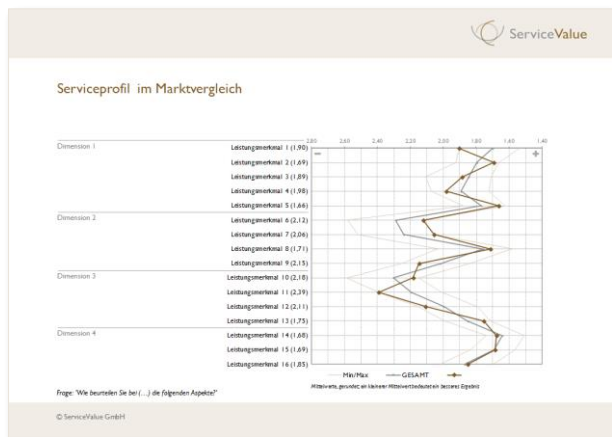
Anonymisierte Musterfolien

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

Ihre Fragen – unsere Antworten (I)

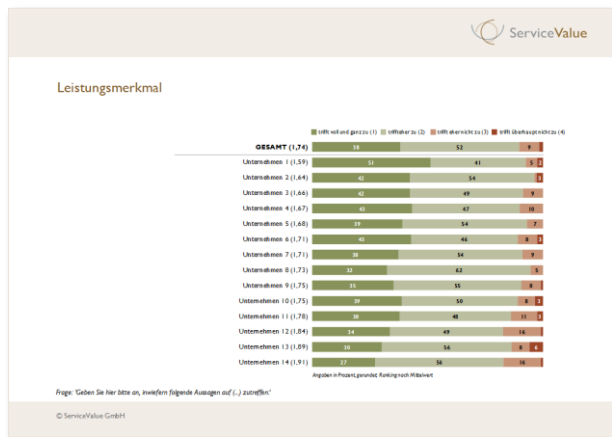


- Welche Stärken und Schwächen weisen die einzelnen Anbieter auf?
 - Auf welche Handlungsfelder sollten die einzelnen Anbieter hohe Aufmerksamkeit in der Optimierung richten?
- ⇒ Klare Handlungsorientierung durch Handlungs-Relevanz-Matrix für jeden Anbieter



- 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 Lebensversicherer 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 Lebensversicherer 2019** – Wettbewerbsanalyse zur Kundenorientierung (177 Seiten, PDF) zum Preis von 3.300,- € netto
- Vorteilsangebot** ServiceAtlas Lebensversicherer 2019 (177 Seiten, PDF) und Ergebnispräsentation sowie Analysegespräch vor Ort zum Preis von 5.200,- € 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
Dürener Str. 341
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 Studien-bezieher 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 34 I
50935 Köln
www.ServiceValue.de