



# ServiceAtlas Rechtsschutzversicherer 2017

Wettbewerbsanalyse zur  
Kundenorientierung

Mit Detail-Auswertungen für 20 Rechtsschutz-  
versicherer in Deutschland

Studienflyer und Bestellformular

## Studiensteckbrief

<b>Studienkonzept</b>	ServiceValue GmbH
<b>Erhebungsmethode</b>	Online-Befragung
<b>Erhebungszeitraum</b>	Januar / Februar 2017
<b>Stichprobe</b>	1.880 Kunden mit 2.116 Urteilen zu 20 Versicherern (Bewertung von bis zu 2 Versicherern, bei denen die Befragten in den letzten 12 Monaten Kunden waren)
<b>Auswertung</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Umfassende Darstellung der Gesamtergebnisse</li> </ul> <p>Detailergebnisse für 20 Versicherer</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• ADAC Rechtsschutz</li> <li>• ADVOCARD</li> <li>• Allianz</li> <li>• Alte Leipziger</li> <li>• ARAG</li> <li>• BGV Badische</li> <li>• Concordia</li> <li>• D.A.S. (ERGO)</li> <li>• Debeka</li> <li>• DEVK</li> <li>• Die Continentale</li> <li>• HUK-COBURG</li> <li>• LVM</li> <li>• ÖRAG</li> <li>• R+V</li> <li>• ROLAND</li> <li>• VGH</li> <li>• WGV</li> <li>• Württembergische</li> <li>• Zurich</li> </ul>
<b>Gesamtumfang</b>	252 Seiten Chart-Berichtsband (PDF)

## Studiendesign (I)

<b>Kundenbindung</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Emotionale Bindung</li> <li>• Treue</li> <li>• Loyalität</li> <li>• Weiterempfehlungsbereitschaft</li> </ul>
<b>Gesamtaussagen</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gesamtzufriedenheit</li> <li>• Kundenorientierung</li> <li>• Ruf und Image</li> </ul>
<b>Produktqualität</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Qualität der Produkte und Tarife</li> <li>• Passgenauigkeit der Produkte und Tarife</li> <li>• Umfang der Tarifleistungen</li> <li>• Verständlichkeit der Vertragsunterlagen</li> <li>• Abschluss von Verträgen</li> <li>• Änderungen von Verträgen</li> </ul>
<b>Kundenbetreuung</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Qualität der Beratung</li> <li>• Verständlichkeit der Beratung</li> <li>• Berücksichtigung von Kundenbedürfnissen</li> <li>• Angemessener schriftlicher Informationsumfang</li> <li>• Verständlichkeit schriftlicher Informationen</li> <li>• Zuverlässigkeit in der Kommunikation</li> <li>• Orientierungshilfe über Internetseiten</li> <li>• Hilfestellung über soziale Medien</li> </ul>

## Studiendesign (II)

<p><b>Kundenservice</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Erreichbarkeit von Mitarbeitern</li> <li>• Hilfsbereitschaft der Mitarbeiter</li> <li>• Kompetenz der Mitarbeiter</li> <li>• Fehlerfreiheit in der Anliegenbearbeitung</li> <li>• Reaktionsgeschwindigkeit bei Anliegen</li> <li>• Proaktiv bessere Angebote</li> <li>• Angebot an Zusatzleistungen (telefonische Rechtsberatung, Anwaltssuche etc.)</li> <li>• Verständnis für Kundenanliegen</li> <li>• Kulanz bei Kundenbeschwerden</li> </ul>
<p><b>Preis-Leistungs-Verhältnis</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Preis-Leistungs-Verhältnis</li> <li>• Beitragshöhe</li> <li>• Beitragsstabilität</li> <li>• Kostentransparenz</li> <li>• Übernahme von Kosten und Gebühren</li> </ul>
<p><b>Sonderthema</b></p>	<p><u>Wie streiten die Deutschen?</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Kläger vs. Angeklagte</li> <li>• Streit Anlass</li> <li>• Streitdauer</li> <li>• Höhe des Streitwertes</li> <li>• Kompetenz der Beteiligten (Richter, Anwälte)</li> </ul>

## Leistungskategorien und Bewertungskriterien

### Kundenorientierung

#### Produktqualität

- Qualität der Produkte und Tarife
- Passgenauigkeit der Produkte und Tarife
- Umfang der Tarifleistungen
- Verständlichkeit der Vertragsunterlagen
- Abschluss von Verträgen
- Änderungen von Verträgen

#### Kundenbetreuung

- Qualität der Beratung
- Verständlichkeit der Beratung
- Berücksichtigung von Kundenbedürfnissen
- Angemessener schriftlicher Informationsumfang
- Verständlichkeit schriftlicher Informationen
- Zuverlässigkeit in der Kommunikation
- Orientierungshilfe über Internetseiten
- Hilfestellung über soziale Medien

#### Kundenservice

- Erreichbarkeit von Mitarbeitern
- Hilfsbereitschaft der Mitarbeiter
- Kompetenz der Mitarbeiter
- Fehlerfreiheit in der Anliegenbearbeitung
- Reaktionsgeschwindigkeit bei Anliegen
- Proaktiv bessere Angebote
- Angebot an Zusatzleistungen (telefonische Rechtsberatung, Anwaltssuche etc.)
- Verständnis für Kundenanliegen
- Kulanz bei Kundenbeschwerden

#### Preis-Leistungs-Verhältnis

- Preis-Leistungs-Verhältnis
- Beitragshöhe
- Beitragsstabilität
- Kostentransparenz
- Übernahme von Kosten und Gebühren

## Leistungskategorien und Auszeichnungen (I)

GESAMTURTEIL	
sehr gut	ADVOCARD
sehr gut	Allianz
sehr gut	Debeka
sehr gut	LVM
sehr gut	ADAC Rechtsschutz
sehr gut	Württembergische
sehr gut	Concordia
gut	DEVK
gut	Die Continentale
gut	HUK-COBURG
gut	BGV Badische
gut	VGH
	WGV
	R+V
	D.A.S. (ERGO)
	Zurich
	ARAG
	ROLAND
	Alte Leipziger
	ÖRAG

Produktqualität	
sehr gut	Allianz
sehr gut	Concordia
sehr gut	ADVOCARD
sehr gut	Debeka
sehr gut	ADAC Rechtsschutz
gut	DEVK
gut	HUK-COBURG
gut	Württembergische
gut	VGH
gut	LVM
gut	R+V
gut	BGV Badische
	Die Continentale
	WGV
	D.A.S. (ERGO)
	Alte Leipziger
	ROLAND
	ARAG
	Zurich
	ÖRAG

Kundenbetreuung	
sehr gut	Allianz
sehr gut	Württembergische
sehr gut	Debeka
sehr gut	ADVOCARD
sehr gut	DEVK
sehr gut	LVM
gut	Die Continentale
gut	ADAC Rechtsschutz
gut	HUK-COBURG
gut	Concordia
gut	BGV Badische
	VGH
	WGV
	R+V
	D.A.S. (ERGO)
	ARAG
	Zurich
	ROLAND
	Alte Leipziger
	ÖRAG

Das Gesamtergebnis berechnet sich als ungewichteter Mittelwert aller Teildimensionen. Die Teildimensionen ergeben sich als ungewichteter Mittelwert aus den jeweiligen Bewertungskriterien, die am Anfang dieses Kapitels dargestellt sind. 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“.

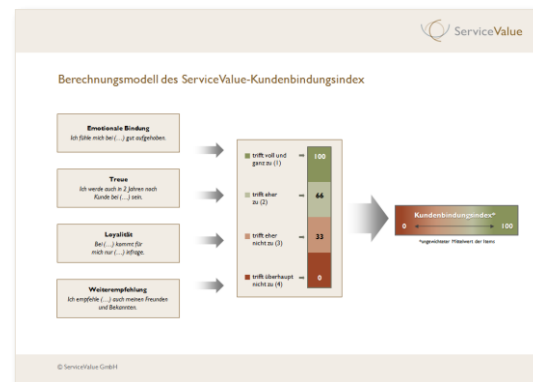
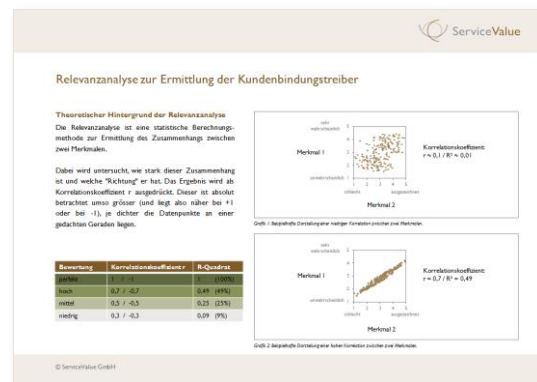
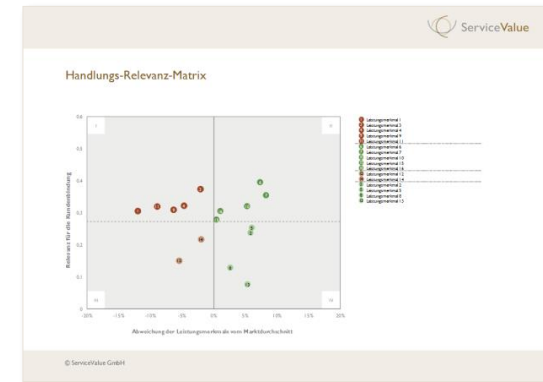
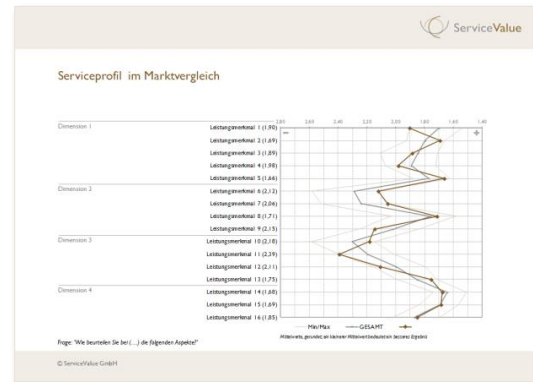
## Leistungskategorien und Auszeichnungen (II)

Kundenservice	
sehr gut	LVM
sehr gut	ADVOCARD
sehr gut	Allianz
sehr gut	ADAC Rechtsschutz
sehr gut	Württembergische
gut	Concordia
gut	Debeka
gut	VGH
gut	Die Continentale
gut	DEVK
	D.A.S. (ERGO)
	BGV Badische
	HUK-COBURG
	R+V
	Zurich
	ARAG
	WGV
	ROLAND
	ÖRAG
	Alte Leipziger

Preis-Leistungs-Verhältnis	
sehr gut	WGV
sehr gut	Debeka
sehr gut	ADVOCARD
sehr gut	Concordia
sehr gut	ADAC Rechtsschutz
sehr gut	HUK-COBURG
sehr gut	DEVK
gut	Württembergische
gut	Die Continentale
gut	BGV Badische
gut	LVM
gut	Allianz
	VGH
	ÖRAG
	Zurich
	R+V
	D.A.S. (ERGO)
	ROLAND
	ARAG
	Alte Leipziger

Das Gesamtergebnis berechnet sich als ungewichteter Mittelwert aller Teildimensionen. Die Teildimensionen ergeben sich als ungewichteter Mittelwert aus den jeweiligen Bewertungskriterien, die am Anfang dieses Kapitels dargestellt sind. 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

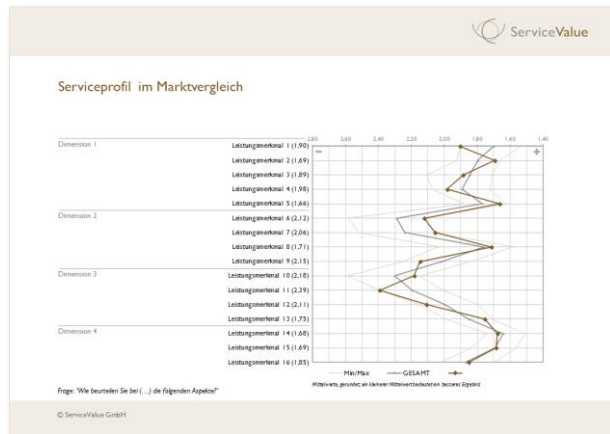
... und liefern Antworten auf Ihre Fragen. Im Folgenden finden Sie einige Beispiele.



## Ihre Fragen – unsere Antworten (I)

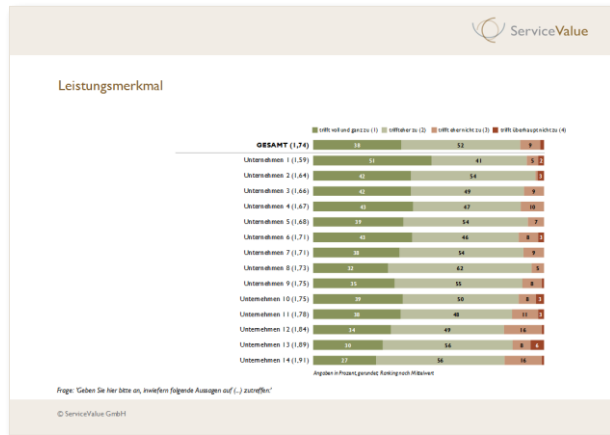


- Welche Stärken und Schwächen weisen die einzelnen Anbieter auf?
  - Auf welche Handlungsfelder sollten die einzelnen Anbieter hohe Aufmerksamkeit in der Optimierung richten?
- ⇒ Klare Handlungsorientierung durch Handlungs-Relevanz-Matrix für jeden Anbieter



- 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](http://www.ServiceValue.de)

[Info@ServiceValue.de](mailto: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: © Monkey Business - Fotolia.com

“Our business is value development  
by service excellence.”

ServiceValue GmbH

Dürener Straße 34 I  
50935 Köln  
[www.ServiceValue.de](http://www.ServiceValue.de)