



ServiceAtlas Private Krankenversicherer 2018

Wettbewerbsanalyse zur Kundenorientierung

Mit Detail-Auswertungen für 26 private
Krankenversicherer in Deutschland

Studienflyer und Bestellformular

Studiensteckbrief

Studienkonzept	ServiceValue GmbH
Erhebungsmethode	Online-Befragung
Erhebungszeitraum	April / Mai 2018
Stichprobe	n = 1.948 Kundenurteile zu 26 privaten Krankenversicherern in Deutschland
Auswertung	<ul style="list-style-type: none"> • Umfassende Darstellung der Gesamtergebnisse <p>Detailergebnisse für 26 private Krankenversicherer</p> <ul style="list-style-type: none"> • Allianz • Alte Oldenburger • ARAG • AXA • Barmenia • Bayerische Beamtenkrankenkasse • Central • Debeka • Deutscher Ring • Die Continentale • DKV • Gothaer • Hallesche • HanseMercur • HUK-COBURG • INTER • LKH • LVM • Münchener Verein • Nürnberger • R+V • SDK • SIGNAL Krankenversicherung • UKV • uniVersa • Württembergische
Gesamtumfang	243 Seiten Chart-Berichtsband (PDF)

Studiendesign (I)

Gesamtaussagen	<ul style="list-style-type: none"> • Gesamtzufriedenheit • Kundenorientierung
Kundenbindung	<ul style="list-style-type: none"> • Emotionale Bindung • Treue • Loyalität • Weiterempfehlungsbereitschaft • Analyse der Kundenbindungstreiber
Image und Nachhaltigkeit	<ul style="list-style-type: none"> • Ruf und Image • Innovationsfähigkeit • Übernahme sozialer Verantwortung
Sonderthema: Gesundheits-/Service-Apps	<ul style="list-style-type: none"> • Angebot an Apps • Bedienbarkeit der Apps • Funktionsfähigkeit der Apps • Orientierungshilfen bei Gesundheitsthemen • Motivation zur gesünderen Lebensweise • Attraktivität der Belohnungen

Studiendesign (II)

Erreichbarkeit	<ul style="list-style-type: none"> • Örtliche Erreichbarkeit, günstige Ortslage • Telefonische Erreichbarkeit • Internetauftritt/-portal
Produktleistung	<ul style="list-style-type: none"> • Transparenz der Leistungen • Qualität der Produkte • Leistungsabwicklung • Leistungserstattung
Kundenberatung	<ul style="list-style-type: none"> • Umsetzung von Kundenbedürfnissen • Auskunftsfähigkeit und -bereitschaft • Verbindlichkeit von Aussagen • Beratungsqualität • Proaktiv bessere Angebote
Kundenservice	<ul style="list-style-type: none"> • Eigeninitiative der Mitarbeiter • Freundlichkeit und Höflichkeit der Mitarbeiter • Hilfsbereitschaft der Mitarbeiter • Qualität der Anliegenbearbeitung • Schnelligkeit bei der Abwicklung von Anliegen • Kulanz bei Beschwerden/Reklamationen
Kundenkommunikation	<ul style="list-style-type: none"> • Verständlichkeit der Kommunikation • Verständlichkeit der Angebots- und Vertragsunterlagen • Angemessener Informationsumfang • Orientierung auf der Website
Preis-Leistungs-Verhältnis	<ul style="list-style-type: none"> • Preis-Leistungs-Verhältnis • Kostentransparenz • Stabilität der Beiträge • Beitragsrückerstattungen

Auszeichnung privater Krankenversicherer (I)

GESAMTURTEIL		Erreichbarkeit		Produktleistung		Kundenberatung	
sehr gut	R+V	sehr gut	Allianz	sehr gut	Debeka	sehr gut	R+V
sehr gut	Allianz	sehr gut	R+V	sehr gut	Württembergische	sehr gut	Allianz
sehr gut	LVM	sehr gut	Württembergische	sehr gut	Allianz	sehr gut	LVM
sehr gut	Württembergische	sehr gut	LVM	sehr gut	INTER	sehr gut	Württembergische
sehr gut	Debeka	sehr gut	Debeka	sehr gut	HUK-COBURG	sehr gut	HUK-COBURG
sehr gut	HUK-COBURG	sehr gut	HUK-COBURG	sehr gut	R+V	sehr gut	INTER
sehr gut	Alte Oldenburger	gut	Münchener Verein	gut	SIGNAL Krankenversicherung	gut	Gothaer
sehr gut	INTER	gut	Alte Oldenburger	gut	SDK	gut	Debeka
gut	Gothaer	gut	Gothaer	gut	LVM	gut	Münchener Verein
gut	SIGNAL Krankenversicherung	gut	SIGNAL Krankenversicherung	gut	Alte Oldenburger	gut	Alte Oldenburger
gut	SDK	gut	Die Continentale	gut	HanseMercur	gut	Die Continentale
gut	ARAG	gut	ARAG	gut	Gothaer		SDK
gut	Münchener Verein	gut	Barmenia		ARAG		SIGNAL Krankenversicherung
gut	Die Continentale		DKV		Bayerische Beamtenkrankenkasse		HanseMercur
gut	HanseMercur		SDK		Die Continentale		Bayerische Beamtenkrankenkasse
	Bayerische Beamtenkrankenkasse		INTER		Münchener Verein		ARAG
	Barmenia		HanseMercur		Barmenia		UKV
	Deutscher Ring		Bayerische Beamtenkrankenkasse		UKV		AXA
	UKV		Deutscher Ring		Deutscher Ring		Barmenia
	AXA		AXA		AXA		Hallesche
	Hallesche		UKV		uniVersa		uniVersa
	uniVersa		Nürnberg		LKH		DKV
	Nürnberg		uniVersa		Hallesche		Deutscher Ring
	DKV		Hallesche		Nürnberg		Nürnberg
	LKH		LKH		DKV		Central
	Central		Central		Central		LKH

Das Gesamtergebnis berechnet sich als ungewichteter Mittelwert aller Teildimensionen. Die Teildimensionen 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 privater Krankenversicherer (II)

Kundenservice		Kundenkommunikation		Preis-Leistungs-Verhältnis	
sehr gut	R+V	sehr gut	R+V	sehr gut	Alte Oldenburger
sehr gut	Allianz	sehr gut	Allianz	sehr gut	Debeka
sehr gut	LVM	sehr gut	HUK-COBURG	sehr gut	HUK-COBURG
sehr gut	Alte Oldenburger	sehr gut	LVM	sehr gut	INTER
sehr gut	INTER	sehr gut	Württembergische	sehr gut	Gothaer
gut	HUK-COBURG	sehr gut	ARAG	sehr gut	R+V
gut	Münchener Verein	gut	SDK	gut	LVM
gut	Württembergische	gut	Debeka	gut	Württembergische
gut	Gothaer	gut	Gothaer	gut	SDK
gut	Debeka	gut	INTER	gut	SIGNAL Krankenversicherung
gut	Die Continentale	gut	Alte Oldenburger	gut	Hallesche
gut	SIGNAL Krankenversicherung	gut	SIGNAL Krankenversicherung	gut	Allianz
gut	ARAG	gut	Die Continentale	gut	ARAG
	HanseMerkur	gut	HanseMerkur	gut	Deutscher Ring
	SDK		AXA		HanseMerkur
	Bayerische Beamtenkrankenkasse		Deutscher Ring		Die Continentale
	UKV		Hallesche		Barmenia
	Deutscher Ring		Münchener Verein		Münchener Verein
	Barmenia		UKV		Bayerische Beamtenkrankenkasse
	AXA		LKH		UKV
	uniVersa		Barmenia		LKH
	Nürnberg		uniVersa		AXA
	LKH		Bayerische Beamtenkrankenkasse		uniVersa
	DKV		Nürnberg		Nürnberg
	Hallesche		DKV		DKV
	Central		Central		Central

Das Gesamtergebnis berechnet sich als ungewichteter Mittelwert aller Teildimensionen. Die Teildimensionen 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 ...

The collage displays several key reports from the ServiceAtlas study:

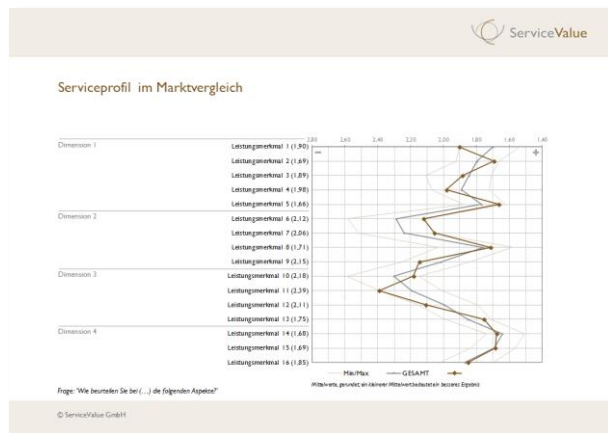
- Kundenbindungstreiber (I):** A horizontal bar chart showing drivers of customer loyalty such as 'Eigeninitiative der Mitarbeiter' (0.81) and 'Freundlichkeit und Höflichkeit der Mitarbeiter' (0.79).
- Serviceprofil (III):** A line chart comparing various service attributes across different providers.
- Qualität der Anliegenbearbeitung:** A table showing scores for different providers like HUK-COBURG (2.25) and Die Centrotec (3.31).
- Relevanzanalyse zur Ermittlung der Kundenbindungstreiber (II):** A scatter plot showing the relationship between different service features.
- Importance-Performance-Matrix (IPM):** A scatter plot plotting 'Wichtigkeit' (Importance) against 'Leistung' (Performance) for various service aspects.
- Gesamtfriedenheit:** A table with a bar chart showing overall satisfaction levels, categorized by 'Wahrgenommen' (perceived) and 'Ist gegeben' (actual).
- Kundenbindung:** A flow diagram showing the progression from initial contact to loyalty and long-term commitment.
- Kundenbindungstest:** A series of questions and checkboxes used to measure customer loyalty and commitment.

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

Ihre Fragen – unsere Antworten (I)

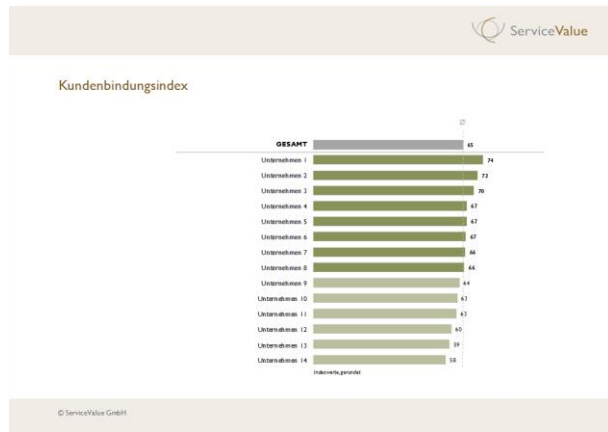


- Welche Stärken und Schwächen weisen die einzelnen Anbieter auf?
 - Auf welche Handlungsfelder sollten die einzelnen Anbieter hohe Aufmerksamkeit in der Optimierung richten?
- ⇒ Klare Handlungsorientierung durch Handlungs-Relevanz-Matrix für jeden Anbieter

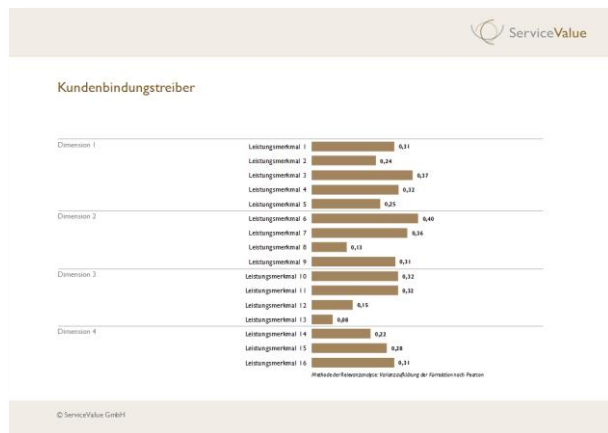


- Bei welchen Service- und Leistungsattributen ist ein Anbieter besser / schlechter als der Gesamtmarkt?
- ⇒ Serviceprofil im Marktvergleich für jeden Anbieter

Ihre Fragen – unsere Antworten (II)



- Wie gebunden sind die Kunden bei ihren Anbietern?
- ⇒ Kundenbindung als Key Performance Indicator der Dimensionen Emotionale Bindung, Treue, Loyalität und Weiterempfehlung für jeden Anbieter



- Welche Leistungen haben die höchste Bedeutung für die Kundenbindung?
- ⇒ Relevanzanalytische Berechnung und Darstellung

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: © morganka- Fotolia.com

“Our business is value development
by service excellence.”

ServiceValue GmbH

Dürener Straße 34I
50935 Köln
www.ServiceValue.de