



ServiceAtlas Privat-Haftpflichtversicherer 2018

Wettbewerbsanalyse zur Kundenorientierung

Mit Detail-Auswertungen für 36 Privat-Haftpflichtversicherer

Studienflyer und Bestellformular

Studiensteckbrief

| | |
|--------------------------|---|
| Studienkonzept | ServiceValue GmbH |
| Erhebungsmethode | Online-Befragung |
| Erhebungszeitraum | Februar / März 2018 |
| Stichprobe | 3.228 Kunden mit 3.648 Urteilen zu 36 Privat-Haftpflichtversicherern (Bewertung von bis zu 2 Privat-Haftpflichtversicherern, bei denen die Befragten in den letzten 12 Monaten Kunden waren) |
| Auswertung | <ul style="list-style-type: none"> • Umfassende Darstellung der Gesamtergebnisse <p>Detailergebnisse für 36 Privat-Haftpflichtversicherer</p> <ul style="list-style-type: none"> • AachenMünchener • Allianz • AllSecur • Alte Leipziger • ARAG • AXA • Basler • Concordia • CosmosDirekt • DBV • Debeka • DEVK • Die Continentale • Die Haftpflichtkasse (Darmstadt) • ERGO • Generali • Gothaer • HDI • Helvetia • HUK24 • HUK-COBURG • LVM • Mecklenburgische Versicherung • Nürnberger • Provinzial Nord Brandkasse • Provinzial Rheinland • R+V • Signal Iduna • SV SparkassenVersicherung • Versicherungskammer Bayern • VGH • VHV • Westfälische Provinzial • WGV • Württembergische • Zurich |
| Gesamtumfang | 358 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 • Treue • Loyalität • Weiterempfehlungsbereitschaft |
| Produkte | <ul style="list-style-type: none"> • Qualität der Produkte/Leistungen • Tarifauswahl / Tarifvielfalt • Transparenz der Tarife und Angebote • Flexibilität der Produkte (Wahlmöglichkeit von Zusatzleistungen etc.) • Deckungs-/Leistungserweiterungen |
| Kundenbetreuung | <ul style="list-style-type: none"> • Qualität in der Beratung • Freundlichkeit und Höflichkeit der Mitarbeiter • Eingehen auf Kundenwünsche • Verbindlichkeit von Aussagen • Belohnung von Kundentreue • Wechselangebote zu günstigeren Tarifen während der Vertragslaufzeit • Regelmäßige Überprüfung von Versicherungsumfang und –beiträgen |
| Kundenservice | <ul style="list-style-type: none"> • Kontaktmöglichkeit mit Mitarbeitern (persönlich, telefonisch, per E-Mail) • Hilfsbereitschaft der Mitarbeiter • Entlastung und Orientierungshilfe der Serviceangebote • Umgang mit konkreten Beschwerden / Reklamationen • Qualität der allgemeinen Anliegenbearbeitung • Verständlichkeit der schriftlichen Unterlagen (Beitragsrechnungen, Schadenformulare etc.) |

Studiendesign

| | |
|-----------------------------------|---|
| Schadenregulierung | <ul style="list-style-type: none">• Reaktionsgeschwindigkeit im Schadensfall• Einhalten von Zusagen im Schadensfall• Unkompliziertheit der Schadensabwicklung• Nachvollziehbarkeit der Schadensabwicklung• Kulanz in der Schadensabwicklung |
| Preis-Leistungs-Verhältnis | <ul style="list-style-type: none">• Preis-Leistungs-Verhältnis• Günstigkeit der Versicherungsprämien• Transparenz der Versicherungsprämien• Umfang der Versicherungsleistungen |

Leistungskategorien und Bewertungskriterien

Kundenorientierung

Produkte

- Qualität der Produkte/Leistungen
- Tarifauswahl / Tarifvielfalt
- Transparenz der Tarife und Angebote
- Flexibilität der Produkte (Wahlmöglichkeit von Zusatzleistungen etc.)
- Deckungs-/Leistungserweiterungen

Kundenbetreuung

- Qualität in der Beratung
- Freundlichkeit und Höflichkeit der Mitarbeiter
- Eingehen auf Kundenwünsche
- Verbindlichkeit von Aussagen
- Belohnung von Kundentreue
- Wechselangebote während der Vertragslaufzeit
- Regelmäßige Überprüfung von Versicherungsumfang und -beiträgen

Kundenservice

- Kontaktmöglichkeit mit
- Hilfsbereitschaft der Mitarbeiter
- Entlastung und Orientierungshilfe der Serviceangebote
- Umgang mit konkreten Beschwerden / Reklamationen
- Qualität der allgemeinen Anliegenbearbeitung
- Verständlichkeit der schriftlichen Unterlagen

Schadenregulierung

- Reaktionsgeschwindigkeit im Schadensfall
- Einhalten von Zusagen im Schadensfall
- Unkompliziertheit der Schadensabwicklung
- Nachvollziehbarkeit der Schadensabwicklung
- Kulanz in der Schadensabwicklung

Preis-Leistungs-Verhältnis

- Preis-Leistungs-Verhältnis
- Günstigkeit der Versicherungsprämien
- Transparenz der Versicherungsprämien
- Umfang der Versicherungsleistungen

Kundenorientierung – Privat-Haftpflichtversicherer (I)

| GESAMTURTEIL | |
|--------------|----------------------------------|
| sehr gut | DEVK |
| sehr gut | Provinzial Rheinland |
| sehr gut | HUK24 |
| sehr gut | CosmosDirekt |
| sehr gut | HUK-COBURG |
| sehr gut | Mecklenburgische Versicherung |
| sehr gut | Die Continentale |
| sehr gut | LVM |
| sehr gut | Die Haftpflichtkasse (Darmstadt) |
| sehr gut | AachenMünchener |
| sehr gut | Allsecur |
| gut | Helvetia |
| gut | Concordia |
| gut | ERGO |
| gut | ARAG |
| gut | R+V |
| gut | VHV |
| gut | Allianz |
| gut | VGH |
| gut | WGV |
| gut | SV SparkassenVersicherung |
| | Provinzial Nord Brandkasse |
| | Signal Iduna |
| | Gothaer |
| | Westfälische Provinzial |
| | Basler |
| | Zurich |
| | Alte Leipziger |
| | Debeka |
| | Generali |
| | Württembergische |
| | AXA |
| | HDI |
| | Nürnberger |
| | DBV |
| | Versicherungskammer Bayern |

| Produkte | |
|----------|----------------------------------|
| sehr gut | HUK24 |
| sehr gut | DEVK |
| sehr gut | Die Haftpflichtkasse (Darmstadt) |
| sehr gut | CosmosDirekt |
| sehr gut | Provinzial Rheinland |
| sehr gut | HUK-COBURG |
| sehr gut | ARAG |
| gut | R+V |
| gut | VHV |
| gut | LVM |
| gut | Helvetia |
| gut | Allianz |
| gut | ERGO |
| gut | Allsecur |
| gut | AachenMünchener |
| gut | VGH |
| gut | WGV |
| gut | Mecklenburgische Versicherung |
| | Concordia |
| | Provinzial Nord Brandkasse |
| | Die Continentale |
| | Signal Iduna |
| | SV SparkassenVersicherung |
| | Gothaer |
| | Basler |
| | AXA |
| | DBV |
| | Generali |
| | Westfälische Provinzial |
| | Alte Leipziger |
| | Württembergische |
| | Debeka |
| | Versicherungskammer Bayern |
| | Zurich |
| | HDI |
| | Nürnberger |

| Kundenbetreuung | |
|-----------------|----------------------------------|
| sehr gut | Die Continentale |
| sehr gut | Mecklenburgische Versicherung |
| sehr gut | DEVK |
| sehr gut | Concordia |
| sehr gut | Provinzial Rheinland |
| sehr gut | LVM |
| gut | Helvetia |
| gut | AachenMünchener |
| gut | R+V |
| gut | ARAG |
| gut | VGH |
| gut | Allianz |
| gut | HUK-COBURG |
| gut | ERGO |
| gut | Allsecur |
| | Provinzial Nord Brandkasse |
| | Signal Iduna |
| | Alte Leipziger |
| | Zurich |
| | HUK24 |
| | WGV |
| | SV SparkassenVersicherung |
| | Basler |
| | Westfälische Provinzial |
| | CosmosDirekt |
| | Gothaer |
| | AXA |
| | Generali |
| | Württembergische |
| | Die Haftpflichtkasse (Darmstadt) |
| | VHV |
| | Nürnberger |
| | Debeka |
| | Versicherungskammer Bayern |
| | DBV |
| | HDI |

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“.

Kundenorientierung – Privat-Haftpflichtversicherer (II)

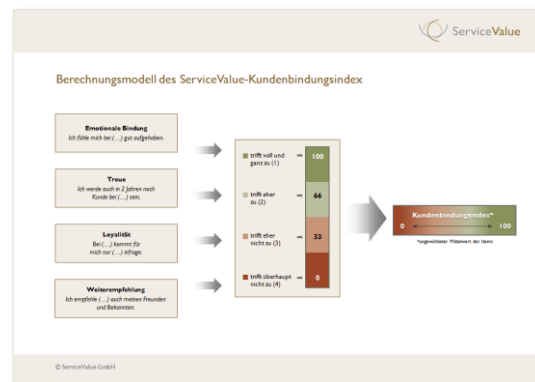
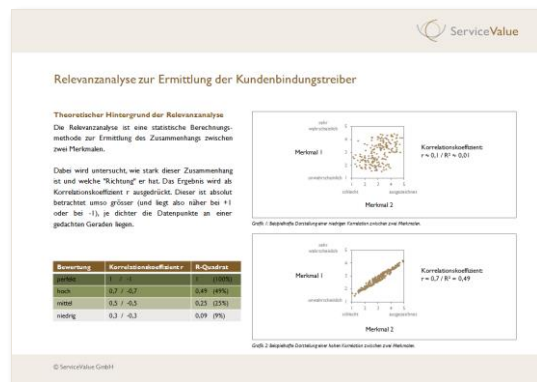
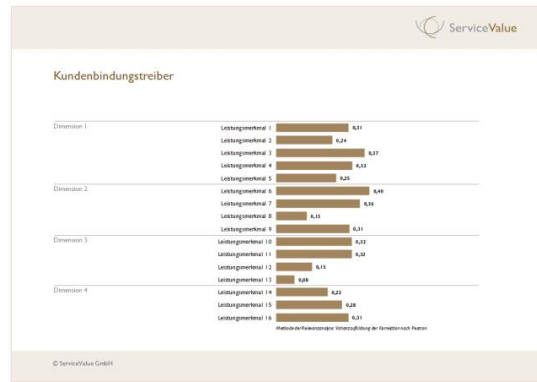
| Kundenservice | |
|---------------|----------------------------------|
| sehr gut | Mecklenburgische Versicherung |
| sehr gut | LVM |
| sehr gut | Die Continentale |
| sehr gut | Provinzial Rheinland |
| sehr gut | DEVK |
| sehr gut | HUK-COBURG |
| sehr gut | AachenMünchener |
| gut | Die Haftpflichtkasse (Darmstadt) |
| gut | ERGO |
| gut | SV SparkassenVersicherung |
| gut | Westfälische Provinzial |
| gut | CosmosDirekt |
| gut | Helvetia |
| gut | VGH |
| gut | Allianz |
| gut | Provinzial Nord Brandkasse |
| gut | Concordia |
| gut | R+V |
| gut | ARAG |
| gut | Allsecur |
| | Zurich |
| | VHV |
| | Württembergische |
| | Signal Iduna |
| | WGV |
| | HUK24 |
| | Generali |
| | Gothaer |
| | Basler |
| | Alte Leipziger |
| | AXA |
| | Nürnberger |
| | Debeka |
| | Versicherungskammer Bayern |
| | HDI |
| | DBV |

| Schadenregulierung | |
|--------------------|----------------------------------|
| sehr gut | Provinzial Rheinland |
| sehr gut | AachenMünchener |
| sehr gut | Allianz |
| sehr gut | SV SparkassenVersicherung |
| sehr gut | ERGO |
| sehr gut | Allsecur |
| sehr gut | Die Continentale |
| sehr gut | CosmosDirekt |
| sehr gut | HUK-COBURG |
| gut | DEVK |
| gut | HUK24 |
| gut | LVM |
| gut | VHV |
| gut | Mecklenburgische Versicherung |
| gut | Concordia |
| gut | VGH |
| gut | Debeka |
| gut | Provinzial Nord Brandkasse |
| gut | R+V |
| gut | Westfälische Provinzial |
| gut | Helvetia |
| | Zurich |
| | Signal Iduna |
| | Württembergische |
| | ARAG |
| | Die Haftpflichtkasse (Darmstadt) |
| | Gothaer |
| | WGV |
| | Generali |
| | Basler |
| | AXA |
| | Nürnberger |
| | HDI |
| | Alte Leipziger |
| | Versicherungskammer Bayern |
| | DBV |

| Preis-Leistungs-Verhältnis | |
|----------------------------|----------------------------------|
| sehr gut | HUK24 |
| sehr gut | Die Haftpflichtkasse (Darmstadt) |
| sehr gut | CosmosDirekt |
| sehr gut | DEVK |
| sehr gut | Allsecur |
| sehr gut | WGV |
| sehr gut | HUK-COBURG |
| gut | VHV |
| gut | Alte Leipziger |
| gut | ARAG |
| gut | Basler |
| gut | Helvetia |
| gut | Gothaer |
| gut | Provinzial Rheinland |
| gut | R+V |
| | Die Continentale |
| | LVM |
| | DBV |
| | Concordia |
| | Mecklenburgische Versicherung |
| | VGH |
| | Debeka |
| | ERGO |
| | Signal Iduna |
| | AachenMünchener |
| | HDI |
| | SV SparkassenVersicherung |
| | AXA |
| | Westfälische Provinzial |
| | Generali |
| | Zurich |
| | Allianz |
| | Provinzial Nord Brandkasse |
| | Württembergische |
| | Versicherungskammer Bayern |
| | Nürnberger |

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 ...



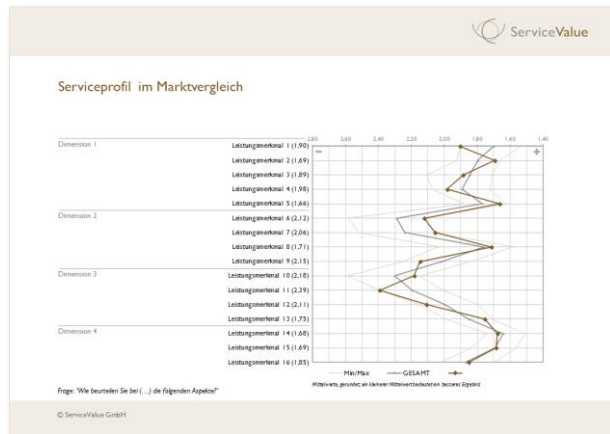
Anonymisierte Musterfolien

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

Ihre Fragen – unsere Antworten (I)

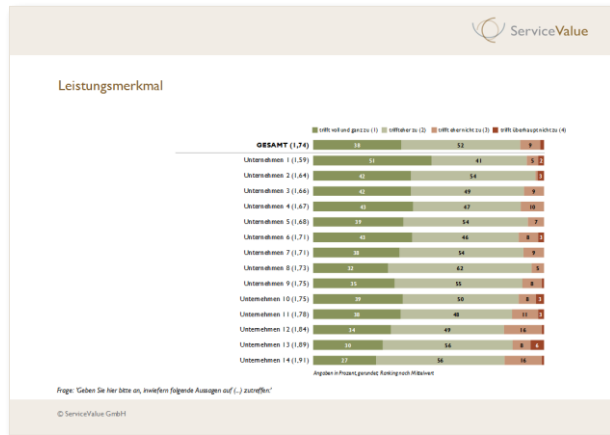


- Welche Stärken und Schwächen weisen die einzelnen Anbieter auf?
 - Auf welche Handlungsfelder sollten die einzelnen Anbieter hohe Aufmerksamkeit in der Optimierung richten?
- ⇒ Klare Handlungsorientierung durch Handlungs-Relevanz-Matrix für jeden Anbieter



- 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

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: © bounlow-pic - Fotolia.com

“Our business is value development
by service excellence.”

ServiceValue GmbH

Dürener Straße 341
50935 Köln
www.ServiceValue.de