



Kundenurteil: Fairness von Privaten Krankenversicherern 2019

Wettbewerbsanalyse mit Detail-Auswertungen
für 28 Private Krankenversicherer

Eine Untersuchung in Kooperation mit



Studienflyer mit Bestellformular



Studiensteckbrief

Studienkonzept	FOCUS-MONEY und ServiceValue GmbH
Erhebungsmethode	Online-Befragung
Erhebungszeitraum	Januar 2019
Stichprobe	2.329 Kunden mit 2.796 Urteilen zu 28 Privaten Krankenversicherern (Bewertung von bis zu 2 Privaten Krankenversicherern, bei denen die Befragten in den letzten 12 Monaten Kunden waren)
Auswertung	<p>Umfassende Darstellung der Gesamtergebnisse</p> <p>Detailergebnisse für 28 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 • HanseMerkur • HUK-COBURG • INTER • LKH • LVM • Mecklenburgische • Münchener Verein • Nürnberger • Pax-Familienfürsorge • R+V • SDK • SIGNAL • UKV • uniVersa • Württembergische
Gesamtumfang	299 Seiten Chart-Berichtsband (PDF)

Studiendesign (I)

Kundenbindung	<ul style="list-style-type: none"> • Emotionale Bindung • Treue • Loyalität • Weiterempfehlung
Gesamtaussagen	<ul style="list-style-type: none"> • Gesamtzufriedenheit • Kundenorientierung • Ruf und Image
Faires Produktangebot	<ul style="list-style-type: none"> • Qualität der Produkte • Transparenz der Tarife und Angebote • Sicherheit der Produkte • Flexibilität der Produkte
Faire Kundenberatung	<ul style="list-style-type: none"> • Fachkompetenz der Mitarbeiter • Soziale Kompetenz der Mitarbeiter • Freundlichkeit der Mitarbeiter • Beratungsqualität • Eigeninitiative der Mitarbeiter • Regelmäßiger Versicherungs-Check • Leistungserweiterungsangebote oder Wechselangebote
Faire Leistungsabwicklung	<ul style="list-style-type: none"> • Unkompliziertheit der Leistungsabwicklung • Nachvollziehbarkeit der Leistungsabwicklung • Einhalten von Leistungszusagen • Reaktionsgeschwindigkeit • Qualität der Anliegenbearbeitung • Umgang mit Beschwerden / Reklamationen • Schnelle Leistungserstattungen

Studiendesign (II)

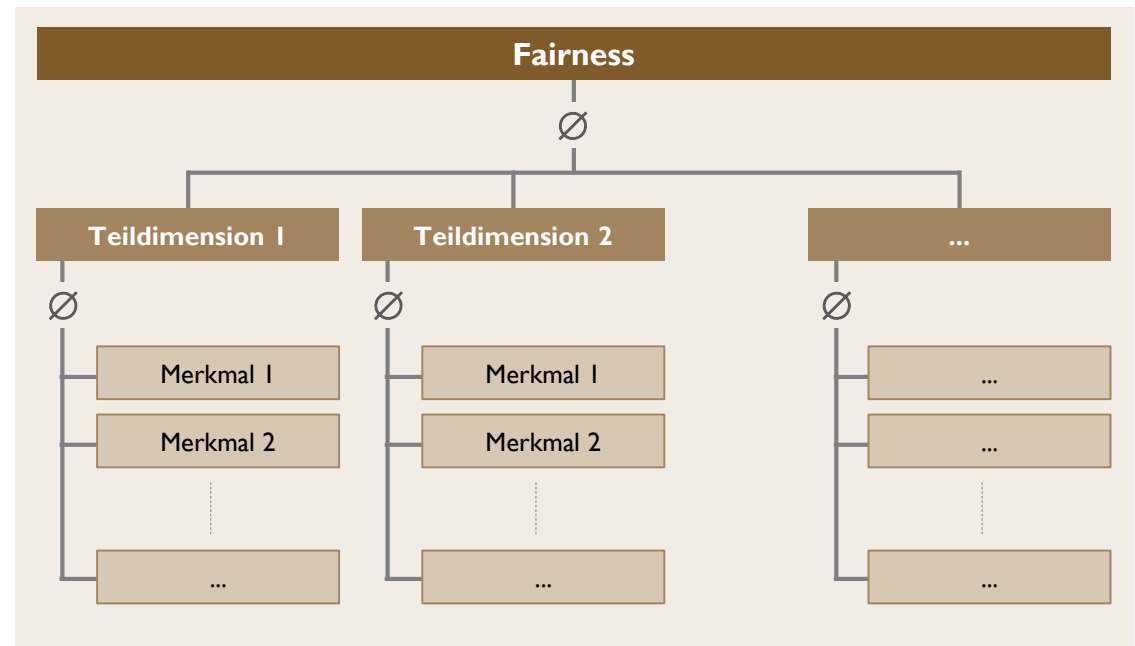
Faires Preis-Leistungs-Verhältnis	<ul style="list-style-type: none">• Preis-Leistungs-Verhältnis• Kostentransparenz• Beitragsstabilität• Beitragsrückerstattung
Faire Kundenkommunikation	<ul style="list-style-type: none">• Verbindlichkeit von Aussagen• Verständlichkeit der Kommunikation• Erreichbarkeit von Mitarbeitern

Berechnungsmodell des Fairness-Rankings

Der Überbegriff „Fairness“ ist ein subjektives Konstrukt. Um dieses messbar zu machen, werden zunächst verschiedene Teildimensionen der Fairness bestimmt. Jede Teildimension selbst besteht aus mehreren konkreten Service- und Leistungsmerkmalen, die durch die Kunden bewertet werden.

Das Gesamtergebnis berechnet sich als ungewichteter Mittelwert aller Teildimensionen. Die Teildimensionen ergeben sich als ungewichteter Mittelwert aus den jeweiligen Service- und Leistungsmerkmalen (Bewertungskriterien).

Für die Auszeichnung auf Gesamtebene sowie auf den Teildimensionen gilt: Ein „gut“ erhalten alle Unternehmen, die einen überdurchschnittlichen Wert erzielt haben. Unternehmen, die wiederum über dem Durchschnitt der mit „gut“ bewerteten Unternehmen liegen, erhalten ein „sehr gut“.



Teildimensionen der Fairness von Privaten Krankenversicherern

Fairness

Faires Produktangebot

- Qualität der Produkte
- Transparenz der Tarife und Angebote
- Sicherheit der Produkte
- Flexibilität der Produkte

Faire Kundenberatung

- Fachkompetenz der Mitarbeiter
- Soziale Kompetenz der Mitarbeiter
- Freundlichkeit der Mitarbeiter
- Beratungsqualität
- Eigeninitiative der Mitarbeiter
- Regelmäßiger Versicherungs-Check
- Leistungserweiterungsangebote oder Wechselangebote

Faire Leistungsabwicklung

- Unkompliziertheit der Leistungsabwicklung
- Nachvollziehbarkeit der Leistungsabwicklung
- Einhalten von Leistungszusagen
- Reaktionsgeschwindigkeit
- Qualität der Anliegenbearbeitung
- Umgang mit Beschwerden / Reklamationen
- Schnelle Leistungserstattungen

Faires Preis-Leistungs-Verhältnis

- Preis-Leistungs-Verhältnis
- Kostentransparenz
- Beitragsstabilität
- Beitragsrückerstattung

Faire Kundenkommunikation

- Verbindlichkeit von Aussagen
- Verständlichkeit der Kommunikation
- Erreichbarkeit von Mitarbeitern

FOCUS-MONEY Kundenurteil: Faire Private Krankenversicherer (I)

FAIRNESS	
sehr gut	Allianz
sehr gut	Debeka
sehr gut	HanseMerkur
sehr gut	HUK-COBURG
sehr gut	LVM
sehr gut	SDK
sehr gut	SIGNAL
gut	Alte Oldenburger
gut	Barmenia
gut	Die Continentale
gut	Gothaer
gut	INTER
gut	Mecklenburgische
gut	UKV
gut	Württembergische
	ARAG
	AXA
	Bayerische Beamtenkrankenkasse
	Central
	Deutscher Ring
	DKV
	Hallesche
	LKH
	Münchener Verein
	Nürnberg
	Pax-Familienfürsorge
	R+V
	uniVersa

Faires Produktangebot	
sehr gut	Allianz
sehr gut	Alte Oldenburger
sehr gut	Debeka
sehr gut	HanseMerkur
sehr gut	HUK-COBURG
sehr gut	LVM
sehr gut	SDK
sehr gut	SIGNAL
gut	Barmenia
gut	Gothaer
gut	Hallesche
gut	INTER
gut	Mecklenburgische
gut	UKV
gut	Württembergische
	ARAG
	AXA
	Bayerische Beamtenkrankenkasse
	Central
	Deutscher Ring
	Die Continentale
	DKV
	LKH
	Münchener Verein
	Nürnberg
	Pax-Familienfürsorge
	R+V
	uniVersa

Faire Kundenberatung	
sehr gut	Allianz
sehr gut	Debeka
sehr gut	HUK-COBURG
sehr gut	LVM
sehr gut	SIGNAL
gut	Alte Oldenburger
gut	Barmenia
gut	Gothaer
gut	HanseMerkur
gut	INTER
gut	Mecklenburgische
gut	Nürnberg
gut	R+V
gut	SDK
gut	Württembergische
	ARAG
	AXA
	Bayerische Beamtenkrankenkasse
	Central
	Deutscher Ring
	Die Continentale
	DKV
	Hallesche
	LKH
	Münchener Verein
	Pax-Familienfürsorge
	UKV
	uniVersa

Die Sortierung der Anbieter innerhalb der Kategorien erfolgt in alphabetischer Reihenfolge.

FOCUS-MONEY Kundenurteil: Faire Private Krankenversicherer (II)

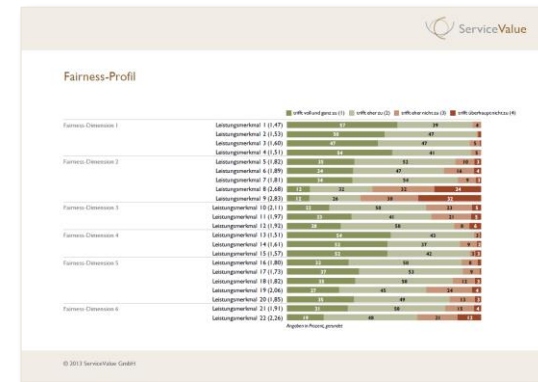
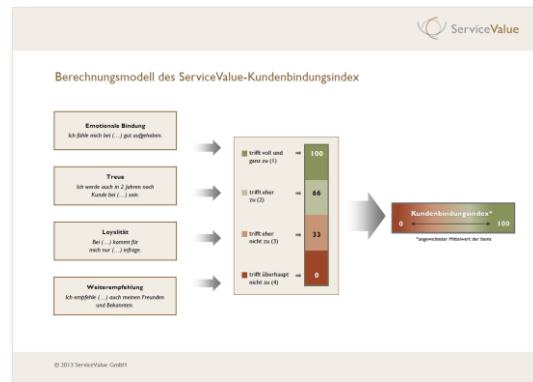
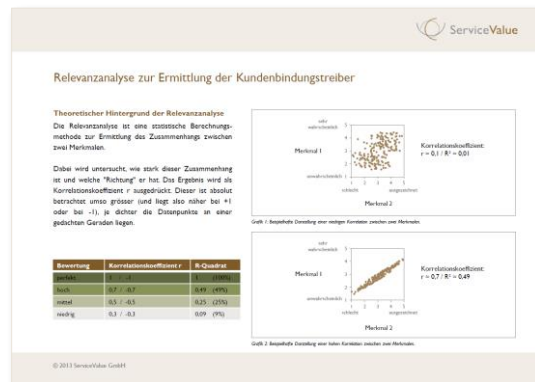
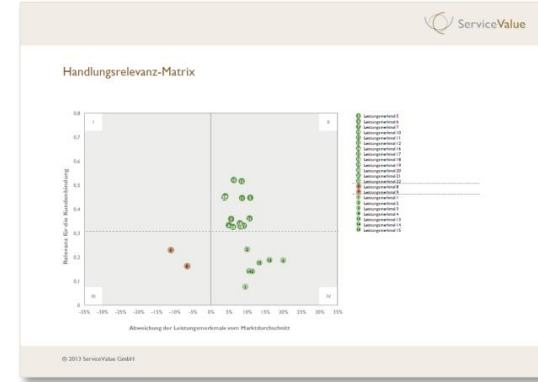
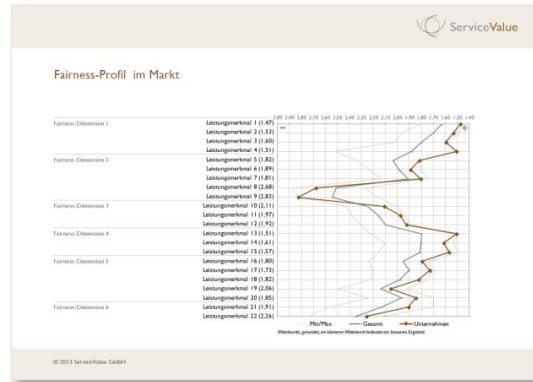
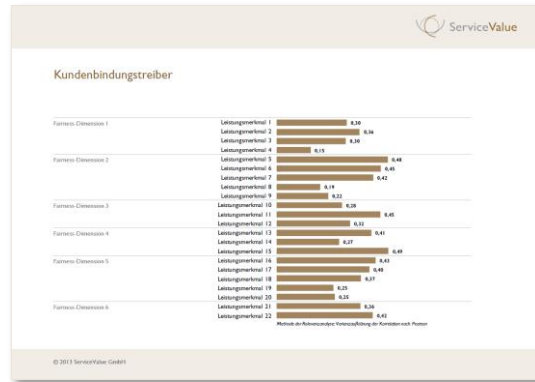
Faire Leistungsabwicklung	
sehr gut	Allianz
sehr gut	Debeka
sehr gut	Die Continentale
sehr gut	HanseMercur
sehr gut	HUK-COBURG
sehr gut	SDK
sehr gut	UKV
gut	Alte Oldenburger
gut	Barmenia
gut	DKV
gut	INTER
gut	LVM
gut	Mecklenburgische
gut	SIGNAL
gut	Württembergische
	ARAG
	AXA
	Bayerische Beamtenkrankenkasse
	Central
	Deutscher Ring
	Gothaer
	Hallesche
	LKH
	Münchener Verein
	Nürnberger
	Pax-Familienfürsorge
	R+V
	uniVersa

Faires Preis-Leistungs-Verhältnis	
sehr gut	Allianz
sehr gut	Debeka
sehr gut	HanseMercur
sehr gut	HUK-COBURG
sehr gut	LVM
sehr gut	SIGNAL
gut	Barmenia
gut	Gothaer
gut	INTER
gut	Mecklenburgische
gut	SDK
gut	Württembergische
	Alte Oldenburger
	ARAG
	AXA
	Bayerische Beamtenkrankenkasse
	Central
	Deutscher Ring
	Die Continentale
	DKV
	Hallesche
	LKH
	Münchener Verein
	Nürnberger
	Pax-Familienfürsorge
	R+V
	UKV
	uniVersa

Faire Kundenkommunikation	
sehr gut	Allianz
sehr gut	Alte Oldenburger
sehr gut	Barmenia
sehr gut	Debeka
sehr gut	HanseMercur
sehr gut	HUK-COBURG
sehr gut	INTER
sehr gut	LVM
sehr gut	SDK
gut	Die Continentale
gut	DKV
gut	Gothaer
gut	LKH
gut	Mecklenburgische
gut	SIGNAL
gut	UKV
gut	uniVersa
	ARAG
	AXA
	Bayerische Beamtenkrankenkasse
	Central
	Deutscher Ring
	Hallesche
	Münchener Verein
	Nürnberger
	Pax-Familienfürsorge
	R+V
	Württembergische

Die Sortierung der Anbieter innerhalb der Kategorien erfolgt in alphabetischer Reihenfolge.

Informationen werden anschaulich aufbereitet ...



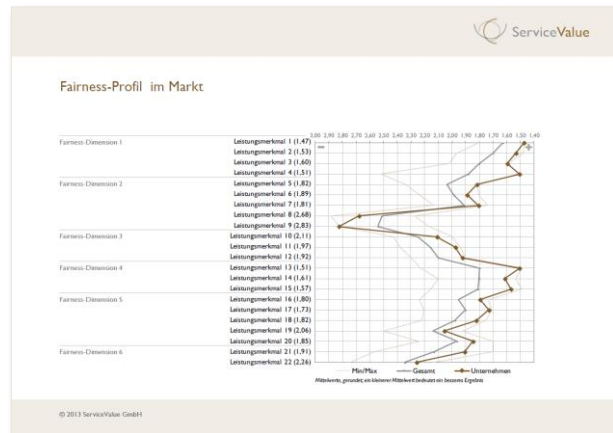
Repräsentative Musterfolien

... 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

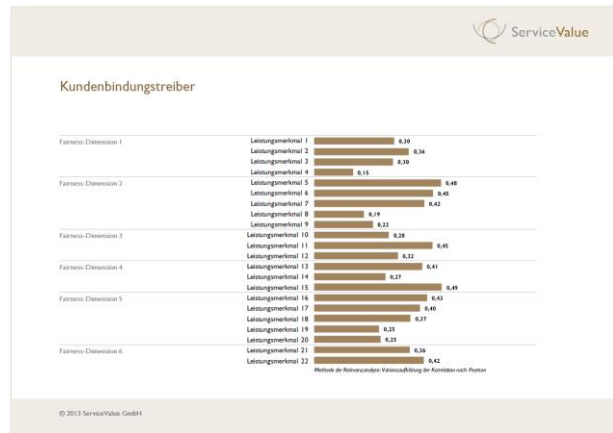


- Bei welchen Service- und Leistungsattributen ist ein Anbieter besser / schlechter als der Gesamtmarkt?
- ⇒ Serviceprofil im Marktvergleich für jeden Anbieter

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

- Benchmarkstudie** „Kundenurteil: Fairness von Privaten Krankenversicherern 2019“ (Einzelexemplar, 299 Seiten, PDF)
zum Preis von 4.900,- € netto
- Ergebnispräsentation und Analysegespräch vor Ort** inkl. Überlassung der Präsentations-Datei (PPT)
zum Preis von 2.900,-€ netto, zzgl. anfallender Reisekosten
- Vorteilsangebot**
Benchmarkstudie „Kundenurteil: Fairness von Privaten Krankenversicherern 2019“ (Einzelexemplar, 299 Seiten, PDF)
und Ergebnispräsentation sowie Analysegespräch vor Ort zum Preis von 6.800,- € netto, zzgl. anfallender Reisekosten

Kontaktdaten (Versand- sowie 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 GmbH

Dürener Str. 34I
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: © dobrinya / El Gaucho – Fotolia.com

“Our business is value development
by service excellence.”

ServiceValue GmbH

Dürener Straße 34I

50935 Köln

Tel +49.(0)221.67 78 67 - 0

Fax +49.(0)221.67 78 67 – 99

Info@ServiceValue.de

www.ServiceValue.de