



# Kundenurteil: Fairness von Rechtsschutz- versicherern 2019

Wettbewerbsanalyse mit Detail-Auswertungen  
für 28 Rechtsschutzversicherer



Eine Untersuchung in Kooperation mit



Studienflyer mit Bestellformular

## Studiensteckbrief

<b>Studienkonzept</b>	FOCUS-MONEY und ServiceValue GmbH
<b>Erhebungsmethode</b>	Online-Befragung
<b>Erhebungszeitraum</b>	Juni / Juli 2019
<b>Stichprobe</b>	2.057 Kunden mit 2.267 Urteilen zu 28 Versicherern (Bewertung von bis zu zwei Versicherern, bei denen die Befragten in den letzten 12 Monaten Kunden waren)
<b>Auswertung</b>	<p>Umfassende Darstellung der Gesamtergebnisse</p> <p>Detailergebnisse für 28 Versicherer:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• ADAC Rechtsschutz</li> <li>• ADVOCARD</li> <li>• Allianz</li> <li>• ALLRECHT</li> <li>• ARAG</li> <li>• Barmenia</li> <li>• BavariaDirekt</li> <li>• BGV Badische</li> <li>• Concordia</li> <li>• D.A.S. (ERGO)</li> <li>• Debeka</li> <li>• DEURAG</li> <li>• DEVK</li> <li>• Die Continentale</li> <li>• HUK24</li> <li>• HUK-COBURG</li> <li>• Itzehoer</li> <li>• KS/Auxilia</li> <li>• LVM</li> <li>• Mecklenburgische</li> <li>• NRV</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>	307 Seiten Chart-Berichtsband (PDF)

## Studiendesign (I)

<b>Gesamtaussagen</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gesamtzufriedenheit</li> <li>• Kundenorientierung</li> <li>• Ruf und Image</li> </ul>
<b>Kundenbindung</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Emotionale Bindung</li> <li>• Treue</li> <li>• Loyalität</li> <li>• Weiterempfehlung</li> </ul>
<b>Faire Kundenberatung</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Eingehen auf Kundenbedürfnisse</li> <li>• Auskunftsfähigkeit und -bereitschaft</li> <li>• Fachkompetenz</li> <li>• Verbindlichkeit von Aussagen</li> <li>• Proaktiv bessere Angebote</li> </ul>
<b>Fairer Kundenservice</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Erreichbarkeit von Mitarbeitern</li> <li>• Reaktion auf Anfragen (Zeit und Qualität)</li> <li>• Unbürokratischer Kundenservice</li> <li>• Reaktion bei Problemen (Zeit und Qualität)</li> <li>• Telefonische Rechtsberatung</li> <li>• Auswahl des Rechtsanwaltes</li> </ul>
<b>Faire Kundenkommunikation</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Verständlichkeit der Kommunikation</li> <li>• Verständlichkeit der Angebots- und Vertragsunterlagen</li> <li>• Angemessener Informationsumfang</li> <li>• Orientierung auf der Website</li> </ul>

## Studiendesign (II)

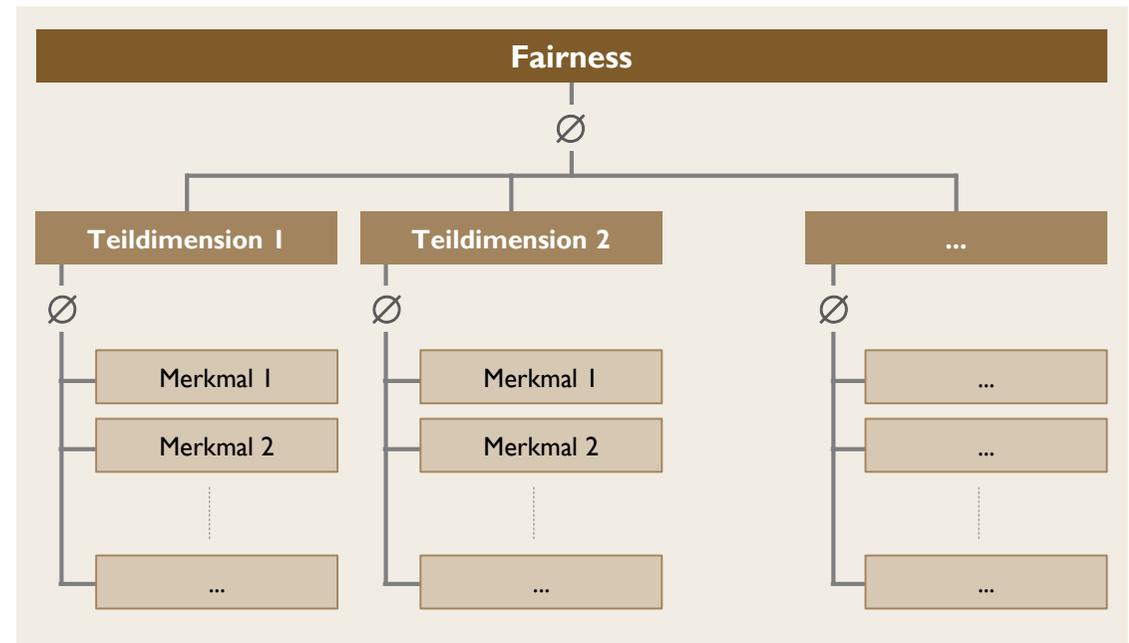
<b>Faire Tarifleistung</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Transparenz der Produkte und Leistungen</li><li>• Produktauswahl</li><li>• Qualität der Produkte und Leistungen</li><li>• Zuverlässigkeit der Produkte und Leistungen</li><li>• Flexibilität der Produkte</li><li>• Sicherheit</li><li>• Auslandsschutz</li><li>• Problemlose Deckung der Anwaltsgebühren</li><li>• Mediationsverfahren</li></ul>
<b>Faires Preis-Leistungs-Verhältnis</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Preis-Leistungs-Verhältnis</li><li>• Beitragsstabilität</li><li>• Belohnung von Kundentreue</li><li>• Fallbegrenzung bei telefonischer Rechtsberatung</li><li>• Übernahme aller Kosten und Gebühren</li></ul>

## 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 Rechtsschutzversicherern

### Fairness

#### Faire Kundenberatung

- Eingehen auf Kundenbedürfnisse
- Auskunftsfähigkeit und -bereitschaft
- Fachkompetenz
- Verbindlichkeit von Aussagen
- Proaktiv bessere Angebote

#### Fairer Kundenservice

- Erreichbarkeit von Mitarbeitern
- Reaktion auf Anfragen (Zeit und Qualität)
- Unbürokratischer Kundenservice
- Reaktion bei Problemen (Zeit und Qualität)
- Telefonische Rechtsberatung
- Auswahl des Rechtsanwaltes

#### Faire Kundenkommunikation

- Verständlichkeit der Kommunikation
- Verständlichkeit der Angebots- und Vertragsunterlagen
- Angemessener Informationsumfang
- Orientierung auf der Website

#### Faire Tarifleistung

- Transparenz der Produkte und Leistungen
- Produktauswahl
- Qualität der Produkte und Leistungen
- Zuverlässigkeit der Produkte und Leistungen
- Flexibilität der Produkte
- Sicherheit
- Auslandsschutz
- Problemlose Deckung der Anwaltsgebühren
- Mediationsverfahren

#### Faires Preis-Leistungs-Verhältnis

- Preis-Leistungs-Verhältnis
- Beitragsstabilität
- Belohnung von Kundentreue
- Fallbegrenzung bei telefonischer Rechtsberatung
- Übernahme aller Kosten und Gebühren

## FOCUS-MONEY Kundenurteil: Fairer Rechtsschutzversicherer (I)

FAIRNESS		Faire Kundenberatung		Fairer Kundenservice	
sehr gut	ADAC Rechtsschutz	sehr gut	ADAC Rechtsschutz	sehr gut	ADAC Rechtsschutz
sehr gut	ADVOCARD	sehr gut	ADVOCARD	sehr gut	ADVOCARD
sehr gut	Allianz	sehr gut	Allianz	sehr gut	Allianz
sehr gut	ARAG	sehr gut	DEVK	sehr gut	Concordia
sehr gut	Concordia	sehr gut	LVM	sehr gut	DEVK
sehr gut	DEVK	sehr gut	VGH	sehr gut	Die Continentale
sehr gut	HUK-COBURG	gut	ARAG	sehr gut	HUK-COBURG
sehr gut	LVM	gut	Concordia	sehr gut	LVM
sehr gut	VGH	gut	D.A.S. (ERGO)	sehr gut	Mecklenburgische
gut	D.A.S. (ERGO)	gut	Debeka	gut	ARAG
gut	Debeka	gut	Die Continentale	gut	D.A.S. (ERGO)
gut	Die Continentale	gut	HUK24	gut	Debeka
gut	HUK24	gut	HUK-COBURG	gut	Itzehoer
gut	Mecklenburgische	gut	Mecklenburgische	gut	ÖRAG
gut	R+V	gut	R+V	gut	R+V
gut	Württembergische	gut	Württembergische	gut	VGH
	ALLRECHT	gut	Zurich	gut	Württembergische
	Barmenia		ALLRECHT		ALLRECHT
	BavariaDirekt		Barmenia		Barmenia
	BGV Badische		BavariaDirekt		BavariaDirekt
	DEURAG		BGV Badische		BGV Badische
	Itzehoer		DEURAG		DEURAG
	KS/Auxilia		Itzehoer		HUK24
	NRV		KS/Auxilia		KS/Auxilia
	ÖRAG		NRV		NRV
	ROLAND		ÖRAG		ROLAND
	WGV		ROLAND		WGV
	Zurich		WGV		Zurich

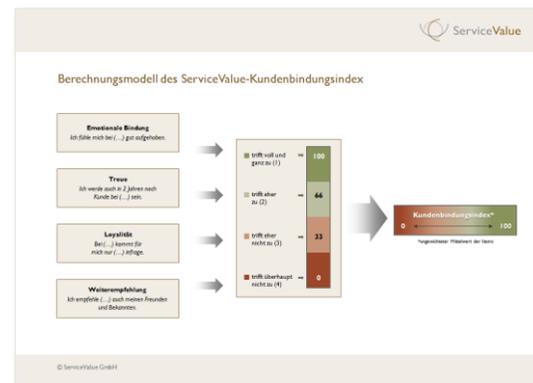
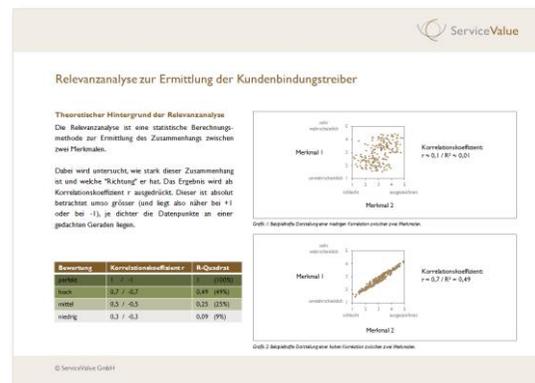
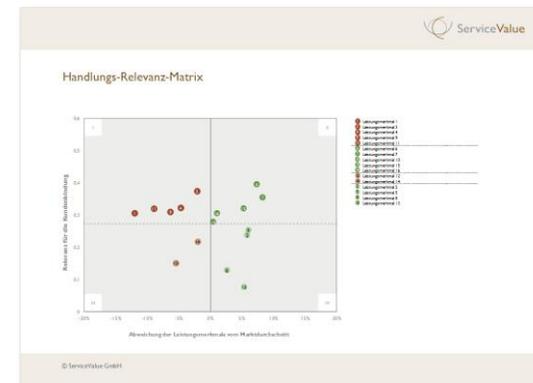
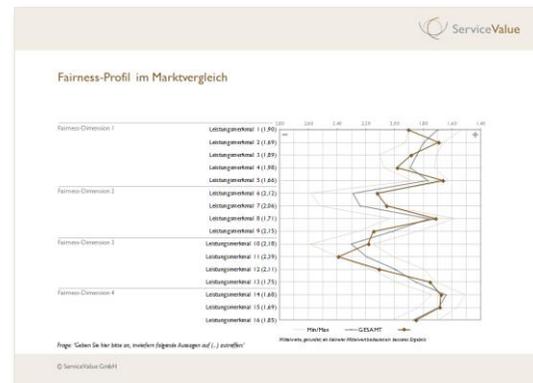
Die Sortierung der Anbieter innerhalb der Kategorien erfolgt in alphabetischer Reihenfolge.

## FOCUS-MONEY Kundenurteil: Fairer Rechtsschutzversicherer (II)

Faire Kundenkommunikation		Faire Tarifleistung		Faires Preis-Leistungs-Verhältnis	
sehr gut	ADAC Rechtsschutz	sehr gut	ADAC Rechtsschutz	sehr gut	ADAC Rechtsschutz
sehr gut	ADVOCARD	sehr gut	ADVOCARD	sehr gut	ADVOCARD
sehr gut	Allianz	sehr gut	Allianz	sehr gut	Allianz
sehr gut	Concordia	sehr gut	ARAG	sehr gut	DEVK
sehr gut	DEVK	sehr gut	DEVK	sehr gut	HUK24
sehr gut	HUK24	sehr gut	HUK24	sehr gut	HUK-COBURG
sehr gut	HUK-COBURG	sehr gut	HUK-COBURG	sehr gut	VGH
sehr gut	LVM	gut	Concordia	sehr gut	WGV
gut	ARAG	gut	D.A.S. (ERGO)	gut	ARAG
gut	D.A.S. (ERGO)	gut	LVM	gut	Concordia
gut	Die Continentale	gut	ÖRAG	gut	Debeka
gut	Mecklenburgische	gut	R+V	gut	Die Continentale
gut	ÖRAG	gut	VGH	gut	KS/Auxilia
gut	R+V	gut	Zurich	gut	R+V
gut	VGH		ALLRECHT	gut	Württembergische
gut	WGV		Barmenia	gut	Zurich
	ALLRECHT		BavariaDirekt		ALLRECHT
	Barmenia		BGV Badische		Barmenia
	BavariaDirekt		Debeka		BavariaDirekt
	BGV Badische		DEURAG		BGV Badische
	Debeka		Die Continentale		D.A.S. (ERGO)
	DEURAG		Itzehoer		DEURAG
	Itzehoer		KS/Auxilia		Itzehoer
	KS/Auxilia		Mecklenburgische		LVM
	NRV		NRV		Mecklenburgische
	ROLAND		ROLAND		NRV
	Württembergische		WGV		ÖRAG
	Zurich		Württembergische		ROLAND

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

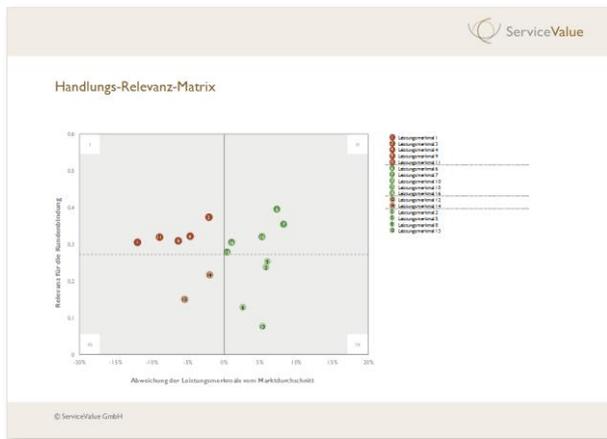
# Informationen werden anschaulich aufbereitet ...



Anonymisierte Musterfolien

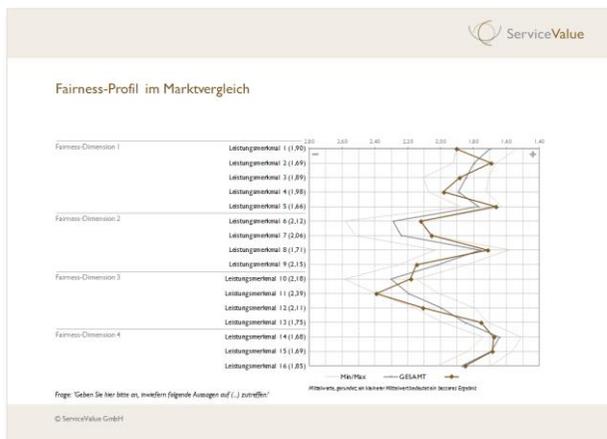
... und liefern Antworten auf Ihre Fragen. Im Folgenden finden Sie einige Beispiele.

## 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?

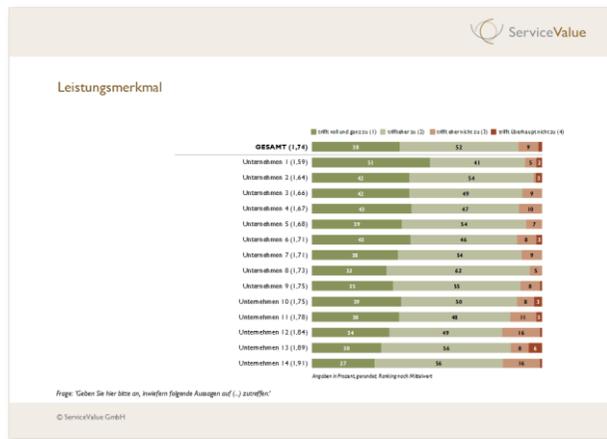
⇒ Klare Handlungsorientierung durch Handlungs-Relevanz-Matrix für jeden Anbieter



- Bei welchen Service- und Leistungsattributen ist ein Anbieter besser / schlechter als der Gesamtmarkt?

⇒ Fairnessprofil 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](mailto:Bestellung@ServiceValue.de) oder per FAX an +49 (0)221. 67 78 67 – 19

### Bestellung

- Benchmarkstudie** „Kundenurteil: Fairness von Rechtsschutzversicherern 2019“ (Einzelexemplar, 307 Seiten, PDF)  
zum Preis von 3.900,- € 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 Rechtsschutzversicherern 2019“ (Einzelexemplar, 307 Seiten, PDF)  
und Ergebnispräsentation sowie Analysegespräch vor Ort zum Preis von 5.800,- € 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](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: © dobrinya / © helmutvogler – Fotolia.com

“Our business is value development  
by service excellence.”

ServiceValue GmbH

Dürener Straße 341  
50935 Köln  
[www.ServiceValue.de](http://www.ServiceValue.de)