



ServiceAtlas Private Krankenversicherer 2019

Wettbewerbsanalyse zur Kundenorientierung

Mit Detail-Auswertungen für 27 private
Krankenversicherer in Deutschland

Studienflyer und Bestellformular

Studiensteckbrief

Studienkonzept	ServiceValue GmbH
Erhebungsmethode	Online-Befragung
Erhebungszeitraum	Juli 2019
Stichprobe	2.087 Kundenurteile zu 27 privaten Krankenversicherern in Deutschland (Bewertung von einem privaten Krankenversicherer, bei dem die Befragten in den letzten 12 Monaten vollversichert waren)
Auswertung	<p>Umfassende Darstellung der Gesamtergebnisse</p> <p>Detailergebnisse für 27 private Krankenversicherer</p> <ul style="list-style-type: none"> • Allianz • Alte Oldenburger • ARAG • AXA • Barmenia • Bayerische Beamtenkrankenkasse • Central • Debeka • Deutscher Ring • Die Continentale • DKV (ERGO) • Gothaer • Hallesche • HanseMerkur • HUK-COBURG • INTER • LKH • LVM • Mecklenburgische • MÜNCHENER VEREIN • Nürnberger • R+V • SDK • SIGNAL IDUNA • UKV • uniVersa • Württembergische
Gesamtumfang	248 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 • Weiterempfehlung
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
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
Kundenberatung	<ul style="list-style-type: none"> • Umsetzung von Kundenbedürfnissen • Auskunftsfähigkeit und -bereitschaft • Verbindlichkeit von Aussagen • Beratungsqualität • Proaktiv bessere Angebote
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		Kundenservice	
sehr gut	Mecklenburgische	sehr gut	LVM	sehr gut	Allianz	sehr gut	Mecklenburgische
sehr gut	LVM	sehr gut	Allianz	sehr gut	Mecklenburgische	sehr gut	Allianz
sehr gut	Allianz	sehr gut	Mecklenburgische	sehr gut	Alte Oldenburger	sehr gut	LVM
sehr gut	HUK-COBURG	sehr gut	MÜNCHENER VEREIN	sehr gut	LVM	sehr gut	Die Continentale
sehr gut	INTER	sehr gut	HUK-COBURG	sehr gut	SDK	sehr gut	HUK-COBURG
gut	Alte Oldenburger	gut	SDK	sehr gut	Debeka	sehr gut	Alte Oldenburger
gut	Debeka	gut	SIGNAL IDUNA	sehr gut	SIGNAL IDUNA	gut	INTER
gut	MÜNCHENER VEREIN	gut	INTER	gut	MÜNCHENER VEREIN	gut	Württembergische
gut	Die Continentale	gut	R+V	gut	HUK-COBURG	gut	MÜNCHENER VEREIN
gut	SDK	gut	Alte Oldenburger	gut	INTER	gut	Debeka
gut	SIGNAL IDUNA	gut	Württembergische	gut	Die Continentale	gut	SIGNAL IDUNA
gut	Württembergische	gut	Die Continentale	gut	Württembergische	gut	Barmeria
gut	R+V	gut	Debeka	gut	Bayerische Beamtenkrankenkasse	gut	SDK
	Gothaer	gut	Bayerische Beamtenkrankenkasse		Deutscher Ring		R+V
	Bayerische Beamtenkrankenkasse	gut	ARAG		uniVersa		Gothaer
	AXA		Gothaer		UKV		AXA
	Deutscher Ring		HanseMercur		Gothaer		Bayerische Beamtenkrankenkasse
	Barmeria		Barmeria		AXA		uniVersa
	ARAG		AXA		R+V		Deutscher Ring
	Hallesche		Nürnberger		Hallesche		Hallesche
	uniVersa		DKV (ERGO)		Barmeria		ARAG
	UKV		uniVersa		DKV (ERGO)		DKV (ERGO)
	HanseMercur		Deutscher Ring		HanseMercur		Nürnberger
	DKV (ERGO)		UKV		ARAG		UKV
	Nürnberger		LKH		Central		Central
	LKH		Central		LKH		LKH
	Central		Hallesche		Nürnberger		HanseMercur

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)

Kundenberatung		Kundenkommunikation		Preis-Leistungs-Verhältnis	
sehr gut	Allianz	sehr gut	Allianz	sehr gut	Mecklenburgische
sehr gut	LVM	sehr gut	Mecklenburgische	sehr gut	Alte Oldenburger
sehr gut	HUK-COBURG	sehr gut	LVM	sehr gut	INTER
sehr gut	INTER	sehr gut	HUK-COBURG	sehr gut	HUK-COBURG
sehr gut	Mecklenburgische	sehr gut	INTER	sehr gut	LVM
gut	Debeka	gut	Alte Oldenburger	sehr gut	Debeka
gut	Die Continentale	gut	SIGNAL IDUNA	sehr gut	SDK
gut	MÜNCHENER VEREIN	gut	Debeka	gut	R+V
gut	SIGNAL IDUNA	gut	Die Continentale	gut	ARAG
gut	R+V	gut	Hallesche	gut	Deutscher Ring
gut	SDK	gut	SDK	gut	Hallesche
gut	Gothaer	gut	MÜNCHENER VEREIN	gut	SIGNAL IDUNA
	Württembergische		Bayerische Beamtenkrankenkasse	gut	MÜNCHENER VEREIN
	AXA		AXA	gut	Allianz
	Alte Oldenburger		R+V	gut	Die Continentale
	Bayerische Beamtenkrankenkasse		Württembergische	gut	Württembergische
	Deutscher Ring		Gothaer		Gothaer
	uniVersa		uniVersa		Barmenia
	Barmenia		DKV (ERGO)		Bayerische Beamtenkrankenkasse
	DKV (ERGO)		Barmenia		UKV
	UKV		UKV		AXA
	ARAG		Deutscher Ring		LKH
	HanseMerkur		ARAG		HanseMerkur
	Hallesche		HanseMerkur		Nürnberger
	Nürnberger		LKH		uniVersa
	Central		Nürnberger		DKV (ERGO)
	LKH		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“.

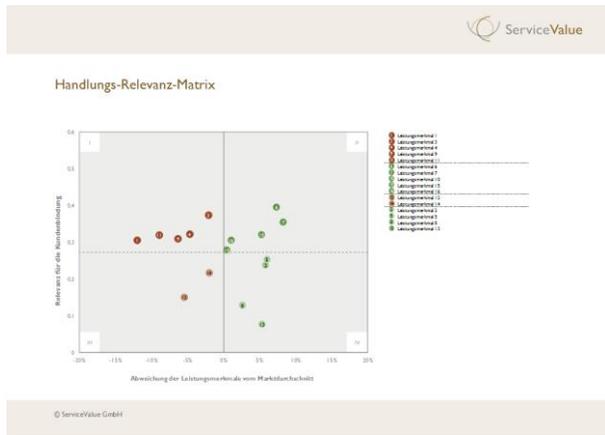
Informationen werden anschaulich aufbereitet ...

The collage displays several key reports from the ServiceAtlas study:

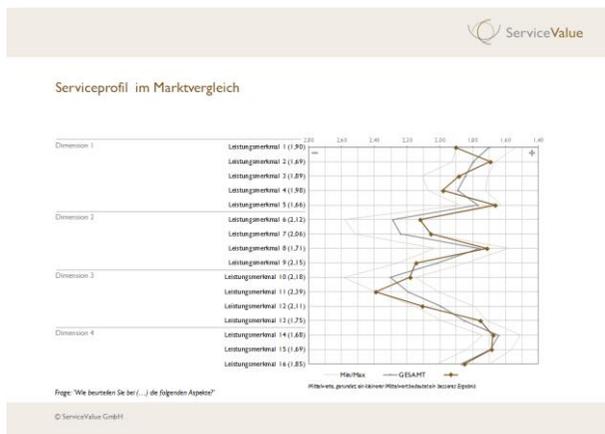
- Kundenbindungstreiber (I):** A horizontal bar chart showing drivers of customer loyalty such as 'Eigeninitiative der Mitarbeiter' (0.81) and 'Freundlichkeit und Höflichkeit der Mitarbeiter' (0.79).
- Serviceprofil (III):** A line graph comparing various service attributes across different providers.
- Qualität der Anliegenbearbeitung:** A table comparing providers like HUK-COBURG (2.25) and Die Centrotec (3.31) across various quality dimensions.
- Relevanzanalyse zur Ermittlung der Kundenbindungstreiber (II):** A scatter plot showing the relationship between different service features and their impact on loyalty.
- Importance-Performance-Matrix (IPM):** A scatter plot plotting 'Wichtigkeit' (Importance) against 'Leistung' (Performance) for various service aspects.
- Gesamtfriedenheit:** A table showing overall satisfaction scores for different providers.
- Customer Journey Map:** A diagram showing the customer's experience from initial contact to final decision.
- Customer Loyalty Scale:** A scale from 0 to 100 measuring the likelihood of switching providers.

... 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

Studienbestellung per E-Mail an Bestellung@ServiceValue.de oder per FAX an +49 (0)221. 67 78 67 – 19

Bestellung

- Gütesiegel für Marketingzwecke**
(Basis für die auf dem Siegel aufzuführenden Kriterien ist der ServiceAtlas Private Krankenversicherer 2019.
Die Bezugsberechtigung und Lizenzgebühr werden individuell geprüft und das Gütesiegel entsprechend angefertigt.)
- Ergebnispräsentation und Analysegespräch vor Ort** inkl. Überlassung der Präsentations-Datei
zum Preis von 2.900,-€ netto, zzgl. anfallender Reisekosten
- ServiceAtlas Private Krankenversicherer 2019 – Wettbewerbsanalyse zur Kundenorientierung** (248 Seiten, PDF)
zum Preis von 3.500,- € netto
- Vorteilsangebot** ServiceAtlas Private Krankenversicherer 2019 (248 Seiten, PDF) und Ergebnispräsentation sowie Analysegespräch
vor Ort zum Preis von 5.400,- € netto, zzgl. anfallender Reisekosten

Kontaktdaten (Versand- und 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 / 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 341
50935 Köln
www.ServiceValue.de